Come creare contenuti che convertano: i segreti del “Content Marketing”

di Paolo Franzese



Come creare contenuti che convertano? Tutte le azioni su Internet *devono convertire il tuo pubblico in clienti paganti*, i tuoi contenuti devono essere utili e ispiratori in modo che le persone si impegnino effettivamente con il tuo brand. Nel mondo del marketing digitale, creare contenuti coinvolgenti è fondamentale, ma oltre all’engagement, dobbiamo anche mirare alla conversione: ? trasformare il nostro pubblico in clienti paganti.

Questa è la sfida fondamentale del **marketing dei contenuti**: creare materiale che non solo *coinvolga* il pubblico, ma lo spinga anche a compiere *azioni concrete*, come diventare *clienti paganti*.

Sì, è importante che i nostri contenuti siano *utili* e *ispiratori*, ma dobbiamo anche assicurarci che alla fine portino a conversioni. Come possiamo garantire che questo aspetto non venga trascurato nella creazione dei nostri contenuti?

Qui di seguito condividerò alcuni suggerimenti pratici, un approfondimento delle strategie per i contenuti di conversione.

Conosci il tuo pubblico

Uno dei pilastri fondamentali del marketing dei contenuti è **conoscere il tuo pubblico di riferimento**. Capire chi sono, cosa vogliono e di cosa hanno bisogno è essenziale per creare contenuti che li coinvolgano e li spingano alla conversione, investi tempo nella ricerca di mercato e nell’analisi dei dati per comprendere appieno il tuo target.

Se hai una comprensione chiara di chi è effettivamente il tuo *cliente ideale*, diventa molto più facile sapere che tipo di contenuto creare, a cosa saranno interessati, che tipo di messaggi e copy puoi utilizzare per attirarne davvero l’attenzione e poi spingerli a fare il passo successivo.

Per questo scopo ti segnalo questi miei articoli:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

- Come avviare un'attività: l'analisi PESTEL;
- Come trovare clienti: strategie efficaci per far crescere il tuo business;
- Come fare "lead nurturing", la guida per ottenere benefici immediati;
- Come creare una "brand voice" unica: 7 passaggi chiave;
- Come migliorare le performance sui Social Media: le metriche chiave.

Per creare contenuti di conversione efficaci, devi prima capire chi sono i tuoi potenziali clienti, fai ricerca di mercato per identificare i loro bisogni, desideri, interessi e problemi. Utilizza strumenti come sondaggi, analisi dei dati demografici e ricerche online per raccogliere informazioni preziose sul tuo pubblico di riferimento.

Trasforma un semplice pubblico che "guarda" quello che fai a *clienti* che interagiscono con i tuoi contenuti e poi effettivamente acquistano qualcosa da te, trasformali in clienti che siano pronti a pagarti.

Una volta che hai una comprensione chiara del tuo pubblico di riferimento, puoi creare contenuti mirati che "risuonino" con loro.

?**Esempio**: Se il tuo target sono i genitori di bambini piccoli, potresti creare contenuti che affrontano le sfide quotidiane della genitorialità e offrono soluzioni pratiche.

Come creare contenuti che convertano? Definisci il concetto di conversione.

Conversione per la tua attività

Ogni business ha obiettivi di conversione diversi, potrebbe significare ottenere iscrizioni alla newsletter:

Infatti ecco una mia "conversione", suggerendoti di *iscriverti gratuitamente alla mia newsletter*, un luogo sicuro dove troverai molti strumenti utili per la tua attività. È importante definire chiaramente cosa costituisce una **conversione** per te e poi adattare i tuoi contenuti di conseguenza.

La conversione può assumere forme diverse a seconda della natura del tuo business, nel mio caso ad esempio:

- La vendita diretta di un prodotto o servizio (la sezione shop del sito);
- La generazione di lead qualificati;
- L'iscrizione alla newsletter.
- Mettersi in contatto con me (cellulare o tramite il sito);
- Compilare un modulo di richiesta (la pagina contatti);
- Prenotare una consulenza;
- Prenotare un biglietto per un evento;
- Inviare una semplice email;
- Leggere un post del blog;
- etc…

Definisci chiaramente quali azioni desideri che il tuo pubblico compia e quali risultati vuoi ottenere

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

dalla tua strategia di contenuti. Qualunque cosa sia, abbiamo tutti idee diverse su cosa potrebbe essere una *conversione* nella nostra attività, quindi chiariscilo prima.

Devi avere sempre avere un obiettivo finale ben chiaro ogni volta crei un contenuto. Una volta definiti gli obiettivi di conversione, puoi strutturare i tuoi contenuti in modo da guidare il pubblico verso quegli obiettivi.

? **Esempio**: Il tuo obiettivo è generare lead? Creare contenuti che offrono risorse gratuite in cambio delle informazioni di contatto dei visitatori (prendi spunto da questa pagina).

Come creare contenuti che convertano? Trasmetti fiducia e poi “aggredisci”.

Sii trasparente e autentico

Vendere non deve essere invadente (odio quei post stile “compra, compra, compra”), non deve essere spiacevole o sleale, **sii trasparente e autentico** nel promuovere i tuoi prodotti o servizi. Fornisci informazioni dettagliate e trasmetti fiducia al tuo pubblico, mostra loro il valore della tua offerta e come può aiutarli a risolvere i loro problemi o soddisfare i loro bisogni.

Vendere può essere fatto in modo che sia giusto per te, giusto per il tuo brand e che ti faccia sentire bene.



E come spiego in questa slide del mio **seminario di Personal Branding**: “Don’t sell… Teach”.

Quando promuovi i tuoi prodotti o servizi, sii trasparente e autentico con il tuo pubblico. Noto che molti trascurano l’aspetto della “vendita” nei loro contenuti, o addirittura evitano di promuovere

un’offerta alla fine di un contenuto, la mia domanda cruciale è:

> Il nostro pubblico è a conoscenza delle nostre offerte?

C’è una grande fetta del pubblico che potrebbe non essere consapevole dell’esistenza delle soluzioni che offriamo o delle opportunità disponibili.

Ecco perché è essenziale integrare la promozione delle nostre offerte in modo intelligente nei nostri contenuti, abituati all’idea di vendere, ma non concentrarti esclusivamente su questo aspetto nei tuoi contenuti.

?**Suggerimento**: L’obiettivo è anche quello di stimolare interazioni e connessioni genuine con il pubblico, specialmente sui social media come TikTok, Instagram o Facebook. Ti consiglio, in questi contesti, di *costruire relazioni autentiche* piuttosto che bombardare il pubblico con messaggi di vendita.

Come creare contenuti che convertano? Attenzione al “compra, compra, compra”.

Non insistere a vendere

Non mettere sempre una *Call-To-Action* in ogni singolo contenuto che crei, ma, di tanto in tanto, includere una Call-To-Action rilevante e pertinente. Crea una *miscela equilibrata* di contenuti che generino traffico, coinvolgano nuovi pubblici e, occasionalmente, portino a conversioni e vendite.

?Esempio: Se vuoi approfondire questo argomento, parlo ampiamente di strategie di contenuto ottimizzate nel mio nuovo seminario, puoi trovare ulteriori informazioni e iscriverti alla lista d’attesa tramite questo link.

Stai lontano dalle tecniche di vendita aggressive o ingannevoli e concentrati invece su “come il tuo prodotto può realmente aiutare il tuo pubblico”, fornisci informazioni complete e oneste sulla tua offerta, tra cui:

- Caratteristiche;
- Benefici;
- Valore.

La trasparenza e l’autenticità sono fondamentali per costruire fiducia con il tuo pubblico, quando le persone si fidano di te e del tuo marchio, sono più propense a convertire e diventare clienti fedeli nel lungo termine.

Come creare contenuti che convertano? Dai luce ai tuoi clienti soddisfatti.

Contenuti rilevanti e persuasivi

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Crea **contenuti rilevanti e persuasivi**, i contenuti di conversione devono essere altamente rilevanti per il tuo pubblico e la tua offerta. Crea messaggi persuasivi che catturino l'attenzione e spingano le persone all'azione.

Utilizza testimonianze, recensioni, studi di caso e altre forme di prova sociale per fornire credibilità alla tua offerta (ecco il mio "rank" su Facebook e Google).





Le recensioni rafforzano il potere della conversione dei contenuti

Utilizza messaggi e argomenti che risuonano con i loro interessi e bisogni e che li spingono all'azione.

?**Esempio**: Crea contenuti che affrontano problemi comuni del tuo pubblico e offrono soluzioni pratiche che includono il tuo prodotto o servizio.

Utilizza questi elementi persuasivi per fornire credibilità alla tua offerta, perché quando le persone vedono altri clienti soddisfatti del tuo *prodotto* o *servizio,* sono più inclini a fidarsi e a convertire.

Come creare contenuti che convertano? Indica chiaramente al tuo pubblico cosa deve fare.

Includi una chiara call to action

Ogni contenuto di conversione dovrebbe includere **una chiara Call to Action**, indica chiaramente al tuo pubblico quale passo desideri che compiano dopo aver consumato il tuo contenuto. Assicurati che l'azione sia semplice da compiere e che sia in linea con gli obiettivi della tua campagna di marketing.

La **Call to Action** deve essere:

- Chiara;
- Concisa;
- Facilmente eseguibile.

? Esempio: Utilizza frasi tipo "Acquista ora", "Iscriviti alla newsletter" o "Contattami adesso" per guidare il pubblico verso il passo successivo nel processo di conversione.

Attenzione ad un CTA con troppi passaggi magari comunicati a qualcuno che è su *Instagram* e

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

magari sta solo cercando di godersi il tempo di navigazione.

? **Suggerimento**: Puoi configurare uno shop su Facebook e Instagram, collegando il tuo e-commerce in modo che le persone possano semplicemente toccare l’etichetta e andare direttamente a quella pagina da un post.

Oppure come accade proprio qui sul mio blog in cui ho incorporato varie CTA con link diretti all’obiettivo dell’azione, invece di dire alle persone di andare a un’altra pagina.

Come creare contenuti che convertano? Una serie di strategie di contenuto per aumentare le tue vendite.

Conclusioni

Creare contenuti che convertano efficacemente è essenziale per il successo del tuo business online. Utilizza le strategie sopra descritte per creare contenuti che coinvolgano il tuo pubblico e li spingano all’azione.

Conoscere il tuo pubblico di riferimento, definire chiaramente gli obiettivi di conversione, essere trasparenti e autentici nella vendita, creare contenuti rilevanti e persuasivi e includere chiare call to action sono tutte chiavi per creare contenuti di conversione che generano risultati tangibili per il tuo business.

Spero che tu abbia trovato utile questo articolo, se ti piace l’argomento e pensi possa essere utile a qualche tuo amico condividilo sui social.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 20 Maggio 2024

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com