

GUIDA GRATUITA

3 consigli che nessuno ti ha mai detto per creare la Tua Strategia di Marketing Digitale e incrementare le Vendite



Thomas Poli

Consulente Digital Marketing



Capitoli

1. L'autore
2. Premessa
3. Cos'è una strategia di Marketing Digitale e perché è importante?
4. i 3 consigli per impostare la tua strategia e ottenere subito risultati
5. Conclusioni

L'autore



Mi chiamo **Thomas Poli**, e da oltre 18 anni mi occupo di **Marketing Digitale**.

Non sono un formatore o un coach, ma **aiuto Imprenditori e Professionisti** come te a trovare **Strategie e strumenti di Marketing digitale** per aumentare contatti e vendite, evitando perdite di tempo e di denaro.

I miei riferimenti

Sito web: www.thomaspoli.net

Facebook: www.facebook.com/thomaspolidigitalmarketing

LinkedIn: www.linkedin.com/in/thomaspolidigitalmarketing/

Instagram: www.instagram.com/thomaspolidigitalmarketing/

Premessa

Ho scritto questa guida perchè ancora oggi vedo aziende e professionisti come te che non hanno una strategia di marketing strutturata per acquisire clienti, si affidano al caso oppure al professionista sbagliato.

O addirittura non fanno nulla perchè lavorano solo con il **passaparola** e non cambiano perchè “hanno sempre fatto così”.

Ma non è colpa tua sia ben chiaro!

Questo succede perchè fondamentalmente nessuno ti ha mai detto che prima di creare qualsiasi campagna sul web, o di affidarsi a un'agenzia, devi prima creare una chiara strategia di marketing e un **obiettivo** da perseguire.

Per questo motivo ti voglio concretamente aiutare, darti gli strumenti per creare la tua strategia online grazie a questa semplice guida.

Cominciamo!

Anche io ero nella tua stessa situazione, ho iniziato la mia attività verso la fine degli anni '90 e la situazione era più o meno questa...

Bastava in pratica esistere e mettere online un sito web per avere successo, essere notati e avere contatti e nuovi clienti.

Si poteva vivere di rendita lavorando decorosamente, e affidarsi al solo passaparola per avere un flusso costante di clienti. Vero?

I clienti arrivavano praticamente da soli...ma oggi non è più così!

In quegli anni il web non era ancora il luogo affollato e sovraccarico di offerta e informazioni che è diventato oggi.

lall'inizio degli anni 2000 lavoravo nell'ombra perchè collaboravo principalmente per un paio di aziende e non avevo bisogno di cercarmi i clienti.

Facevo insomma parte di quell'esercito più o meno sommerso di "finte partite IVA" che in pratica erano dei dipendenti mascherati.

Non soddisfatto (circa 4 anni fa) decisi che era arrivato il momento di cambiare e cercare da solo nuovi clienti perchè non ero più stimolato a lavorare in quel modo.

Solo allora **mi resi conto di quanto fosse diventato difficile trovare nuovi clienti** e costruirsi una identità e reputazione sul web.


E questo accadeva perché dopo "la crisi" del 2008 il mondo era cambiato, così come il web e il mercato del lavoro.

Così insieme alle difficoltà che iniziavo ad incontrare nelle trattative di vendita, ho scoperto che in realtà la parte più difficile di tutto il processo era proprio quella iniziale...

Si, attirare l'attenzione dei potenziali clienti e vendere o riuscire a fissare degli appuntamenti commerciali è diventata la cosa più complicata, i motivi sono 3 e adesso te li voglio elencare:

- 1)** Perché con la concorrenza attuale in tutti i settori, se vi presentate come quelli che fanno tutto ("generalisti") o fate le stesse cose che fanno i vostri competitor, nessuno vi considera più.
- 2)** Perché le persone non ne possono più di essere "disturbate" da messaggi pubblicitari tutti uguali mentre fanno altro.
- 3)** Come se non bastasse i soliti metodi per ottenere attenzione e provare a vendere o fissare appuntamenti "a freddo" non funzionano più...telemarketing, porta a porta, preventivi gratuiti a sconosciuti, visite gratuite. Giusto?

Vuoi sapere come ho fatto io?



Prima ho cercato di "costruirmi" un'identità online, partendo quasi da zero, perchè come vi ho detto lavoravo nell'ombra...

Poi oltre alla difficoltà di ricevere attenzione, c'è anche quella di riuscire a farsi percepire come esperto del proprio settore e non essere giudicati solo per il prezzo.

Perchè in un mercato globale e saturo, con una concorrenza spietata ci sarà sempre qualcuno che farà un prezzo più basso del vostro!

Così ho studiato la mia concorrenza, ho analizzato il mio target di riferimento e ho messo nero su bianco una **strategia di marketing digitale**.

Fatta di una **presentazione efficace**, un **piano editoriale** fatto contenuti di valore che parlano al mio target di riferimento e dei suoi problemi e bisogni, e un'offerta chiara.

E finalmente ho iniziato, dopo alcuni tentativi e tanti errori, a raccogliere i primi frutti...

E nel giro di soli 3 anni ho creato da zero un portafoglio clienti che continuo ad incrementare, ad esempio nel 2020 (anno della pandemia) il mio fatturato è cresciuto del 40%!

Lo so che forse non credi più nel web perchè magari sei rimasto deluso da chi vi ha promesso la luna, oppure hai provato tu stesso ma con scarsi risultati...

Il web non funziona? Il mio settore è differente? Noi abbiamo sempre fatto così non vogliamo cambiare...sono alcune delle obiezioni che sento dire in giro da imprenditori e professionisti!

Ma se vuoi continuare a fare business anche nei prossimi 10 anni l'unica via da percorrere è questa...

Non ti sto suggerendo di lanciare un business online ma di utilizzare gli strumenti del marketing digitale per rilanciare il tuo attuale business!

Si tratta solo di attuare nuove strategie per promuovere il tuo Business in maniera differente per contrastare la concorrenza e uscire dalla "guerra dei prezzi"!

- **Ora veniamo alla parte “pratica”, nel prossimo capitolo ti svelerò che cosa puoi fare per iniziare ad ottenere anche tu questi risultati.**

Cos'è una strategia di Marketing digitale è perchè è fondamentale

Rispetto ad altri Professionisti o agenzie Web, prima che su strumenti o piattaforme, mi concentro sulla **strategia di Marketing digitale** con una consulenza dedicata, che oggi è quello che fa la differenza tra l'aver o meno risultati online, oltre a numerosi altri vantaggi.

*“Una strategia di marketing digitale è il processo a medio e lungo termine per adottare in maniera strategica una serie di azioni che fanno parte **di un piano di marketing digitale** organizzato per fasi e obiettivi.”*

Una strategia di Marketing digitale **efficace** deve quindi sempre partire da 3 strumenti fondamentali, li vediamo nel prossimo capitolo...

3 consigli per creare la tua strategia di marketing digitale e incrementare le vendite

Vediamo i **3 strumenti** che io ho applicato al mio **Business** per fare la differenza e aumentare le vendite.

In realtà le attività sarebbero molte di più ma per questione di tempo oggi vedremo soltanto i primi 3 punti, che sono però i principali, le fondamenta per costruire una casa solida.

E che se messi in pratica potranno darti da subito un vantaggio competitivo sulla tua concorrenza:

1) Posizionamento e idea differenziante

2) Analisi del tuo target di clienti e relativi problemi

3) Presentazione efficace

Consiglio #1: posizionamento e idea differenziante

Il brand positioning (o posizionamento di marca) è una disciplina che da sola necessiterebbe di ore e ore di formazione per poterla mettere in pratica...

Ma in questa guida voglio darti qualche spunto che puoi utilizzare fin da subito per migliorare il tuo posizionamento.

Iniziamo intanto col definire cos'è il brand positioning:

“Il Brand Positioning è la strategia per posizionare un Brand sul mercato con l’obiettivo di creare un’impressione unica nella mente del cliente e del mercato.”

Sì, perché quello che è importante non è tanto la TUA percezione del brand ma quella che hanno i tuoi clienti o potenziali e più in generale il mercato con cui ti confronti.

La battaglia si vince nella mente delle persone...in ciò che identificano nel tuo brand.

Mi spiego meglio e ti faccio alcuni esempi:

Se ti dico **Coca Cola** a cosa pensi? **Red Bull**? **Amazon**? **Netflix**?

Sono tutti **leader di mercato** nella propria categoria e nella mente dei consumatori, dominano in sostanza la loro **categoria**.

Bibita gassata? pensi a Coca-cola
Energy drink? Red bull
ecc...

Addirittura alcuni brand sono riusciti a creare e dominare una categoria con un prodotto, come?

Creando un brand che è diventato una categoria, ad esempio **Scottex, Scotch...**

Quando pensate al rotolone di carta assorbente cosa dite?
Scottex...

Mentre se avete bisogno del nastro adesivo per carta? Scotch!

E' chiaro che sono esempi di multinazionali che sono riuscite a creare questo posizionamento in decenni e con investimenti pubblicitari mostruosi, ma nel nostro piccolo questo lavoro possiamo farlo anche noi.

Sia per lanciare un nuovo brand o prodotto, oppure se ci vogliamo posizionare diversamente con un brand già esistente.



Ma perchè occorre posizionarsi o differenziarsi?

Perchè se appartenete in una categoria satura, o vendete commodities, cioè beni di consumo ormai diventate comodità (come l'auto, i cellulari, cibo, bevande), o sei il leader di mercato (come Coca Cola, Red Bull ecc) oppure potresti avere un serio problema, quale?

Rientri fra le categorie che concorrono alla “**guerra dei prezzi**”...mi spiego meglio...

Il tuo potenziale cliente, se non sceglie il leader di mercato, sceglierà chi gli farà il prezzo più basso!

Da qui la continua corsa al ribasso dei prezzi, agli sconti, è così vero?

Come puoi evitare questo?

Proprio posizionando diversamente il tuo brand, prodotto o servizio, focalizzandosi su una nicchia di mercato poco esplorata o satura.

Adesso mi chiederai come fare, **come applicare questi potenti concetti al vostro business**...bene ora te lo mostro...

Di seguito vedrai anche le **3 domande** che fanno parte dell'intervista strategica che effettuo insieme ai miei clienti per **posizionare** il loro brand sul web.

Ti consiglio, quando ti farai le domande, di non scrivere le risposte ma parlare a ruota libera e di registrarti, dopodichè ti potrai riascoltare per trascrivere le parti più interessanti.

Ecco la prima domanda per posizionare qualsiasi tipo di brand prodotto o servizio...

Consiglio #2: analisi del tuo target di cliente ideali

Domanda 1: “Chi è il tuo cliente ideale e qual'è il problema che puoi risolvere con il tuo prodotto/servizio”

- Rispondi a questa domanda concentrandoti sul tuo **cliente ideale**, prendendo spunto da quelli con cui hai fatto le trattative di vendita migliori, più serene e soddisfacenti.
- Traccia un identikit con diverse caratteristiche come ad esempio l'età, gusti, interessi, dati demografici e settore.

Perchè principalmente sarà a lui che d'ora in avanti ti rivolgerai con il tuo marketing, perchè conosci i suoi desideri ma soprattutto i suoi problemi.

Domanda 2: “Analizza la tua concorrenza e come comunica”

Questo punto è altrettanto importante perchè devi **differenziarti** dai tuoi competitor, sia per quanto riguarda il tuo prodotto/servizio che il modo di comunicarlo.

Non devi copiare dalla concorrenza, come fa la maggior parte degli imprenditori, ma essere diverso in tutto, anche nel modo di comunicare lo stesso prodotto o servizio.

Per questo è importante analizzare la concorrenza partendo dalla presenza web e all’offerta commerciale.

Consiglio #3: presentazione efficace

Domanda 3: “Chi sei e cosa succede con il tuo prodotto/servizio”

Una volta analizzato in maniera approfondita i primi 2 punti, si passa all'attività che fa parte dello strumento presentazione..

Qui devi descrivere in poche parole chi sei e cosa fai, ma in un modo diverso da come lo fanno i tuoi competitor.

A esempio le parole che non si dovrebbero mai usare perchè le utilizzano tutti e non ti posizionano come Professionista ed esperto del tuo settore sono: **professionalità, competenza, cura del cliente, servizio a 360°** ecc ecc

Queste sono parole che utilizzano aziende e professionisti GENERALISTI che non si differenziano dalla concorrenza e quindi nemmeno nella mente del potenziale cliente.

In questo modo si comunicava negli anni 60-70, quando la concorrenza era minore e meno agguerrita, mentre oggi con il sovraffollamento di offerta in ogni categoria non basta più, il marketing serve proprio a differenziarsi e a ottenere attenzione.

Per il mio posizionamento ho utilizzato una formula molto semplice ma efficace, si chiama **Formula XYZ**, ti spiego nel dettaglio come applicarla al tuo Business.

Sono X

Aiuto Y

Così che Z

Il vantaggio di presentarsi in questo modo risiede nel concetto di “AIUTO”, aiutare le persone con la propria attività sono concetti e parole molto potenti.

Tutti aiutiamo i nostri clienti a fare qualcosa:

- ad avere vantaggi,
- risultati,
- a facilitare o semplificare il loro lavoro...

Ma raramente lo comunichiamo.

Il mio posizionamento, con la formula XYZ, è questo:

Sono Thomas Poli, aiuto imprenditori e Professionisti a trovare strumenti e strategie di marketing digitale efficaci, così che possano ottenere risultati senza sprecare tempo e denaro.

E' chiaro quello che faccio e a chi sono utile? Piuttosto che definirmi Digital Marketing Specialist o altro che nessuno capisce di cosa si tratta?

- Se avete capito la logica dietro a questa formula sarà facile trovare quella giusta per voi.

*Questa **Presentazione** breve è anche chiamata **Elevator Pitch** e può essere utilizzata in qualsiasi situazione (anche di persona) per presentarsi in maniera efficace.*

Domanda 4: “Cosa fai di diverso rispetto agli altri”

Serve per definire ancora meglio il vostri elementi differenzianti.

L'analisi della concorrenza diretta serve anche a capire le vostre differenze, e comunicarle, qui devi parlare a ruota libera.

Domanda 5: “Cosa succede se un persona non sceglie te (si rivolge alla concorrenza /non fa nulla)”

Non devi ovviamente parlare male della concorrenza ma comunicare al potenziale cliente che cosa succede se sceglie un'azienda tua concorrente, **oppure non fa nulla**.

In sostanza cosa si perde a livello di vantaggi.

Si hai capito bene, non fa nulla, perchè pensiamo sempre ai nostri competitor diretti sul mercato, ma spesso non pensiamo che il nostro concorrente numero 1 è proprio il cliente che non sceglie, non decide, preferisce stare fermo e non agire.

Ed è in questa fase che dovrete, oltre a rispondere a questa specifica domanda, pensare anche alle **obiezioni** che i tuoi clienti ti hanno rivolto durante tutta la tua attività imprenditoriale, e pensare alle risposte che hai dato o che potevate dare.

Vi consiglio di scrivere tutte queste domande e per ognuna dare una risposta efficace e persuasiva, perchè?

- **Perchè le risposte alle obiezioni saranno contenuti** che potete utilizzare per tutti i canali digitali (sito, blog, facebook), oltre che di persona.

Ti sarai reso conto leggendo questa guida che il web non è poi tanto diverso dal mondo reale, e tutte le tecniche di vendita e di marketing valgono sia di persona che online.

Vanno solo comunicate nella maniera corretta in base al contesto.

Quello che andrai a creare con questi **3 strumenti** non è solo il tuo Posizionamento ma anche:

- Una presentazione breve (l'elevator pitch)
- Il tuo “**disco vendita**” da utilizzare di persona o per un sito web o una landing page, un funnel
- Il **piano editoriale** per il blog o per i canali social

Hai capito quanto valore ti ho dato in così poco tempo...e gratuitamente?

Magari in questo momento ti starai chiedendo come poter utilizzare questo metodo per la vostra azienda...

Grazie a questa guida hai in mano gli **strumenti per realizzare la tua strategia** e ottenere subito i primi risultati tangibili!

Ma se ritieni di non avere le **competenze** o il **tempo** per realizzarla, solo per te che hai scaricato questa guida gratuita ho riservato un'**OFFERTA** speciale...

LA MIA OFFERTA ESCLUSIVA



Se ti prenoti subito cliccando il link che trovi nella prossima pagina potrai confrontarti direttamente con me in una **CONSULENZA** dedicata di **1 ora** (compresa intervista strategica) e successivo **rilascio del tuo Posizionamento e Strategia di Marketing Digitale!**

Il valore di questa Consulenza è di 400 € ma solo per te che hai scaricato la mia guida il costo sarà di soli...



LA MIA OFFERTA ESCLUSIVA

97 € (IVA COMPRESA)

Cosa comprende la consulenza?

- **Intervista strategica di 1 ora per identificare posizionamento e idea differenziante**
- **Rilascio strategia di marketing e posizionamento**
- **Elevator pitch da utilizzare come presentazione breve sia online che offline**
- **Analisi obiezioni target e piano editoriale da utilizzare per blog, social**

PRENOTA SUBITO LA CONSULENZA DEDICATA QUI!

consulenzamarketing.thomaspoli.net

Solo 2 posti a settimana disponibili quindi ti consiglio di prenotare il tuo posto in fretta!

LA MIA OFFERTA ESCLUSIVA

Accedi al link qui sotto per confrontarti direttamente con me e avere una consulenza dedicata di 1 ora, compresa intervista strategica e successivo rilascio del tuo Posizionamento e Strategia di Marketing Digitale!

PRENOTA SUBITO LA CONSULENZA DEDICATA QUI!

consulenzamarketing.thomaspoli.net

Solo 2 posti a settimana disponibili quindi ti consiglio di prenotare il tuo posto in fretta!

Infatti SOLO per i primi 10 che si prenoteranno offro anche una **GARANZIA...**

Non chiedo pagamento anticipato, facciamo insieme la consulenza, vi rilascio la strategia, ve la presento e SOLO SE ti piace e sei soddisfatto del lavoro mi pagherai...chiaro no?

PRENOTA SUBITO LA CONSULENZA DEDICATA QUI!

consulenzamarketing.thomaspoli.net

Solo 2 posti a settimana disponibili quindi ti consiglio di prenotare il tuo posto in fretta!



VISITA IL MIO SITO WEB

www.thomaspoli.net