TRASCRIZIONE

Minipodcast: lead generation e marketing automation

L'obiettivo di questo podcast è descrivere in che cosa consistono l'Online Marketing, il Marketing Automation e, più in generale, il principale scopo di ogni azione di marketing online ossia la Leads Generation.

L'Online Marketing è sostanzialmente il processo volto a sfruttare i canali del web dove le persone passano il loro tempo a leggere, cercare, fare acquisti e socializzare, per diffondere un messaggio sul marchio, i prodotti o i servizi di un'azienda ai suoi potenziali clienti.

Ma qual è il suo principale obiettivo: creare un sistema organizzato in grado di attrarre clienti e facilitare la vendita di un prodotto o servizio perpetuamente nel tempo.

Per comprendere bene l'ambito osservato, è possibile sviluppare una serie di mind step: l'adozione diffusa di internet per affari e uso personale ha generato nuovi canali per la pubblicità e il marketing, l'aumento della navigazione da dispositivi portatili mobile, tablet e laptop che rappresentano circa il 70% del traffico generato su internet permette ad ognuno di noi di essere sempre pronti ad andare online per ogni necessità o curiosità.

Il marketing online differisce dal marketing tradizionale, che storicamente ha incluso mezzi come la stampa, i cartelloni pubblicitari, la televisione e la radio. Prima dei canali di marketing online, il costo per commercializzare prodotti o servizi era spesso proibitivo, e tradizionalmente difficile da misurare.

Mentre, oggi, chiunque abbia un business o una professione può avvalersi del marketing online.

Un vantaggio fondamentale è la capacità di misurare l'impatto di ogni dato canale, così come i visitatori interagiscono con un sito web o una landing page.

Le analisi possono aiutare a determinare:

- Quali canali di marketing online sono i più convenienti per acquisire clienti, in base al tasso di conversione dei visitatori in clienti, e il costo di quei visitatori.
- Quali canali sono efficaci per fare upsell (che consiste nell'incoraggiare il cliente nel comprare una maggior quantità del prodotto selezionato)
- Quali segmenti di clienti mostrano un alto potenziale di upsell.

Entrando in un ambito più pratico, quali sono gli strumenti da utilizzare per un robusto programma di marketing online? Prendete carta e penna perchè gli strumenti sono moltissimi:
Abbiamo la:

1. SEO (Search engine optimization)
2. il SEM (Search engine marketing)
3. la Social media marketing
4. l'Email marketing
5. l'Influencer marketing
6. il Webinar marketing
7. Il Content marketing
8. Il Marketing Automation

A seguire, vedremo uno per uno questi strumenti

TRASCRIZIONE

Minipodcast: il principio di trasparenza per gli ETS

con alcune indicazioni anche di alcuni strumenti a supporto di un'organizzazione.

L'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO), gratuita, consiste nel processo di miglioramento di un sito web per portarlo più in alto nei risultati dei motori di ricerca per determinate parole chiave. In genere ci si concentra sull'apparire su Google. La SEO dovrebbe essere una tattica fondamentale in qualsiasi strategia di marketing. I due consigli per utilizzare al meglio questo strumento sono: da un lato, consultare la Webmaster Guidelines di Google che rappresenta il punto di partenza per capire come Google "legge" e memorizza i contenuti online di un'organizzazione; dall'altro, costruire sempre contenuti rilevanti e di alta qualità che siano unici, penetranti e coinvolgenti, aprendo la strada ad una maggiore probabilità di condivisione organica. Un'ottima piattaforma per verificare il risultato delle azioni delle vostre organizzazioni in ambito SEO è SeoZoom.

Il marketing sui motori di ricerca (SEM - Search Engine Marketing), strumento a pagamento, costituisce il rovescio della medaglia della SEO organica che permette di scalare il ranking tramite delle inserzioni a pagamento (quando si visualizza nell'elenco dei risultati di Google la parola "Annuncio" prima del link significa che il risultato appare grazie ad una campagna Adwords a pagamento che utilizza il concetto del pay-per-click). Utilizzando la SEM si ha a disposizione una grande via per far girare la voce in modo rapido ed efficace. Se c'è disponibilità in termini di budget, il marketing per parole chiave può essere una grande soluzione. Più bassa è la concorrenza, più basso è il punteggio di qualità e più basso è il prezzo. La SEM non riguarda solo il pagamento dei click, ma anche quello delle impression che indica quante volte l'inserzione appare nei risultati delle ricerche su internet.

Il Social Media Marketing consiste nel marketing online attraverso i social media come Facebook e Instagram, che forniscono una via quasi diretta per raggiungere i pubblici. La differenza che intercorre tra Social Media Marketing e Social Media Advertising è che il primo è la pubblicazione costante e strategica di contenuti; il secondo è una sua branca, che va a realizzare campagne e sponsorizzate, per raggiungere un maggior numero di potenziali donatori.

L'Email Marketing utilizza il classico canale delle email e può aumentare le vendite di un sito web perché, almeno per i brand sconosciuti, spesso non avviene una vendita alla prima interazione. Per gestire questo genere di messaggi si possono usare strumenti di email marketing come MailChimp. L'email marketing trova un importante utilizzo anche nel Marketing Automation strumento che a breve verrà approfondito.

L'Influencer Marketing consiste nell'usare gli influencer per commercializzare i prodotti/servizi. Non è necessario rivolgersi a influencer di alto livello; si può anche optare per i cosiddetti micro-influencer (quelli che hanno da 5.000 a 100.000 follower). La parte veramente importante dell'influencer marketing è trovare influencer

Minipodcast: il principio di trasparenza per gli ETS

che corrispondano in termini di caratteristiche a quelle del target di donatori che si vogliono raggiungere.

Il Webinar Marketing è l'atto di usare seminari online (webinar) per interagire con lead e per promuovere un'organizzazione e il suo servizio e/o progetto al suo pubblico di riferimento. Nella maggior parte dei casi, i webinar sono tenuti per generare lead, costruire la consapevolezza e l'autorità del brand dell'organizzazione, e sviluppare relazioni con i potenziali donatori.

Il Content Marketing è uno dei metodi più potenti, gratuiti e organici che sono disponibili. Tuttavia, il marketing dei contenuti è complesso e può prendere diverse forme: l'article marketing ad esempio, dove viene creato un contenuto sul sito web o blog per attirare un pubblico di riferimento, oppure il video marketing che attraverso la creazione di video si pone lo stesso obiettivo. È possibile usare anche infografiche, tutorial, ebook e molte altre forme di content marketing.
Marketing Automation è un termine che, nell'ambito del Online Marketing, fa riferimento alle piattaforme software progettate per le organizzazioni che necessitano di automatizzare attività ripetitive, sviluppare e implementare campagne di email marketing, tracciare le attività di donatori attuali e potenziali.

La Marketing Automation consente a piccole e grandi organizzazioni di ottenere maggiore efficacia, controllo e misurazione delle attività di online marketing, per la demand generation e il customer engagement (per convertire nuovi contatti in reali donatori, in tempi più rapidi e con maggiore efficienza produttiva). Con riferimento a tutte le tecnologie di Marketing Automation si usa anche il termine MarTech (Marketing Technologies). I principali strumenti di Marketing Automation, come Sales Force e Hub Spot, hanno costi molto elevati per piccole realtà. Esistono alcune soluzioni open source a costi molto più bassi come ad esempio Mautic.

La scelta di attivare delle strategie di Online Marketing necessità di definire due concetti: la vision che definisce cosa l'organizzazione vuole essere o vuole realizzare e la mission che agisce sul presente, anche se ha una connotazione continuativa, e si focalizza su ciò che l'azienda vuole ottenere.

Nel caso di Tesla la Vision è "guidare la transizione del mondo verso l'energia sostenibile" mentre la Mission "accelerare la transizione verso i veicoli elettrici".
Mentre per un'azienda come LinkedIn: la Vision "creare opportunità economiche per ogni membro della forza lavoro globale", mentre la Mission "connettere i professionisti di tutto il mondo".

A prescindere a tutto, quando si vuole fare Lead Generation,è fondamentale partire dall'individuazione del target della propria azione di Online Marketing.
Per esempio:

- Età
- Genere
- Dove vive

Minipodcast: il principio di trasparenza per gli ETS

che corrispondano in termini di caratteristiche a quelle del target di donatori che si vogliono raggiungere.

Il Webinar Marketing è l'atto di usare seminari online (webinar) per interagire con lead e per promuovere un'organizzazione e il suo servizio e/o progetto al suo pubblico di riferimento. Nella maggior parte dei casi, i webinar sono tenuti per generare lead, costruire la consapevolezza e l'autorità del brand dell'organizzazione, e sviluppare relazioni con i potenziali donatori.

Il Content Marketing è uno dei metodi più potenti, gratuiti e organici che sono disponibili. Tuttavia, il marketing dei contenuti è complesso e può prendere diverse forme: l'article marketing ad esempio, dove viene creato un contenuto sul sito web o blog per attirare un pubblico di riferimento, oppure il video marketing che attraverso la creazione di video si pone lo stesso obiettivo. È possibile usare anche infografiche, tutorial, ebook e molte altre forme di content marketing.
Marketing Automation è un termine che, nell'ambito del Online Marketing, fa riferimento alle piattaforme software progettate per le organizzazioni che necessitano di automatizzare attività ripetitive, sviluppare e implementare campagne di email marketing, tracciare le attività di donatori attuali e potenziali.

La Marketing Automation consente a piccole e grandi organizzazioni di ottenere maggiore efficacia, controllo e misurazione delle attività di online marketing, per la demand generation e il customer engagement (per convertire nuovi contatti in reali donatori, in tempi più rapidi e con maggiore efficienza produttiva). Con riferimento a tutte le tecnologie di Marketing Automation si usa anche il termine MarTech (Marketing Technologies). I principali strumenti di Marketing Automation, come Sales Force e Hub Spot, hanno costi molto elevati per piccole realtà. Esistono alcune soluzioni open source a costi molto più bassi come ad esempio Mautic.

La scelta di attivare delle strategie di Online Marketing necessità di definire due concetti: la vision che definisce cosa l'organizzazione vuole essere o vuole realizzare e la mission che agisce sul presente, anche se ha una connotazione continuativa, e si focalizza su ciò che l'azienda vuole ottenere.

Nel caso di Tesla la Vision è "guidare la transizione del mondo verso l'energia sostenibile" mentre la Mission "accelerare la transizione verso i veicoli elettrici".
Mentre per un'azienda come LinkedIn: la Vision "creare opportunità economiche per ogni membro della forza lavoro globale", mentre la Mission "connettere i professionisti di tutto il mondo".

A prescindere a tutto, quando si vuole fare Lead Generation,è fondamentale partire dall'individuazione del target della propria azione di Online Marketing.
Per esempio:

- Età
- Genere
- Dove vive

TRASCRIZIONE

Minipodcast: il principio di trasparenza per gli ETS

- Guru seguiti
- Argomenti di interesse
- Hanno un processo decisionale lungo o corto?
- Dove spende il tempo online e orari
- Clienti attuali e avuti in passato (sondaggi e interviste).

Due sono gli strumenti che possono aiutare a capire dove il target di riferimento spende il tempo online sono Quora e Reddit. Una volta definito il target è necessario decidere dove posizionarsi online, le principali possibilità sono:

- Social network
- Marketplace
- Sito Web/Landing Page
- Blog
- Magazine online

Il passaggio successivo consiste nel generare traffico e, come già evidenziato in precedenza, può avvenire tramite:

- Traffico Organico: SEO, Content Marketing, Email Marketing, Webinar Marketing, Social Media Marketing, ecc.
- Traffico a Pagamento: SEM, Affiliate Marketing, Influencer Marketing, Social Media Advertising, Marketing Automation

L'ultimo passo da fare, nonché quello conclusivo, è come convertire il traffico. Per fare questo i principali strumenti e passaggi da effettuare sono:

- Inserire call to action (CTA)
- Dirottare il traffico sulle landing page
- Ottimizzare il sito per la conversione
- Utilizzare moduli di conversione (web forms agganciati a un sistema di Marketing Automation)

Lead Nurturing (Newsletter, Social Media, Content Creation e Marketing Automation) che consiste nell'instaurare una relazione con il contatto generato.