

Capitolo 9.

Marketing e Comunicazione

Quando hai un'idea per un'attività, un progetto o un investimento, è fondamentale definire i tuoi obiettivi e le tue azioni per raggiungerli: la comunicazione e la sensibilizzazione per i tuoi prodotti sono fondamentali. Il marketing per avviare un'attività è uno degli strumenti fondamentali per comunicare il tuo prodotto. Il marketing aiuta a scalare il prodotto, portare trazione e vendere di più...

9.1 Cos'è il marketing?



What Is Marketing?

9.2: Ecco 10 consigli da condividere con te

9.2.1 Conosci il tuo cliente!

È inutile creare strategie, azioni, assumere campagne AdWords, Facebook ADS o Twitter se non sai chi è il tuo cliente e chi utilizzerà il tuo prodotto. Anche se questo sembra semplice da fare, è molto comune che nella creazione di un'impresa, che mentre si sta convalidando il modello di business, anche il profilo del cliente cambi. È importante sapere chi è, come è, cosa gli interessa, il suo quotidiano, cosa lo frustra, cosa vuole, i media e il blog / che legge. Tutte queste informazioni renderanno la tua vita molto più facile quando ti approccerai alla creazione di una strategia di marketing e comunicazione.

9.2.2 Prima di creare una strategia, chiediti quale sia l'obiettivo

Prima di fare qualsiasi strategia, chiediti, qual è l'obiettivo? Cosa vogliamo ottenere con la sua creazione? Avere in mente in modo chiaro a chi è rivolta la strategia, permette di creare un piano specifico con azioni concrete ed efficaci.

9.2.3 Studia la concorrenza e copia

Indaga su come sta andando la tua concorrenza nel marketing e nella comunicazione; cosa funziona e cosa non funziona. Anche in ciò che è già buono, pensa su cosa potresti fare meglio di loro e in cosa differisci. Ricorda: copiare non è un male. A volte non è necessario innovare. Se vedi che la tua concorrenza fa qualcosa che funziona, copialo, fallo su misura per te e scopri se ti darà buoni risultati.

9.2.4 Impostare un obiettivo specifico

Nella costruzione di un'impresa, una delle domande fondamentali riguardanti il marketing è: cosa vuoi ottenere e qual è il tuo obiettivo. Le risposte a queste domande possono essere molto diverse. Si va dal coinvolgimento dei clienti, alla conquista di questi, fino ad arrivare alle persone che scaricano la tua nuova app e così via. Ebbene, questi sono tutti obiettivi molto generali. Un obiettivo deve essere SMART [Specifico, Misurabile, Raggiungibile, Rilevante, entro un Tempo specifico]. Un buon esempio di un obiettivo SMART è: "Voglio ottenere 5.000 utenti attivi nella mio account Twitter nei prossimi 3 mesi".

Quando si fissano gli obiettivi, chiediti come verranno misurati e come farai a sapere se l'obiettivo è stato raggiunto o meno. In questo modo avrai obiettivi misurabili e potrai dare la priorità a quello più importante per la tua attività e verificare se lo raggiungerai o meno.

9.2.5. Parla con il tuo team

Siediti con il tuo team (o chiedi a persone che possono aggiungere valore quando sei da solo e chiedi loro di partecipare a un brainstorming) e coinvolgilo nel piano di marketing. Per esperienza sappiamo che liberare del tempo quando si avvia un'attività è difficile. Ma è necessario. Investire tempo significa investire denaro (eh sì, il tempo è denaro). Lavorare in squadra è ciò che rende un prodotto significativo, evita incomprensioni, fa risparmiare tempo e denaro, allinea le aspettative.

9.2.6 Pianifica

È la chiave di qualsiasi strategia di marketing. È importante creare un piano di marketing e inserirlo in un documento, con date, azioni, canali, campagne che verranno realizzate. Più è specifico, meglio è. Questo ti aiuterà a non improvvisare la strategia, non deviare e massimizzare i tempi per il tuo team.

Nel caso in cui crei un piano di contenuti per il blog, pensa: chi costruirà il contenuto? Quanto spesso verrà pubblicato? Chi lo modificherà? Qual è il processo di pubblicazione che verrà seguito? Crea un calendario mensile per pianificare i contenuti che condividerai e scrivi le informazioni chiave.

9.2.7. Prenditi cura della pagina web

Se ciò che interessa è vendere, l'aspetto web della tua azienda è fondamentale. Scegli immagini di qualità, accurate e attraenti che supportano il prodotto o servizio che offri. Comunica in un linguaggio semplice e comprensibile con i tuoi clienti. Includi quali siano i vantaggi del tuo prodotto, video esplicativi, utilizza testimonianze del tuo prodotto o servizio e loghi, clienti e prezzi. Tutto ciò rende una pagina web attraente. Attenzione agli errori di ortografia e di stampa. Riducono la credibilità e offuscano il prodotto.

9.2.8. Comunica quello che fai

La comunicazione fa anch'essa parte di una strategia di marketing e aiuta a far vedere ciò che fa la tua azienda. Comunica cosa stai facendo attraverso i tuoi social media, blog, sito web e mantieni alta la comunicazione all'interno del tuo team.

9.2.9 Scommetti su una strategia “mediatica”

È importante comunicare cosa l'azienda faccia ai media. Si tratta di fare bene e offrire loro ciò di cui hanno bisogno. Nella ricerca dell'approccio perfetto ogni azienda dispone di informazioni molto preziose da comunicare ai media. Non si tratta di fare comunicati stampa a profusione o fornire informazioni che non sono rilevanti. Si tratta di capire come funzionano i media e come la tua start-up può aiutarli nel loro lavoro.

9.2.10 Misurare i risultati

Per vedere se la strategia e le azioni funzionano, devi misurarle. Per questo, ciò che viene utilizzato più frequentemente sono i KPI. I KPI (Key Performance Indicators), tipici delle strategie di marketing. Alcuni KPI di base sono il tasso di conversione, la frequenza di rimbalzo, la durata della visita sul web, il numero di retweet, il numero di Mi piace, ecc.

Fonte: Jamerson, K., [Top 10 Marketing Tips for 2020](#)