

m MARKETING NUOVE FRONTIERE

di Maurizio Pisani*, esperto@millionaire.it

Arriva dagli Usa
una nuova tecnica
di marketing.
Non richiede grandi
investimenti, ma solo
tempo e cervello.
Un esperto ci
spiega come

E ORA INBOUND MARKETING (E IL CLIENTE TI TROVA IN RETE)

Marco si è appena laureato e vuole avviare un'attività di web design. Laura gestisce una piccola palestra. Giuseppe è un libero professionista: architetto. Tutti e tre hanno un problema: vogliono trovare nuovi clienti e far crescere il loro fatturato. Gli strumenti che si usavano in passato (annunci sui giornali locali ecc.) oggi funzionano poco. Internet e i social media hanno rivoluzionato il mondo del marketing, che è molto cambiato nell'ultimo decennio.

Oggi Marco, Laura, Giuseppe e tutti i liberi professionisti, piccole e medie imprese, startup che vogliono trovare nuovi clienti devono usare l'Inbound Marketing. È un insieme di tecniche e attività di marketing che hanno come obiettivo quello di farsi trovare e scegliere, in Rete, dai potenziali clienti.

Ecco 5 passi da seguire per applicare i principi dell'Inbound Marketing alla tua attività.

1 DEFINISCI LA TUA STRATEGIA DI MARKETING. È l'unica cosa che non è cambiata nel tempo: per avere successo, ogni business deve avere una strategia di marketing vincente. Nella tua definisci quali sono i clienti a cui ti vuoi rivolgere e i motivi per cui loro dovrebbero scegliere te anziché i tuoi concorrenti. Crea anche la tua immagine: un nome, un logo, uno slogan di marca.

2 COSTRUISCI LA TUA PRESENZA ONLINE. Un sito/blog (ottimizzato per i motori di ricerca), una pagina Facebook o LinkedIn per la tua attività, un account Twitter. Connettiti sui social media con i tuoi potenziali clienti e con tutte le persone importanti per la tua attività.

Commenta sui blog, partecipa ai gruppi: di alle persone sui social media che existi e cosa fai!

3 CREA LA TUA MAILING LIST. Raccogli indirizzi email. Per farcela, inventa qualcosa che incentivi le persone con cui entri in contatto a lasciarti la loro email: offri un e-book gratuito, un mini-corso, un buono sconto. Se hai soldi da investire: usa Google AdWords o Facebook Ads. Pubblicizza la tua offerta gratuita e costruisci una solida mailing list.

4 PRODUCI OGNI SETTIMANA CONTENUTI DI VALORE sotto forma di articoli, video, infografiche. Postali sul tuo blog e diffondili via social media e via email ai tuoi contatti. Questi contenuti devono far risaltare le tue competenze. E per avere successo, i contenuti che proponi devono, in qualche modo, aiutare chi ti legge a risolvere un problema, o a migliorare qualcosa nella sua attività.

5 ASPETTA! Dedica un po' di tempo ai punti 1-4 e, se hai fatto tutto bene, dopo qualche mese vedrai i primi risultati. Qualcuno inizierà a chiederti informazioni, qualcun altro ti chiamerà: prepara un'offerta introduttiva speciale e trasforma questi contatti in clienti. **m**



Il nostro esperto

* Maurizio Pisani, 48 anni, dopo un Mba e 20 anni nel settore marketing di grandi aziende, ha sviluppato un sistema di marketing innovativo. Il suo progetto si chiama "Marketing per liberi professionisti", <http://marketinglp.it>: troverete idee, notizie e corsi di marketing per professionisti.



Ti regaliamo un e-book

Per i lettori di *Millionaire*, in regalo l'e-book del nostro esperto Maurizio Pisani *Introduzione al marketing per liberi professionisti*. Scaricalo qui: <http://marketinglp.it/free-ebook>

«Un tempo, il tuo successo nel marketing era direttamente proporzionale al tuo portafoglio. Ora è direttamente proporzionale al tuo cervello». Brian Halligan, CEO di Hubspot, inventore del nome Inbound Marketing