

## FINANZIAMENTI

Chi investe nelle attività degli under 35 a fondo perduto e tasso agevolato

## SPECIALE Expo Franchising Napoli

19 e 20 maggio 2017

Tutto quello che devi sapere sull'unico evento del Mediterraneo per franchisor, aspiranti imprenditori, startupper, investitori



## ARTIGIANATO 4.0: IL DIGITAL MUOVE LE MANI

Le nuove tecnologie fanno crescere le opportunità nel lavoro manuale: ecco come fare impresa in un settore di tendenza, trainato dal Sud

# Il web efficace parla con i numeri

**Massimo Petrucci**, uno dei più importanti esperti di web marketing, spiega quali sono i fattori chiave di una strategia online di successo

Web è sinonimo di accessibilità e facilità. Mai come oggi abbiamo a disposizione uno strumento che ci permette, con pochi click, di trovare informazioni pressoché illimitate e nello stesso tempo di farci conoscere a una platea davvero ampia di navigatori..Eppure se parli con un esperto di web marketing, ti accorgi che per raggiungere i propri obiettivi, nessun click dovrebbe essere a caso, tanto più se si parla di aziende. E che le principali caratteristiche che determinano il successo di una strategia online hanno a che fare con misurabilità e numeri. "Il web offre una possibilità che non tutti gli strumenti di advertising e marketing consentono, cioè misurare il customer journey, il viaggio che trasforma un visitatore del nostro sito in un lead e poi in un cliente. Se non riesci a rifare il viaggio a ritroso, cioè a mappare le ragioni del successo di una campagna, hai comunque buttato i soldi". A parlare è Massimo Petrucci, consulente di web marketing, segnalato tra i primi 100 esperti SEO al mondo da seguire su Twitter secondo la lista internazionale di Evan Carmichael e tra i primi 100 influencer social media marketer mondiali secondo Onalytica.com.

“ Se gestisci bene facebook hai l’80 per cento di probabilità di colpire un tuo potenziale cliente e portarlo sul tuo sito

”



# “ Bisogna curare il lead, prendere il contatto e farlo crescere, formarlo, informarlo ”

**Nei tuoi interventi parli molto di lead generation. Che cos'è esattamente?**

La lead generation è una strategia di web marketing attraverso la quale si riesce a generare un flusso continuo di richieste da parte dei potenziali clienti. Per ottenere questo risultato, bisogna sviluppare una serie di azioni che portino il navigatore che sta cercando informazioni prima su risorse utili e libere, ad esempio un articolo del blog, poi su risorse gratuite e più strutturate in cambio di email, ad esempio un ebook, fino a compiere tutto il percorso che lo porta da conoscere l'azienda, a comprendere la sua offerta, per terminare a desiderare il suo prodotto o servizio. Chi compie questo passaggio sarà il suo lead. Non tutti i lead però sono già pronti ad acquistare e qui si inserisce un altro step fondamentale ma non sempre riconosciuto nella sua importanza, cioè la cura del lead. **Prendere il contatto e farlo crescere: formarlo, informarlo.** Ci sono sistemi che utilizzano software, mail targettizzate e automatisimi che ti permettono di misurare la predisposizione all'acquisto del lead e a contattarlo quando è maggiormente pronto, evitandoti di "bruciarlo".

**Qual è la prima cosa che fai quando una azienda si rivolge a te?**

Inquadrare l'obiettivo e mediare l'obiettivo rispetto all'investimento (è la parte più difficile). Di un obiettivo condiviso bisogna poter misurare il successo in un determinato periodo di tempo.

**E qual è la prima resistenza che incontri?**

Solo il 63 per cento delle pmi ha un sito internet, solo il 50 per cento è orientato a fare investimenti di marketing. Tra le aziende che fanno webmarketing, solo il 7/10 per cento fa lead generation. Se l'imprenditore ti chiama, è pronto per il web. Solo che spesso pensa che sia semplice, veloce e gratuito. **Una delle obiezioni che mi sento rivolgere più spesso è che le aziende funzionano con il passaparola e non hanno bisogno dei social.** Rispondo che quasi l'80 per cento di chi ha un accesso a Internet ha anche un account facebook, quindi gestendo bene facebook hai l'80 per cento di probabilità di colpire un tuo potenziale cliente e portarlo sul tuo sito

**La lead generation si può applicare ad imprese di ogni settore?**

Sì, vale anche per il franchisor che vuole acquisire franchisee, per esempio. O per il franchisee che cerca clienti. **Con Soluzioni srl, società focalizzata sullo sviluppo di marchi in franchising, stiamo lavorando a un progetto che ha l'obiettivo di un format di franchising che includa già l'attivazione di lead generation a favore dei franchisee.**

E.D.

**Dal prossimo numero Massimo Petrucci curerà una rubrica su Web Marketing e Lead Generation. Terrà un workshop a Expo Franchising Napoli**