

[Stai cercando] strategie di marketing o NUOVI CLIENTI?

ADWORDS
QUALIFIED
INDIVIDUAL
Google

A cura di
Alessandro De Tommaso
Web & Business Specialist



Mi chiamo Alessandro De Tommaso. Ho fatto della mia passione per il web marketing il mio stesso lavoro e da quando ho compreso le potenzialità commerciali del Web, ho deciso di specializzarmi nell'acquisizione di clienti attraverso questo strumento. Collaboro da anni con Google che è il leader tra i motori di ricerca, attualmente **il più efficace punto d'incontro tra domanda ed offerta** di qualunque mercato.

Infatti ad oggi, prima di acquistare, quasi tutti i consumatori effettuano una ricerca online¹: hanno compreso che il motore di ricerca è lo strumento in assoluto più veloce ed utile perché **offre precise risposte nel momento stesso in cui vengono poste le domande**.

Se, per esempio cerco un volo, trovo subito le diverse offerte online, senza dovermi recare in agenzia. Inoltre prenoto, acquisto e faccio anche il check-in direttamente sul sito della compagnia aerea. Se cerco un professionista nella mia città, lo trovo online e lo contatto per una consulenza. Se voglio acquistare un condizionatore, confronto i prezzi e le

caratteristiche delle diverse marche e presso diversi rivenditori e decido se farmelo inviare comodamente a casa. Attraverso le mie ricerche, sto prendendo parte alla domanda sul mercato. Esprimo cioè il mio interesse verso le informazioni fornite e la mia propensione all'acquisto per le offerte del mercato stesso.

Comprenderai, quindi, come la vera necessità (per vendere i tuoi prodotti/servizi) è **essere presente** e soprattutto renderli **individuabili online** da chi li cerca, nel momento stesso in cui li cerca. L'obiettivo principale è acquisire il maggior numero di potenziali clienti (prospect) interessati.

Se so che iniziano i saldi di stagione e decido di rinnovare il guardaroba, mi reco nella via della mia città dove so esservi negozi di abbigliamento. Paragonato ad una ricerca online è come se avessi scritto, per esempio, le parole-chiave "abbigliamento uomo Milano". Entrando in un negozio, **è molto probabile che acquisti, perché era proprio la mia intenzione iniziale** per la quale mi ero recato in quella specifica strada.

Allo stesso modo, facendo leva sui motori di ricerca, non sarai tu a cercare i clienti ma l'esatto opposto: **i clienti cercheranno e troveranno Te**.

Ti troveranno se sarai **visibile e attraente**: è difficile che, per comprare la mia camicia, sia entrato in un negozio anonimo con una vetrina scura e spoglia (a meno che non fossi già un cliente fidelizzato). È molto probabile che abbia scelto il negozio più visibile, quello che comunicava le offerte più interessanti e nel modo più convincente.

Il mio primo impegno verso le aziende che si affidano a me per trovare nuovi clienti, è quindi - anzitutto - garantire loro **l'immediata reperibilità sul Web** dei loro prodotti o servizi, o del loro sito istituzionale, posizionandoli tra i primi risultati nelle ricerche dei consumatori interessati.

Farti trovare sul web prima dei tuoi concorrenti è infatti la condizione chiave per attrarre gli utenti interessati ai prodotti o servizi che vendi. Ma non basta: per riuscire a trattenerli al tuo sito o negozio virtuale **devi saper comunicare nel modo giusto**.

Tornando all'esempio dei negozi di Milano: se nel negozio in cui decido di entrare ci sono i pantaloni che ho intenzione di comprare, ma, per esempio, io non riesco a trovarli, o se il personale è sgarbato, io esco da lì, per cercarli altrove!

Se, invece, reputo le offerte convenienti e il negozio bene organizzato, con persone dalle spiccate doti commerciali, che sappiano relazionarsi in modo convincente e trovare tempestivamente quello che sto cercando, mi persuado facilmente a comprare qualcosa, memorizzo piacevolmente l'esperienza d'acquisto e con grande probabilità tornerò nello stesso negozio quando avrò nuovamente bisogno di quel genere di prodotti.

In sintesi, parallelamente alla qualità offerta, risulta di estrema importanza una comunicazione efficace che **spinga all'azione** online cui sei interessato: può essere un acquisto, nel caso in cui tu abbia un'attività di e-commerce, ma generalmente è la richiesta di informazioni, la registrazione al sito o alle newsletter e tutto quanto possa **fornire il contatto** di chi sta scorrendo le tue pagine Web.

È in questo modo - garantendo alta visibilità online e curando l'efficacia della comunicazione istituzionale e commerciale attraverso il Web - che assicuro alle aziende per le quali lavoro **nuovi contatti commerciali ogni giorno** (immaginate quale beneficio anche morale, e di soddisfazione personale, in ufficio, nel ricevere quotidianamente un certo numero di richieste da potenziali clienti interessati alla propria offerta) o **direttamente nuovi clienti** (se un ordine può essere fatto online). Sapere che ognuna di queste aziende è altamente soddisfatta del **ritorno sugli investimenti** fatti è linfa vitale per il lavoro che svolgo e che, da parte mia, trovo così gratificante proprio perché porta risultati certi e, soprattutto, economicamente quantificabili!

¹ Tra i dati rilevanti emersi dall'edizione 2009 della ricerca di OTO Research:

- la **quasi totalità degli italiani online** utilizza almeno un motore di ricerca; lo 89% li usa su base quotidiana
- il 93% degli italiani online ritiene i motori di ricerca lo **strumento più efficace** per cercare informazioni, prodotti e servizi;
- l'87% degli italiani online **utilizza i motori di ricerca per trovare informazioni decisive per un acquisto**.

vuoi VENDERE???



**SMETTI di INSEGUIRE I CLIENTI:
FATTI CERCARE DA LORO!**

come?
hai mai pensato al WEB?
scopri come

FATTI CONTATTARE DA CHI VUOL COMPRARE!!!!

www.troviamoclienti.it