

DIGITAL PRO

di **DAVIDE ARMARI**
DIGITAL MARKETING SPECIALIST

CAPITOLO 1

**LA STRATEGIA DI DIGITAL
MARKETING DA SEGUIRE**

CUSTOMER JOURNEY

Qui inizia e finisce il Digital Marketing...

Con il Customer Journey si intende quel viaggio o processo che ogni potenziale cliente attraversa per diventare un nuovo cliente.

È un percorso che strategicamente costruisce una relazione con nuovi potenziali clienti e li converte in clienti fedeli e abituali.

È così che gli estranei diventano acquirenti e, alla fine, fan sfegatati della tua attività.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

La dura verità è che il Marketing non è un processo in un solo passaggio.

Ci sono 8 fasi di cui devi tenere conto nel percorso di acquisizione e promozione.

Ma ho ottime notizie...

Se comprendi questa strategia (il Customer Journey), puoi progettare intenzionalmente la tua attività in modo tale da **muovere le persone in modo prevedibile** attraverso le fasi di questo modello di Strategia di Digital Marketing.

In altre parole, non ti chiederai più se sarai in grado di generare lead. Non dovrai incrociare le dita e sperare nei clienti. Quando comprendi il Customer Journey, anche le recensioni e i referral diventeranno automatici.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Il Customer Journey è la base strategica di tutto ciò che faccio per la mia attività e per quella dei miei clienti.

È il modello principale su cui si basa ogni altra disciplina e tattica di marketing digitale.

È così importante che voglio fare con sicurezza questa dichiarazione audace:

Il compito del marketing è quello di far muovere potenziali clienti e clienti in modo fluido e sottile attraverso ogni fase del Customer Value Journey.

In questo capitolo del Corso Digital Pro inizieremo con la mappa del Customer Value Journey.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Dopodichè analizzeremo ciascuno degli 8 passaggi, parleremo delle tattiche di cui avrai bisogno per spostare le persone lungo il percorso e esamineremo i casi di studio in modo che tu possa vederlo in azione.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

PANORAMICA DEL CUSTOMER VALUE JOURNEY

Dal grafico qui sotto dovresti intuire come mai il Customer Journey è così importante, ecco come si presenta (dal basso verso l'alto):

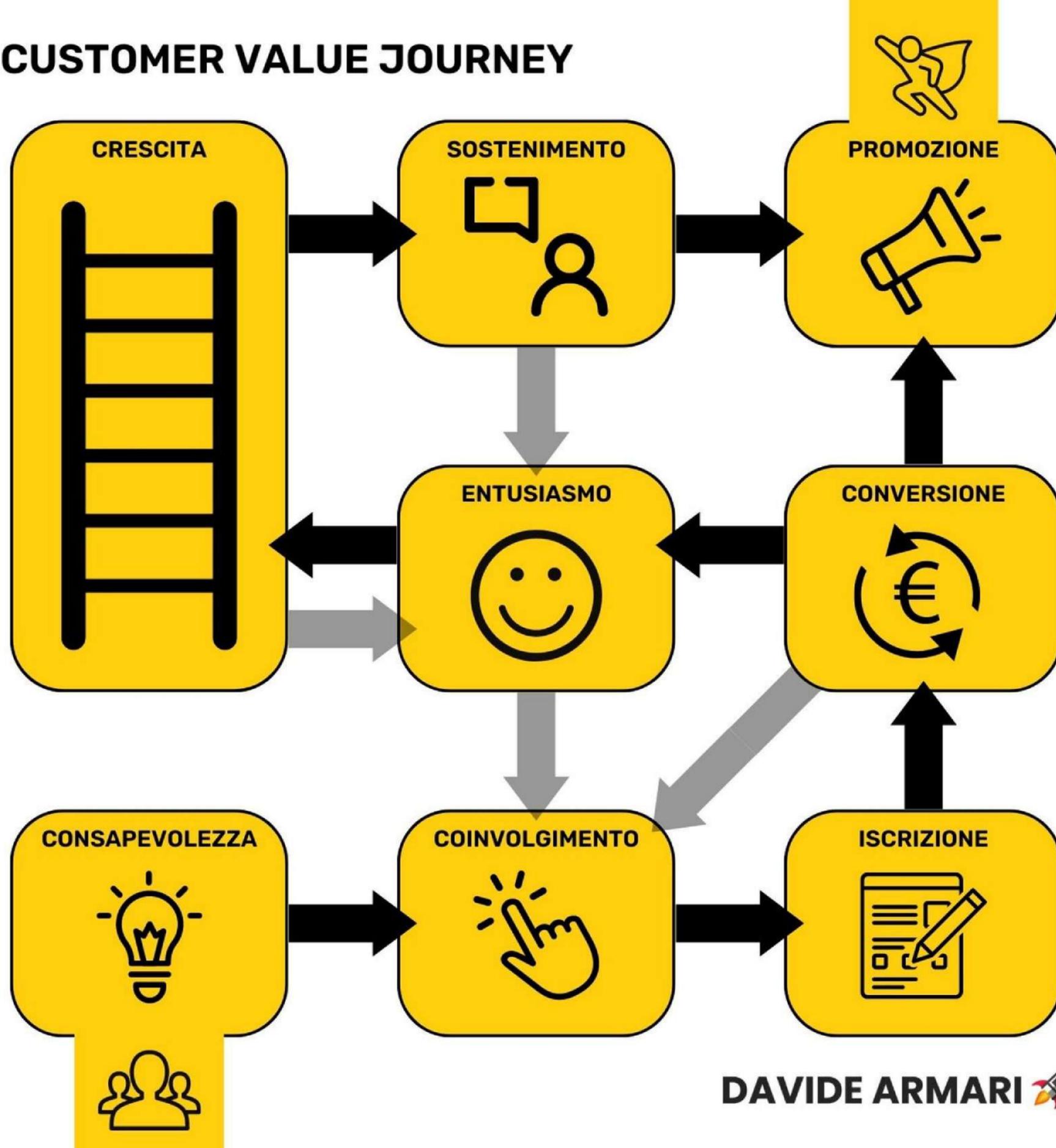
DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

CUSTOMER VALUE JOURNEY



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

DAVIDE ARMARI 

Davide Armari | Digital Pro

Ora esaminiamo il processo in 8 fasi per creare la tua strategia di marketing digitale:

FASE 1: CONSAPEVOLEZZA O ANCHE DETTA AWARENESS

Prima che qualcuno possa acquistare da te, deve rendersi conto che esisti, giusto?

Bene, questo è il primo passo nel Customer Journey.

Questo passaggio è abbastanza autoesplicativo: **è dove la persona diventa consapevole di te.**

DIGITAL  PRO
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Dopotutto, nessuno nasce sapendo chi sono Apple o Amazon. Ad un certo punto devono venire a conoscenza di queste aziende se vogliono diventare clienti.

La stessa cosa vale per la tua azienda.

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA CONSAPEVOLEZZA:

Ci sono molti modi in cui un potenziale cliente potrebbe venire a conoscenza della tua azienda, dei tuoi prodotti e dei tuoi servizi.

Ecco tre possibili scenari:

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

- Un padre di due figli vede su Facebook la pubblicità di un nuovo campo estivo per bambini.
- Un responsabile di ufficio cerca su Google per trovare un nuovo fornitore di caffè.
- Una studentessa universitaria guarda un video su Instagram della sua amica entusiasta di una nuova marca di cuffie con cancellazione del rumore.

Gli annunci di Facebook sono il veicolo perfetto per aumentare la consapevolezza.

In questo esempio il sito ecommerce **Armaringross Accessori per Negozi** crea consapevolezza sul desiderio latente dei potenziali clienti informandoli che può occuparsi di soddisfare la loro esigenza con il servizio di **Segnaprezzi Personalizzati**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

A screenshot of a Facebook post from the page 'Armaringross Accessori per Negozi'. The post is by Nicole Armari and asks if the user would like to display price tags with their logo in their shop window. It offers a solution and shows examples of custom price tags for 'Caffetteria Intervallo' (with macarons) and 'Formaggeria Duomo' (with cheese). The post includes hashtags like #segnaprezzi, #personalizzati, #armaringross, #ecommerce, #negozio, and #online. It has 56 likes, 6 comments, and 2 shares.

Armaringross Accessori per Negozi
Pubblicato da Nicole Armari

Ti piacerebbe esporre in vetrina dei segnaprezzi con il tuo logo?
Non ce l'hai? 😞

👉 Nessun problema, te lo creiamo noi!

Così come abbiamo fatto questi per Formaggeria Duomo 🧀 e Caffetteria Intervallo ☕ ...belli no? 🌟

#segnaprezzi #personalizzati
#armaringross #ecommerce #negozio #online



56

Commenti: 6 Condivisioni: 2

Mi piace Commenta Condividi

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Se non eri a conoscenza dell'esistenza dei Segnaprezzi o della possibilità di personalizzarli, questo annuncio Facebook ti informa.

FASE 2: COINVOLGIMENTO

Il tuo potenziale cliente ora è consapevole di te, sanno chi sei, ma sei ancora nelle prime fasi di una relazione con loro. Non ti conoscono ancora, come te, o si fidano di te.

Quindi il prossimo passo è iniziare a sviluppare una relazione con il tuo potenziale cliente.

Il passaggio 2, il Coinvolgimento, è il punto in cui inizi a conversare con i tuoi potenziali clienti. Li coinvolgi attraverso una forma di contenuto che fornisce intrattenimento, informazioni o entrambi.

DIGITAL  **PRO**
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA COINVOLGIMENTO:

Il coinvolgimento si presenta in genere sotto forma di contenuto o community.

Ecco alcuni esempi per far fluire le idee:

- Un nonno di cinque figli riceve una newsletter via e-mail dal suo consulente finanziario che descrive in dettaglio diversi modi per risparmiare per la retta universitaria di un bambino riducendo le tasse.
- Il proprietario di un'enoteca diventa attivo in una community Facebook per cantine e altri rivenditori di vino.
- Una neomamma guarda un video di YouTube di Chicco che le mostra come cambiare il pannolino al suo bambino

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

Il coinvolgimento avviene spesso attraverso contenuti preziosi e pertinenti.

YouTube ^{IT}

come cambiare pannolino neonato



Il cambio del pannolino: ecco come fare

168.748 visualizzazioni • 9 anni fa

 Chicco

Acqua, detergente delicato, crema specifica per la pelle sensibile dei neonati: l'ostetrica spiega cosa non deve mai...

1:45

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Diamo un'occhiata a un altro esempio di coinvolgimento di Matrimonio.com.

Questo è un contenuto divertente ed educativo per attirare e ottenere coinvolgimento dai potenziali clienti del sito web in questione: le persone che partecipano ai matrimoni e che potrebbero acquistare un vestito:

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



Test: dimmi quali sono le tue forme e ti dirò l'abito adatto te!

Specchio e bilancia sono i grandi nemici di ogni donna, ma cosa accade quando si avvicina la grande scelta dell'abito da sposa? Tutti i difetti affiorano a galla! Ecco perché noi vi aiutiamo a combattere la vena autocritica con questo simpatico test.

Non hai ancora trovato il "TUO" abito? 🤔

Richiedi informazioni e prezzi di abiti e accessori ai rivenditori della tua zona

Consulta i prezzi



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Puoi aumentare il coinvolgimento con contenuti tanto divertenti quanto utili.

FASE 3: ISCRIZIONE

A questo punto, il tuo potenziale cliente sa chi sei e ha interagito con te in un modo o nell'altro dimostrando il suo impegno.

Tuttavia, se non sei riuscito a ottenere le informazioni di contatto di quella persona, a questo punto c'è un'altissima probabilità che non avrai mai più sue notizie.

Come mai?

Perché oggi le persone sono inondate di marketing e contenuti, creando **scarsità di attenzione**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Solo perché qualcuno legge uno dei tuoi post sul blog oggi **NON significa che si ricorderà di rivisitare il tuo sito in futuro.**

Invece, devi far avanzare quella persona alla Fase 3 del Customer Journey, che consiste nell'iscriversi.

Qui, **la persona ti fornisce le sue informazioni di contatto** e, così facendo, ti concede il permesso di contattarla di nuovo in futuro.

Molto spesso, questa transazione è uno scambio, a volte indicato come "tangente etica".

Promuovi un'offerta preziosa, ma invece di chiedere denaro, chiedi le informazioni di contatto del potenziale cliente.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA ISCRIZIONI:

Il criterio più importante per la tua offerta gratuita è che il tuo pubblico di destinazione lo trovi prezioso.

Ecco alcuni esempi di diversi settori:

- Un giovane professionista si iscrive a un webinar di un agente immobiliare locale sulle migliori pratiche per l'acquisto della prima casa.
- Una studentessa compila un modulo su un blog per ricevere un campione gratuito di una nuova crema per il viso.
- Il responsabile risorse umane di un'azienda si registra per una demo di una applicazione per l'assunzione di nuovi dipendenti.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

In ogni caso, il potenziale cliente compila un modulo, fornisce le informazioni di contatto e riceve informazioni su come accedere all'offerta.

- Al giovane professionista vengono inviati l'orario e l'URL del webinar.
- Alla ragazza viene inviata un'e-mail di ringraziamento che le dice che la crema per il viso è nella posta.
- Il manager viene contattato per programmare la sua demo.

Tutto inizia sempre con un modulo di contatto.

Ad esempio, ecco come FattureInCloud genera lead con un'offerta di una prova gratuita.

DIGITAL  **PRO**

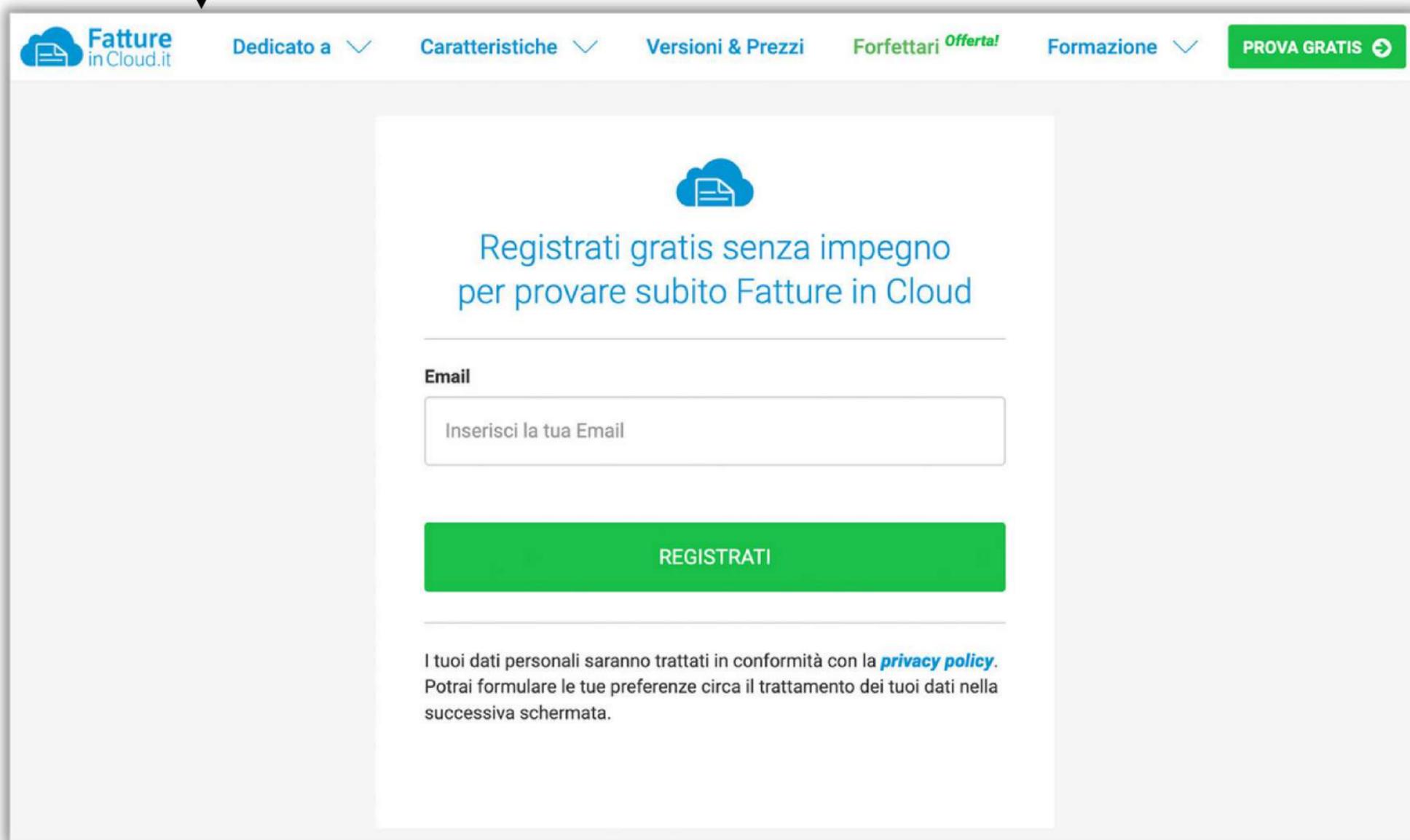
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

La possibilità di testare gratuitamente il servizio di FattureInCloud è perfetto per la fase di iscrizione del Customer Journey.



The screenshot shows the registration page for FattureInCloud. The header includes the logo, navigation links for 'Dedicato a', 'Caratteristiche', 'Versioni & Prezzi', 'Forfettari Offerta!', 'Formazione', and a 'PROVA GRATIS' button. The main content area features a cloud icon, the headline 'Registrati gratis senza impegno per provare subito Fatture in Cloud', an email input field with the placeholder 'Inserisci la tua Email', and a prominent green 'REGISTRATI' button. A privacy notice at the bottom states: 'I tuoi dati personali saranno trattati in conformità con la [privacy policy](#). Potrai formulare le tue preferenze circa il trattamento dei tuoi dati nella successiva schermata.'

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

FASE 4: CONVERSIONE

Se gli iscritti che guadagni nella Fase 3 del percorso rimangono coinvolti, alcuni di loro saranno pronti ad aumentare il loro livello di impegno.

A loro piacciono le informazioni che condividi e hanno iniziato a fidarsi di te, quindi sono pronti a investire in due modi: con tempo o denaro.

Questa è una fase critica nel Percorso del Cliente e frustrante per molti imprenditori. La chiave del successo in questa fase è utilizzare quelle che noi marketer chiamiamo “offerte di ingresso”.

DIGITAL  PRO
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Queste offerte sono progettate per **dare al nuovo potenziale cliente un enorme valore** senza costringerlo a mettersi "troppo in gioco".

In questa fase, chiedere un investimento significativo in un prodotto o servizio complesso sarebbe chiedere troppo, troppo presto.

Sei ancora nelle prime fasi della relazione.

In effetti, è troppo presto anche per preoccuparsi dei guadagni.

La fase di conversione del Customer Journey riguarda l'acquisizione di **acquirenti o l'aumento del livello di impegno dei lead** che già possiedi.

NON stiamo ancora parlando di guadagnare.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Le aziende di maggior valore al mondo sanno che tra tutte le attività di marketing, la più costosa è senza dubbio quella dell'acquisizione di nuovi clienti.

È il motivo per cui ad esempio la Vodafone ti fornisce un prezzo vantaggioso per cambiare compagnia telefonica con un'offerta di ingresso.

Oppure perchè Siteground ti offre hosting per siti WordPress a partire da 3 € al mese.

○ McDonald con la colazione completa a 1 €.

L'obiettivo è acquisire un nuovo cliente. I profitti vengono dopo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA CONVERSIONI:

Esistono due tipi di offerte di ingresso: quelle che richiedono un impegno di tempo e quelle che richiedono un impegno di denaro.

Ecco alcuni esempi:

- Una figlia di genitori anziani programma una visita presso la casa di riposo locale.
- Un uomo si avvale di un servizio di sbiancamento dentale di € 20 presso il suo dentista locale.
- Il responsabile degli investimenti di una grande azienda, acquista il libro di un consulente di gestione degli investimenti ad alto valore per € 8 sul sito Web del consulente.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Se hai notato il prezzo di queste offerte va da € 8 a € 20.

Il tuo obiettivo qui non è realizzare un enorme profitto, ma ottenere i clienti.

Perché, come vedrai, una volta che qualcuno è un cliente, è molto più probabile che quella persona acquisti un prodotto con un prezzo più alto o servizi più complessi e che lo faccia più frequentemente.

Ricorda, una delle attività di marketing più costose (in termini di tempo, denaro, risorse) che la tua azienda intraprenderà è proprio l'acquisizione di clienti.

La buona notizia è che una volta acquisiti, non è necessario pagare per acquisirli di nuovo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

Esempio di offerta di ingresso di Siteground, dove è possibile ottenere l'hosting e trasferimento gratuito a € 2,49 al mese.



80% DI SCONTO + Trasferimento GRATUITO

SiteGround HOSTING TECNOLOGIA CHI SIAMO AFFILIATI

CONTATTACI ACCEDI

Offerta a tempo limitato

**80% di sconto
sull'hosting e
trasferimento gratuito**

Email, SSL, CDN e backup gratis

A partire da **2,49 € /mese.** IVA Escl.

GUARDA I PIANI

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

FASE 5: ENTUSIASMO

A questo punto, il tuo nuovo cliente ha effettuato una transazione con te.

Una piccola transazione, certo, ma pur sempre una transazione.

Il tuo compito ora è assicurarti che il cliente sia soddisfatto del suo acquisto, così da **aumentare la fiducia** verso i tuoi confronti e del tuo brand.

Il motivo è semplice: se la persona non ottiene valore da questa transazione, non passerà alla fase successiva e non acquisterà cose più costose da te.

DIGITAL  PRO
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Quindi, come ti assicuri che i tuoi clienti abbiano una buona esperienza?

Deve essere scontato che qualsiasi cosa il potenziale cliente abbia acquistato o per cui ha rinunciato a tempo prezioso **deve essere eccezionale**.

Se i tuoi prodotti o servizi non sono di valore, il marketing non farà altro che aumentare la velocità con cui fallirai.

Perciò è fondamentale che il potenziale cliente ottenga molto valore dalla sua ultima transazione con te.

Qui arriva infatti la fase 5 del Customer Journey: L'Entusiasmo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

È una fase in cui devi entrare più e più volte.
E **ogni volta, dovrebbe creare nuovo entusiasmo.**

Stando così le cose, ogni volta che un cliente o un potenziale cliente fa ciò che gli chiedi di fare, ad esempio:

- Partecipa a questo webinar
- Acquista questo prodotto
- Assumimi per questo servizio

Il tuo marketing deve essere progettato per massimizzare le possibilità che il cliente ottenga un valore tangibile dall'esperienza che gli offri.

**ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA
ENTUSIASMO:**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Il tuo obiettivo è dare valore al tuo cliente dalla sua transazione.

Ecco alcuni esempi:

- Una coppia sposata acquista una macchina per il caffè Nespresso e utilizza le capsule di caffè gratuite e la Guida rapida per avere una fantastica tazza di caffè in pochi minuti dall'apertura della scatola.
- Un nuovo utente dell'app di streaming musicale Spotify segue una procedura dettagliata che le insegna come creare una playlist delle sue canzoni preferite.
- Un giovane legge 3 post sul blog illuminanti consigliati via e-mail dal suo Life Coach appena assunto prima della loro prima sessione di coaching.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

FASE 6: CRESCITA

In questa fase del Customer Journey, hai investito tempo, denaro e risorse per acquisire lead e clienti e assicurarti che ottengano valore dal fare affari con te.

È del tutto possibile che, fino a questa fase, tu debba ancora realizzare un profitto.

In effetti, se ti trovi in un mercato competitivo (e quale mercato non lo è oggi?) senz'altro spenderai molto denaro sulla prima parte di questo processo di acquisizione clienti.

DIGITAL  PRO
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Questo è perfettamente accettabile, ed ecco perché:
Stai investendo nei tuoi profitti futuri.

Ricorda sempre che costa di più acquisire un nuovo cliente che vendere a uno esistente. Quelle prime vendite non riguardano i profitti. Si tratta di convertire un potenziale cliente in un cliente, in modo da poter iniziare una lunga (e redditizia) relazione con il cliente.

L'acquisizione di clienti sul front-end è solo un'attività astuta, ma solo se puoi monetizzare quei clienti sul back-end.

La fase Crescita è quella in cui il tuo cliente sarà pronto ad **acquistare sempre più spesso o per un valore nettamente superiore.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Se la tua azienda ha un'offerta principale, questo è il posto giusto per fare quell'offerta.

Quindi, una volta che il tuo cliente ha acquistato l'offerta principale, è il momento di presentargli altre offerte pertinenti per accrescere il più possibile lo scontrino medio.

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA CRESCITA:

- Una coppia noleggia un'auto e paga un extra per la radio satellitare e il GPS.
- Un fotografo professionista acquista una fotocamera digitale per € 3.000 e aggiunge un kit di obiettivi, borsa per fotocamera e treppiede al suo acquisto per un prezzo di bundle di € 600.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

iPhone 13 Pro

Panoramica Specifiche



iPhone 13 Pro 256GB grafite
Un unico pagamento

Vai alla cassa

Custodie. Colori. Cool.

Regala al tuo iPhone tante nuove sfumature.



Custodia MagSafe in silicone per iPhone 13 Pro

Disegnata da Apple appositamente per iPhone 13 Pro, questa custodia in silicone protegge il tuo [Mostra di più](#) ▾

€ 55,00

Colore - Mezzanotte



Custodia MagSafe in pelle per iPhone 13 Pro

Disegnata da Apple, è una custodia in pelle pregiata, conciata e tinta con procedure speciali. È [Mostra di più](#) ▾

€ 65,00



Custodia MagSafe trasparente per iPhone 13 Pro

Sottile, leggera e comoda da tenere in mano, questa custodia creata da Apple protegge il tuo [Mostra di più](#) ▾

€ 55,00



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Esempio di Apple, dove all'acquisto di un iPhone propongono molte proposte di custodie, caricabatterie e molto altro per aumentare la spesa media del cliente.

FASE 7: SOSTENIMENTO

Ora hai un cliente felice che ha effettuato diversi acquisti redditizi da te.

La fase successiva è **creare un marketing che incoraggi i tuoi clienti più fedeli a sostenere la tua attività.**

Un sostenitore è qualcuno che **parla positivamente del tuo marchio.**

Non sosterranno necessariamente la tua attività in modo attivo, ma quando gli viene chiesto di te, risponderanno favorevolmente.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA SOSTENITORI:

Spesso si pensa che sostenimento e promozione sia al di fuori del controllo del marketing, ma non è vero. Puoi creare un marketing che genera intenzionalmente più sostenitori e promotori.

Ecco alcuni esempi:

- Una donna partecipa a un concorso per vincere un nuovo lucidalabbra da un'azienda di bellezza girando una recensione video che spiega quanto ama i loro rossetti.
- Su richiesta, il responsabile del magazzino di un'azienda fornitrice di prodotti ortofrutticoli scrive una recensione positiva sul servizio del corriere che utilizza per trasportare frutta e verdura locale.

DIGITAL  **PRO**
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire



DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

FASE 8: PROMOZIONE

I promotori differiscono dai sostenitori in quanto **stanno attivamente cercando di spargere la voce sul tuo brand, prodotti e servizi.**

In alcuni casi, il promotore ha semplicemente avuto un'ottima esperienza con la tua azienda e vuole condividere la sua storia con amici e familiari.

In altri casi, promuovono perché hai creato un incentivo per farlo. Questo mette il tuo messaggio di fronte a un nuovo pubblico, i fan, i follower e gli amici del promotore.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Poiché questo nuovo pubblico sente parlare di te da una fonte attendibile (una specie di passaparola online), è molto più probabile che diventino loro stessi clienti.

ESEMPI DI MARKETING CHE GENERA PROMOTORI:

Creare intenzionalmente più promotori è importante perché crea un esercito di venditori pagati o non pagati che diffondono la voce su ciò che vendi.

Ecco alcuni esempi:

- Un uomo che gestisce un podcast sulla pesca guadagna una commissione del 20% ogni volta che uno dei suoi ascoltatori acquista attrezzatura da pesca utilizzando il suo link di affiliazione.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

- Una donna partecipa gratuitamente a una conferenza perché ha organizzato la partecipazione anche di 5 suoi colleghi.
- Un'agenzia di marketing collabora con una società di software di Marketing Automation per rivendere il proprio software dietro commissione.

Come puoi vedere, **i promotori ti aiutano a ottenere più clienti a un costo inferiore.**

Quindi, anche quando premi i promotori, è una vittoria per tutti.

Un buon esempio è quello di Dropbox. Ha avviato un'intensa campagna di marketing di referral, facendola crescere rapidamente in poco tempo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

Esempio di link Referral di Dropbox dove invitando un amico ad iscriversi è possibile ottenere per entrambi 500 MB di archiviazione.

Ottieni fino a 16 GB di spazio Dropbox gratuito!

Invita i tuoi amici a unirsi a Dropbox e, per ogni amico che installa Dropbox, daremo a entrambi 500 MB di spazio bonus. Se hai bisogno di ulteriore spazio, [esegui l'upgrade del tuo account](#).

Altri modi per invitare amici

 Invita i tuoi contatti Gmail

 Copia link

 Condividi su Facebook

Dopo aver invitato gli amici, puoi [visualizzare lo stato dei tuoi referral](#) o visitare il nostro [Centro assistenza](#) per qualsiasi domanda.

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

COME SPOSTARE I POTENZIALI CLIENTI LUNGO IL CUSTOMER JOURNEY

Ora che sai cos'è il Customer Journey e com'è suddiviso, la prossima cosa che devi capire è:

In che modo puoi muovere in modo fluido clienti e potenziali clienti attraverso ogni fase del Customer Journey?

La risposta breve?

Costruisci **CAMPAGNE** di marketing che spostano **INTENZIONALMENTE** le persone da una fase all'altra.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Se invece si tratta di una campagna in fase di conversione o di crescita, il tuo invito all'azione potrebbe essere l'acquisto di un prodotto o servizio.

Se la campagna che stai creando è per la fase di consapevolezza, l'invito all'azione potrebbe essere semplice come ascoltare un episodio di un podcast o leggere un post sul blog.

La **fonte di traffico** invece, potrebbe essere clic da annunci a pagamento, e-mail, siti di social media o motori di ricerca come Google.

Il marketing offline potrebbe includere direct mail, pubblicità televisiva o radiofonica, annunci stampa o qualsiasi altra cosa che ottiene l'invito all'azione di fronte ai tuoi potenziali clienti.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Ora che sai cos'è una campagna, parliamo di cosa dovrebbe FARE una campagna.

Lo scopo di una campagna di marketing è **spostare intenzionalmente** le persone da una fase alla successiva del Customer Journey.

Per esempio:

Una campagna potrebbe avere l'obiettivo di far sì che le persone si iscrivano alla tua lista e-mail (passando da Coinvolgimento a Iscrizione). Un'altra campagna potrebbe avere l'obiettivo di far entusiasmare i clienti per il loro acquisto (passando da Conversione a Entusiasmo).

Ancora una volta, nota che una campagna sta muovendo **intenzionalmente** le persone.

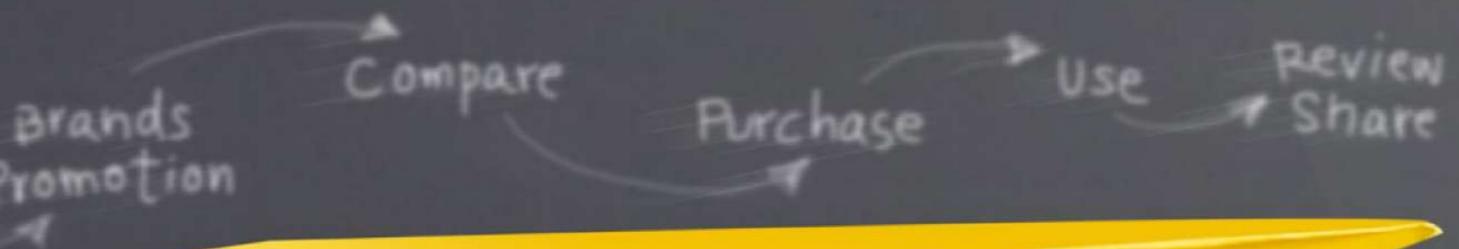
DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire



customer

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

A volte, le persone attraversano il Customer Journey per caso.

Ad esempio, tornando all'esempio di prima, immagina di non aver mai sentito parlare di Dropbox. Poi, un giorno, un amico ti dice che usa Dropbox per archiviare tutti i suoi file online e te lo consiglia.

A questo punto, sia tu che il tuo amico avete progredito lungo il Customer Journey. Sei passato alla fase 1, Consapevolezza, e il tuo amico è passato alla fase 8, Promozione.

Tuttavia, questa progressione è il risultato di un commento casuale o di una **conversazione casuale** tra te e il tuo amico.

DIGITAL  **PRO**
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

Esempio di link Referral di Dropbox dove invitando un amico ad iscriversi è possibile ottenere per entrambi 500 MB di archiviazione.

Ottieni fino a 16 GB di spazio Dropbox gratuito!

Invita i tuoi amici a unirsi a Dropbox e, per ogni amico che installa Dropbox, daremo a entrambi 500 MB di spazio bonus. Se hai bisogno di ulteriore spazio, [esegui l'upgrade del tuo account](#).

Altri modi per invitare amici

 Invita i tuoi contatti Gmail

 Copia link

 Condividi su Facebook

Dopo aver invitato gli amici, puoi [visualizzare lo stato dei tuoi referral](#) o visitare il nostro [Centro assistenza](#) per qualsiasi domanda.

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

In questo esempio, Dropbox sta muovendo le persone lungo il percorso del valore INTENZIONALMENTE creando un programma progettato per quello scopo specifico.

Questa è una distinzione importante da fare rispetto all'esempio legato alla casualità.

Una volta capito che puoi spostare intenzionalmente le persone attraverso il Customer Journey utilizzando le campagne di marketing, **ti rendi conto di avere la capacità di far crescere la tua attività** migliorando le aree in cui i tuoi clienti sono "bloccati".

Ed è proprio qui che **c'è un errore comune che molte aziende commettono** quando cercano di spostare clienti e potenziali clienti.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

L'ERRORE NUMERO 1 CHE I MARKETER COMMITTONO DURANTE LA CREAZIONE DELLE CAMPAGNE

Una volta che un'azienda ha compreso il percorso del cliente, può essere così entusiasta delle possibilità che proverà a spostare subito le persone da estraneo a promotore in un solo passaggio, in un'unica campagna.

Questo è impossibile.

Non puoi assolutamente creare una campagna che renda le persone consapevoli di te, le coinvolga, le porti a iscriversi e convertirle, le entusiasmi, le faccia crescere e poi le trasformi in sostenitori e promotori.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Invece, ciò che dovrai fare è creare più campagne specifiche progettate per spostare le persone da una fase all'altra.

(O in alcuni casi, una campagna può probabilmente portare le persone attraverso 2 o forse 3 passaggi contemporaneamente.)

Il modo migliore per spiegarlo è con alcuni **case study**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

CASE STUDY DELLE CAMPAGNE VALUE JOURNEY

Case Study: Davide Armari (il mio sito web personale)

- **Obiettivo della campagna:** Da consapevolezza a coinvolgimento
- **Contenuto necessario:** video di branding
- **Sorgente di traffico:** annunci Facebook (campagna visualizzazioni video)
- **Call to Action:** scopri i vantaggi e svantaggi delle Facebook ADS... guarda questo video!

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Quando creo una nuova campagna per il mio business o quello dei miei clienti, inizio sempre guardando la mappa del Customer Value Journey e identificando tutti i passaggi in cui ho bisogno di migliorare.

In questo caso, mi sono reso conto che mentre stavo facendo un buon lavoro nel generare consapevolezza attraverso gli annunci di Facebook, non avevo una buona campagna di coinvolgimento in atto.

Quindi ho deciso di creare alcuni contenuti (dei video di branding) il cui obiettivo era coinvolgere le persone con il mio personal brand Davide Armari.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



Davide Armari - Digital Marketing Specialist



Le Facebook Ads sono un potente strumento di comunicazione ✓

Ma perchè utilizzare proprio le Facebook Ads come canale pubblicitario?

👍 Quali sono i lati positivi?

👎 Quali sono i lati negativi?

In questo video analizzeremo quali sono i vantaggi e gli svantaggi delle Facebook Ads 🗣️

QUALI SONO I VANTAGGI E GLI SVANTAGGI



DAVIDE ARMARI 🚀

DELLE FACEBOOK ADS

▶ 0:00 / 2:36



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Esempio di uno dei video di branding con l'obiettivo di generare visualizzazioni (quindi coinvolgimento verso il mio personal brand).

Poiché l'obiettivo di questa campagna è coinvolgere le persone con il mio personal brand, il mio invito all'azione (Call to Action) è stato molto semplice: "Guarda questo video!"

È importante notare che non ho cercato di convincere le persone a iscriversi o acquistare qualcosa (almeno non subito), perché quello non era l'obiettivo di questa campagna. L'obiettivo era generare coinvolgimento, ed è riuscito molto bene perché si è concentrato al 100% sul semplice coinvolgimento delle persone.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Case Study: Acquos Distribuzione Bevande

- **Obiettivo della campagna:** Da coinvolgimento a iscrizione
- **Contenuto necessario:** post Facebook e landing page sul sito web
- **Sorgente di traffico:** traffico organico di Facebook e Facebook Ads
- **Call to Action:** scopri la comodità del servizio di consegna bevande a domicilio e prezzi dei prodotti scaricando il catalogo gratuitamente!

Ecco un esempio di una campagna con un obiettivo diverso. In questo caso, l'azienda Acquos voleva che le persone che erano già coinvolte con i loro contenuti si iscrivessero alla loro mailing list per poter fare loro offerte mirate.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Acquos
Pubblicato da Davide Armari

Scopri tutte le bevande Acquos che puoi ricevere comodamente a casa tua:

- Acqua Minerale
- Bibite
- Birre
- Vino
- e molto altro ancora...

Dì addio alla fatica di andare al supermercato:
Goditi il tuo tempo libero e ALLE BEVANDE CI PENSIAMO NOI!

RICEVI COMODAMENTE A CASA TUA LE BEVANDE CHE DESIDERI 🚚🏠

👉 Compila il modulo e richiedi GRATUITAMENTE il catalogo Acquos

🎁 In omaggio un buono da € 5,00

📍 Consegniamo in provincia di Venezia, Padova, Treviso e Vicenza

**Scarica Gratis
il catalogo Acquos**

SCOPRI TUTTI I PREZZI E LE BEVANDE CHE
PUOI RICEVERE IN RELAX A CASA TUA

IN OMAGGIO UN BUONO DA € 5

ACQUOS

SCARICA GRATIS IL CATALOGO

Ricevi l'offerta

Esempio di post con obiettivo traffico alla landing page dove poi si svolgerà l'azione di Iscrizione.

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT



RICHIESTA CATALOGO ACQUOS

Questo catalogo [HOME](#) / RICHIESTA CATALOGO ACQUOS

RICHIEDI GRATUITAMENTE IL NOSTRO CATALOGO

Nome	Cognome
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Indirizzo	
<input type="text"/>	<input type="text"/>
CAP	Provincia
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comune	Telefono
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Email	Dove ci hai conosciuti?
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Vuoi ricevere anche il nostro catalogo nel formato cartaceo?

Si No

Autorizzo il trattamento dei dati personali. Compilando questo modulo autorizzo il trattamento e la gestione dei dati immessi secondo quanto stabilisce il nuovo Regolamento Europeo (GDPR n. 679/2016) in materia di privacy e protezione dati personali. Per informazioni Consulta la nostra informativa sulla privacy.

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Esempio di Landing Page con l'obiettivo di ottenere un lead profilato.

E ogni volta che qualcuno compila questo modulo, passa alla fase successiva del Customer Value Journey.

Spesso le migliori campagne di marketing sono le più semplici.

Ecco una serie di servizi analogo a quelli realizzati per Acquos che potrebbero interessare al tuo business:

- Gestione Pagina Facebook
- Gestione Profilo Instagram
- Creazione Siti Web
- Creazione Landing Page

VISITA I SERVIZI SUL MIO SITO WEB
PER MAGGIORI INFORMAZIONI

www.davidearmari.it

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Case Study: Shein

- **Obiettivo della campagna:** Da coinvolgimento a iscrizione a conversione
- **Contenuto necessario:** copy annunci, copy email e sito web ecommerce performante
- **Sorgente di traffico:** traffico a pagamento Google Ads
- **Call to Action:** 10% di sconto sul primo ordine

Ecco un esempio di una campagna che guida le persone attraverso due fasi del Customer Value Journey: da Coinvolgimento a Iscrizione e infine a Conversione.

Esaminiamo questa campagna dall'inizio. La fonte di traffico qui è Google Ads che ha come target la parola chiave generica "lucidalabbra".

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

Il click sull'annuncio è un'azione di Coinvolgimento

Google

lucidalabbra



Tutti Immagini Shopping Notizie Video Altro Strumenti

Circa 84.000 risultati (0,49 secondi)

Annuncio · <https://it.shein.com/>

10% Di Sconto Sul Primo Ordine - SHEGLAM Sito Ufficiale

Spedizione Gratuita & Fino all'85% di Sconto, Ottieni Trucco da donna di Grande Qualità! 10% Di Sconto Sul **Primo Ordine**, Bellezza naturale. Una giovane e bellissima te!

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 1 | La strategia di Digital Marketing da seguire

La compilazione del modulo per ottenere il codice sconto è un'azione di Iscrizione.

The screenshot shows the SHEIN website interface. At the top, there's a red banner with the text "OGGI RADDOPPIA I PUNTI (100 PUNTI = \$1)" and a countdown timer "12 H 15 M 29 S". Below this is a navigation bar with categories like "DONNA", "CURVY", "BAMBINI", "UOMO", "BELLEZZA", and "CASA+ANIMALI". The SHEIN logo is prominently displayed in the center. To the right of the logo, there's a "10% di sconto sul primo ordine" offer. Below the navigation bar, there's a search bar and a list of categories including "NOVITÀ", "TENDENZE", "SALDI", "ABBIGLIAMENTO", "TOP", "INTIMO & PIGIAMA", "MODA MARE", "ABITI", "ABBIGLIAMENTO SPORTIVO", "#SHEINhome", "SCARPE & ACC", "E-CARTA REGALO", "MARCHE", and "ESPLORA". The main content area features a large blue banner with the text "NUOVO E ORA" and "Acquista gli arrivi freschi di SHEGLAM!". A yellow arrow points from this text to a registration form on the right. The form includes a vertical label "SPEDIZIONE GRATIS 9€" and a headline "Ricevi le nostre offerte esclusive e codici promozionali via Email". Below this, it says "Iscriviti alla newsletter SHEIN" and "REGISTRA E OTTIENI IL 10% DI SCONTO". To the right of the form, there's a section for "SPEDIZIONE GRATUITA a partire da 9€ per i nuovi utenti". The form has an input field for "INSERISCI IL TUO INDIRIZZO EMAIL" and a "SOTTOSCRIVI" button. At the bottom of the form, there's a checkbox for "Accetto la Politica sulla Privacy & Cookie e i Termini & Condizioni".

DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Dopo aver effettuato l'iscrizione, ti invieranno un'email che ti inviterà ad usufruire del codice e a procedere con l'acquisto.

In modo molto furbo però ti forniranno anche il codice immediatamente direttamente sul sito web, così da non interrompere nemmeno per un secondo il Customer Value Journey e incitandoti ad utilizzare il codice e quindi fare l'azione di Conversione nei loro confronti.

Nota che questo sconto si applica solo al tuo primo ordine.

Questo perché l'obiettivo di questa campagna non è generare acquisti ripetuti; è per convincere qualcuno a fare il loro PRIMO acquisto.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

È una tattica collaudata ed efficace per trasformare un semplice curioso in un nuovo cliente.

Ecco una serie di servizi analogo a quelli utilizzati da Shein che potrebbero interessare al tuo business:

- Gestione Google Ads
- Creazione Siti Web
- Creazione Siti Ecommerce
- Marketing Automation

VISITA I SERVIZI SUL MIO SITO WEB
PER MAGGIORI INFORMAZIONI

www.davidearmari.it

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

RIASSUMENDO

Il Customer Journey è la base di tutte le tattiche che imparerai in questo corso.

Sia che tu stia imparando il content marketing, la pubblicità digitale o l'analisi o qualsiasi altro argomento, tieni a mente questo concetto.

Non preoccuparti, però. Lo esamineremo più volte in modo che rimanga fresco nella tua mente. E alla fine di questo corso, sarà probabilmente cementata nel tuo pensiero.

Ora che hai compreso il Customer Journey, è il momento di parlare della tattica n. 1 che utilizzerai per coinvolgere le persone in ogni fase: il Content Marketing.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

[VAI AL CAPITOLO 2](#)