



Più vendite con il web marketing

CARMINE PREZIOSI

BOLOGNA 17 FEBBRAIO 2017

Obiettivo

Incrementare la vendita di servizi grazie all'uso professionale di strumenti di comunicazione digitale inglobandoli in una STRATEGIA



Programma

Analisi consumatore e contesto mercato digitale

Costruzione strategia di digital marketing

Attirare clienti con contenuti di successo: sito e blog

Google Marketing: come farsi trovare dall'utente che cerca

Coinvolgere attraverso i social media

Facebook e le ultime novità

Instagram

Native Advertising



Analizzare il contesto in cui operiamo

Per raggiungere l'obiettivo dobbiamo analizzare il contesto/mercato digitale e il consumatore, per poi costruire la nostra strategia di marketing digitale.

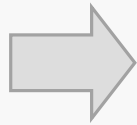


Analisi del consumatore: l'evoluzione nell'era di internet

ANALISI
CONSUMATORE

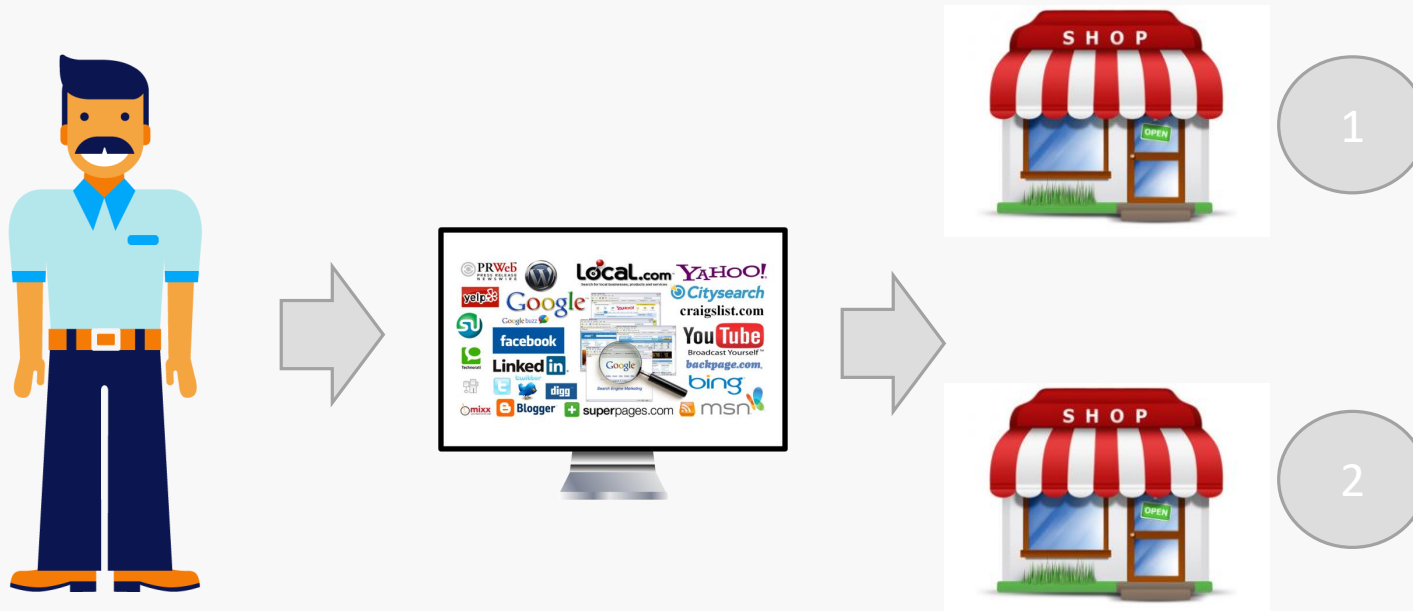


Come acquistava ieri



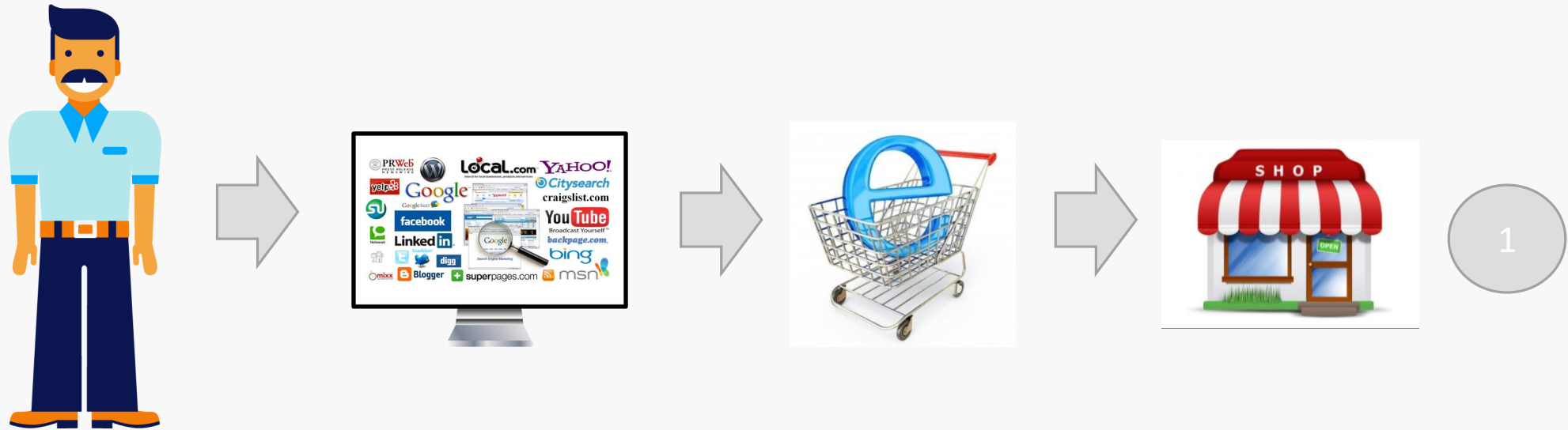
- Per effettuare un acquisto di un bene o servizio l'utente si recava direttamente in una o più attività commerciale, spesso invogliato dal passaparola di amici o conoscenti.

Come acquista oggi



► Oggi l'utente preferisce cercare informazioni prima in internet per poi eventualmente recarsi presso l'attività commerciale fisica. Il web gli consente di effettuare già una prima selezione.

Come acquista oggi



- Molti utenti, durante la ricerca di informazioni, laddove possibile, decidono di acquistare direttamente online bypassando la fase di «visita» fisica dell'attività commerciale.

Analisi della domanda online: Google Trends

Google Trends è uno strumento, basato su Google, che permette di conoscere la frequenza di ricerca sul web di una determinata parola o frase. La ricerca e visualizzazione sono impostabili per nazione e per lingua. I risultati (cioè i *trends*, ovvero le "tendenze" correnti) sono mostrati accompagnando l'occorrenza con un grafico che sintetizza, nel tempo, l'andamento della sua popolarità (ricerca o visualizzazione).





palestra

Termine di ricerca



+ Confronta

Italia ▼

05/01/09 - 05/02/17 ▼

Bellezza e fitness ▼

Ricerca Google ▼

Interesse nel tempo ?



Interesse per sottoregione ?

Sottoregione ▼



1	Valle d'Aosta	100	
2	Lombardia	99	
3	Lazio	90	
4	Emilia-Romagna	88	



● palestra

Termine di ricerca



+ Confronta

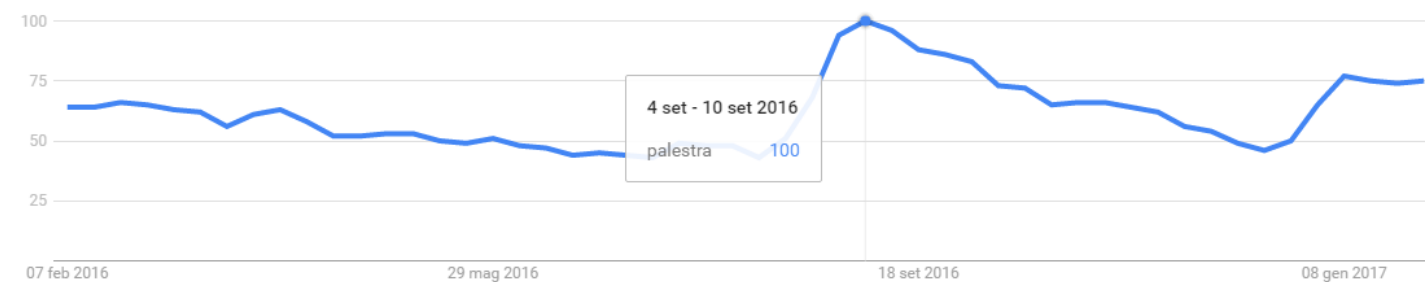
Italia ▼

Ultimi 12 mesi ▼

Bellezza e fitness ▼

Ricerca Google ▼

Interesse nel tempo ?



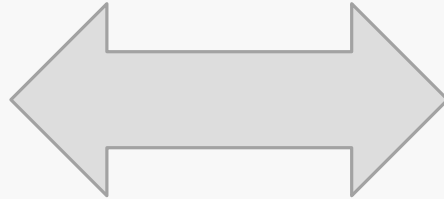
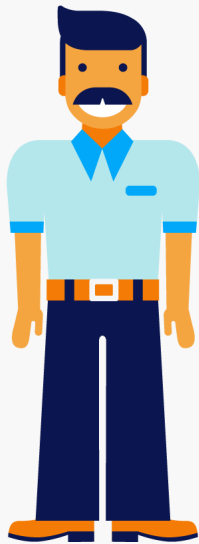
Interesse per sottoregione ?

Sottoregione ▼



1	Valle d'Aosta	100	
2	Molise	88	
3	Lombardia	80	
4	Emilia-Romagna	76	

Disallineamento tra brand e consumatore



Esiste un disallineamento tra le aziende che intendono promuoversi e vendere la propria offerta e il modo in cui la gente preferisce realmente informarsi e comprare.

Disallineamento tra brand e consumatore

Vi piace vedere inondata la vostra casella di posta con offerte fastidiose o irrilevanti?



Disallineamento tra brand e consumatore

Vi piacciono i banner o i video che si aprono all'improvviso mentre state leggendo un articolo sul web?



Disallineamento tra brand e consumatore



NON VOGLIAMO PIU' ESSERE INTERROTTI DAL MARKETING

E nel fitness/wellness?

Spesso pensiamo che **prezzo** e **promozioni** siano la cosa principale che cerca chi vuole andare in palestra. O forse non lo pensiamo...ma fare le promozioni è la cosa più semplice ed immediata per incrementare nel breve i fatturati!

Speciale San Valentino

il **14 Febbraio**
dalle ore 18 alle 19

**ABBONAMENTO
IN REGALO**
a chi si presenta
in **Slip**



per info rivolgersi in segreteria

PALESTRA 1 MESE DI PROVA + TESSERAMENTO

9€

QUESTO COUPON vi dà diritto ad usufruire della seguente promozione:
SUPER OFFERTA FITNESS
Consistente in:
PALESTRA 1 MESE DI PROVA
+ TESSERAMENTO

A soli **9€**

STAMPA IL COUPON E PAGA DIRETTAMENTE IN PALESTRA
A.s.d. NUOVA ENERGICA CLUB - Via Novara, 96 - Tracate (NO) - Cell. 392-8003193
Prerogative: Obbligatoria, con obbligo di tessera
Salvo diversa indicazione il presente coupon è cedibile a terzi unicamente a titolo gratuito. È fatto pertanto divieto a chiunque di vendere o utilizzare in ogni altra forma il coupon per finalità diversi scopi da quelli
Dopo scadenza del Coupon non comporta nessun obbligo di utilizzo ed è comunque possibile usufruirne
della promozione fino a scadenza dell'offerta e al raggiungimento della soglia del Coupon.

**Novara
COUPON.it**

Validità: Fino al 31 Maggio 2013

NOVARACUPON

***6 MESI DI FITNESS IN OMAGGIO PER TE OPPURE PER CHI VOI TU**

**INIZIA IL 2016 ALLA GRANDE.
ABBONAMENTO A PARTIRE DA**

15,90 €/mese

+ 6 MESI GRATIS*



VALIDA FINO AL 31/01/2016



E nel fitness/wellness?

...e usiamo internet per bombardarlo di promozioni!
...mettendo a **rischio** il **posizionamento dell'azienda**!



Cosa fare? (Il prima...)



Cosa fare? Adesso!



Dobbiamo costruire il nostro brand su internet ed incontrare le necessità del potenziale cliente.

Dobbiamo stare molto attenti a farlo perché sul web rimane traccia -> REPUTAZIONE

Come costruire il brand su internet?

Conoscere i bisogni del potenziale cliente ->
studiare il pubblico

PERSONAS MARKETING: creazione a tavolino di utenti immaginari con caratteristiche specifiche. Creare schede sintetiche, una per ogni Personas, in modo tale da descrivere le caratteristiche principali di questi utenti ideali.



Come costruire il brand su internet?

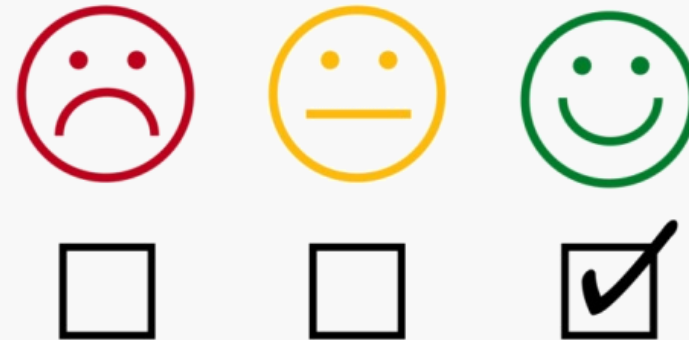
Raccontare la nostra azienda
(**diventare editori**) attraverso gli
strumenti più idonei. No
all'onnipresenza.



Come costruire il brand su internet?

Dialogare con gli utenti ed instaurare relazioni.

Creare una reputazione online.



Come costruire il brand su internet?



**Avere
Pazienza**

Attirare clienti

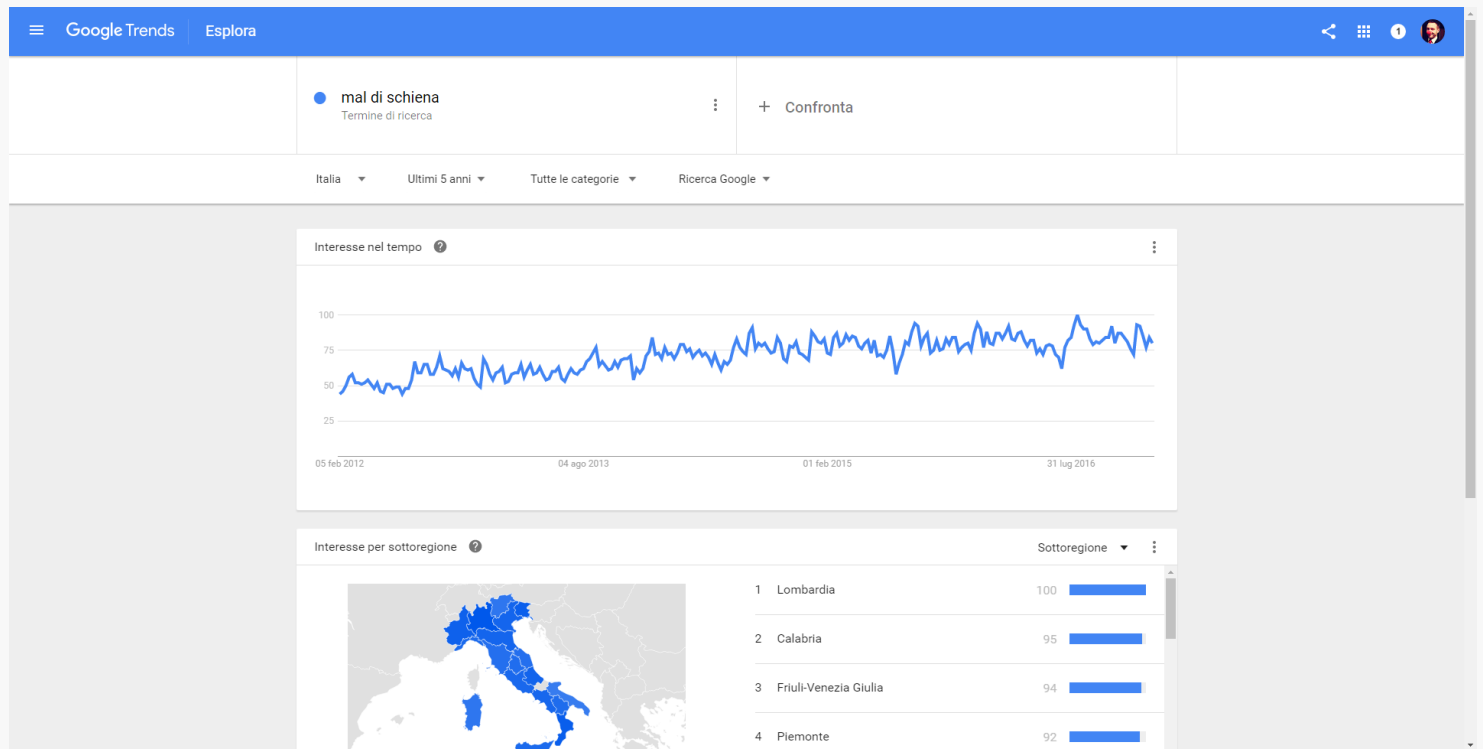
Questo approccio consentirà di attirare clienti e ci toglierà l'affanno di andare continuamente a cercarli con le promozioni.



Cosa sottovalutiamo

Che il potenziale cliente **cerca soluzioni ed esperti per risolvere** un suo problema (che avete in palestra non sapete dargli sul web)

Esempio: Google Trends: mal di schiena



Cosa sottovalutiamo

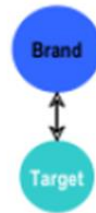
Che vuole dialogare con voi e non essere solo un soggetto passivo nella comunicazione

Mass Communication



Transmission

Targeted Marketing



Dialogue

Network Marketing



Interconnection



Carmine Preziosi ▶ Peugeot Italia

18 marzo alle ore 9.56 · 🌐

Che delusione...il volante della mia 3008 sgretolato per ben due volte! Per cambiarlo mi chiedono 250 €?!?! Per poi ricambiarlo tra altri sei mesi?!? No grazie, al prossimo giro cambio marca e auto!

Mi piace · Commenta

👍 Piace a 2 persone.



Scrivi un commento...



Peugeot Italia Ciao Carmine, ti ricordiamo che per qualsiasi necessità riguardante la tua Peugeot è a tua disposizione la nostra Relazione Clienti al numero 800.900.901. Ciao.

Non mi piace più · Rispondi · 👍 1 · Ieri alle 17.39

Cosa sottovalutiamo

Trovare persone disposte a comprare quando si è pronti per vendere non è più una cosa semplice!

Se siete voi, infatti, a cercare nuovi clienti, le sole persone che compreranno i vostri servizi saranno quelle che si trovano nel posto giusto, al momento giusto. Ma queste sono solo una piccola percentuale perchè **ogni individuo si trova di norma in un punto diverso del processo di acquisto!**

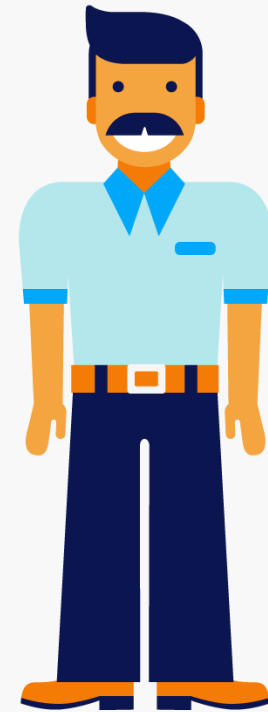
E' necessario saper attirare le persone invece di andarle a cercare!



Web Marketing di successo

Come si comporta

- Utilizza Google per cercare informazioni
- Utilizza i social network per restare in contatto con gli amici
- Utilizza internet spesso mentre è in mobilità
- Dialoga attraverso meccanismi di instant message
- Tende sempre di più ad acquistare online
- Scrive recensioni

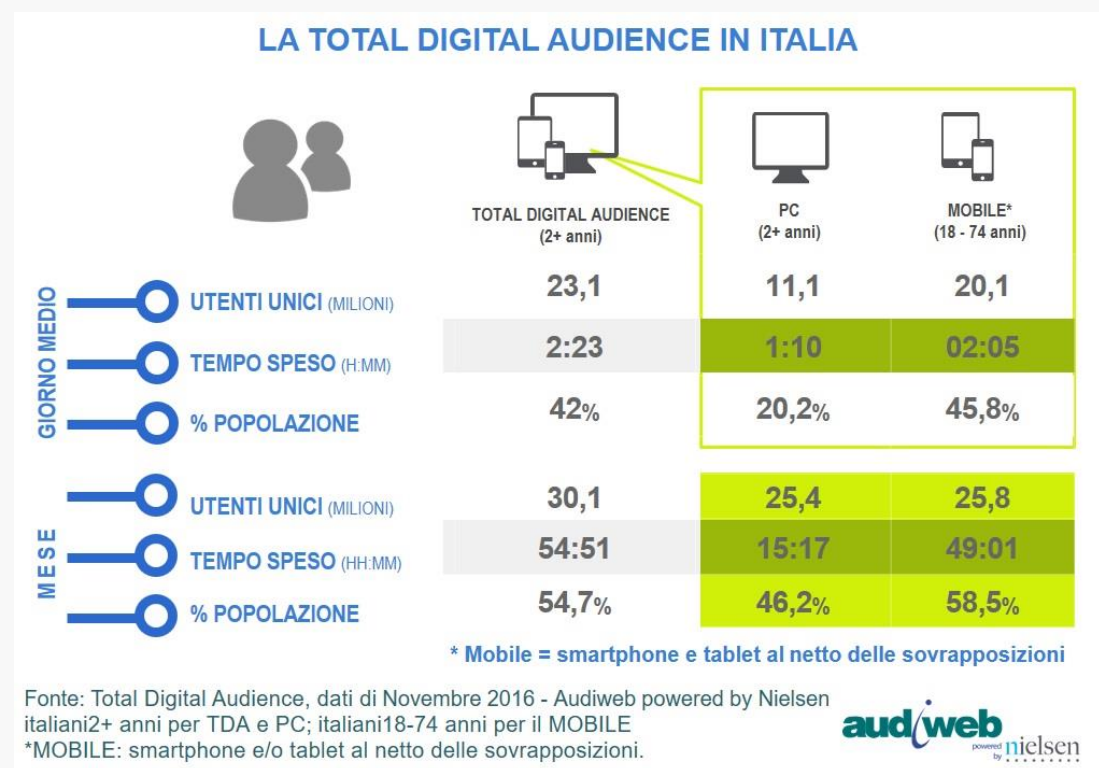


Gli utenti connessi ad internet

*La total digital audience nel mese di novembre ha raggiunto **30,1 milioni di utenti**, il 54,7% degli italiani dai due anni in su, online complessivamente per **54 ore e 51 minuti**.*

Nel giorno medio si sono collegati almeno una volta dai device rilevati (PC e mobile smartphone e tablet) 23,1 milioni di italiani.

Fonte Audiweb

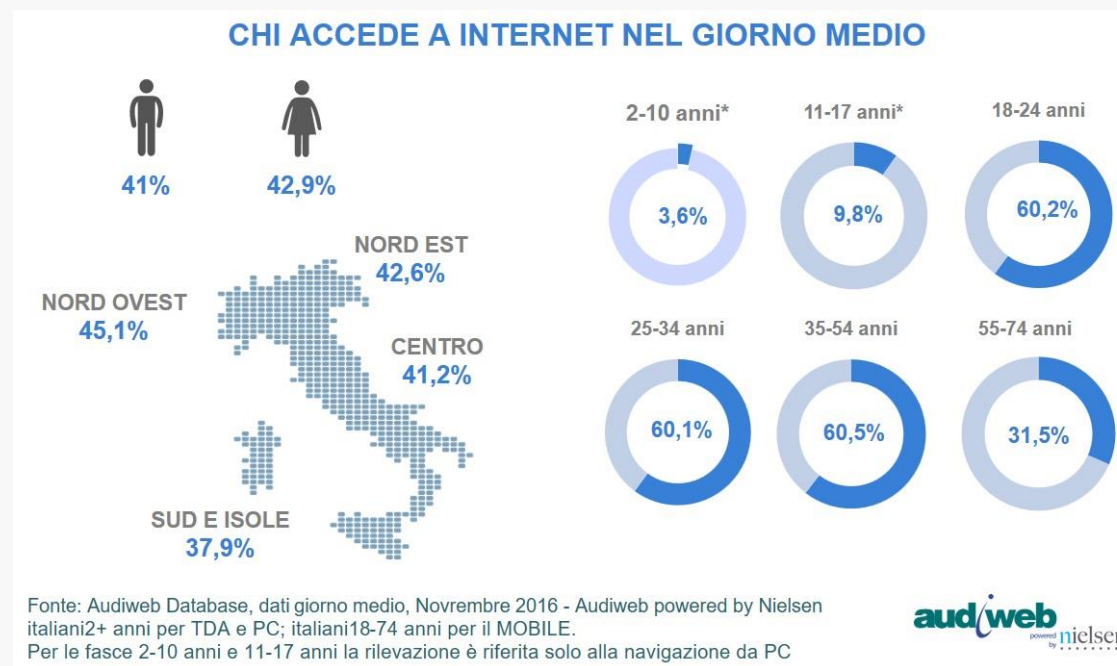


Gli utenti connessi ad internet

*A novembre era online nel giorno medio, sia da pc che da mobile (smartphone e tablet), circa il **60% della popolazione** tra i 18 e i 54 anni e il 31,5% della fascia più matura tra i 54 e i 74 anni.*

*Dai **dati sulla provenienza geografica** degli utenti, risultano online il 45% degli italiani dell'area Nord-Ovest (6 milioni), il 42,6% dell'area Nord Est (3,7 milioni), il 41,2% del Centro (3,7 milioni) e il 37,9% dell'area Sud e Isole (8 milioni).*

Fonte Audiweb

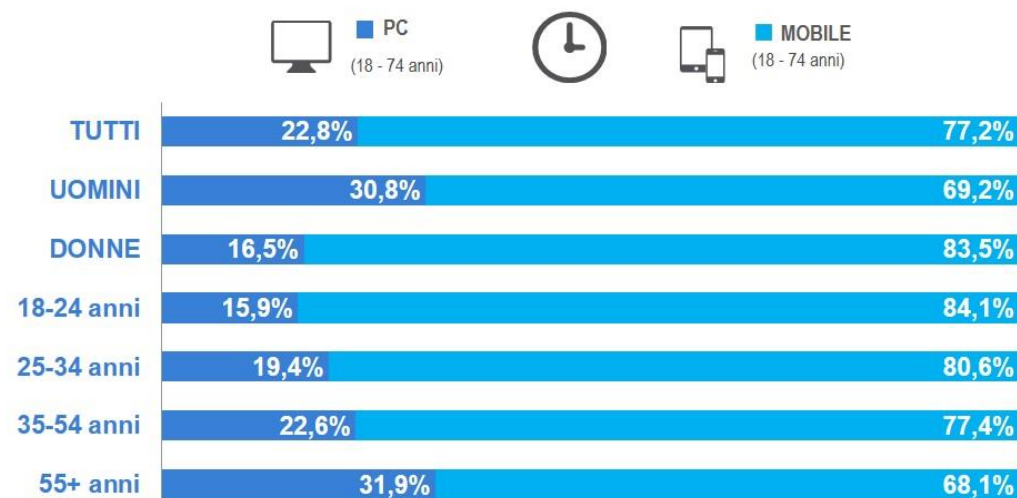


Gli utenti connessi ad internet

*Per quanto riguarda la distribuzione del tempo trascorso online, il **77,2%** è generato dalla navigazione da **mobile** (smartphone e tablet), con quote maggiori raggiunte in generale dalle donne, con l'83,5% del tempo complessivo trascorso online da mobile, e dai giovani tra i 18 e i 24 anni che hanno dedicato l'84,1% del tempo online alla navigazione mobile.*

Fonte Audiweb

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE



Fonte: Total Digital Audience Novembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen
Individui 18-74 anni. Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

audiweb
powered by **nielsen**

Gli utenti connessi ad internet

Per quanto riguarda, infine, le principali categorie di siti visitati nel mese di novembre, il 93% degli utenti online ha navigato tra i siti e/o applicazioni della categoria “Search” (28 milioni di utenti)

Fonte Audiweb

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Novembre 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	30.113	100,0%	54,7%	54:51:21
SEARCH	28.023	93,1%	50,9%	02:20:28
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.051	89,8%	49,1%	01:16:55
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	25.883	86,0%	47,0%	01:03:01
MEMBER COMMUNITIES	25.768	85,6%	46,8%	15:32:52
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.222	83,8%	45,8%	03:27:04
VIDEOS/MOVIES	25.032	83,1%	45,5%	02:31:49
E-MAIL	22.835	75,8%	41,5%	02:39:53
MASS MERCHANDISER	22.564	74,9%	41,0%	02:07:32
CELLULAR/PAGING	22.372	74,3%	40,6%	12:02:10
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	20.957	69,6%	38,1%	00:36:28
CORPORATE INFORMATION	20.392	67,7%	37,0%	00:34:07
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	19.680	65,4%	35,7%	00:58:10
INSTANT MESSAGING	19.447	64,6%	35,3%	01:54:23
MAPS/TRAVEL INFO	18.979	63,0%	34,5%	00:42:08
RESEARCH TOOLS	18.441	61,2%	33,5%	00:19:15

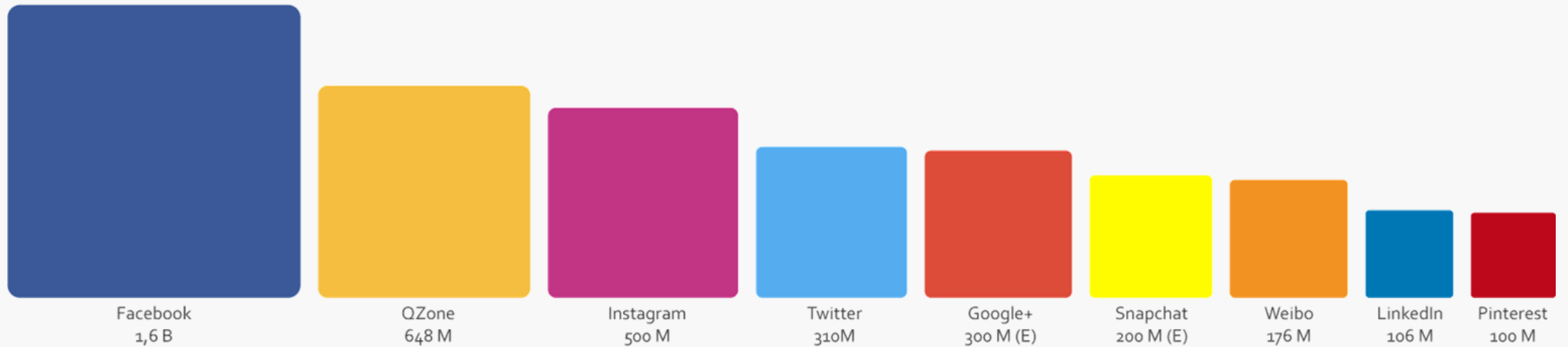
Fonte: Fonte: Total Digital Audience Novembre 2016- Audiweb powered by Nielsen
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE



Dove si incontrano le persone in rete

SOCIAL MEDIA OF THE WORLD

Monthly Active Users - June 2016



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

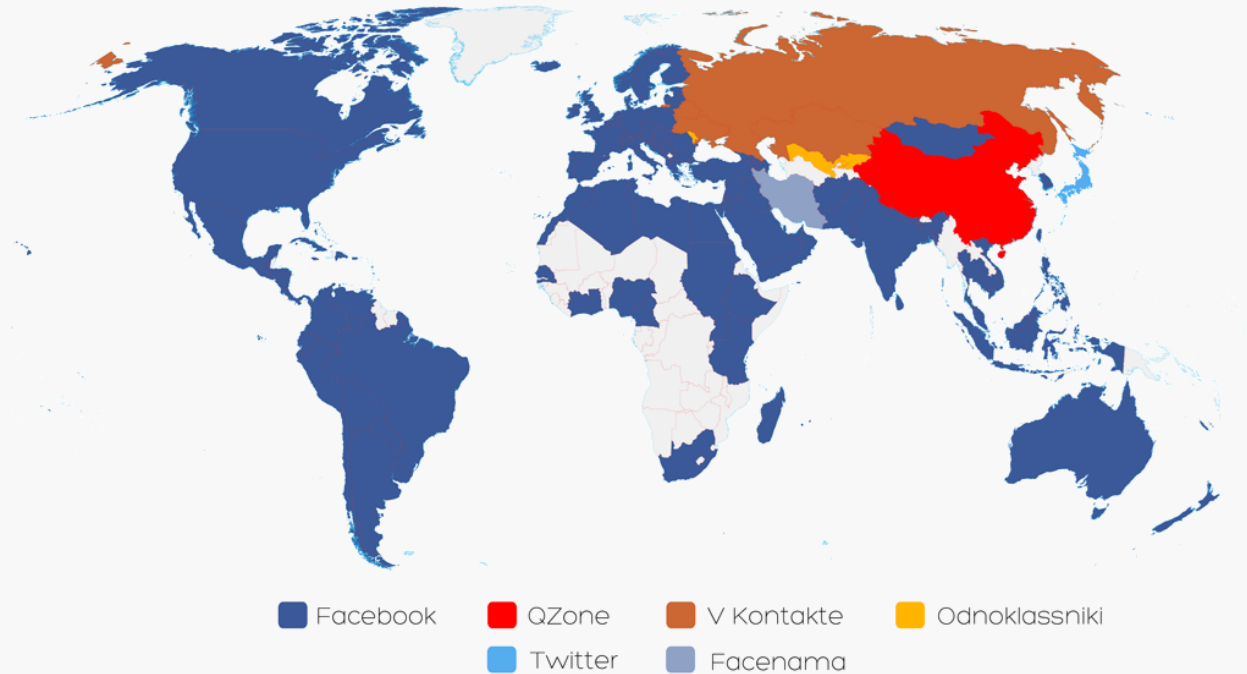
licence: CC-BY-NC

source: official docs (E = estimated)

Dove si incontrano le persone in rete

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2016



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

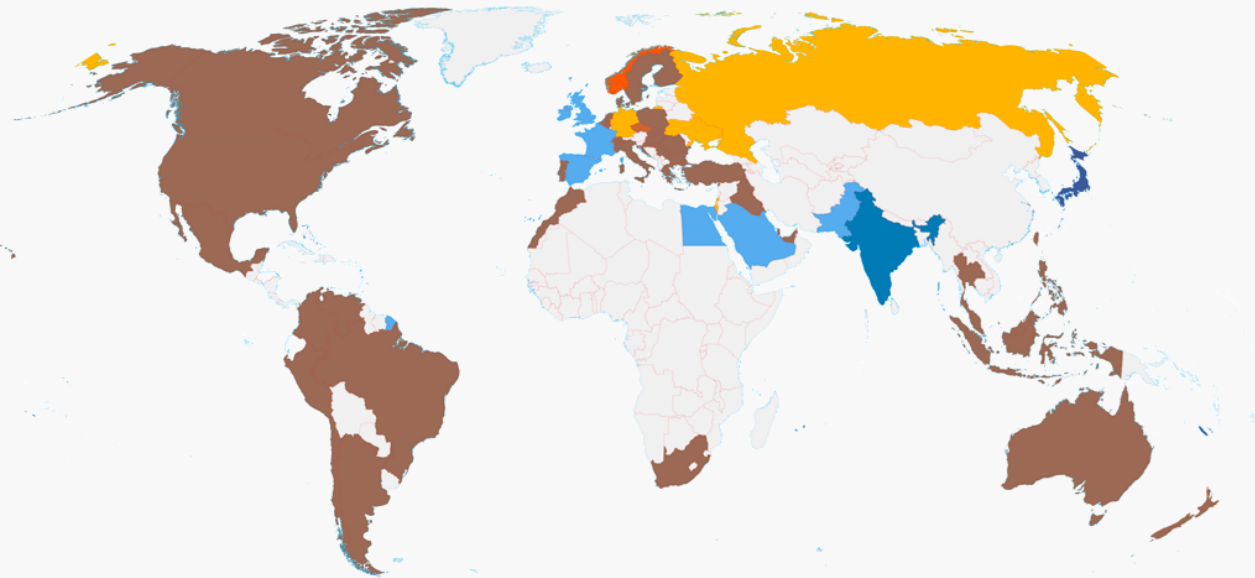
license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

Dove si incontrano le persone in rete

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2016



Instagram	Twitter	V Kontakte	Odnoklassniki
	LinkedIn	Facebook	Reddit

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: SimilarWeb/Alexa

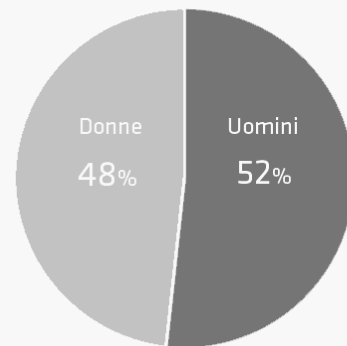
La mappa dei secondi social network più utilizzati al mondo ci aiuta a riflettere sui **possibili scenari futuri**. E' importante capire dove «si sposteranno» le persone per studiare nuove strategie di posizionamento sui social network

Dove si incontrano le persone in rete

facebook in Italia

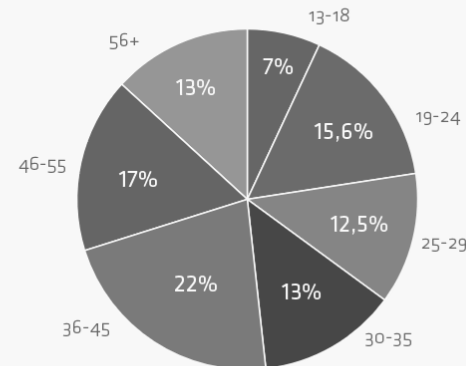
28 milioni attivi mese
25 milioni mobile mese
23 milioni attivi giorno
21 milioni mobile giorno

Sesso



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

Età



giugno 2016

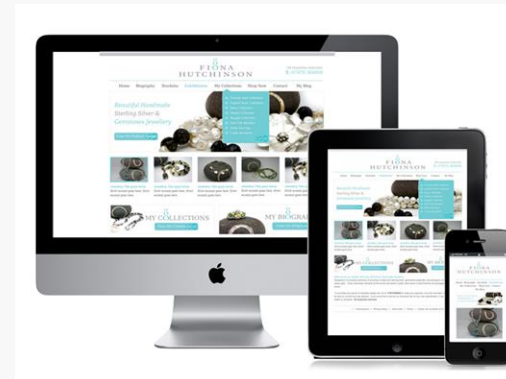
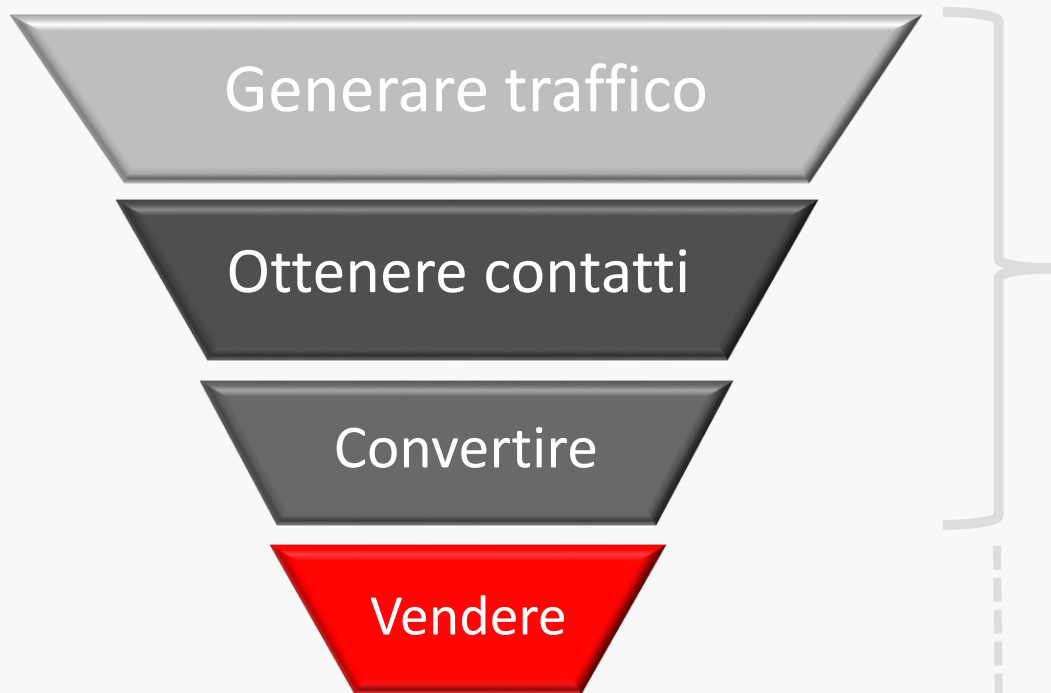
source: www.facebook.com/ads

Costruiamo insieme una strategia vincente di web marketing!



La strategia di web marketing

- Le dinamiche di una corretta strategia di web marketing sono rappresentabili da un imbuto che prevede le seguenti attività



- Il fulcro della strategia, il luogo virtuale dove accadono queste attività, è il sito internet.

La strategia di web marketing

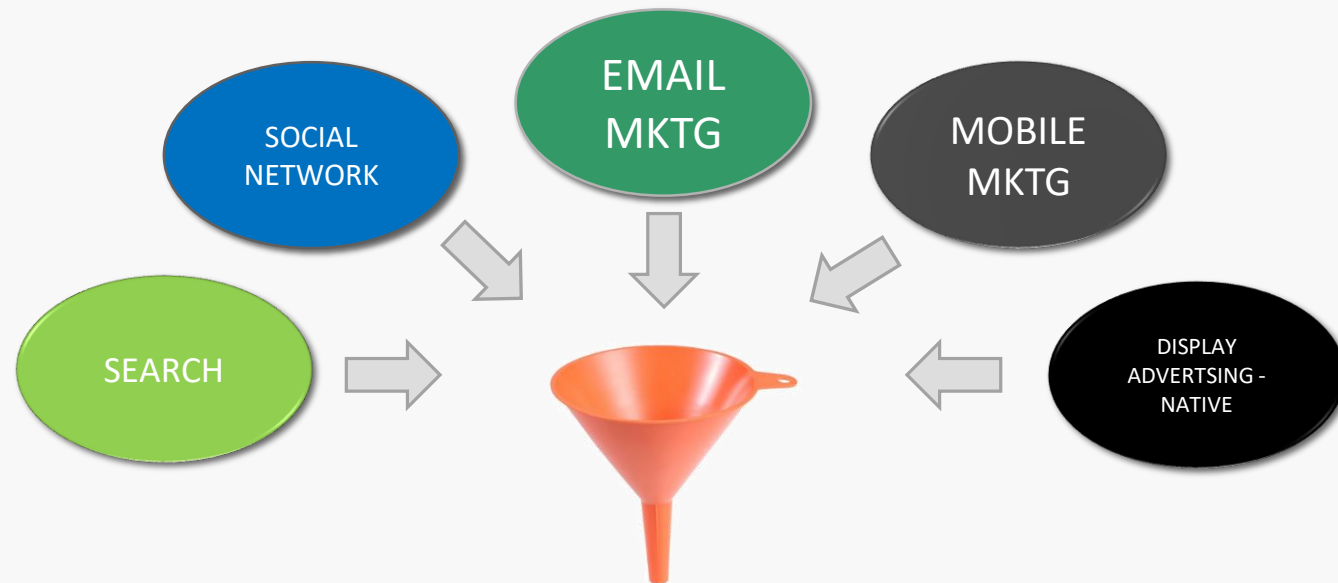
► Gli strumenti di web marketing sono classificabili in 3 categorie

Strumenti a pagamento	Strumenti conquistati	Strumenti di proprietà
• Adwords • FB adv • ecc	• FB Fan page • Twitter • ecc	• Sito internet

Il sito internet è fondamentale perché è uno strumento di proprietà dell'azienda

Generazione di «traffico»

- Le principali fonti di traffico verso il sito internet sono la search (ricerca attraverso motori di ricerca), social network (come ad esempio Facebook), e-mail, strumenti di marketing attraverso dispositivi mobili, pubblicità su siti internet.

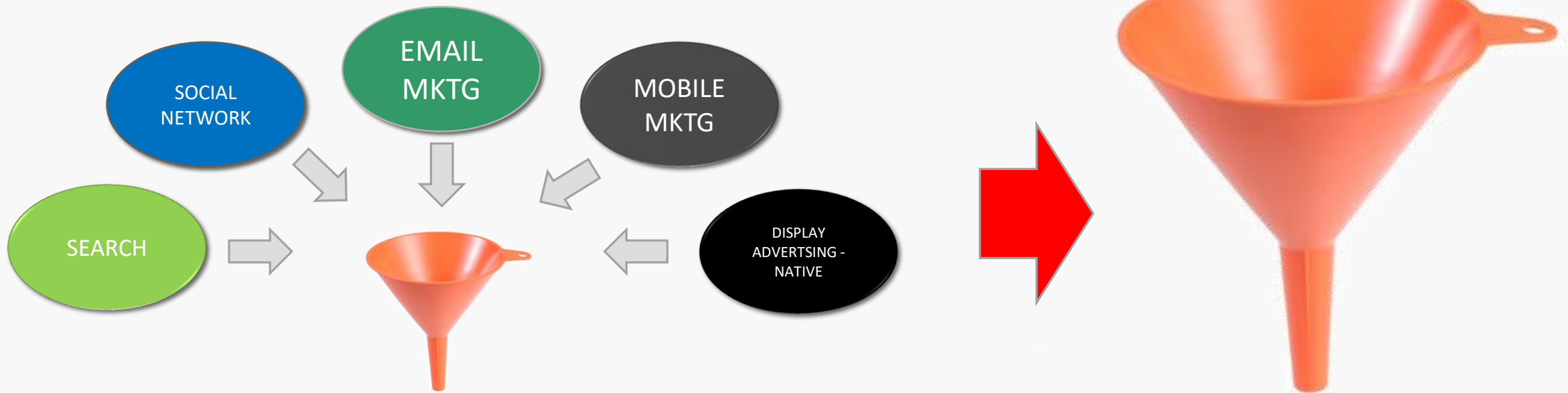


Analisi e ascolto

- Completano la strategia di web marketing l'analisi di tutti i dati relativi alle attività effettuate sul web e l'ascolto della rete, ossia il monitoraggio delle informazioni relative al nostro brand, alla concorrenza, e in generale a tutto ciò che può essere interessante per il nostro business.



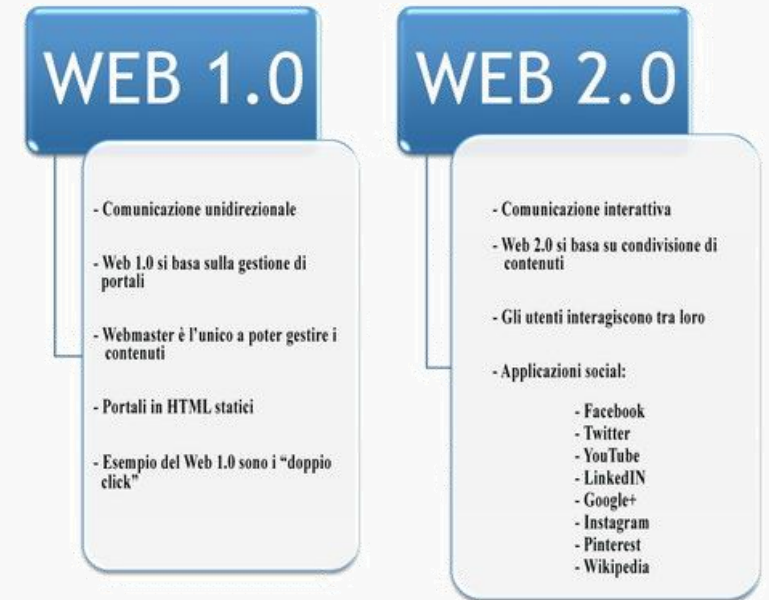
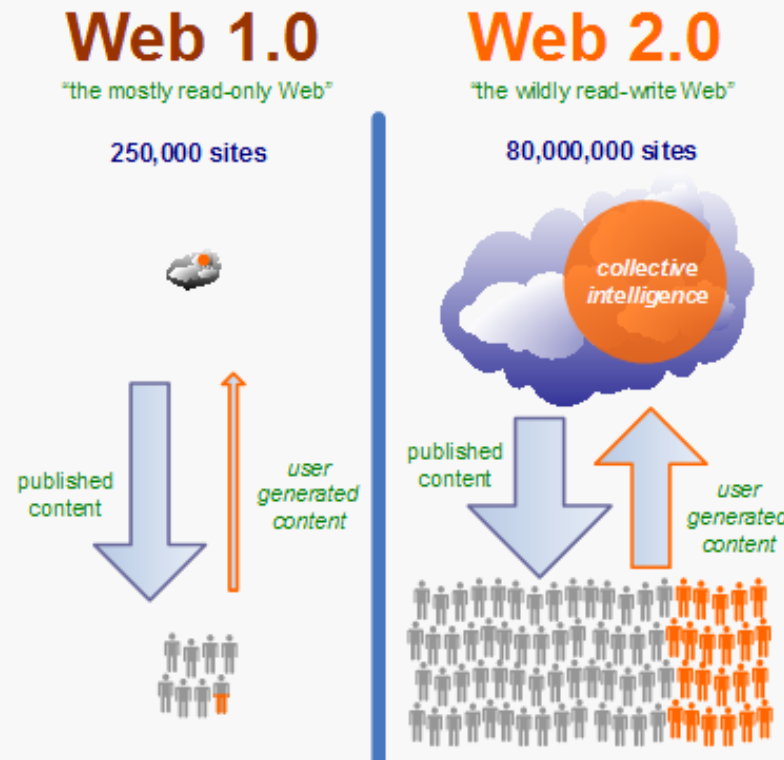
Partiamo dall'imbutto



Internet: dal web 1.0 al web 2.0

Web 1.0: comunicazione unidirezionale tra azienda e consumatore tramite siti internet vetrina

Web 2.0: dialogo tra azienda e consumatore grazie a strumenti interattivi di web marketing come forum, social network, blog, ecc

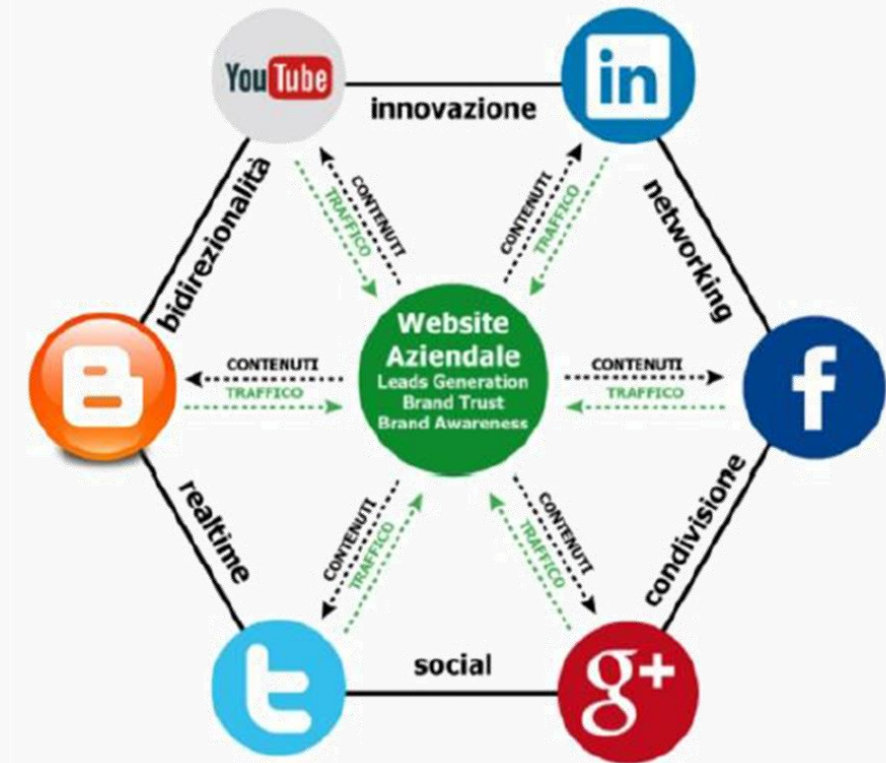


Sito internet

Il sito internet diventa un HUB di contenuti

Il sito internet è un centro di interessi che dialoga con il resto del web

Si passa dall'idea di un sito che lancia messaggi promozionali ad un sito come piattaforma di contenuti interessanti e di qualità per gli utenti.



Sito internet

Puntare sulla qualità: un risparmio apparente nasconde spesso mancate opportunità di business



Sito internet

Mentre nel web 1.0 i siti venivano creati e gestiti da web master, adesso i siti internet devono essere gestiti dall'azienda nell'ottica anche di una comunicazione real time.

Per questo è opportuno gestire un sito tramite una piattaforma di CMS (content management system) che permette la gestione dei contenuti in modo semplice.

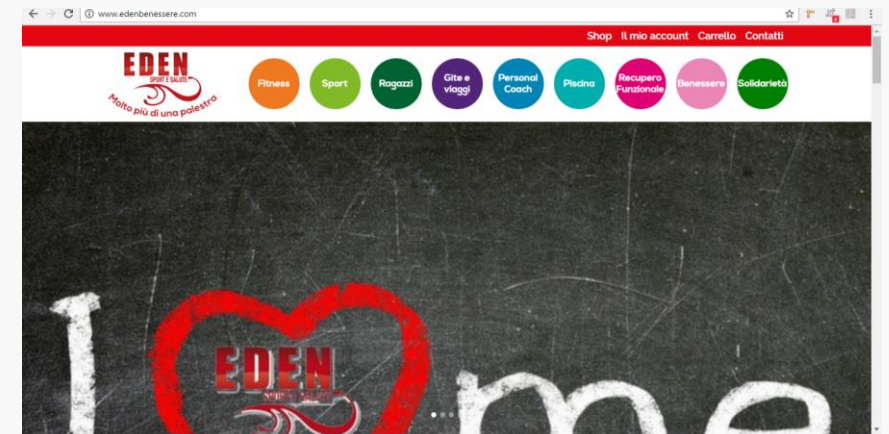


Sito internet

Nessun sito è un'isola

Il sito è uno dei tasselli della comunicazione aziendale

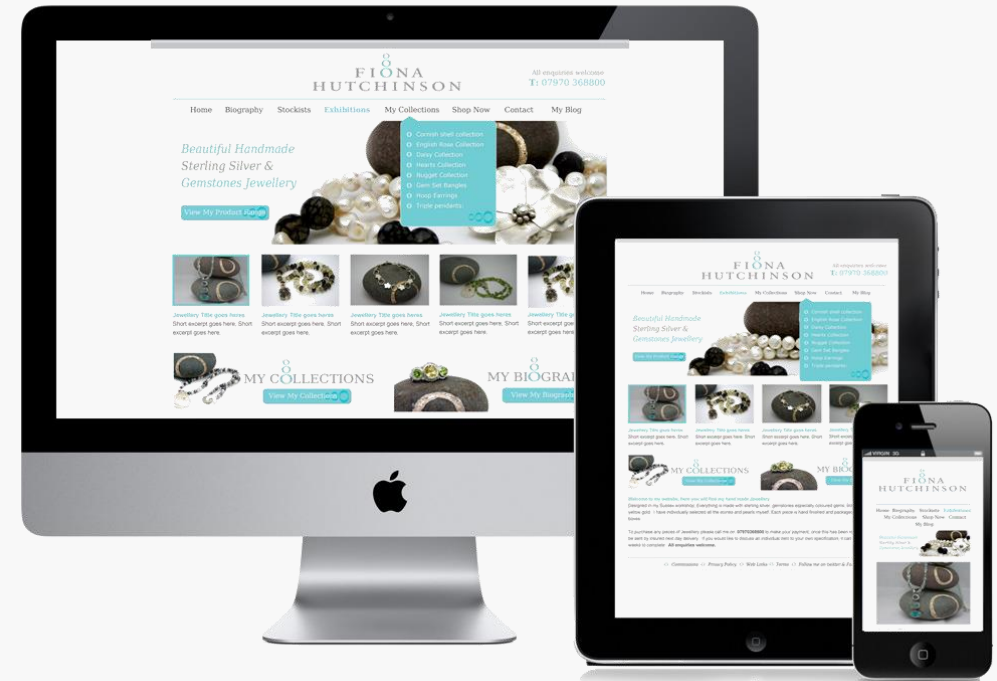
Coerenza con l'immagine e gli altri strumenti di comunicazione online e off line



Sito internet

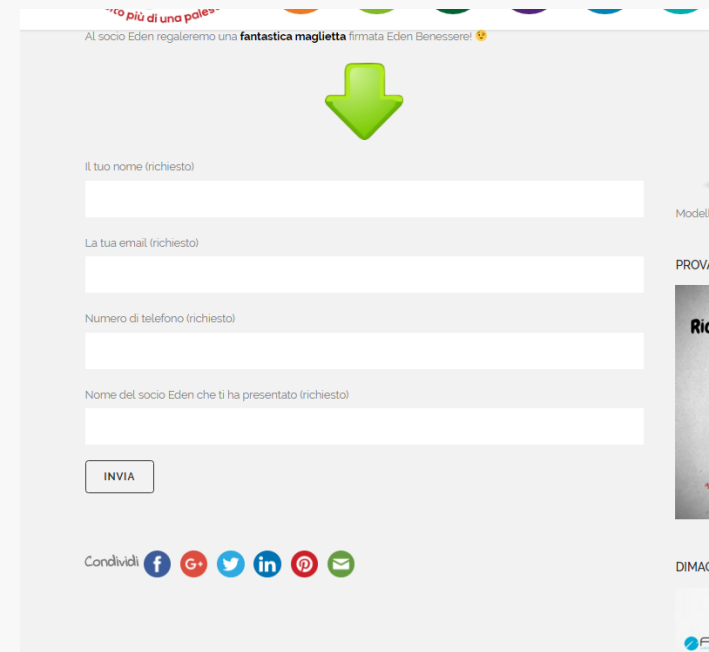
Predisporre il sito per una **navigazione da mobile** in quanto le connessioni da smartphone e tablet sono sempre maggiori.

Lo richiedono i motori di ricerca!



Sito internet

Con l'obiettivo di entrare in contatto con il potenziale cliente è necessario **inserire nel sito CALL TO ACTION e modulo di raccolta dati.**



Al socio Edén regaleremo una fantastica maglietta firmata Edén Benessere!

Il tuo nome (richiesto)

La tua email (richiesto)

Numero di telefono (richiesto)

Nome del socio Edén che ti ha presentato (richiesto)

INVIA

Condividi

Sito internet

Il sito internet va pensato anche per i motori di ricerca e quindi va impostata una strategia di SEO.

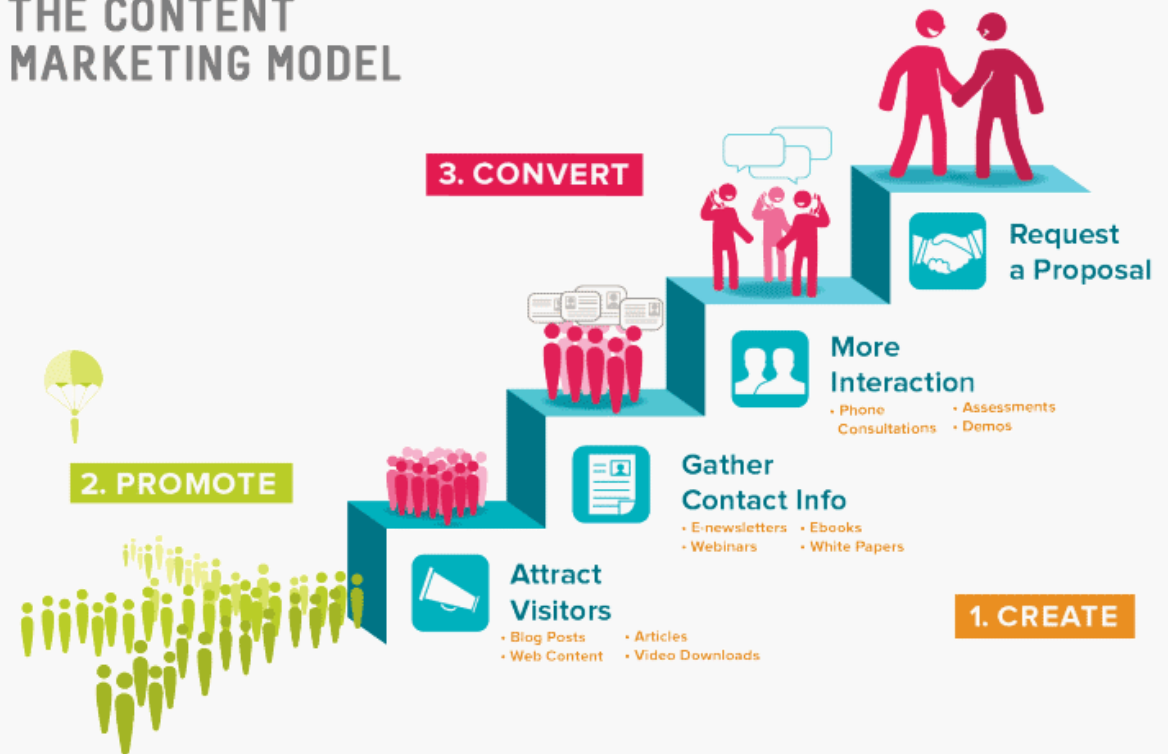


Sito internet

Il sito deve essere ricco di informazioni interessanti.

I **contenuti** sono l'unica leva che ci consente di attrarre potenziali visitatori, di ottenere i loro contatti, di interagire con loro e di arrivare a proporre i nostri prodotti/servizi

THE CONTENT MARKETING MODEL



Sito internet o blog?

Sito internet o blog?

Sito internet dice chi sono

Blog racconta cosa faccio

**ALLE PERSONE INTERESSA COSA SAPETE FARE NON LA VOSTRA
AUTOPROMOZIONE**

Il miglior strumento è un sito internet con all'interno una sezione blog!



Perché il blog è vincente

Esempio: sta cercando su Google un centro fitness specializzato nel dimagrimento



SITO 1

Presentazione palestra (Chi Siamo)
Specializzazioni
Servizi offerti (tra cui dimagrimento)
Contatti

SITO 2

Presentazione palestra (Chi Siamo)
Specializzazioni
Servizi offerti
Articoli di approfondimento sul dimagrimento
Contatti



- Il motore di ricerca è un luogo strategico per far incrociare i nostri contenuti con i reali bisogni e interessi degli utenti.

Content Marketing

Il web marketing vincente è quello che ha come obiettivo principale l'offerta di contenuti interessanti agli utenti.

Con il content marketing il processo di vendita diventa un'esperienza educativa



Perché funziona il Content Marketing

Con internet è cambiato il processo di vendita e la sola proposta commerciale scontata all'osso non è la giusta leva per convincere il potenziale cliente

Trovare persone disposte a comprare quando si è pronti per vendere non è più una cosa semplice!

Se siete voi, infatti, a cercare nuovi clienti, le sole persone che compreranno i vostri servizi saranno quelle che si trovano **nel posto giusto, al momento giusto**. Ma queste sono solo una piccola percentuale perchè **ogni individuo si trova di norma in un punto diverso del processo di acquisto**

E' necessario **saper attirare le persone invece di andarle a cercare!**



Perché funziona il Content Marketing

Il processo di vendita del “servizio” deve necessariamente subire un cambiamento trasformandosi in **un percorso educativo per i clienti** che va oltre il solo concetto di prezzo conveniente.

Educare i potenziali clienti significa **mettere a disposizione il proprio sapere e le proprie competenze per aiutarli a risolvere un problema**



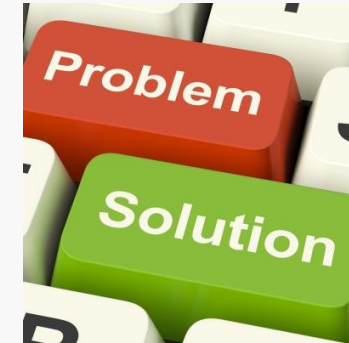
I 5 passaggi della strategia di content marketing

1. Definire il proprio target e sviluppare una profonda **comprensione delle loro problematiche** cercando di essere in grado di saper intercettare le loro domande.



I 5 passaggi della strategia di content marketing

2) Capire qual è il modo migliore per **risolvere i problemi espressi dal target**



I 5 passaggi della strategia di content marketing

3) Diventare una **fonte attendibile** di informazioni per il target.



I 5 passaggi della strategia di content marketing

4) Sviluppare una presenza online attraverso **la pubblicazione di contenuti interessanti**



I 5 passaggi della strategia di content marketing

5) Consentire in modo facile di **acquistare da voi** dopo aver usufruito dei vostri contenuti



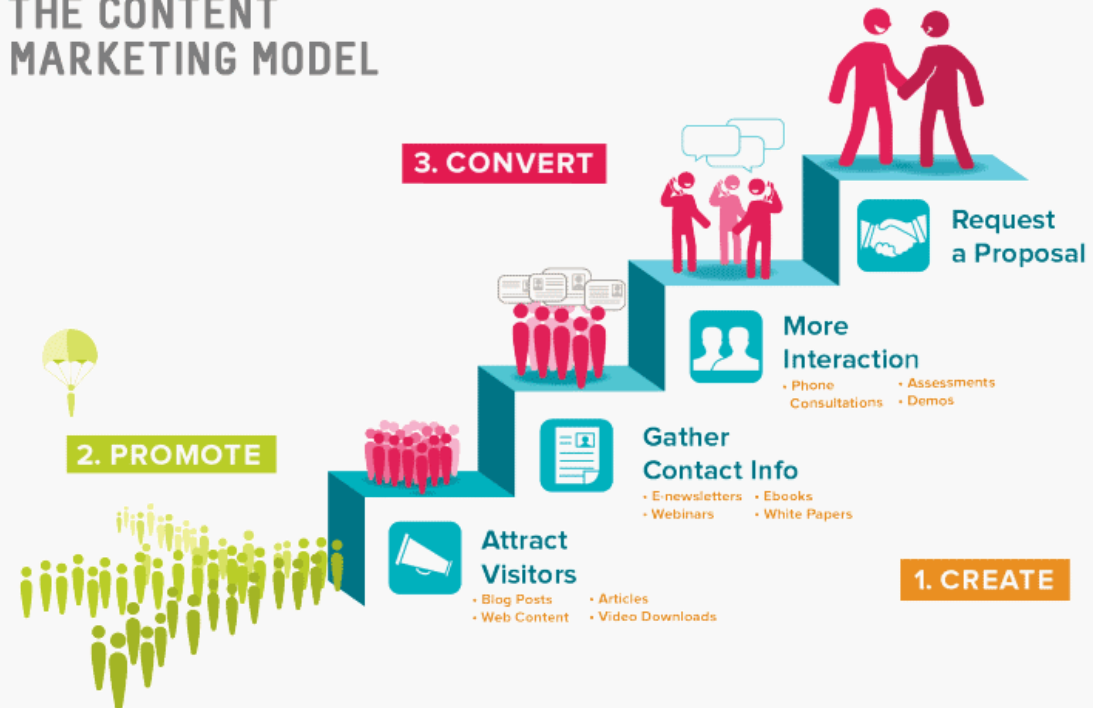
Il modello di content marketing

CREARE CONTENUTO

PROMUOVERE

CONVERTIRE

THE CONTENT MARKETING MODEL



I 10 CONSIGLI PER SVILUPPARE CONTENUTI PER IL BLOG/SITO

#CONTENTMARKETING



#1: Studiare/creare il proprio pubblico in modo oggettivo

Stabilire le persone che ci interessano sulla base di diversi fattori socio-demografici:

- Età
- Sesso
- Località
- Ecc



#2: Studiare il proprio pubblico in modo soggettivo

Mettersi nei panni del nostro utente analizzando i suoi potenziali bisogni connesse alla nostra offerta:

Vuole dimagrire

Vuole allenarsi in tempi brevi ed ottenere risultati rapidi

Vuole tornare in forma in due mesi prima dell'estate

Vuole mettere massa muscolare

Vuole rilassarsi

Ecc....



#3: Pianifica la pubblicazione dei contenuti

No tutto e subito

Stabilisci un piano di lavoro (1 articolo a settimana, 2 articoli al mese, ...)



#4: Condividi il tuo sapere

Regala/condividi informazioni utili al tuo pubblico senza aspettarti e senza pretendere nulla in cambio

precedono il Natale mandano tutti in tilt, anche i più organizzati! Ansia per l'acquisto dei regali di Natale. [.]

Autore: Valentina Lanzone | **il 2 dicembre 2015** | Beauty, | [Continua >](#)



I 3 migliori esercizi per allenare gli addominali (che puoi fare a casa)

Andrea vi svela e VI SPIEGA PASSO PASSO I 3 MIGLIORI esercizi per allenare gli addominali secondo la scienza. Plank - Bicycle Crunch - Crunch braccia dietro...

Autore: Andrea Lanzone | **il 11 novembre 2015** | addominali, Fitness, | [Continua >](#)



Novembre: Caviar Experience

Le PROMOZIONI DEL MESE DI NOVEMBRE! 1-15
Novembre Trattamento intensivo viso al Caviale - 10-30
Novembre Trattamento anti-age Collagene e Caviale -
Timeless Repair Serum 30ml sconto 25%



LET'S MOVE 2016 - L'abbonamento fitness al prezzo più basso dell'anno! Esercizi con elastici: 5 MOTIVI per cui dovresti usarli per allenare il tuo core Dimaarire

E-BOOK GRATIS

scarica ora!



SCARICA GRATIS L'E-BOOK



Modella gambe addome e glutei in soli 3 mesi

PROVA GRATIS

spiegando il perché e il nascondere un segreto...

Le festività natalizie si sa che lasciano il segno! L'apporto calorico, complici i pranzi in famiglia e le cene con gli amici, è maggiore rispetto ad altri momenti dell'anno e questo, in assenza di attività fisica, si traduce matematicamente in aumento del peso corporeo.

La parola d'ordine per tornare in forma è "movimento", ma quasi sempre il semplice movimento non basta soprattutto se fatto in modo incostante e non controllato da un esperto.

Per questo il personal training, ossia l'allenamento con l'assistenza di un trainer esperto, è la soluzione migliore per raggiungere in tempi rapidi lo stato di forma fisica desiderato!

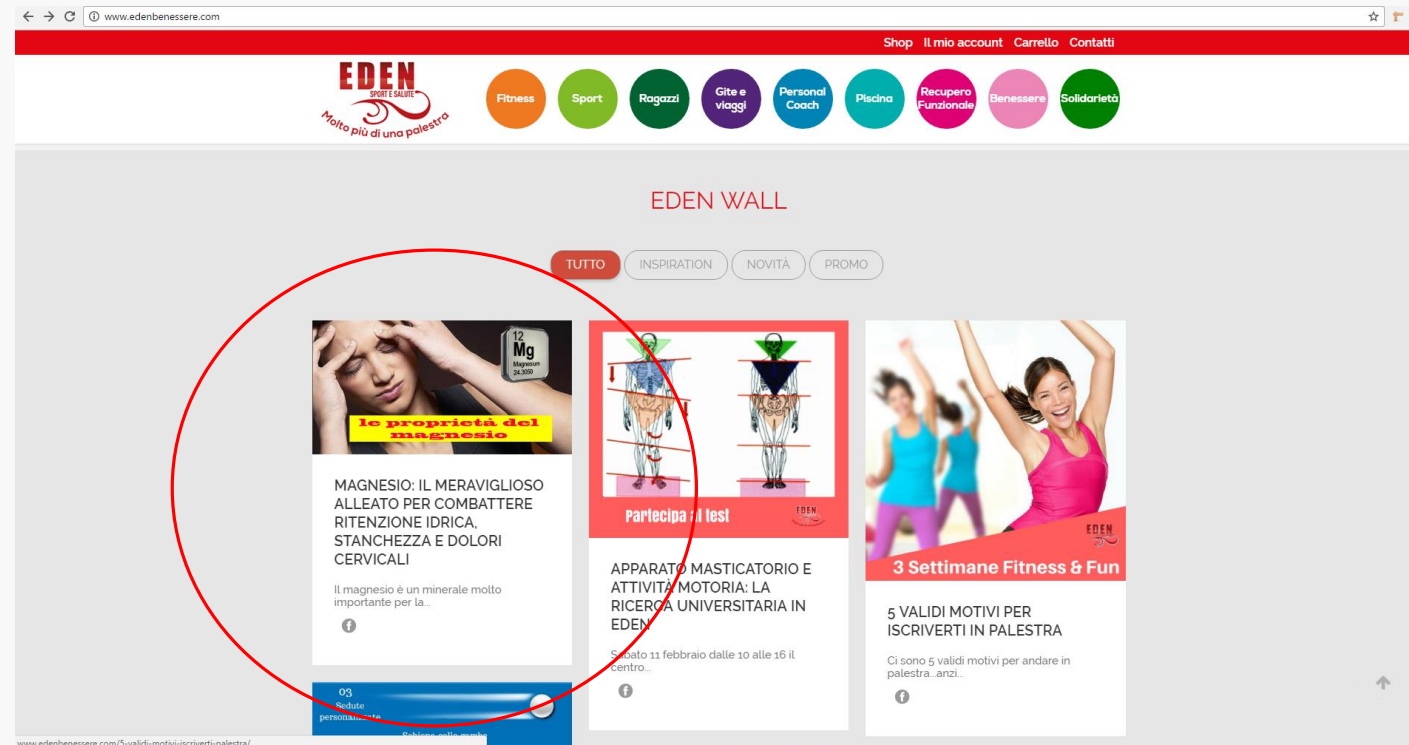
CI SONO INFATTI 5 VANTAGGI (+ BONUS) PER ALLENARTI CON UN NOSTRO PERSONAL TRAINER CHE DEVI ASSOLUTAMENTE SAPERE:

- 1. OTTieni RISULTATI REALI**
La buona volontà non basta perché quasi sempre quando pratichi attività fisica non controllata non fai gli esercizi giusti. Meglio l'allenamento cardio o quello per aumentare la forza? Meglio correre o camminare velocemente? Il personal trainer è in grado di dare la risposta più giusta.
- 2. OTTIMIZZI I TEMPI**
Un personal trainer qualificato è in grado di impostare l'allenamento giusto per raggiungere i tuoi obiettivi nel minor tempo possibile, gestendo nel modo corretto serie, ripetizioni e pause.
- 3. NON TI ANNOI**
Allenandoti con un personal trainer significa che hai accanto una persona che ti stimola continuamente e che

#5 Consiglio: Studia l'argomento

Approfondisci l'argomento prima di scrivere

Riporta dati scientifici e ricerche autorevoli



#6: Crea titoli utili

Usa il COME (Come dimagrire in 8 settimane...Come eliminare tensioni e stress con l'automassaggio al viso...)

Usa un ELENCO (Le 5 tecniche per....)

Risolvi un PROBLEMA (Ti alleni tutti giorni ma non metti massa? Prova queste tecniche...)

Emoziona (Trasforma il corpo in 8 settimane)



#7: Usa tecniche di scrittura persuasiva

- 1) Di' ciò che stai per dire: indica subito il messaggio principale (anche sotto forma di domanda)
- 2) Dillo: sviluppa le argomentazioni a supporto del messaggio principale
- 3) Dillo e ridillo un'altra volta: ribadisci gli argomenti



Le 5 migliori strategie per La Pancia Piatta

Hai provato di tutto ma la pancia proprio non ne vuole sapere di diventare Piatta?

Dieta + Allenamento + Creme miracolose non hanno funzionato?

Prova queste 5 strategie (+ i consigli bonus) per tornare ad avere un ventre piatto e una pancia TONICA!

"Una pancia piatta, in poco tempo" questo sembra essere il desiderio della maggior parte delle persone e quello che i clienti mi chiedono di continuo.

ISCRIVITI

Vuoi aggiornare?

Potrai

DIMAG PANCIA

#8 Consiglio: Utilizza immagini o video

Integra nell'articolo immagini o video per rendere più chiaro ciò che stai raccontando

spalla.

Di nuovo: un arco di lavoro più grande

WOODCHOP (Esercizio per addominali):



Gambe divaricate, mezzo squat, entrambe le mani al fianco destro, manubrio o elastico in mano, si compie una distensione delle braccia in senso obliquo, portando il carico sopra la spalla sinistra, ritornando poi alla set-up.

In questo caso, **anche se l'esercizio prevede un arco di lavoro dato da una rotazione, il manubrio continua ad avere una trazione perpendicolare a terra.**

#9: Usa le giuste parole chiave

L'articolo deve contenere le parole chiave legate alle potenziali richieste e ricerche dei lettori, in modo da farci trovare sulla SERP



#10: Racconta storie che i clienti vogliono sentire

Racconta (o fai raccontare) le esperienze dei tuoi clienti

Racconta come prepari gli allenamenti

Racconta i risultati di uno studio che avete effettuato

Racconta la storia di un attrezzo/prodotto

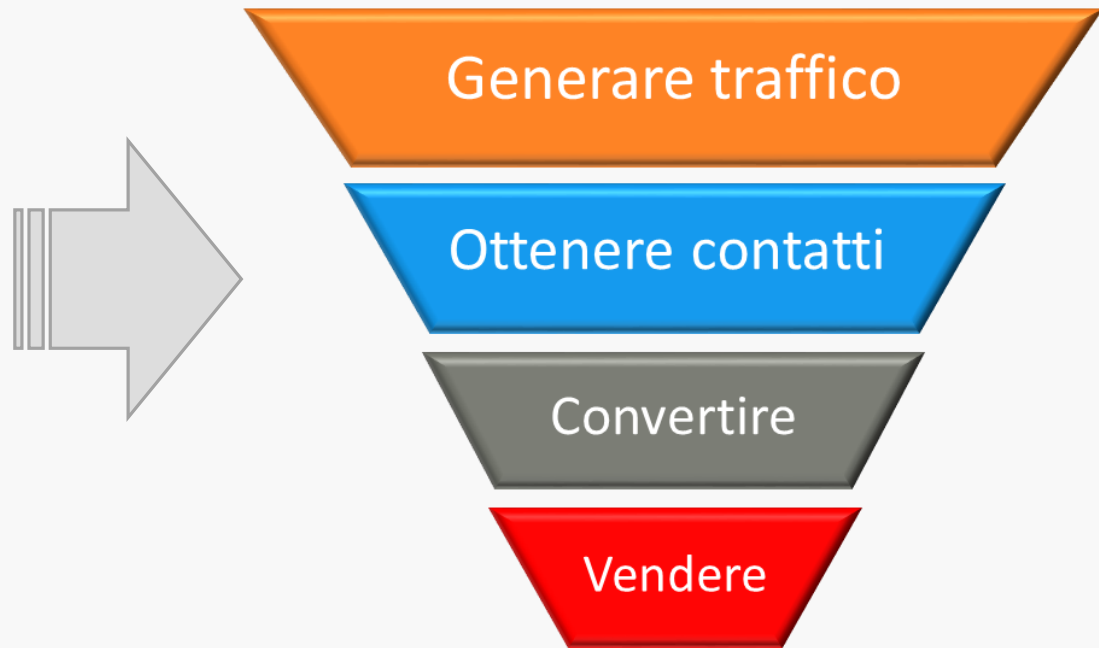
Racconta un particolare allenamento che hai testato su te stesso prima di proporlo ai clienti

Racconta!!!



Ricordati l'obiettivo!

Prevedere sempre una CTA (Call To Action) ed un modulo per entrare in contatto con il potenziale cliente



Ricordati l'obiettivo!

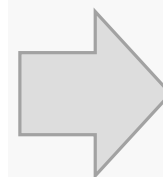
Richiedi subito informazioni cliccando il pulsante qui sotto o chiamando

 02.4455874



RICHIEDI INFORMAZIONI

p.s Ti è piaciuto l'articolo? Condividi! (clicca qui sotto)



50% Complete

Quasi finito! Compila i campi qui sotto e clicca il tasto

Inserisci i tuoi dati e ricevi SUBITO le informazioni su DIET COACH nella tua casella E-mail (assicurati di scriverla correttamente)

Name

Telefono

Email

INVIA »

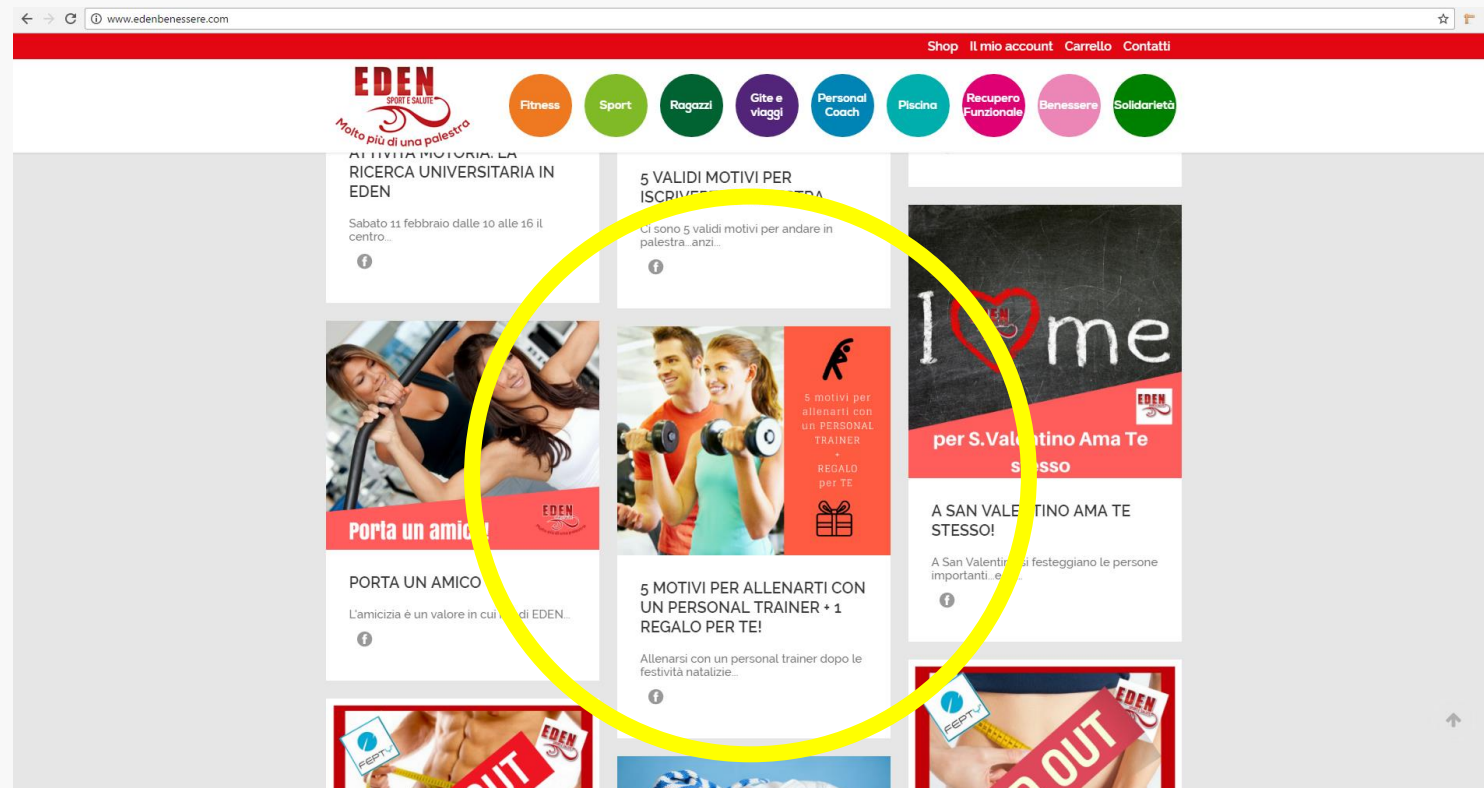
 I tuoi dati sono al sicuro! Cliccando il tasto accetti le condizioni di privacy e policy

Esercitazione: Crea un articolo per il blog

1. Stabilite il pubblico (età, sesso, ecc...)
2. Stabilite il bisogno del vostro pubblico
3. Create un titolo interessante
4. Scrivete la prima frase dell'articolo indicando il messaggio principale
5. Argomenta...
6. Stabilisci che tipologia di foto o video inserire
7. Ribadisci il concetto
8. Crea un CTA

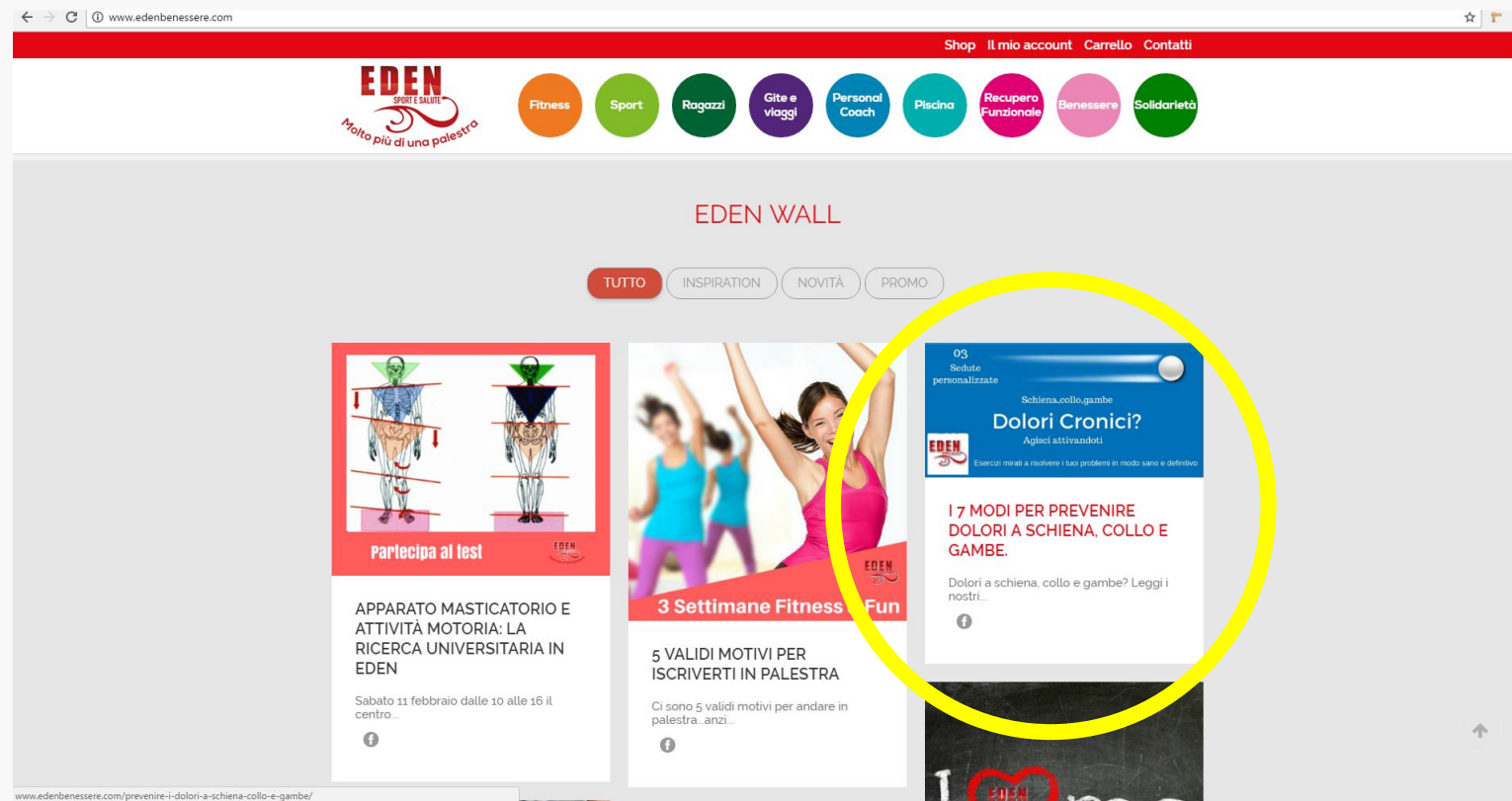
Case History: Eden Benessere

Promozione servizio Personal Trainer

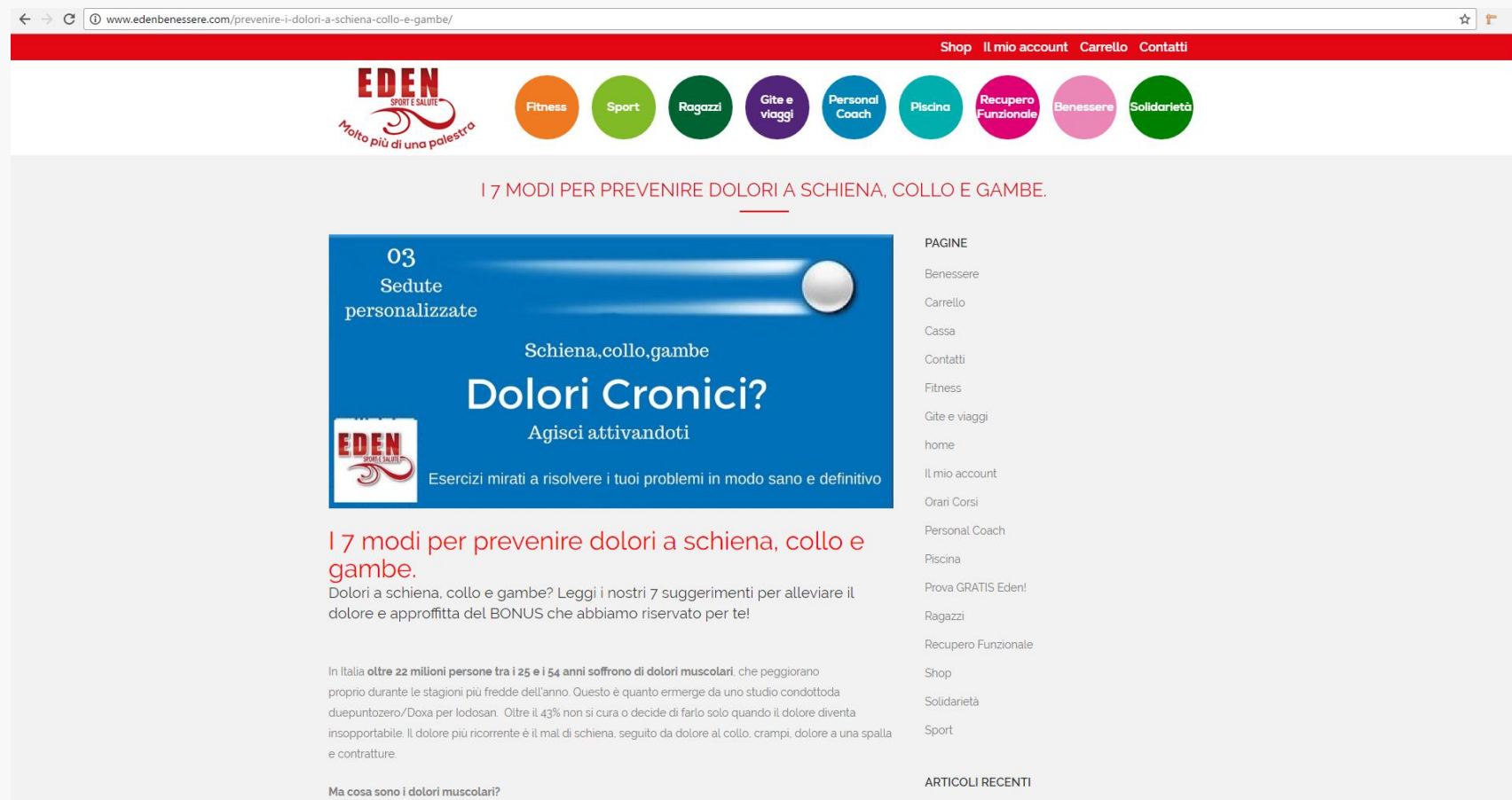


Case History: Eden Benessere

Promozione servizio Personal Trainer



Case History: Eden Benessere



Case History: Eden Benessere

← → ↻ ⓘ www.edenbenessere.com/prevenire-i-dolori-a-schiena-collo-e-gambe/ ☆ 🍷 ⋮

Shop Il mio account Carrello Contatti

EDEN
SPORT E SALUTE
Molto più di una palestra

Fitness Sport Ragazzi Gite e viaggi Personal Coach Piscina Recupero Funzionale Benessere Solidarietà

Ma cosa sono i dolori muscolari?

L'indolenzimento muscolare consiste in **microscopiche lacerazioni delle fibre muscolari** quando sono sottoposte a sforzi. Tali lacerazioni provocano infiammazioni, gonfiore e dolore nei muscoli, a cui si aggiunge una maggiore pressione intorno alle articolazioni che li circondano.

Come prevenire i dolori muscolari?

Vogliamo darti di seguito dei suggerimenti che ti aiuteranno a prevenire i dolori e alla fine ti abbiamo riservato un BONUS!

- 1. Prenieni i dolori con l'attività fisica:** l'attività fisica aiuta il corpo ad essere più resistente in quanto la tua massa muscolare si adatta allo sforzo. Questo vale sia che si tratti di corsa, di allenamenti sotto sforzo o esercizi ad alta intensità di allenamento. E' sempre meglio iniziare qualsiasi routine di esercizio fisico lentamente e aumentare gradualmente l'intensità e saper ascoltare il proprio corpo quando necessita di pause. Fai riscaldamento e stretching: è importante allungare ogni parte di grandi gruppi muscolari del corpo, prima e dopo l'allenamento.
- 2. Fai riposare il corpo:** Uno dei modi migliori per sbarazzarsi del dolore muscolare è semplicemente aspettare e permettere al tuo corpo di prendersi qualche giorno di vacanza. Spesso si pensa che i muscoli si formino durante l'allenamento. Questo non è vero, in realtà si riparano e si formano quando ci si riposa e non sono sottoposti a fatica.
- 3. Assumi la giusta quantità di proteine nel regime alimentare:** Le proteine sono la chiave per aiutare a ricostruire le fibre muscolari e accelerare il recupero. Mangia proteine magre, come pollo, pesce, tacchino, soia, tofu, e gli albumi in quanto sono le fonti più concentrate di proteine. Fai comunque attenzione alle dimensioni delle tue porzioni di proteine in quanto è possibile assumerne troppe e ciò può portare a problemi di salute.
- 4. Maniteni il corpo idratato:** Bere abbastanza acqua durante la giornata è importante perché aiuta ad eliminare tossine e scorie nel sangue. Assicurati di bere almeno due litri di acqua al giorno, tutti i giorni.
- 5. Mangia sufficienti grassi sani:** olio di pesce, noci miste, avocado e burro di noci sono alimenti particolarmente ricchi di grassi omega-3 e aiutano a combattere i radicali liberi, riducendo l'infiammazione nel tessuto muscolare.
- 6. Rilassarti con il caldo:** Fare un bagno caldo, utilizzare la sauna oppure applicare un impacco caldo aiuta ad alleviare i dolori muscolari. Quando la temperatura dei muscoli aumenta, aumenta anche il flusso sanguigno.

Apparato masticatorio e attività motoria: la ricerca universitaria in Eden

5 validi motivi per iscriverti in palestra

I 7 modi per prevenire dolori a schiena, collo e gambe.

A San Valentino ama te stesso!

Porta un amico

SCARICA GRATIS L'E-BOOK



Modella gambe addome e glutei in soli 3 mesi

PROVA GRATIS



Case History: Eden Benessere

← → ↻ ⓘ www.edenbenessere.com/prevenire-i-dolori-a-schiena-collo-e-gambe/ ☆ 🔑 ⋮

Shop Il mio account Carrello Contatti

EDEN
SPORT E SALUTE
Molto più di una palestra

Fitness Sport Ragazzi Gite e viaggi Personal Coach Piscina Recupero Funzionale Benessere Solidarietà

alleviare i dolori muscolari. Quando la temperatura dei muscoli aumenta, aumenta anche il flusso sanguigno che trasporta ossigeno e sostanze nutritive ai muscoli.

7. **Fatti fare un massaggio.** Il massaggio è indicato per alleviare la rigidità dei muscoli e nel complesso può essere un'esperienza davvero rilassante.

BONUS

↓

L'attività fisica come ti abbiamo spiegato al punto 1 può aiutarti a prevenire il dolore ma è fondamentale farla con un programma ben preciso e possibilmente con l'ausilio di uno specialista.

Per questo, entro il 20 febbraio ti offriamo **20 pacchetti "STOP THE PAIN"** che prevedono 3 sedute di allenamento personalizzato insieme ai nostri migliori trainer per individuare e risolvere ed eliminare i tuoi dolori.

A soli 37 euro!

ACQUISTA ORA

Condividi      

la tua giornata di prova

EDEN
SPORT E SALUTE
Molto più di una palestra

DIMAGRISCI CON L'ABBIGLIAMENTO FEPTY

FEPTY

LA FASCIA ADDOMINALE CHE AIUTA A DIMAGRIRE

Case History: Eden Benessere



Case History: Eden Benessere

← → ↻ www.edenbenessere.com/personal-trainer-5-motivi-allenarti-1-regalo/ ☆ 📄 ⋮

Shop Il mio account Carrello Contatti

EDEN
SPORT & SALUTE
Molto più di una palestra

Fitness Sport Ragazzi Gite e viaggi Personal Coach Piscina Recupero Funzionale Benessere Solidarietà

matematicamente in aumento del peso corporeo.

La parola d'ordine per tornare in forma è "movimento", ma quasi sempre il semplice movimento non basta soprattutto se fatto in modo incostante e non controllato da un esperto.

Per questo il personal training, ossia l'allenamento con l'assistenza di un trainer esperto, è la soluzione migliore per raggiungere in tempi rapidi lo stato di forma fisica desiderato!

CI SONO INFATTI 5 VANTAGGI (+ BONUS) PER ALLENARTI CON UN NOSTRO PERSONAL TRAINER CHE DEVI ASSOLUTAMENTE SAPERE:

- 1. OTTIENI RISULTATI REALI**
La buona volontà non basta perché quasi sempre quando pratichi attività fisica non controllata non fai gli esercizi giusti. Meglio l'allenamento cardio o quello per aumentare la forza? Meglio correre o camminare velocemente? Il personal trainer è in grado di dare la risposta più giusta.
- 2. OTTIMIZZI I TEMPI**
Un personal trainer qualificato è in grado di impostare l'allenamento giusto per raggiungere i tuoi obiettivi nel minor tempo possibile, gestendo nel modo corretto serie, ripetizioni e pause.
- 3. NON TI ANNOI**
Allenandoti con un personal trainer significa che hai accanto una persona che ti stimola continuamente e che ti fa variare spesso le modalità di allenamento. Non userai le solite attrezzature ma ti verranno proposti sempre esercizi innovativi.
- 4. FAI ESERCIZI SU MISURA**
Il programma di allenamento è costruito sulla base delle tue caratteristiche, dei tuoi tempi e del tuo stile di vita. Tu definisci l'obiettivo, il personal trainer ti aiuta a raggiungerlo.
- 5. TI ALLENI IN TUTTA SICUREZZA E CONFORT**
Il personal trainer esamina con attenzione il tuo stato fisico generale, i tuoi punti di forza e le tue debolezze. In questo modo appronta un percorso di allenamento che prevenga qualsiasi tipo di problema durante e dopo l'allenamento. In Eden hai ogni confort anche prima e dopo l'allenamento grazie ad uno staff dedicato.

Porta un amico

SCARICA GRATIS L'E-BOOK



Modella gambe addome e glutei in soli 3 mesi

PROVA GRATIS



Case History: Eden Benessere

← → ↻ ⓘ www.edenbenessere.com/personal-trainer-5-motivi-allenarti-1-regalo/ ☆ 🔍 ⋮

Shop Il mio account Carrello Contatti

EDEN
SPORT E SALUTE
Molto più di una palestra

Fitness Sport Ragazzi Gite e viaggi Personal Coach Piscina Recupero Funzionale Benessere Solidarietà

BONUS: Dal 10 al 25 gennaio i primi 15 che prenotano compilando il form sottostante hanno diritto a:

Consulenza GRATIS di 40 minuti con personal trainer qualificato con check up professionale dello stato di forma fisica

SCONTO del 15% sull'acquisto di eventuali pacchetti di personal training

↓

Il tuo nome (richiesto)

La tua email (richiesto)

Il tuo numero telefonico (lo useremo solo ai fini di questa promo!) (richiesto)

Quando vuoi essere contattato?

Lunedì

A che ora?

DIMAGRISCI CON L'ABBIGLIAMENTO FEPTY

LA FASCIA ADDOMINALE CHE AIUTA A DIMAGRIRE

FEPTY

FEPTY

Case History: Eden Benessere

Sezione Notizie dei computer ▾ 1 di 5 < >

EDEN **Eden Benessere**
Sponsorizzata · 🌐

👍 Mi piace

● Allenarsi con un PERSONAL TRAINER dopo le festività natalizie conviene! 👉
In questo post ti spieghiamo il perché e ti facciamo un REGALO! 📄
Clicca sull'immagine e leggi 📄



5 motivi per allenarti con un PERSONAL TRAINER + REGALO

5 motivi per allenarti con un personal trainer + 1 regalo per te! - EdenBenessere

Allenarsi con un personal trainer dopo le festività natalizie conviene. In questo post ti spieghiamo il perché e ti facciamo un REGALO! Le festività natalizie si sa che...

EDENBENESSERE.COM

Piace a 60 persone · Condivisioni: 6

EDEN **Eden Benessere**
Pubblicato da Carmine Preziosi [?] · 2 febbraio alle ore 19:05 · 🌐

Hai dolori a schiena, collo e gambe? Leggi i nostri 7 suggerimenti per prevenire e alleviare il dolore e approfitta del BONUS che abbiamo riservato per te! 😊



03
Sedute
personalizzate

Schiena,collo,gambe

Dolori Cronici?

Agisci attivandoti

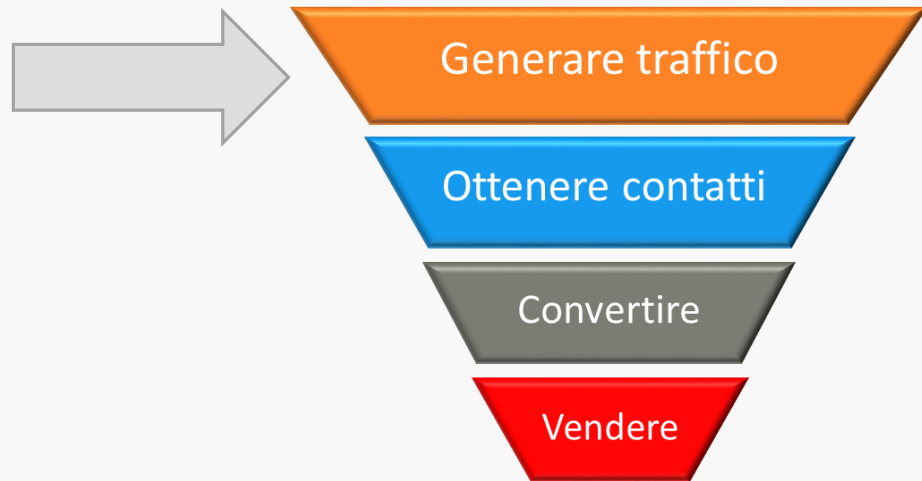
EDEN
SPORT & SALUTE

Esercizi mirati a risolvere i tuoi problemi in modo sano e definitivo

I 7 modi per prevenire dolori a schiena, collo e gambe. | EdenBenessere

Dolori a schiena, collo e gambe? Leggi i nostri 7 suggerimenti per alleviare il dolore e approfitta del BONUS che abbiamo riservato per te! In Italia oltre 22

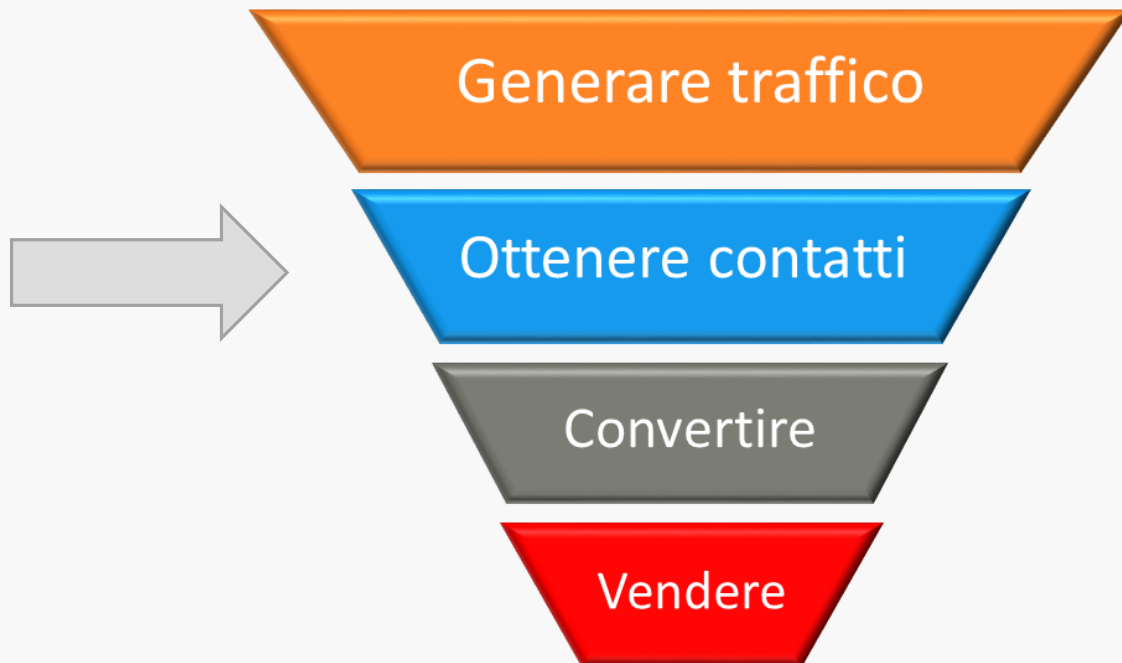
Case History: Eden Benessere



Contenuti -> piano editoriale
-> promozione Facebook



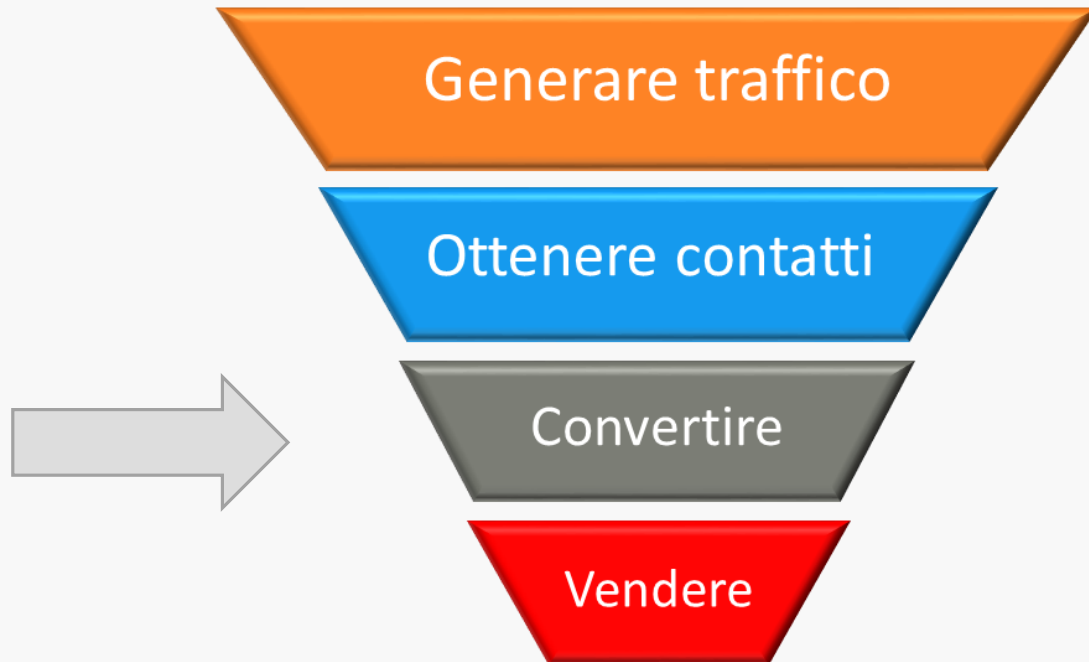
Case History: Eden Benessere



**Offerta -> CTA
-> Modulo contatto**



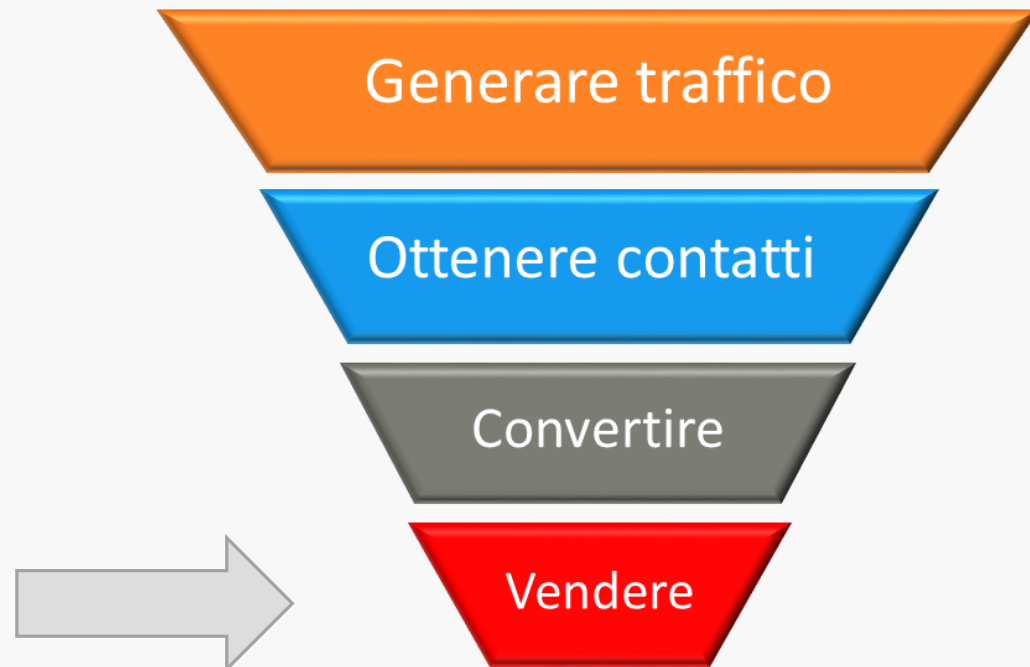
Case History: Eden Benessere



**Telefonata -> invito
-> appuntamento**



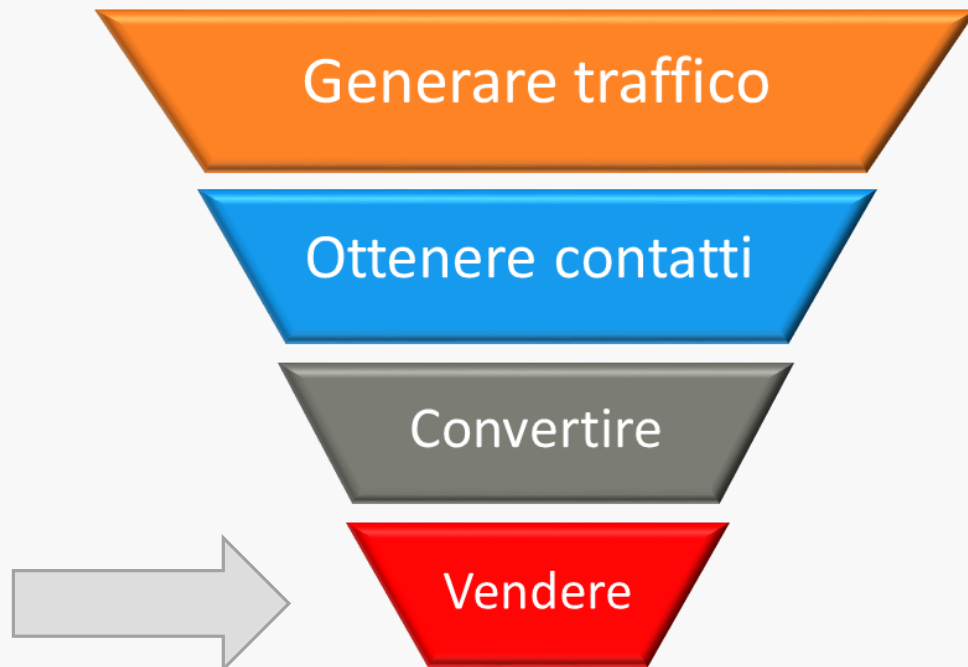
Case History: Eden Benessere



**Prova -> Trattativa
-> Vendita**



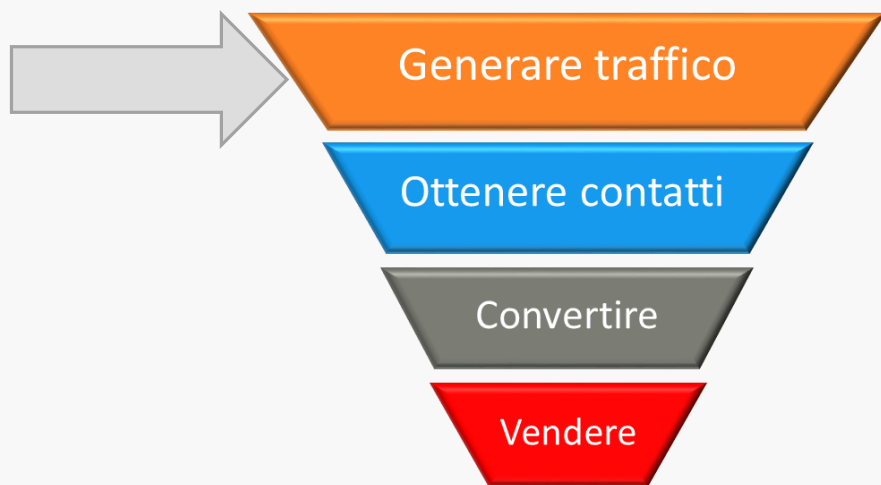
Case History: Eden Benessere



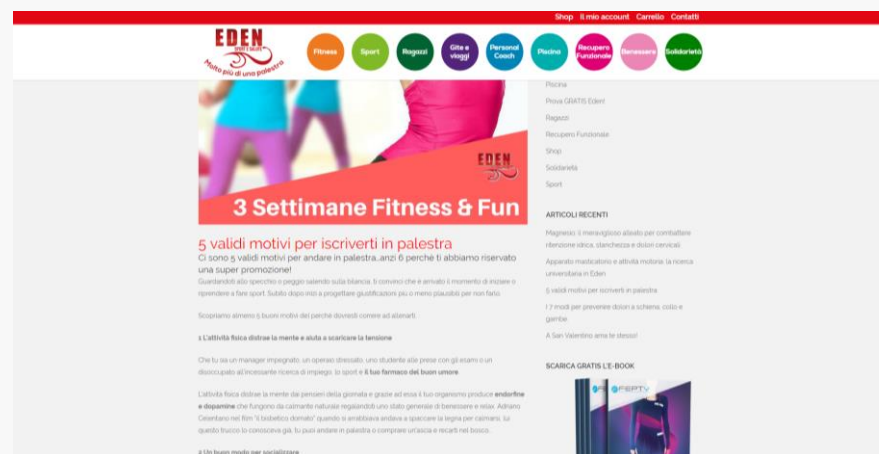
Offerta -> CTA -> Vendita



Case History: Eden Benessere

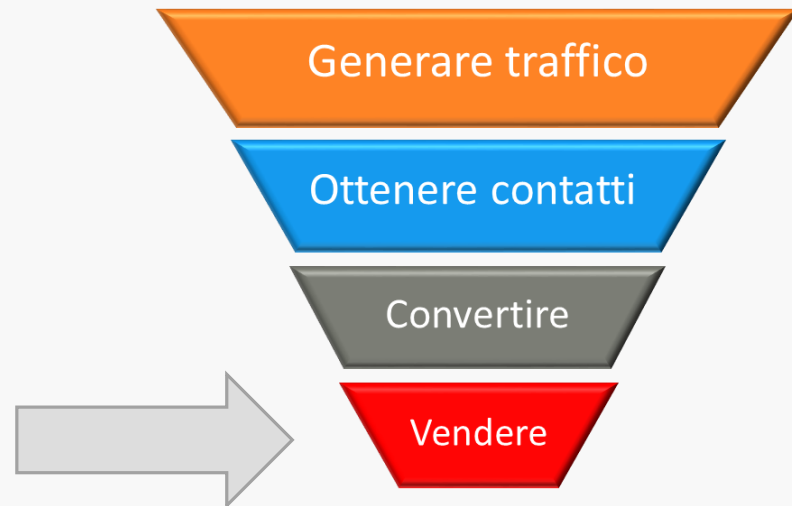


Contenuti -> promozione Facebook



Gruppi di inserzioni di questa campagna ▼		+ Crea gruppo di inserzioni		Colonne: Previsioni ▼						Dettagli ▼	Esporta ▼
☐	Gruppo di inserzioni	Pubblicazione ⓘ	Risultati ⓘ	Copertura ⓘ	Costo ⓘ	Budget ⓘ	Importo speso ⓘ	Programmazione ⓘ			
☐	☒ Reggio nell'Emilia - 18-50 Generazione di contatti	● Attivo Approvazione ottenuta: 3	48 Contatti (modulo)	14.609	\$ 2,73 Per contatto (modulo)	\$ 150,00 Totale	\$ 131,14	3 febbraio 2017 – 16 febbraio 2017 13 giorni			
	► Risultati di 1 gruppo di inserzioni		48 Contatti (modulo)	14.609 Persone	\$ 2,73 Per contatto (modulo)		\$ 131,14 Spesa totale				

Case History: Eden Benessere



Offerta -> CTA -> Vendita

• E tanto tanto altro.
Potremmo scrivere un'enciclopedia sui vantaggi fisici dello sport ma era giusto per rendere l'idea.

Quindi

A conti fatti ritagliarti qualche ora alla settimana da dedicare al tuo corpo ha **indubbi vantaggi** su tutti i fronti. Adesso hai davvero **poche scuse**, indossi tuta e scarpe da ginnastica e datti da fare.

PROMOZIONE SPECIALE

L'attività fisica come hai capito dall'articolo è davvero fondamentale ma è fondamentale farla con un programma ben preciso e possibilmente con l'ausilio di uno specialista.

Per questo, entro il 20 febbraio ti offriamo **20 pacchetti "Fitness&Fun"** che prevedono 1 oppure 3 settimane di allenamento per cominciare ad assaggiare e testare sulla tua pelle tutto quello che abbiamo scritto sopra insieme ai nostri migliori trainer per individuare il tuo obiettivo e decidere insieme come raggiungerlo.

IL PREZZO?
1 SETTIMANA FITNESS&FUN 17 EURO
3 SETTIMANE FITNESS&FUN 37 EURO

ACQUISTA ORA



SHOP

3 SETTIMANE FITNESS & FUN
37,00€

1 2 3 **ACQUISTA**

DESCRIZIONE

Vuoi scoprire il mondo di Eden Benessere? Il modo migliore è viverlo, perché le parole non bastano per capire veramente cosa vuol dire allenarsi nel nostro centro! Un piccolo prezzo per una grande opportunità! **3 Settimane in cui potrai allenarti, provare alcuni dei nostri 250 corsi e avere un colloquio con un trainer per capire le tue reali necessità!**

Acquista direttamente qui la tua esperienza in Eden

Condividi

3 Settimane Fitness & Fun

Case History: Eden Benessere



Google Marketing

Le Migliori Tecniche per farsi Trovare in Rete attraverso il Motore di Ricerca.

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) on a white background. It is part of a larger image of a computer screen showing the Google homepage, which also includes a search bar and buttons labeled 'Google Search' and 'I'm Feeling Lucky'.

Google Search

I'm Feeling Lucky

La ricerca su Google

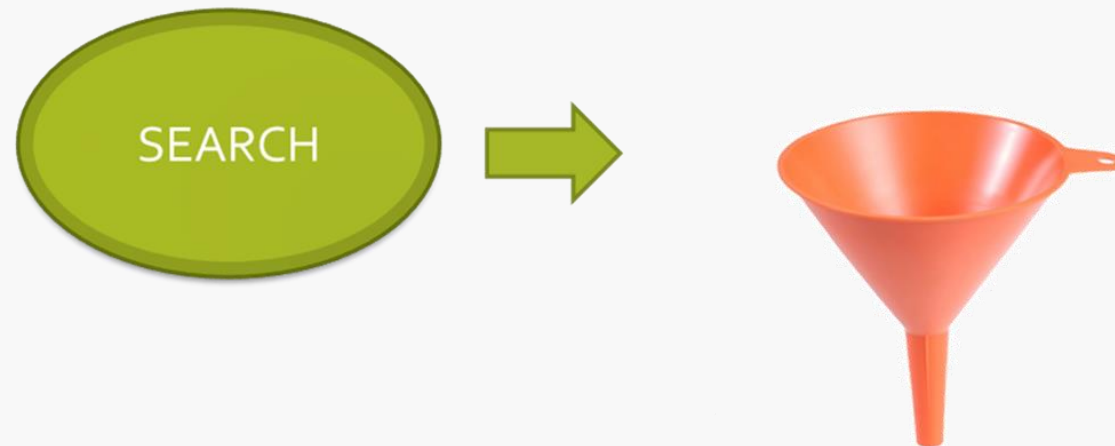
Mentre per raggiungere la camera da letto di una casa si deve necessariamente passare dal cancelletto, dalla porta di ingresso e da altre stanze, nel Web, grazie ai motori di ricerca l'accesso alle pagine di un sito avviene in modo diretto.



La ricerca su Google

Prima di effettuare un acquisto spesso le persone consultano il web alla ricerca di maggiori informazioni e spesso comparazioni con prodotti o servizi simili.

Le ricerche avvengono attraverso i motori di ricerca, nel 95% dei casi attraverso il motore di ricerca Google.



La ricerca su Google

Pensate a Google come una grande libreria:

- Libri per categorie di interessi
- Libri per categorie sbagliate
- Libri ben visibili
- Libri di taglio
- ***Libri in vetrina principale***

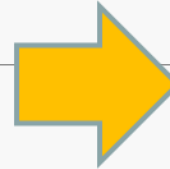


La SERP

SERP: Search Engine Results Page

1. Ricerca a pagamento
2. Ricerca organica

Risultati a pagamento



Ricerca organica



The screenshot shows a Google search for "personal trainer milano". The search bar at the top displays the query. Below the search bar, there are tabs for "Tutti", "Maps", "Immagini", "Notizie", "Video", "Altro", and "Strumenti di ricerca". The search results are divided into two main sections: "Risultati a pagamento" (Paid Results) and "Ricerca organica" (Organic Results).

Risultati a pagamento:

- Personal Trainer Milano - Prova un Allenamento Gratis**
www.personal-trainer-milano.com/ - Ritrova Subito la Tua Forma Fisica
- PERSONAL Trainer Milano - Ricevi preventivi Gratis entro 48h**
www.prontopro.it/Personal-Trainer - Trova il Miglior Personal Trainer! Preventivi gratuiti - Risparmia tempo e denaro - Facile e senza impegno Sei un Professionista? - Personal Trainer
- Francesco Bini - FrancescoBini.com**
www.francescobini.com/ - 320 813 8830 Wellness Personal Trainer Migliora lo #stiledivita adesso!

Ricerca organica:

- AR Personal Training Studio**
5.0 ★★★★★ (32) · Personal trainer
Via Amedei, 8 · 331 176 7823
Chiude alle ore 21:00
Sito web | Indicazioni
- Personal Trainer Milano - Luigi Cordella**
5.0 ★★★★★ (13) · Personal trainer
Viale Certosa, 14 · 331 459 3845
Sito web | Indicazioni
- Roberto Eusebio - Personal Trainer Milano - presso McFit...**
4.9 ★★★★★ (52) · Personal trainer
Viale Certosa, 123 · 338 374 8518
Sito web | Indicazioni

Altri luoghi

Personal trainer Milano | AR Personal Training Studio
www.alessioninelli.it/ - Personal trainer Milano con la passione per lo sport, il benessere e la cura del corpo, che ti aiuterà nel raggiungimento dei tuoi obiettivi di forma fisica.

Personal trainer domicilio - Annunci Milano - Kijiji: Annunci di eBay
www.kijiji.it - Lombardia - Milano - Lo sapevi che ci sono 31 annunci, affari, oggetti e offerte di lavoro che ti aspettano a Milano su Kijiji? Trovi anche personal trainer domicilio.

Personal Trainer Milano
www.personaltrainermilano.it/ - Con la scelta di praticare esercizio fisico, allunghi e migliori la tua qualità di vita. Scegliendo personal trainer Milano 331.4593845, il tuo desiderio sarà ...

La ricerca su Google: tipologie di risultati

Risultati
organici



Risultati a
pagamento

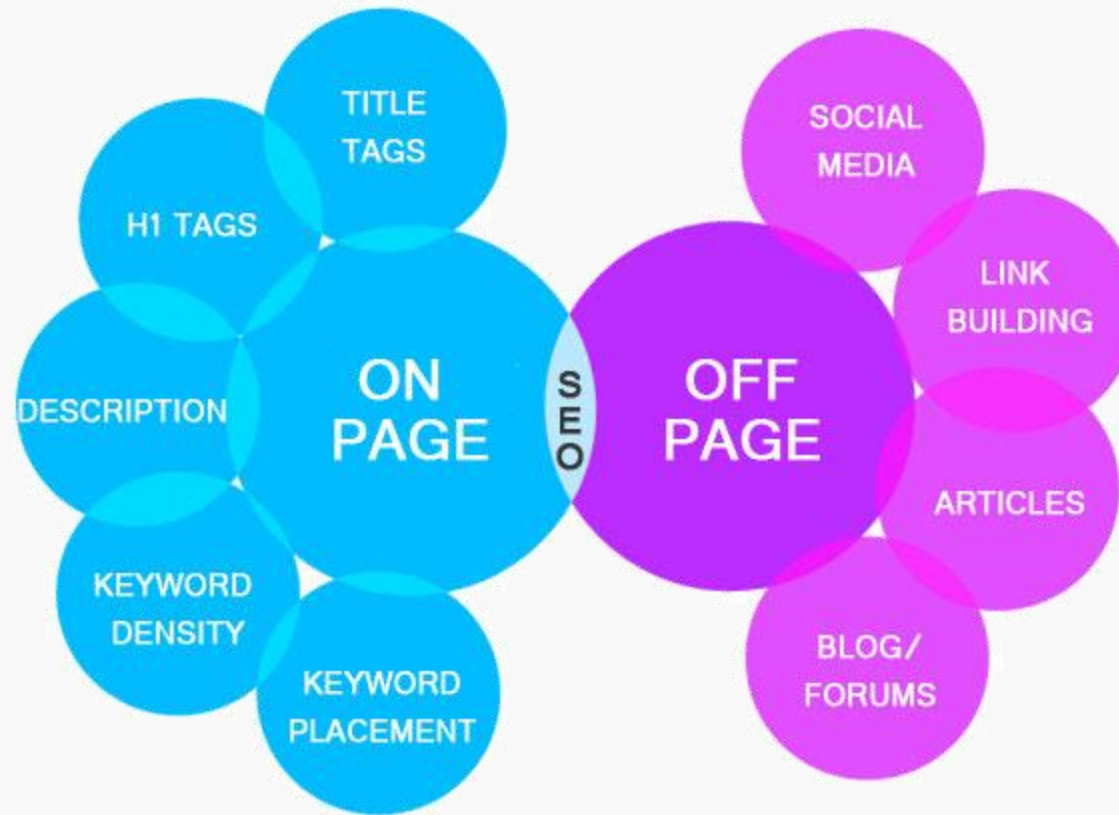


- ▶ Per ottenere un miglior posizionamento organico si ricorre alla SEO
- ▶ Per ottenere un miglior posizionamento a pagamento si ricorre a Google Adwords

La ricerca su Google: SEO onpage e offpage

ONPAGE:

Caratteristiche del sito web



OFFPAGE:

Fattori da attività esterne al sito

Suggerimenti ONPAGE per la SEO

Sitemap: mappa del sito web sotto forma di file HML per favorire la scansione del sito da parte del «ragnetto» di Google.

Sito mobile responsive

Ottimizzazione delle parole chiave nei tag HTML, in particolare il tag title e il meta tag description

Palestra Roma Centro, stazione Termini - Healthcity

<https://www.healthcity.it/i-nostri-club/roma-termini> ▼

Cerchi una Palestra a Roma? Allenati in modo efficace e divertente nel nostro Centro Fitness Roma Termini, dotato di Saune e Wellness. Provalo Gratis!

Inserimento di link in uscita

Ottimizzazione delle immagini, dei file e dei link

Parole chiave nel testo (non esagerare)

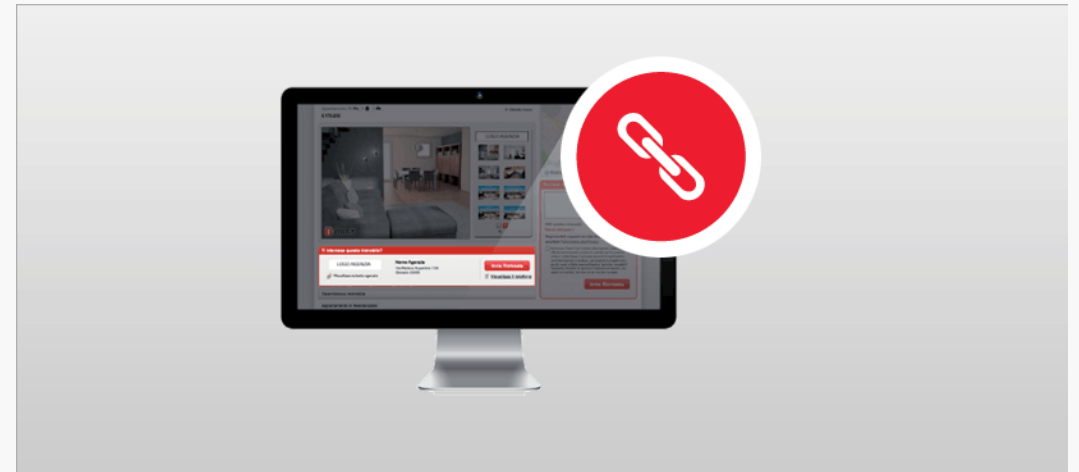
Suggerimenti OFFPAGE per la SEO

Numero e qualità di link in entrata sul sito (fattore di popolarità e reputazione)

Article marketing e comunicati stampa

Promozione attraverso guest post, forum, altri blog

Social media marketing



Google Adwords: search a pagamento



- ▶ Google AdWords è il servizio online di advertising che permette di inserire spazi pubblicitari all'interno delle pagine di ricerca di Google e di pagine internet affiliate a Google. Questi annunci vengono selezionati da un algoritmo che, tra le tante variabili, tiene conto delle keyword ricercate dall'utente. Così facendo verranno mostrati annunci pertinenti agli scopi dell'utente, migliorando così anche l'investimento da parte delle aziende che pubblicano tramite questo servizio. (AdWords è la principale fonte di remunerazione per il gruppo Google che nel 2013 ha permesso di guadagnare più di 50 miliardi di dollari.)

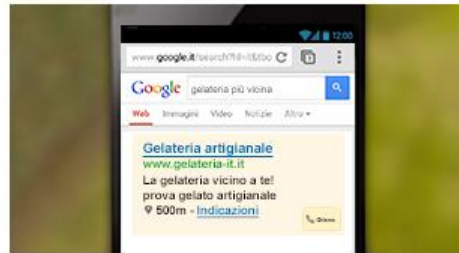
Google Adwords: search a pagamento



Trasforma i clienti locali in clienti abituali



Promuovi la tua attività



Paghi solo i risultati



- La piattaforma di Google AdWords non è facile ed intuitiva e spesso viene utilizzata solo da agenzie pubblicitarie e professionisti del web marketing. Google ha così deciso di creare per le attività locali una piattaforma di AdWords semplificata con un sistema di creazione annuncio guidato e semplificato

Google Adwords: search a pagamento

- Prima cosa da fare per utilizzare Adwords Express è creare un account Google MyBusiness:

<https://www.google.com/business/>



- L'account My Business di Google servirà anche per indicare la posizione dell'azienda o del punto vendita sulla mappa di Google e per fornire a Google e quindi agli utenti i dati relativi all'attività

La ricerca su Google: AdWords Express

← → C Sicuro | https://adwords.google.it/express/plus/Plus?hl=it&pli=1&_u=9567787393&_c=3546904753&_p=103713433045019113793#signup.pid=2504989382&ret=manage.ssg ☆ 🔍 ⋮

× Crea annuncio ? 2 👤

Scegli dove pubblicare il tuo annuncio

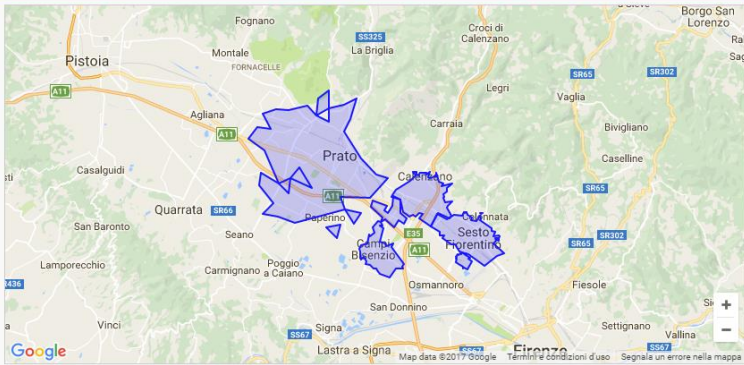
 Target per distanza dall'attività

 Target per città, regione o paese

Dove vuoi che venga pubblicato il tuo annuncio?

Calenzano × Campi Bisenzio × Polo Scientifico × Prato × Sesto Fiorentino ×

+ aggiungi una località (città, provincia o Paese)



INDIETRO AVANTI

 Hai bisogno di assistenza?

Per ricevere assistenza gratuita per l'impostazione degli annunci, contatta il numero **800 930 822** (lun-ven, dalle 09:00 alle 18:00)

[Altre opzioni di assistenza](#)

Dimensione del segmento di pubblico potenziale

 **1.825.772** utenti al mese

Questa è una stima del numero di utenti che eseguono una ricerca su Google nelle località selezionate. La dimensione del segmento di pubblico non influisce sui costi.

La ricerca su Google: AdWords Express

← → | https://adwords.google.it/express/plus/Plus?hl=it&pli=1&__u=9567787393&__c=3546904753&__p=103713433045019113793#signup.pid=2504989382&ret=manage.ssp ☆ 🔍 ⋮

× Crea annuncio 🔍 2 👤

Definisci il tuo prodotto o servizio

In quale lingua desideri fare pubblicità?
Italiano ▾

Quale prodotto o servizio desideri promuovere? ⓘ

☒ Palestra

☐ Personal trainer

Mostra il tuo annuncio a persone che cercano: ⓘ

☒ Palestra ☐ Boxe ☐ Palestra Bambini ☒ Corsi

☐ Spa/Piscina

Dimensione del segmento di pubblico potenziale

2.778
utenti al mese

Questa è una stima del numero di utenti che cercano attività come la tua nelle località selezionate. La dimensione del segmento di pubblico non influisce sui costi.

INDIETRO **AVANTI**

Hai bisogno di assistenza?
Per ricevere assistenza gratuita per l'impostazione degli annunci, contatta il numero **800 930 822**
(lun-ven, dalle 09:00 alle 18:00)
[Altre opzioni di assistenza](#)

© 2017 Google | [Norme sulla privacy](#)

La ricerca su Google: AdWords Express

← → 🔍 Sicuro | https://adwords.google.it/express/plus/Plus?hl=it&pli=1&__u=9567787393&__c=3546904753&__p=103713433045019113793#signup.pid=2504989382&ret=manage.sca

× Crea annuncio

Crea il tuo annuncio

Crea un annuncio e indica ai clienti i prodotti e servizi che offri.

▸ Serve ulteriore aiuto? Dai un'occhiata ad alcuni annunci di esempio.

Titolo 1
Palestra Universo Prato

Titolo 2
Prova gratis! 12/30

Descrizione
stai cercando una palestra a Prato? Prova il meglio del fitness!

Indirizzo della pagina web
http://www.palestrauniverso.it/

Anteprima dell'annuncio sui computer desktop

Palestra Universo Prato - Prova gratis
Ann. www.palestrauniverso.it
stai cercando una palestra a Prato? Prova il meglio del fitness!
📍 Viale della Repubblica, 293, Prato

🔍 GUARDA CHE ASPETTO AVRÀ IL TUO ANNUNCIO

INDIETRO AVANTI

 **Hai bisogno di assistenza?**
Per ricevere assistenza gratuita per l'impostazione degli annunci, contatta il numero **800 930 822**
(lun-ven, dalle 09:00 alle 18:00)
[Altre opzioni di assistenza](#)

© 2017 Google | [Norme sulla privacy](#)

La ricerca su Google: AdWords Express

× Crea annuncio

Monitora il tuo annuncio

Monitoraggio delle chiamate

Scopri quante chiamate sono generate direttamente dal tuo annuncio. Il numero di telefono nel tuo annuncio verrà modificato in un numero locale diverso o in un numero verde che inoltrerà le chiamate verso la tua sede. [Ulteriori informazioni](#)

☐ **Aggiungi monitoraggio delle chiamate**

Sono consapevole che il numero di telefono nel mio annuncio verrà modificato*.

Personal Trainer Firenze

Annuncio www.serendip.it

+39 xx xxxx xxxx

Vuoi ottenere risultati immediati?

Prova gratis adesso!

📍 [Via Monte Falco, 10, Arezzo](#)

☒ **Non aggiungere il monitoraggio delle chiamate**

Mostra il mio numero di telefono effettivo nell'annuncio.

Personal Trainer Firenze

Annuncio www.serendip.it

0575 183 0947

Vuoi ottenere risultati immediati?

Prova gratis adesso!

📍 [Via Monte Falco, 10, Arezzo](#)

* La scelta di questa opzione indica che l'utente accetta i [Termini di servizio di Google Voice](#) e le [Norme sulla privacy](#).

INDIETRO

AVANTI

La ricerca su Google: AdWords Express

× Crea annuncio

Imposta il tuo budget

Imposta l'importo che sei disposto a spendere per la pubblicità ogni giorno.

4,77

€ giornaliero medio

145,00

€ mensile massimo

fascia di budget tipico della concorrenza

Copertura dell'annuncio stimata

258 - 432

clic e chiamate al mese

Questa stima è basata sui risultati di aziende che presentano budget e impostazioni degli annunci simili.

Come funziona il budget

Che cosa paghi
Paghi solo quando gli utenti fanno clic sul tuo annuncio o chiamano la tua attività.

Quanto costa
I costi variano in base ai clic, ma non spenderai più del tuo budget mensile.

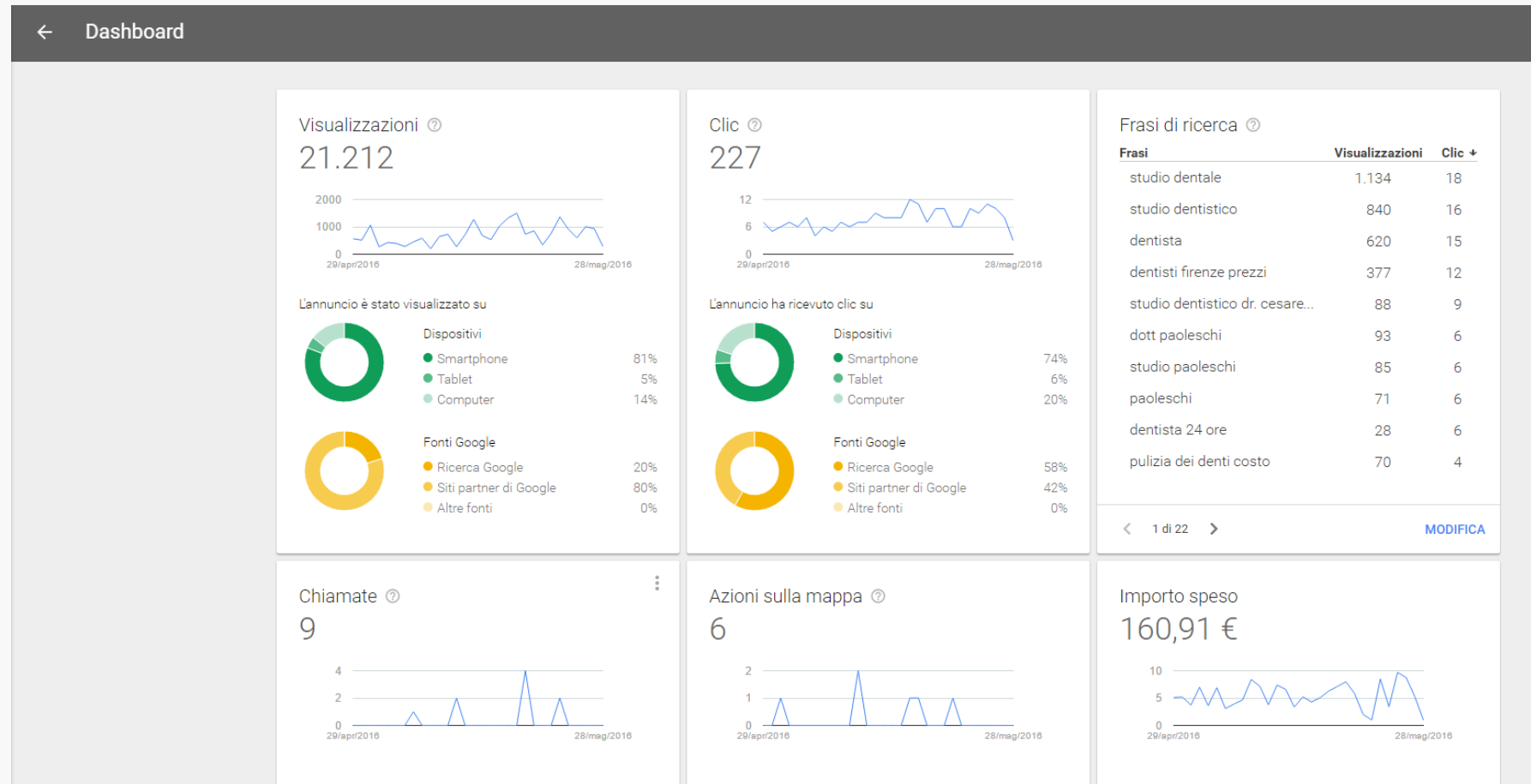
Se cambi idea
Prova a pubblicare il tuo annuncio senza impegno: puoi annullarlo oppure modificare il tuo budget in qualsiasi momento.

INDIETRO

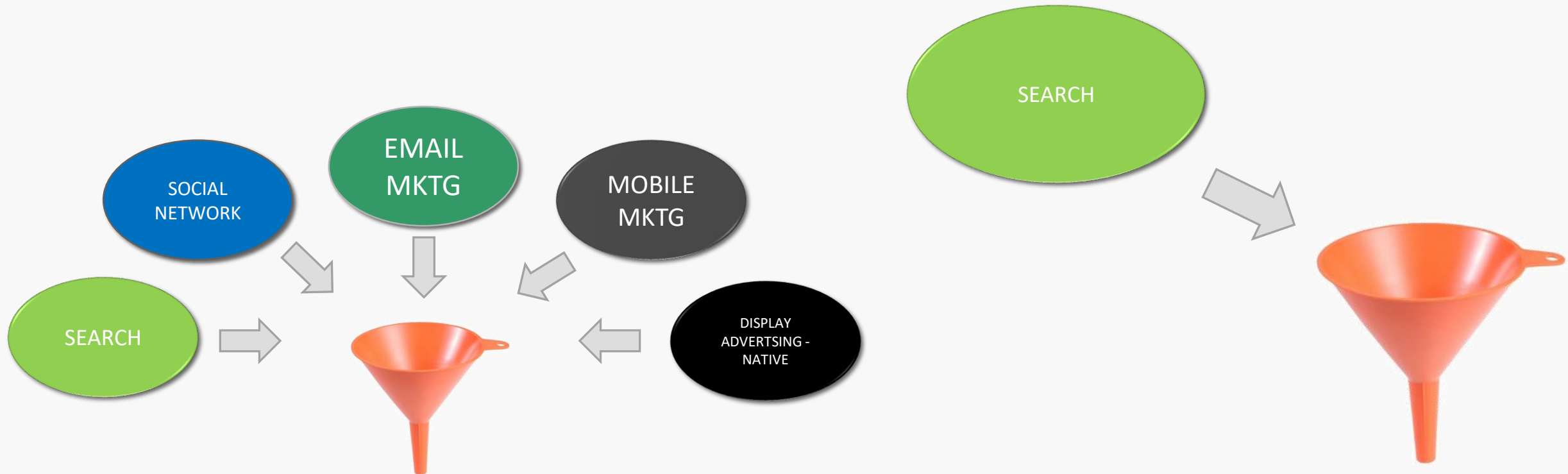
AVANTI

PIÙ VENDITE CON IL WEB MARKETING - FORUM CLUB 2017 - CARMINE PREZIOSI

La ricerca su Google: AdWords Express



Generare traffico sul sito: i social network





MARKETING...

Gli argomenti di Facebook

L'evoluzione di Facebook per i brand

Attività locali e verifica delle pagine

I contenuti da pubblicare

Le gestione delle relazioni

La pubblicità: la nuova forma di lead generation



L'evoluzione di Facebook per il BRAND



Cos'è Facebook e cosa consente di fare al BRAND

Il social network più grande al mondo (con 1,6 miliardi di iscritti) dove gli iscritti sono legati da precisi interessi.

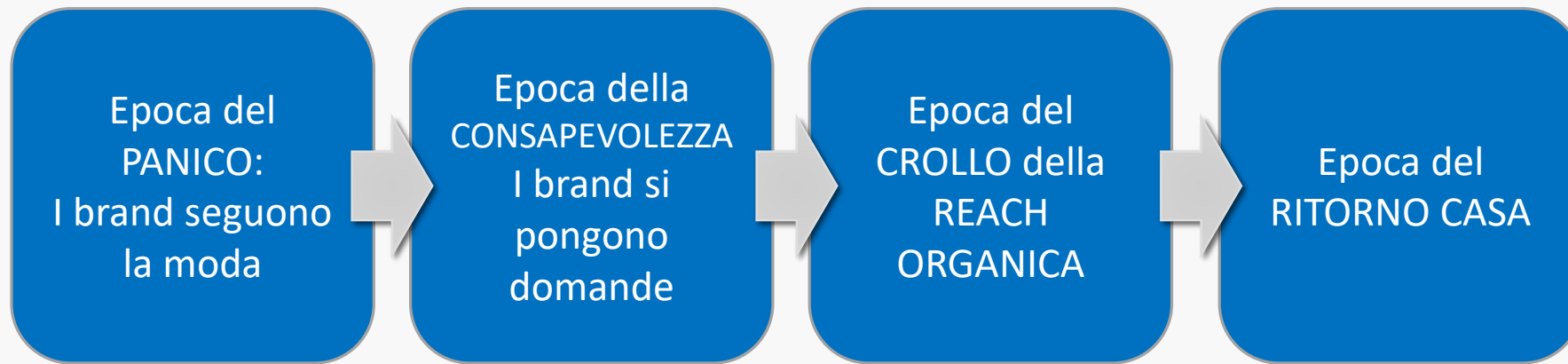
Consente di pubblicare e condividere «contenuti»

Consente di stabilire e coltivare relazioni con le persone (iscritti)

Consente di fare pubblicità su database «molto profilati»



Le 4 fasi del BRAND



Rivalutazione da social network a piattaforma media

Con **1,6 miliardi** di utenti attivi al mondo e **28 milioni** di utenti iscritti in Italia Facebook rappresenta il più grande social network di interconnessione tra le persone e a questa connessione spontanea e naturale le aziende possono partecipare a fronte di **investimenti in pubblicità**.



NO MONEY NO «PARTY»!

I cambiamenti di oggi

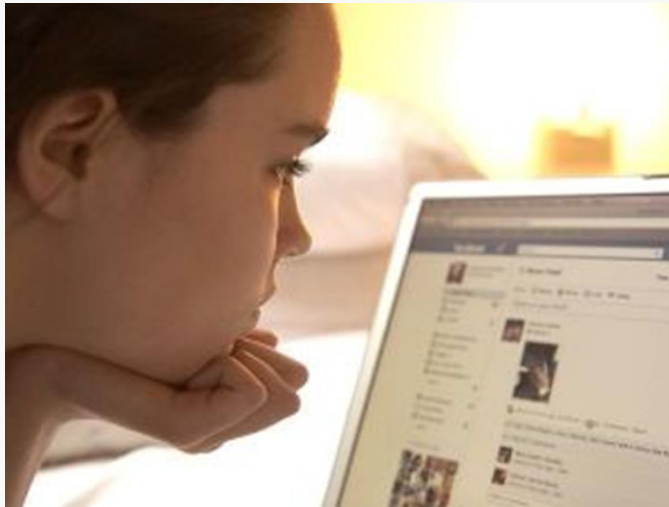
Facebook sta correndo ai ripari cercando di fidelizzare i brand. Per farlo ha deciso di offrire strumenti altamente performanti.

Le novità:

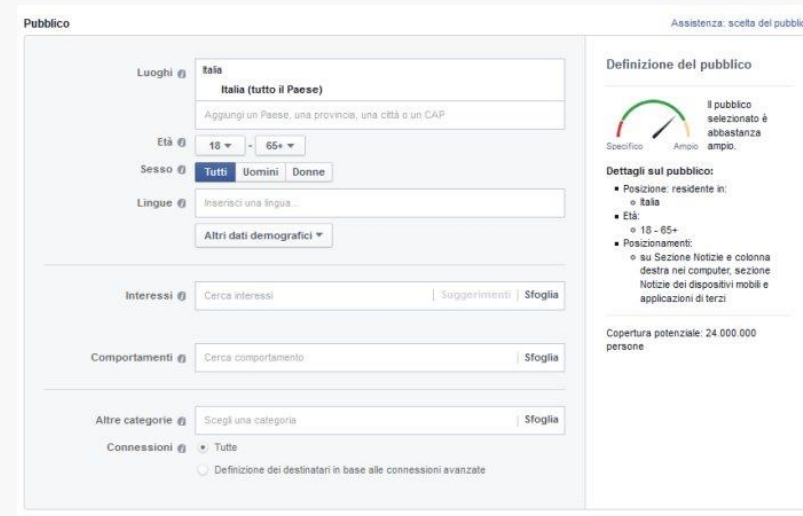
- Lead generation: inserzioni con Landing Page interne a Facebook
- Messenger per dialogare il brand con i fan
- Pubblicità nei gruppi
- Video Live



Perché esserci



Per chi cerca

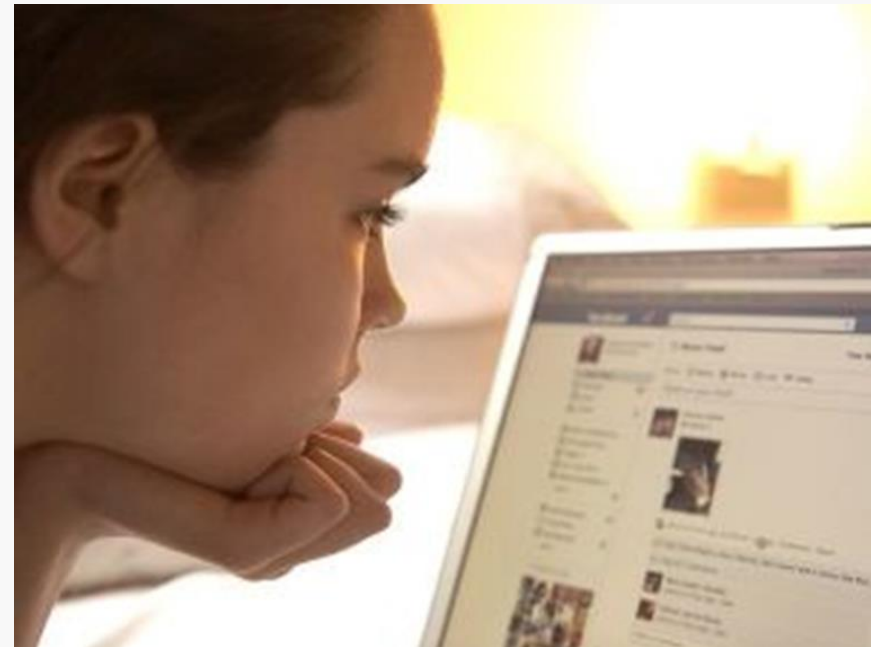
The image shows the Facebook Audience Selector interface. On the left, under the 'Pubblico' (Audience) tab, there are several targeting criteria: 'Luoghi' (Locations) set to 'Italia (tutto il Paese)', 'Età' (Age) set to '18 - 65+', 'Sesso' (Gender) set to 'Tutti' (All), and 'Lingue' (Languages) set to 'Inserisci una lingua...'. Below these are sections for 'Interessi' (Interests), 'Comportamenti' (Behaviors), 'Altre categorie' (Other categories), and 'Connessioni' (Connections). On the right, the 'Definizione del pubblico' (Audience definition) section shows a gauge indicating the audience size, with a note that the selected audience is 'abbastanza ampio' (quite broad). Below the gauge, 'Dettagli sul pubblico' (Details about the audience) lists the selected criteria: 'Posizione: residente in: Italia', 'Età: 18 - 65+', and 'Posizionamenti: su Sezione Notizie e colonna destra nel computer, sezione Notizie dei dispositivi mobili e applicazioni di terzi'. At the bottom right, it states 'Copertura potenziale: 24.000.000 persone'.

Per promuoversi a
profili targettizzati

Per chi cerca -> 2 azioni da fare!

Informazioni -> Impresa locale

Impostazioni -> Pagina verificata



Impresa locale

Montemurlo ✓
Crea @nomeutente della Pagina

Home
Informazioni
Foto
Eventi
Recensioni
Persone a cui piace
Video
Post
Gestisci tab
[+ Aggiungi vetrina](#)
Promuovi ▼

Mi piace Invia messaggio ▼ Altro ▼ Chiama ora

Informazioni su Palestra Universo Montemurlo [Modifica informazioni della Pagina](#)

Informazioni sulla Pagina

INFORMAZIONI SULLA PAGINA

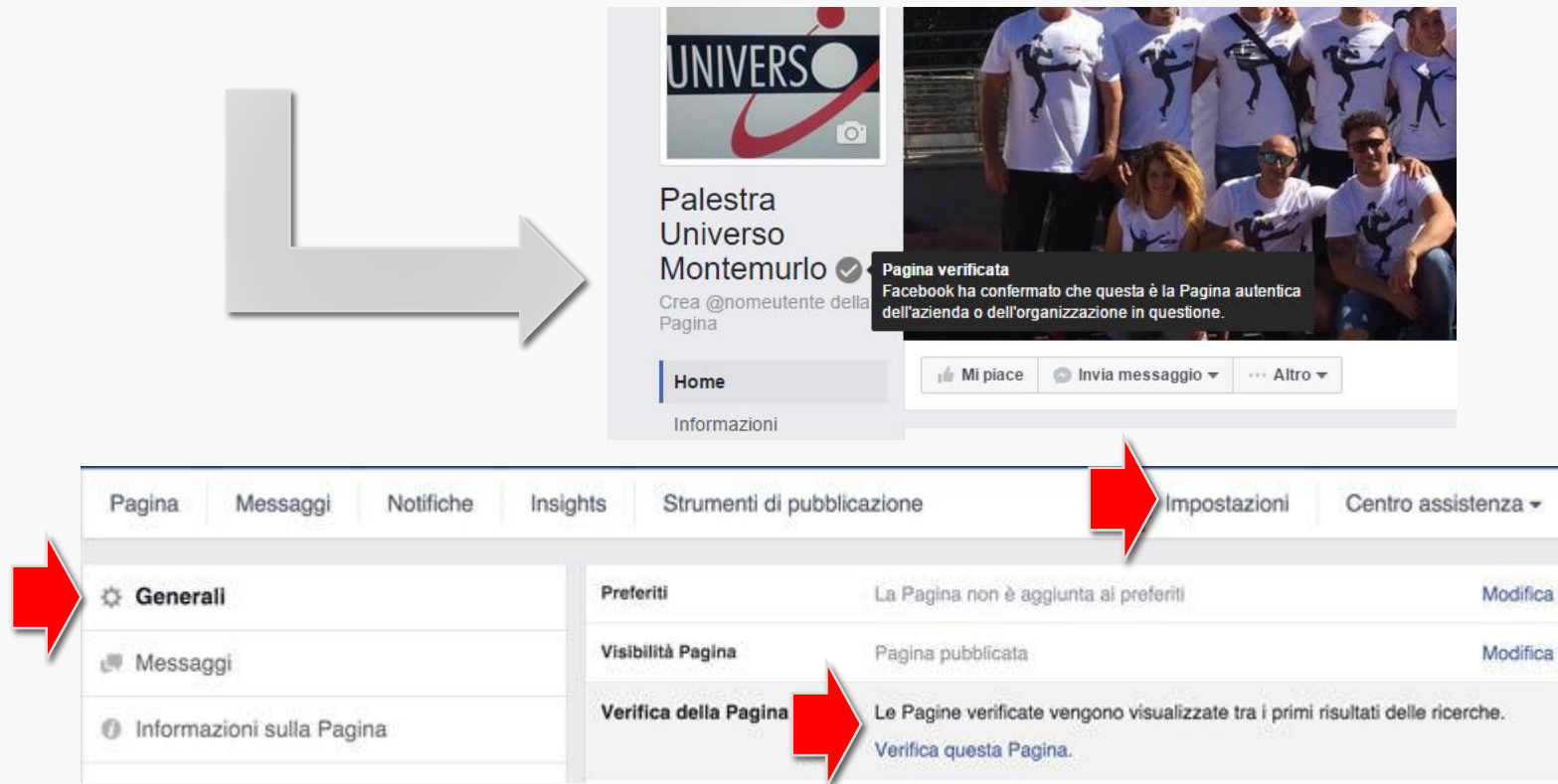
Categoria [?]

Salva le modifiche Annulla

Nome Palestra Universo Montemurlo

Sottocategorie Sport e tempo libero

Pagina Verificata



Pagina verificata

Verifica telefonica

Verifica tramite documentazione aziendale

Inserisci il numero di telefono

Enter a publicly listed phone number for your business or organization.
We'll call you with a verification code to confirm you're at the business or organization this Page represents. Your privacy is important to us. Your phone number is for verification only and won't be shared publicly.

Numero di telefono aziendale

+39

Interno (facoltativo)

Paese

Italia (+39)

Lingua della chiamata

Italiano

Procedendo, accetti di ricevere una chiamata automatica da Facebook al numero indicato sopra e accetterai l'addebito dei costi derivanti da parte del tuo operatore telefonico.

Verifica questa Pagina con i documenti.

Annulla

Chiamami ora

Send Documentation

Please upload a picture of an official document showing your business or organization's name and address. This will help us confirm you're an authorized representative of **PIÙ VENDITE CON IL WEB MARKETING**.

You can use a:

- Utenze aziendali o bolletta telefonica
- Licenza aziendale
- Dichiarazione dei redditi
- Certificato istitutivo
- Statuto di società anonima

Your privacy is important to us. We'll only use this document to verify your business and will never share or post it publicly.

Documentazione di Business Manager

Carica un file in uno di questi formati:
.doc, .docx, .pdf, .jpg, .jpeg, .png

Carica file

Verifica questa Pagina con un numero di telefono.

Annulla

Invia documento

Creare l'immagine del brand su Facebook

I contenuti che vanno a popolare la nostra pagina contribuiscono a creare un'immagine del BRAND

Bisogna ragionare sul senso della presenza online al fine di costruire un progetto di contenuto



Publicare e condividere contenuti

Il **content marketing** si è delineato in risposta a una fase di sovraesposizione delle persone a incessanti contenuti promozionali online.



Calo dell'attenzione al messaggio pubblicitario



Publicare e condividere contenuti

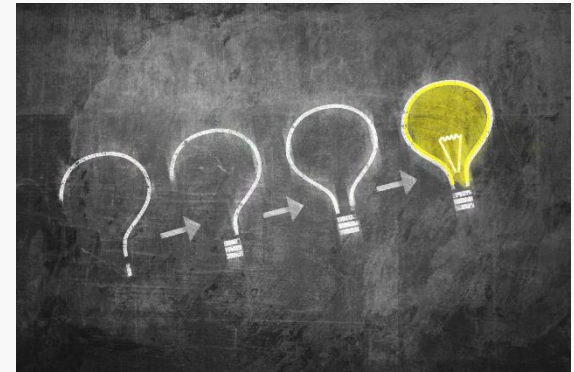
Una soluzione che smettesse di interrompere l'esperienza dell'utente online ma creando «storie» interessanti.



Stabilire un *concept*

Il concept è il punto di unione fra tre dimensioni:

1. I valori del brand - > posizionamento del brand
2. I valori del target -> cosa interessa al mio pubblico?
3. Cosa funziona meglio oggi -> cavalcare i trend del momento (situazioni e linguaggi più attuali)



Il posting...è il momento di pubblicare

Una volta impostata la nostra Pagina, dobbiamo iniziare a pubblicare i contenuti per i nostri fan.

Per raggiungerli dobbiamo fare i conti con l'edgerank



L'algoritmo di Facebook

L'algoritmo di Facebook ha come obiettivo quello di individuare le storie più interessanti per l'utente.

Il News Feed rappresenta l'epicentro del successo di Facebook.

Ogni utente in media avrebbe 1500 post al giorno da leggere. L'edgerank ne seleziona solo 300.



L'algoritmo di Facebook

Facebook dichiara di applicare migliaia di fattori per determinare cosa mostrare nel News Feed di ogni utente.

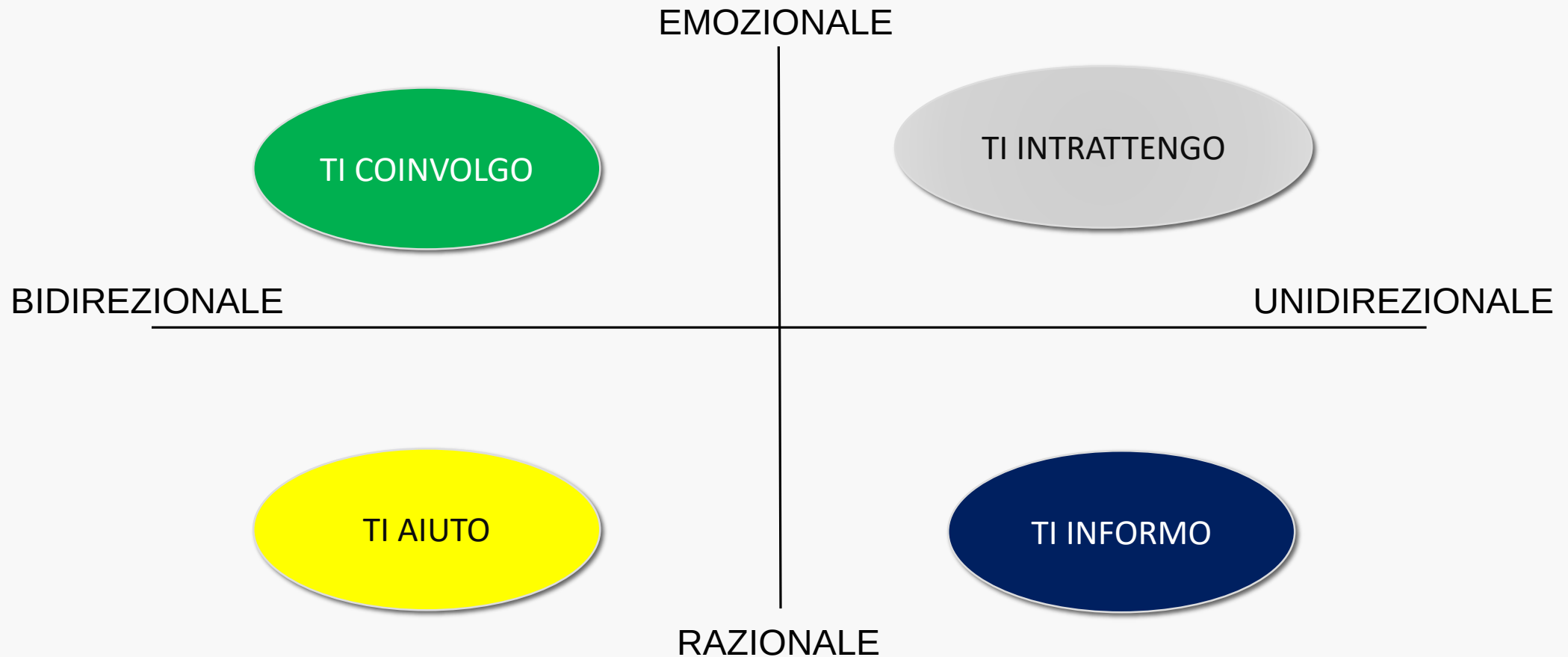
I più importanti:

- il legame tra chi posta e chi legge (interazione attraverso messenger, parentela, vicinanza, ecc)
- Il tempo: in linea di principio ricevono un trattamento di favore i contenuti recenti e quelli che cavalcano una notizia fresca
- L'impatto: il contenuto che riceve più segnali di interesse ossia interazioni (reazioni, visualizzazioni, click) rispetto ad altri è avvantaggiato nella distribuzione.

L'algoritmo di Facebook

- preferenza di formato (chi clicca più sui video vedrà ad esempio più video)
- la connessione telefonica (chi ha una connessione lenta vedrà meno video)
- tempo trascorso a visualizzare un post
- le parole «magiche» («congratulazioni», «auguri», ecc)
- post segnalati
- commenti cancellati
- ecc

Schema utile per pubblicare



Schema utile per pubblicare

TI
COINVOLGO



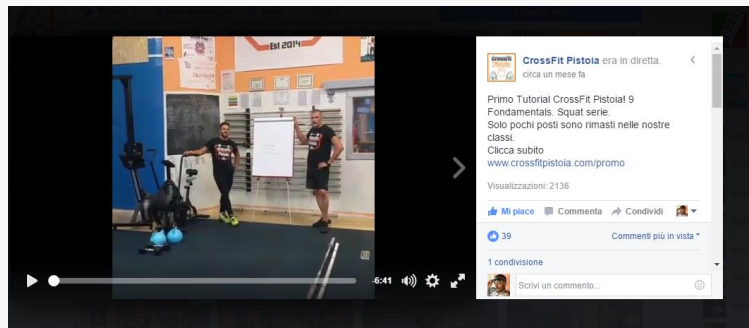
EMOZIONALE

TI
INTRATTENGO



UNIDIREZIONALE

BIDIREZIONALE



RAZIONALE



TI INFORMO

TI AIUTO

Esempio «ti coinvolgo»: porta un amico

Il vecchio porta un amico adesso si può fare con Facebook!



EDEN Eden Benessere
Pubblicato da Carmine Preziosi [?] · 1 min ·

L'amicizia è uno dei valori più importanti di EDEN.
Per questo fino al 20 febbraio abbiamo deciso di fare un regalo agli amici dei nostri clienti e anche a loro stessi!



Porta un amico | EdenBenessere
L'amicizia è un valore in cui noi di EDEN crediamo tanto! E per questo fino al 20 febbraio abbiamo deciso di fare un regalo agli amici dei nostri clienti e anche a loro stessi! Abbonamento di 1 settimana ALL INCLUSIVE + Training Consulting +...
EDENBENESSERE.COM

Porta un amico!

Porta un amico
L'amicizia è un valore in cui noi di EDEN crediamo tanto!
E per questo **fino al 20 febbraio** abbiamo deciso di fare un regalo agli amici dei nostri clienti e anche a loro stessi!



ABBONAMENTO DI 1 SETTIMANA ALL INCLUSIVE + TRAINING CONSULTING + PROGRAMMA DI ALLENAMENTO PERSONALIZZATO

Per avere diritto al mini abbonamento devi compilare il seguente modulo **indicando obbligatoriamente il nome del socio Eden che ti ha presentato**. La promo è valida solo per persone che non sono mai state in Eden.

Al socio Eden registreremo una **fantastica maglietta** firmata Eden Benessere!



Il tuo nome (richiesto)

La tua email (richiesta)

Numero di telefono (richiesto)

Nome del socio Eden che ti ha presentato (richiesto)

INVIA



Suggerimenti per pubblicare

Focalizzare l'attenzione sul **nostro cliente tipo**: quali argomenti e tematiche lo coinvolgono?



Suggerimenti per pubblicare

Non sottovalutare mai il contesto:
l'attualità, la località, le ricorrenze, le
periodicità, sono fattori da «cavalcare»
con prontezza (newsjacking);



Suggerimenti per pubblicare

Non dimenticare che stiamo svolgendo un servizio informativo per i nostri fan.

EDEN Eden Benessere
Pubblicato da Carmine Preziosi [?] · Ieri alle 6:42 · 🌐

Approfitta del #weekend per iniziare a fare attività fisica...ti migliora la vita!
Leggi 📖 e condividi con chi vuoi bene 😊

1707 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

EDEN Eden Benessere ha aggiunto 2 nuove foto — 😊 pronto/a presso 📍 Eden Benessere.
Pubblicato da Giulia Cocconi [?] · 9 febbraio alle ore 20:02 · Reggio nell'Emilia, Emilia-Romagna · 🌐

👉 NOVITÀ 2017, PROVA GRATUITA CORSI EDEN 👉

📅 MARTEDÌ 14 FEBBRAIO ATHLETIC WORKOUT ORE 18.30 CON Francesco Rocca

Il nostro Kekko, con il suo carattere sempre allegro e positivo, ha una Laurea magistrale in scienze motorie conseguita a Bologna. ...
Continua a leggere

1695 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

EDEN Eden Benessere
Pubblicato da Carmine Preziosi [?] · 9 febbraio alle ore 19:30 · 🌐

Sabato 11 febbraio dalle 10 alle 16 il centro EDEN, in collaborazione con l'Università di Pisa, effettuerà una ricerca scientifica sulla relazione tra apparato masticatorio e aspetti motori.

Allo studio potranno partecipare gratuitamente i soci Eden iscritti con abbonamento annuale.

Apparato masticatorio e attività motoria: la ricerca universitaria in Eden | EdenBenessere

Sabato 11 febbraio dalle 10 alle 16 il centro EDEN in collaborazione con l'Università di Pisa effettuerà una ricerca scientifica sulla relazione tra apparato...
EDENBENESSERE.COM

2454 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

Mi piace Commenta Condividi

Eden Benessere, Mattia Morlini, Maura Landini e altri 15 Commenti più in vista

Suggerimenti per pubblicare

Non essere autoreferenziali

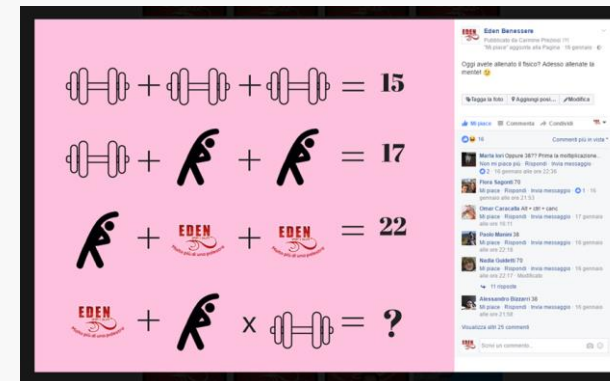
Coinvolgere gli utenti con domande

Mostrare risultati

Osare magari non rinunciando al gioco!

Taggare persone e aziende

Inserire CTA per invitare le persone sul sito



Video marketing su Facebook

I video hanno una *reach* del +135% rispetto alle immagini

Ogni utente guarda in media otto video al giorno



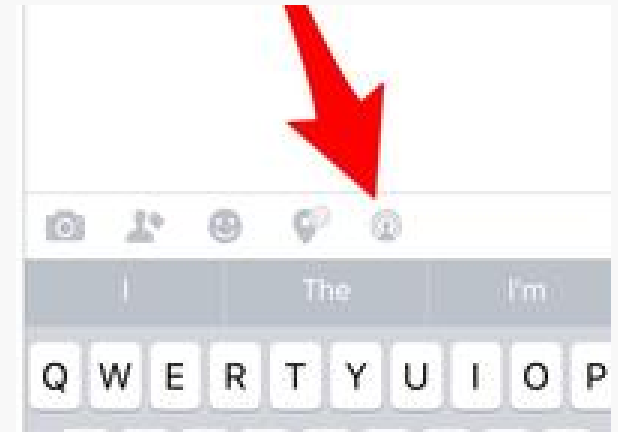
Video: Facebook Live



I video live consentono di condividere un contenuto nel momento stesso in cui avviene, dando agli altri la possibilità di sentirsi parte della storia.

Secondo statistiche Facebook -> il tempo medio di visualizzazione è tre volte superiore a quello di un video normale!

Come usarlo -> spazio alla creatività!



Lo slideshow

Modo semplice ed originale per creare video

PROPORZIONI ⓘ

Originale Quadrato (1:1) Rettangolare (16:9)

DURATA DELLE IMMAGINI ⓘ

1 secondo ↕

TRANSIZIONE ⓘ

Nessuno Sfumatura

MUSICA ⓘ

Nessuno ↕



Aggiungi le immagini per vedere un'anteprima del tuo slideshow

0:00 0:01 0:02 0:03 0:04 0:05 0:06 0:07



Linee guida | Centro assistenza | FAQ

[Annulla](#) [Crea slideshow](#)

Le offerte

Offerta commerciale rivolta a tutti.

Possibilità di sponsorizzarla indirizzandola ad un pubblico di riferimento

Crea un'offerta

Disponibilità dell'offerta

Scegli dove le persone potranno usare questa offerta

☐ Online ☒ Nel punto vendita

Tipo di offerta

Percentuale di sconto ▾

Valore percentuale ⓘ

20

Titolo

33 / 50

Sconto 20% su abbonamento annuale

Descrizione ⓘ

40 / 90

Approfitta di questa fantastica offerta!

Foto

Aggiungi fino a 5 foto.

☒ Foto



Anteprima dell'offerta

Sezione Notizie dei computer

Sezione Notizie mobile



Universo Palestre ha condiviso un'offerta

Pubblicata da Carmine Preziosi

Approfitta di questa fantastica offerta!



Sconto 20% su abbonamento annuale

Scadenza: 28 settembre 2016

453 persone hanno ricevuto questa offerta

Ricevi l'offerta

👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi

Gli eventi per incontrare i fan (e non solo)

Creare un evento a nome della Pagina, in modo da invitare tutti coloro che ci seguono a partecipare ad un incontro.

Una volta creato l'evento non c'è modo di invitare direttamente i fan. Quindi, per dargli visibilità:

- postarlo sul diario della pagina
- promuoverlo associando un budget

Nuovo evento di Universo Palestre

Foto dell'evento



Per ottenere i risultati migliori usa un'immagine da 1920 X 1080 pixel (proporzioni, 16:9)

Nome evento

Luogo

Inizio UTC+02

Fine UTC+02

Costruire un piano editoriale

Il **concept** viene declinato...



AZIONI SULLA PAGINA	MODALITA'	FORTE	OBIETTIVO	BUDGET ADV
1 POST SETTIMANALI	SPONSORIZZATA* "Ricevi l'offerta"	RIVISTA MENSILE PDF	AUMENTO TRAFFICO IN FARMACIA	5 € /settimana
CAMPAGNA MENSILE LIKE	SPONSORIZZATA "clicca mi piace"	TARGET FACEBOOK	AUMENTO FAN 120/150 al MESE	10 € /settimana
2 POST SETTIMANALI	POST SULLA PAGINA ORGANICA	RIVISTA MENSILE / PORTALI DI SETTORE	CONTENUTI EMOZIONALI ENGAGEMENT	NESSUNO
1 POST SETTIMANALE	CAMPAGNA	https://www.ibambinideldefate.it/	SENSIBILIZZARE I FOLLOWER SULLE ATTIVITA' BENEFICHE DELLA FARMACIA	NESSUNO
1 POST SETTIMANALE	SPONSORIZZATA EVENTI DELLA FARMACIA	REDAZIONE GRAFICA FARMACIA	AUMENTO TRAFFICO IN FARMACIA	5 € /settimana

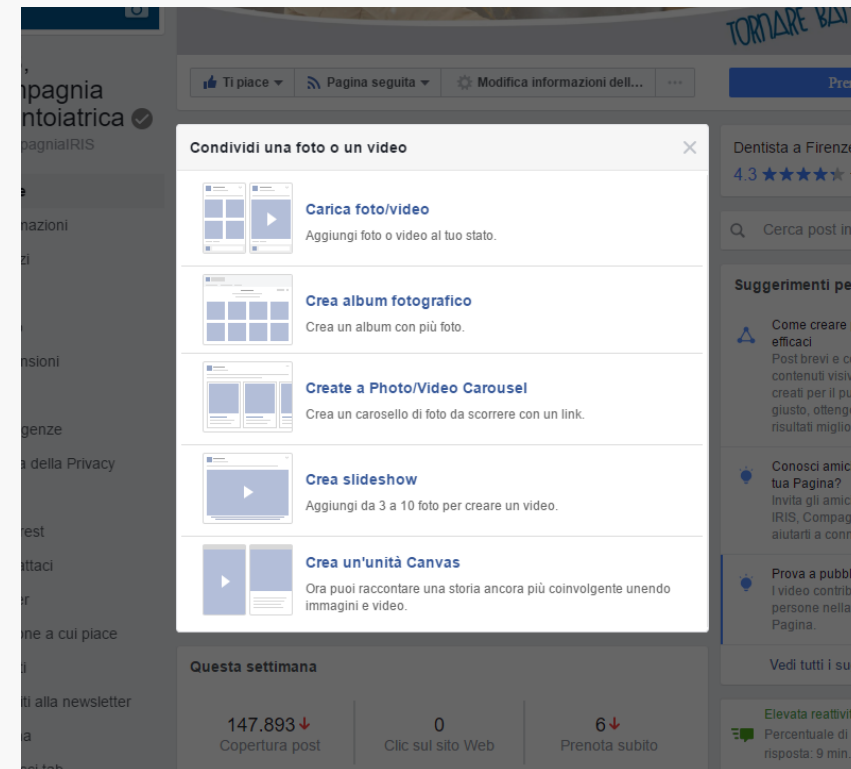
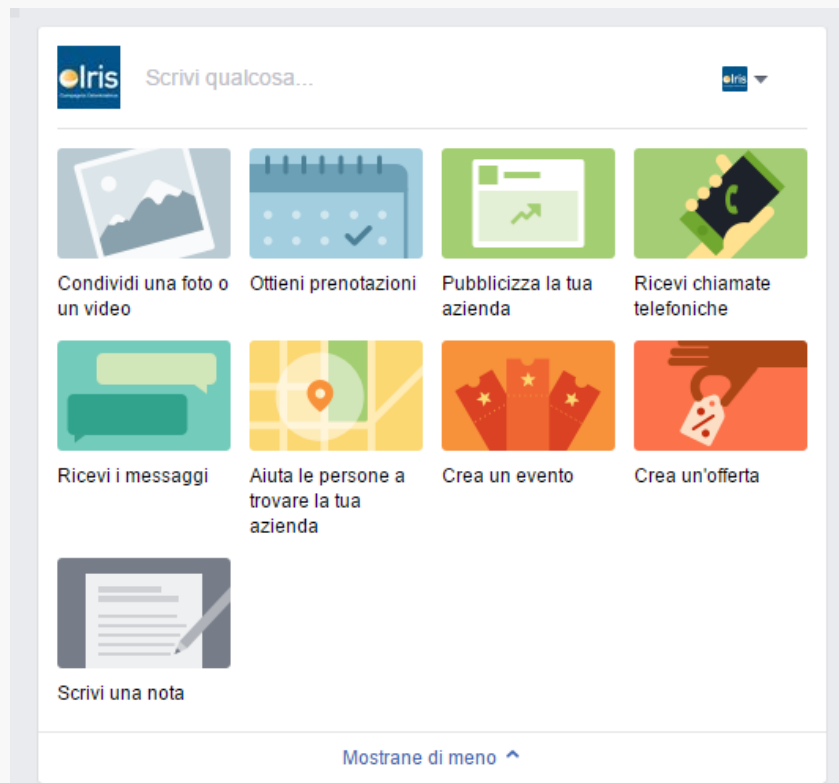
Pianificare i contenuti

Il piano editoriale è la pianificazione dei contenuti da pubblicare seguendo una precisa strategia di comunicazione (senza improvvisare)

Per programmare è opportuno utilizzare la funzione «programma post»



Sfruttare il formato migliore



Quando postare

Ipotizzare i momenti ideali per la nostra audience;

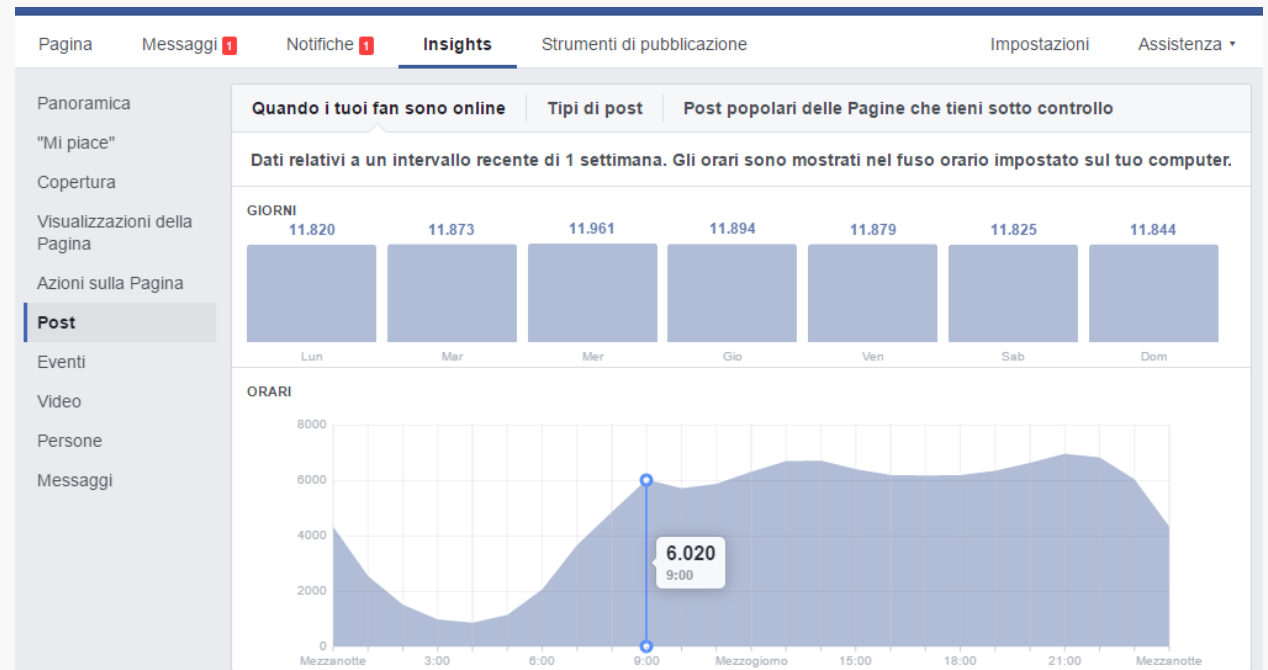
Allinearsi alle circostanze e al contesto (es: Eventi)

Effettuare test

Dare uno sguardo agli insight

Mantenere una frequenza stabilita

Saper essere flessibili



Come le persone possono interagire

Commentando i contenuti

Lasciando post sul Diario

Mandando un messaggio privato

Applicando tag alla Pagina in post sul loro Diario

Scrivendo recensioni



Le regole del community management

Rispondere in tempi rapidi

Le persone su Facebook sono abituate a tempi molto veloci

Il tempo di risposta è una metrica che aiuta a valutare la reattività della pagina -
> badge elevata reattività



Le regole del community management

Risposte automatiche per tamponare l'attesa

Risposte salvate per snellire il lavoro

Risposte istantanee
Fai sapere ai clienti che risponderai alle loro domande in poco tempo.

☒ Attiva Risposte istantanee

Cosa sono le risposte istantanee?
Quando le risposte istantanee sono attive, le persone riceveranno una risposta automatica quando inviano un messaggio alla tua Pagina.

Personalizza la tua risposta istantanea

Se la tua domanda è privata per questioni di privacy riceverai una risposta al più presto.

<http://www.ideoercomputeredinternet.com/>

Aggiungi personalizzazione 238 / 250

Salva risposta

Le regole del community management

Mantenere un tono di voce coerente

Essere coerenti nelle risposte

Stabilire ed esplicitare la policy

Proteggersi nei casi più critici



Rispondere ed interagire

All'utente di Facebook piace essere considerato. Come?

- Like ai commenti
- Risposte ai commenti
- Risposte ai messaggi
- Risposte alle recensioni



La pubblicità su Facebook

Facebook sta diventando per i BRAND sempre di più una piattaforma media dove investire per ottenere visibilità.

Nessun altro luogo come questo è in grado di consentire alle aziende di raggiungere nicchie di target così precise.

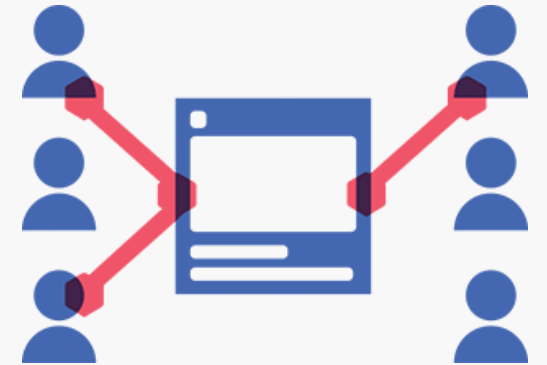


La pubblicità su Facebook: i punti di forza

Raggiungi le persone giuste:

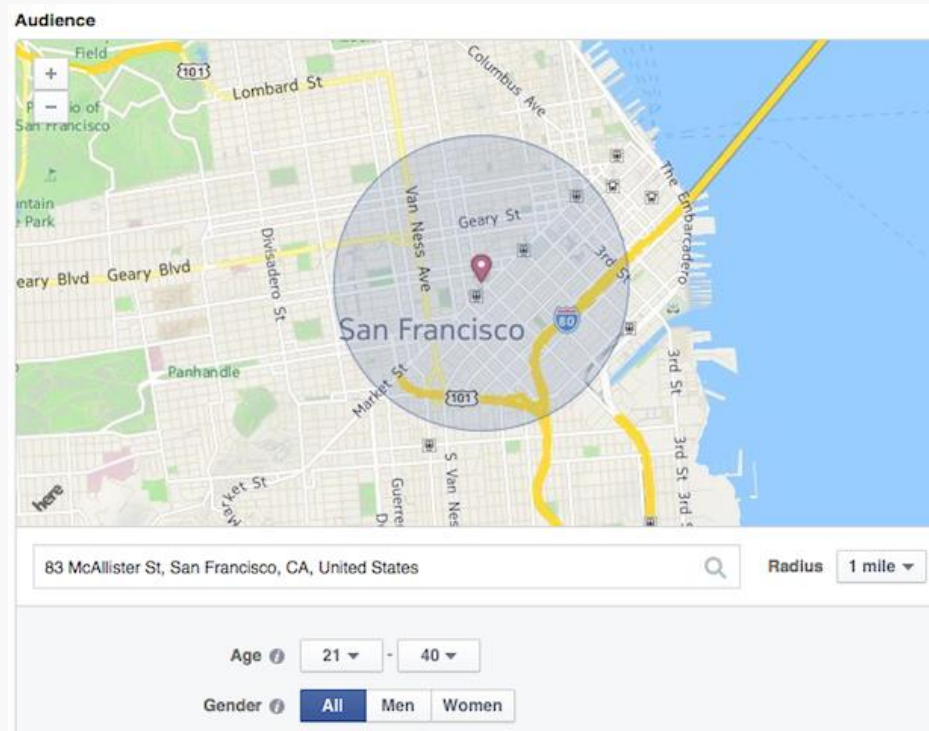
Più di 1,5 miliardi di persone usano Facebook per connettersi con ciò che conta per loro e oltre 900 milioni accedono alla piattaforma tutti i giorni.

Quando pubblichi un'inserzione di Facebook, puoi scegliere il pubblico a cui mostrarla in base a posizione, età, interessi e molto altro.



La pubblicità su Facebook: i punti di forza

Raggiungi le persone nel luogo in cui sono attive e coinvolte



La pubblicità su Facebook: i punti di forza

Risultati reali aziendali:

Da un'inserzione di Facebook le persone possono ottenere indicazioni stradali per la vostra palestra, scaricare l'app, visualizzare i video, aggiungere un articolo al carrello o eseguire un'altra azione sul sito Web.

Qual è il tuo obiettivo di marketing?

Asta  Fai un'offerta per raggiungere il tuo pubblico al minor prezzo possibile	Copertura e frequenza  Paga un prezzo fisso per raggiungere in modo prevedibile il pubblico della tua marca	
Notorietà	Considerazione	Conversione
 Metti in evidenza i tuoi post	 Indirizza le persone al tuo sito Web	 Aumenta le conversioni sul tuo sito Web
 Promuovi la tua Pagina	 Ottieni installazioni della tua app	 Aumenta l'interazione con la tua app
 Raggiungi le persone vicine alla tua azienda	 Incrementa la partecipazione al tuo evento	 Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta
 Incrementa la notorietà della marca	 Ottieni visualizzazioni del video	 Promuovi un catalogo prodotti
	 Raccogli contatti per la tua azienda	 Fai in modo che le persone visitino i tuoi punti vendita



Lead Generation

La "lead generation" è una nuova forma di pubblicità messa a disposizione da Facebook che consente di **raccogliere contatti direttamente dal social network senza dover necessariamente trasferire l'utente su una landing page esterna.**

Anteprima dell'inserzione

Sezione Notizie dei computer 1 di 4

Gymnasium Club
Sponsorizzata · €

Mi piace

[PROMOZIONE SPECIALE] - 10 allenamenti all-inclusive a soli 17 € (+ fino a 100 € di bonus su eventuale abbonamento)
Promo valida solo per i primi 20 che richiedono la promo qui su Facebook



10 allenamenti a soli 17 €

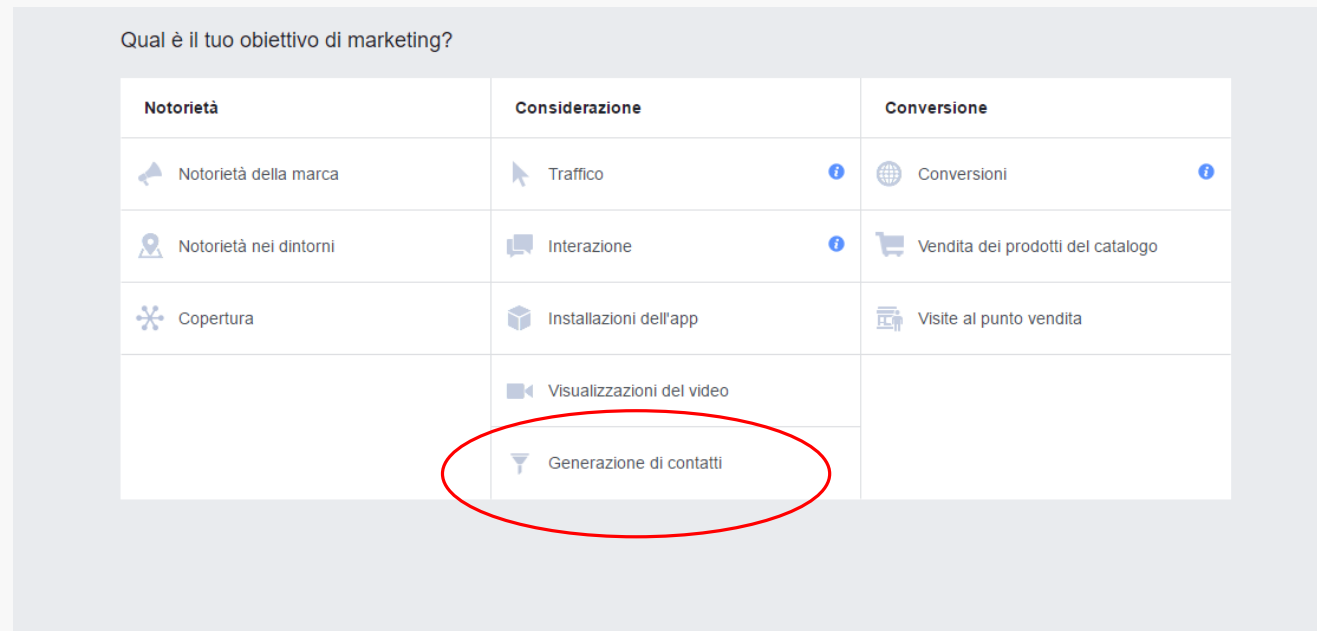
Approfitta della PROMOZIONE SPECIALE di febbraio. Allenati con noi e raggiungi i tuoi obiettivi di forma fisica!

Richiedi subito

Lead Generation

Creare una campagna di lead generation è davvero molto semplice e simile alla creazione di altre tipologie di campagne Facebook. I passi principali sono:

1. Dalla "gestione inserzioni" scegliere l'obiettivo di campagna **"generazione di contatti"**.



Lead Generation

2. Creare il pubblico a cui si vuole rivolgere la pubblicità

Pubblico
Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. Scopri di più.

NUOVO PUBBLICO ▾

Pubblico personalizzato ⓘ Scegli un pubblico personalizzato | Sfoglia

Crea un nuovo pubblico personalizzato...

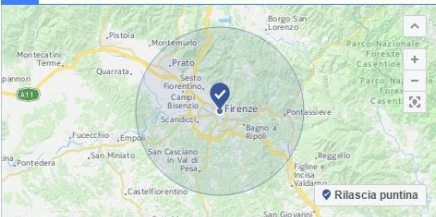
Luoghi ⓘ Tutte le persone in questo luogo ▾

Italia

📍 Firenze, Toscana +20km ▾

Includi ▾ | Aggiungi luoghi

ⓘ La posizione del tuo pubblico è stata modificata da Italia a Firenze. Annulla la modifica ✕



Aggiungi luoghi in gruppo...

Età ⓘ 18 ▾ - 45 ▾

Genere ⓘ Tutti Uomini Donne

Lingue ⓘ Inserisci una lingua...

Definizione del pubblico

Il tuo pubblico è definito.

Specifico Ampio

Dettagli sul pubblico:

- **Luogo:**
 - Italia: Firenze (+20 km) Toscana
- **Età:**
 - 18 - 45
- **Posizionamenti:**
 - sulle Pagine: Sezione Notizie su computer, Sezione Notizie su dispositivi mobili, Colonna destra su computer, Applicazioni e siti Web di terzi su dispositivi mobili e Feed di Instagram

Copertura potenziale: 410.000 persone

Copertura giornaliera stimata

📱 3700 - 9800 persone su Facebook

📺 4300 - 11.000 persone su Instagram

Questa è solo una stima. I numeri mostrati si basano sulle prestazioni medie delle inserzioni destinate al pubblico che hai selezionato.

Targetizzazione dettagliata ⓘ INCLUDI le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti ⓘ

Dati demografici > Lavoro > Titoli professionali

Manager

Interessi > Interessi aggiuntivi

A Perder Peso

Dimagrimento localizzato

muscle fitness

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti | Sfoglia

Connessioni ⓘ

▶ **Dati demografici** ⓘ

▶ **Interessi** ⓘ

▶ **Comportamenti** ⓘ

▶ **Altre categorie** ⓘ

☐ Salva questo pubblico

Lead Generation

3. Stabilire periodo di pubblicazione e budget

Budget e programmazione
Stabilisci quanto desideri spendere e quando desideri mostrare le tue inserzioni. [Scopri di più.](#)

Budget ⓘ

Budget giornaliero ▼

€ 20,00

€ 20,00 EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ

Programmazione della durata ⓘ

☒ Pubblica il mio gruppo di inserzioni in modo continuativo a partire da oggi

☐ Imposta una data di inizio e di fine

Non spenderai più di € 140,00 a settimana.

Ottimizzazione per la pubblicazione dell'inserzione ⓘ

Clic sul link al tuo sito Web ▼

Importo dell'offerta ⓘ

☒ Automatica - Consenti a Facebook di impostare l'offerta che ti aiuta a ottenere il numero maggiore di clic sul link al prezzo migliore.

☐ Manuale - Inserisci un'offerta in base al valore che i clic sul link hanno per te.

Quando ricevi gli addebiti ⓘ

Clic sul link (CPC)

[Altre opzioni](#)

Programmazione delle inserzioni ⓘ

Pubblica le inserzioni continuativamente

[Altre opzioni](#)

Tipo di pubblicazione ⓘ

Standard - Mostra le tue inserzioni durante la giornata - Opzione consigliata

[Altre opzioni](#)

[Nascondi opzioni avanzate](#)

Specifico

Ampio

le tue inserzioni. Prova ad ampliarlo.

Dettagli sul pubblico:

- Luogo:
 - Italia: Firenze (+20 km) Toscana
- Età:
 - 18 - 45
- Posizionamenti:
 - sulle Pagine: Sezione Notizie su computer, Sezione Notizie su dispositivi mobili, Colonna destra su computer, Applicazioni e siti Web di terzi su dispositivi mobili o Feed di Instagram
- Criteri di corrispondenza:
 - Interessi: muscle fitness, Dimagrimento localizzato o A Perder Peso
 - Titolo professionale: Manager

Copertura potenziale: 2200 persone

Copertura giornaliera stimata

560 - 1000 persone su Facebook

0

di 1000 ⓘ

200 - 370 persone su Instagram

0

di 370 ⓘ

Questa è solo una stima. I numeri mostrati si basano sulle prestazioni medie delle inserzioni destinate al pubblico che hai selezionato.

PIÙ VENDITE CON IL WEB MARKETING - FORUM CLUB 2017 - CARMINE PREZIOSI

Lead Generation

4. Creare l'inserzione con titolo, testo, immagine e call to action

ediali, test e link per creare una o più inserzioni





La tua immagine non può includere più del 20% di testo.

Testo
Inserisci il testo per la tua inserzione. Scopri di più...

Collega Pagina Facebook
La tua azienda è rappresentata nelle inserzioni dalla relativa Pagina Facebook o da un account Instagram. 

PT Business POWER

+

o Disattiva inserzioni nella sezione Notizie

URL del sito Web

www.ptpower.it

Titolo 

Web marketing e vendite per Personal Trainer

Testo

Sei un personal trainer? Sprigiona il potere del tuo business con il corso PT POWER

Invito all'azione (facoltativo) 

Prenota subito

Nascondi opzioni avanzate 

Account Instagram
La Pagina Facebook rappresenterà la tua azienda nelle inserzioni di Instagram oppure puoi aggiungere un account

Anteprima dell'inserzione
1 di 1

Sezione Notizie dei computer

Rimuovi

 PT Business POWER
Sponsorizzata 

Mi piace

Sei un personal trainer? Sprigiona il potere del tuo business con il corso PT POWER



Web marketing e vendite per Personal Trainer
Partecipa anche tu al nostro Percorso di Formazione sulle tecniche di Webmarketing e di Vendita ad uso e consumo del Personal Trainer.

WWW.PTPOWER.IT

Prenota subito

Mi piace

Commenta

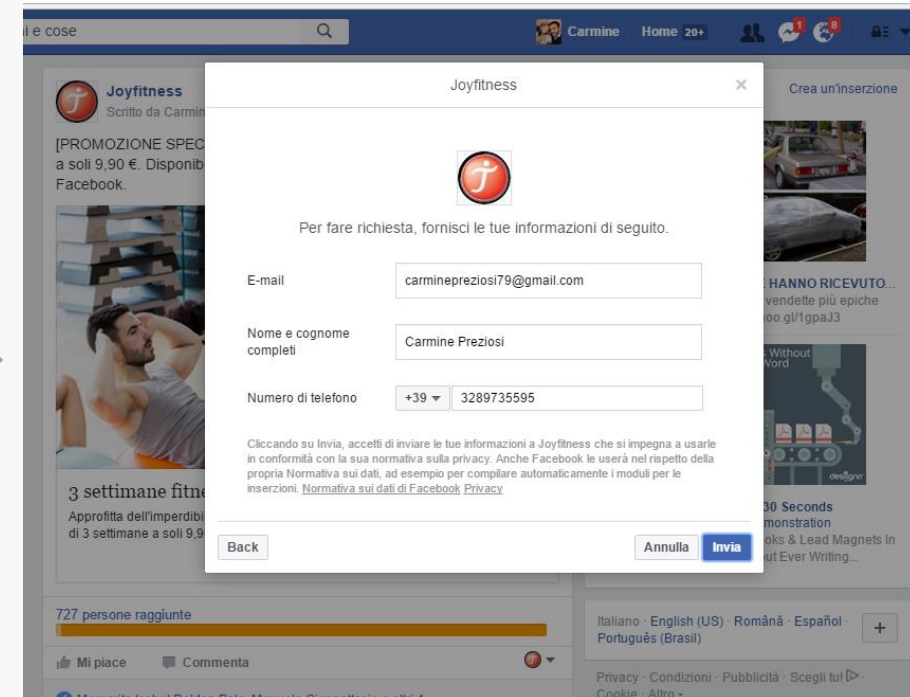
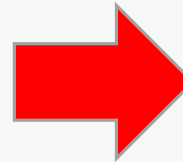
Condividi

Sezione Notizie dei dispositivi mobili

Rimuovi

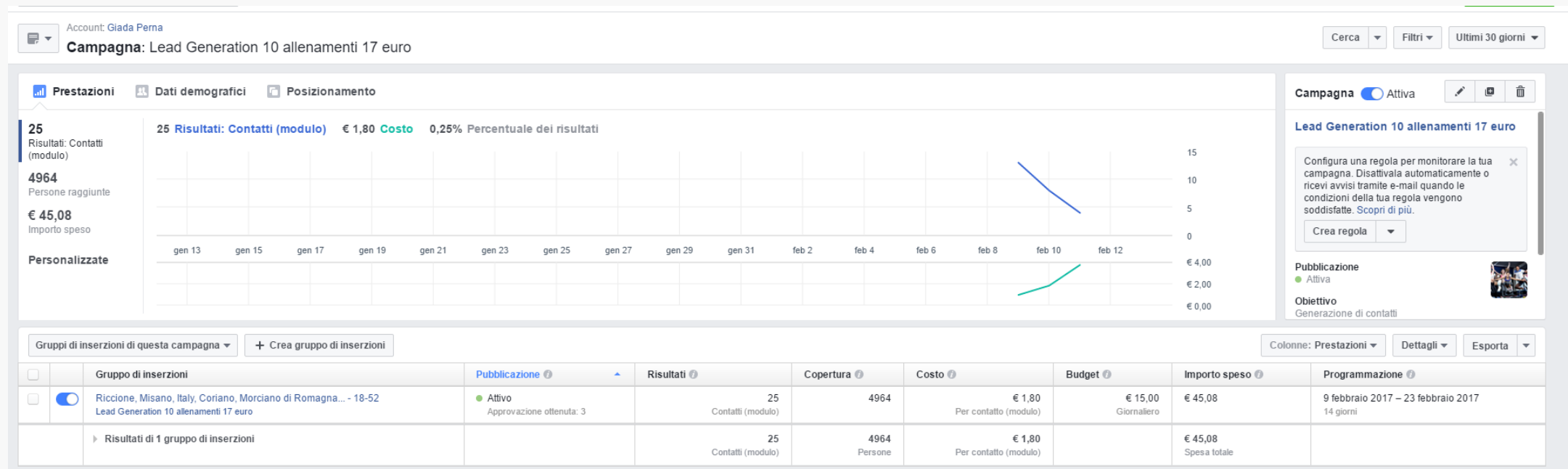
Lead Generation

5. Creare un modulo di contatto con una scheda di benvenuto e i campi per la raccolta dei dati.



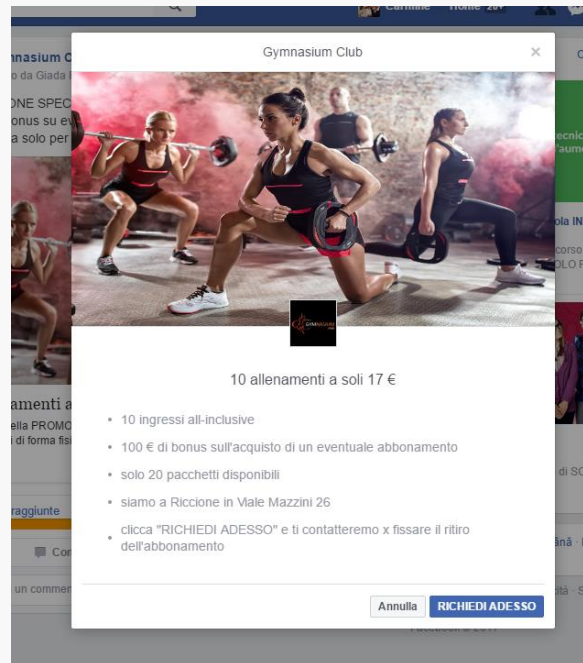
5 buoni motivi per fare direttamente con Facebook lead generation

1- Facebook quando lancia novità è solita premiare i pionieri che decidono di sperimentare. Questo significa che al momento le **performance in termini di costo/obiettivo sono migliori rispetto ad altri formati** (come ad esempio il clic su sito). Questo si spiega anche con il fatto che Facebook vuole che gli utenti restino sul suo sito e non siano portati all'esterno.



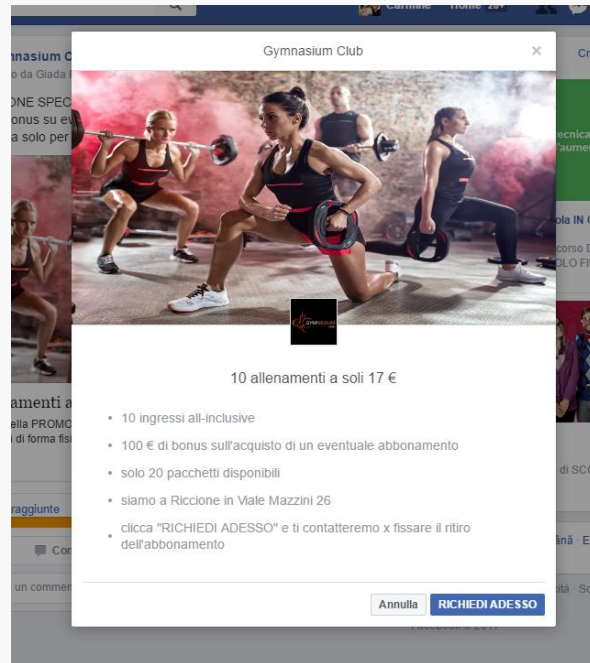
5 buoni motivi per fare direttamente con Facebook lead generation

2 - La creazione di una campagna di lead generation è davvero **semplice e non richiede landing page esterne**. In questo modo possono fare generazione di contatti anche coloro che non hanno un sito internet.



5 buoni motivi per fare direttamente con Facebook lead generation

3 - Chi clicca sulla call to action viene inoltrato in una mini landing page che quasi sempre **contiene già i dati dell'utente** in quanto li attinge dal suo profilo personale. L'utente così non deve perdere tempo a compilare il form di contatto ma semplicemente confermare.

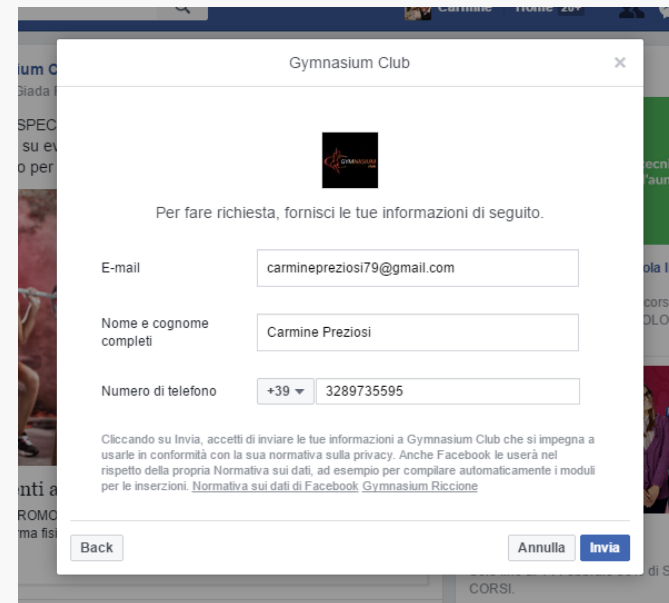


Gymnasium Club

10 allenamenti a soli 17 €

- 10 ingressi all-inclusive
- 100 € di bonus sull'acquisto di un eventuale abbonamento
- solo 20 pacchetti disponibili
- siamo a Riccione in Viale Mazzini 26
- clicca "RICHIEDI ADESSO" e ti contatteremo x fissare il ritiro dell'abbonamento

Annula RICHIEDI ADESSO



Gymnasium Club

Per fare richiesta, fornisci le tue informazioni di seguito.

E-mail

Nome e cognome completi

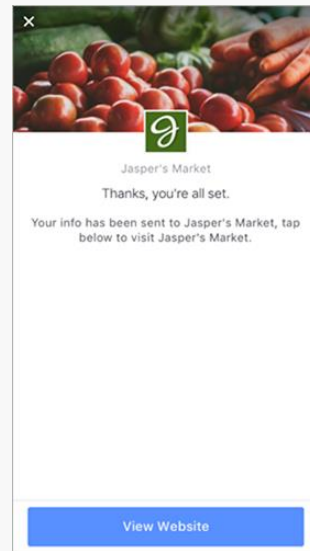
Numero di telefono

Cliccando su Invia, accetti di inviare le tue informazioni a Gymnasium Club che si impegna a usarle in conformità con la sua normativa sulla privacy. Anche Facebook le userà nel rispetto della propria Normativa sui dati, ad esempio per compilare automaticamente i moduli per le inserzioni. [Normativa sui dati di Facebook](#) [Gymnasium Riccione](#)

Back Annulla Invia

5 buoni motivi per fare direttamente con Facebook lead generation

4 - Il modulo di contatto prevede anche una **pagina di ringraziamento con la call to action che invita l'utente a visitare il sito** internet dell'azienda inserzionista (chi non ha il sito metterà l'indirizzo della propria fan page di Facebook). In questo modo possiamo anche generare visite sul sito internet.



5 buoni motivi per fare direttamente con Facebook lead generation

5 - I contatti possono essere scaricati in qualsiasi momento in file csv ma si possono addirittura incorporarli automaticamente con un software esterno di CRM.

Lead Generation: 2 cose importanti

A determinare il successo di questa campagna ci sono due fattori:



Profilazione del
pubblico



Offerta

CONSIGLIO: usate la LG per generare contatti, non per promuovere abbonamenti scontati.

Il remarketing



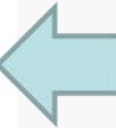
Crea un pubblico personalizzato

Scegli il tipo di pubblico che vuoi creare su Facebook.

Tale processo è protetto e i dettagli relativi ai tuoi clienti resteranno riservati.

- Lista di clienti**
Trova la corrispondenza tra e-mail, numeri di telefono, ID utente Facebook o ID di inserzionisti mobili con le persone su Facebook
- Visite sul sito Web**
Crea una lista di persone che visitano il tuo sito Web o visualizzano pagine Web specifiche
- Attività nelle applicazioni**
Crea una lista di persone che hanno eseguito un'azione specifica nella tua applicazione o nel tuo gioco

Annulla

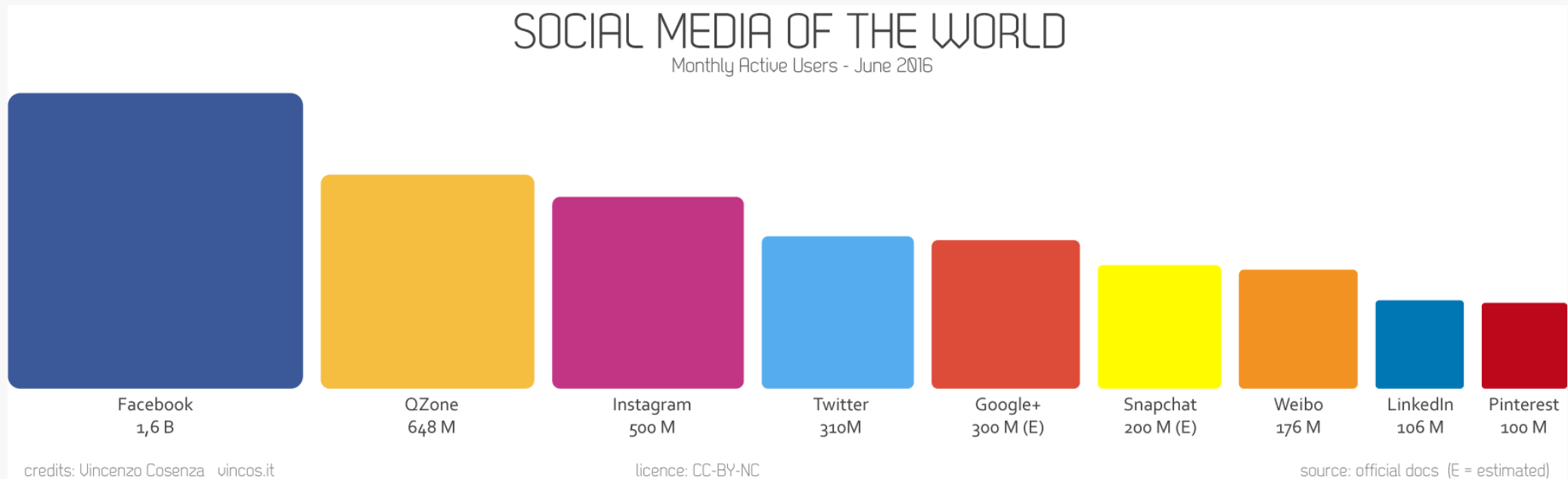


Instagram Marketing

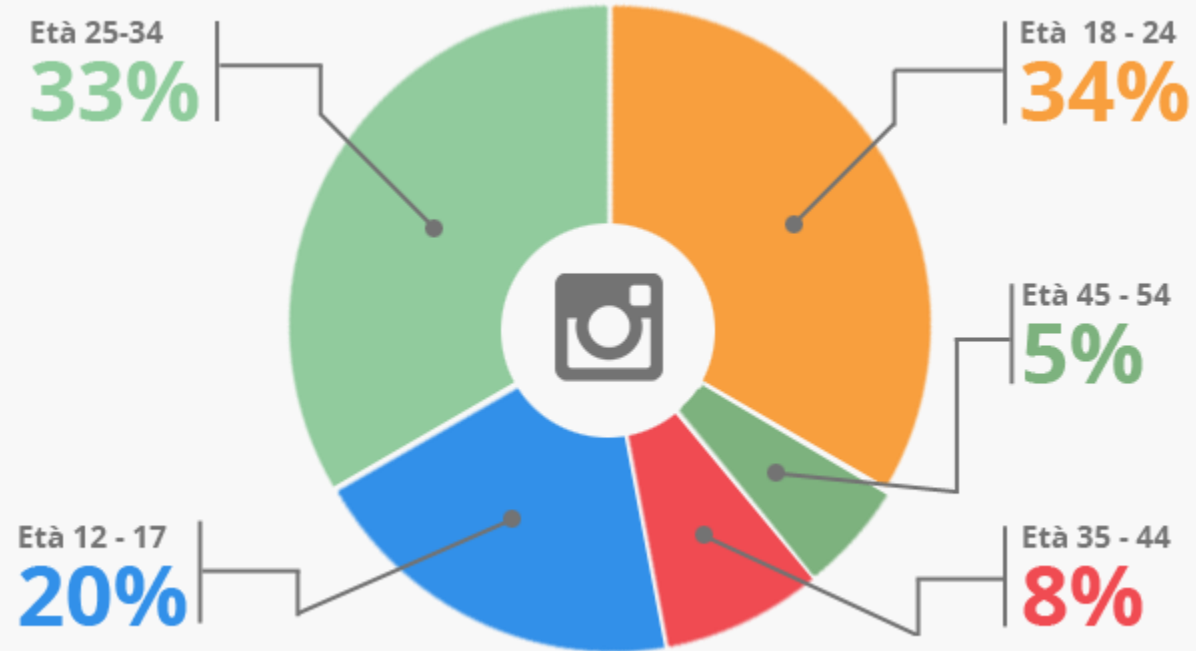


Perché valutare il suo utilizzo?

Instagram è il social network fotografico che permette di utilizzare la fotocamera del proprio telefonino per realizzare delle foto o dei brevi video e applicare a questi ultimi degli affascinanti effetti vintage.



Target giovane: ci interessa?



3 domande prima di iniziare

Interessa un target giovane?

Avete tempo per gestire un altro social network?

Avete una strategia di contenuti?



Impostare il profilo

usare come foto del profilo il logo personale o la propria immagine professionale

scrivere una descrizione rappresentativa che rifletta la vostra immagine

inserire il link al sito internet



Costa postare?

Il modo migliore di comunicare attraverso Instagram è quello di **raccontare delle storie attraverso le immagini e i mini video**. Storie coerenti, con un filo conduttore facilmente riconoscibile e riconducibile ai valori del brand.

Utilizzare e scegliere degli hashtag giusti

Sono “etichette” (parole chiave) che indicano gli argomenti trattati nei post e aumentano la loro visibilità da parte degli altri utenti del servizio che effettuano ricerche specifiche.

Quali usare?

hashtag con il proprio brand usandolo in tutti i post (es: #virginactive #olisticzone)

hashtag del proprio settore o servizio (es: #fitness #wellness #crossfit #zumba #personaltraining #dimagrimento)

hashtag della propria area geografica (es: #pisa #riccione #sicilia)



Cose da evitare

pubblicare foto irrilevanti

postare foto una dietro l'altra

ignorare i propri follower non rispondendo ad eventuali commenti



Display adv e native advertising

Ci consentono di catturare l'attenzione degli utenti mentre navigano su altri siti internet.



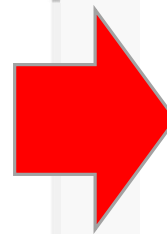
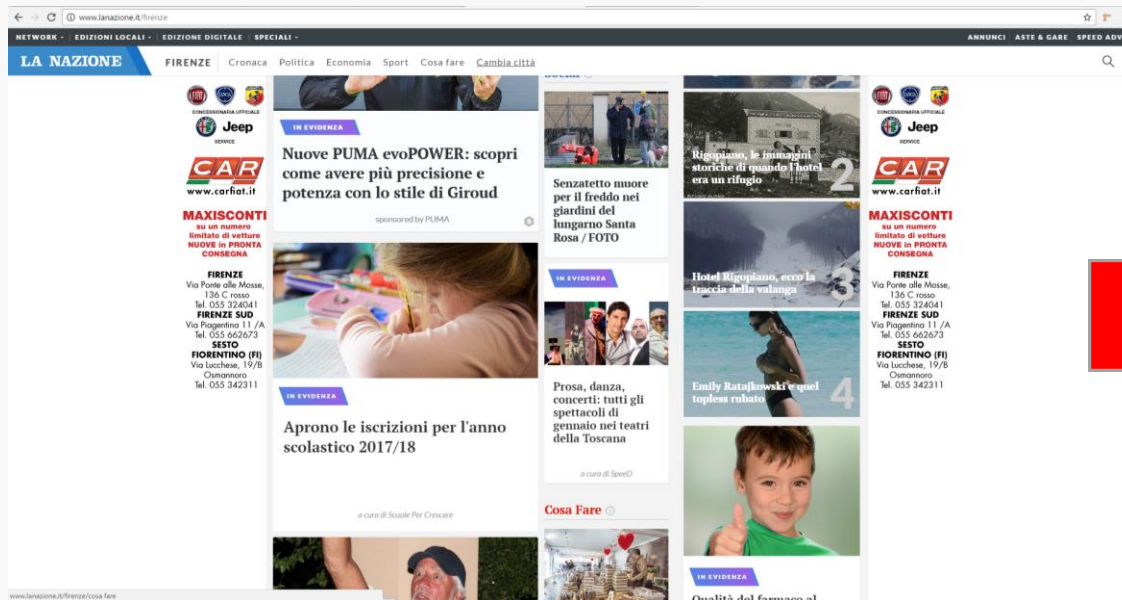
Display adv

Display advertising: fare pubblicità su siti internet attraverso la pubblicazione di banner



Native advertising

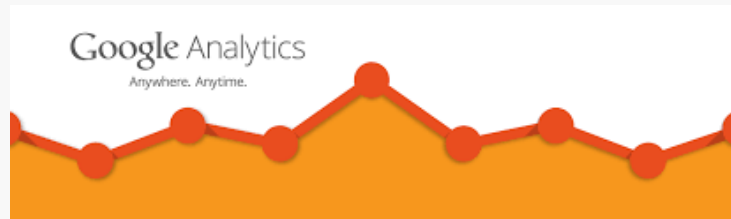
La Native Advertising è un contenuto sponsorizzato promosso e visualizzato all'interno dei contenuti offerti ai lettori. A differenza della pubblicità tradizionale che ha l'obiettivo di "distrarre" il lettore dal contenuto in modo da comunicare il messaggio, la Native Advertising ha l'obiettivo di "immergere" la pubblicità all'interno del contesto.

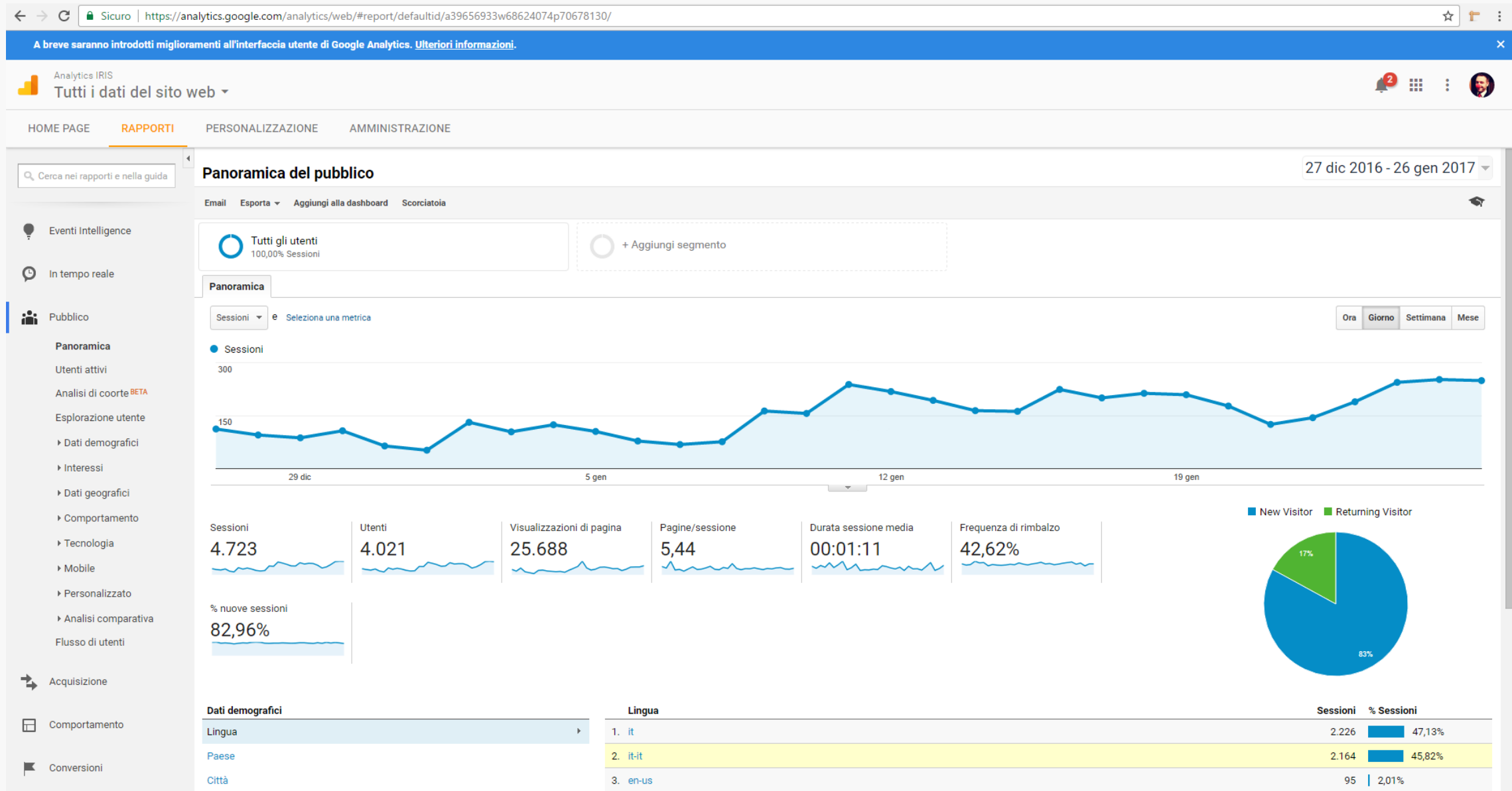


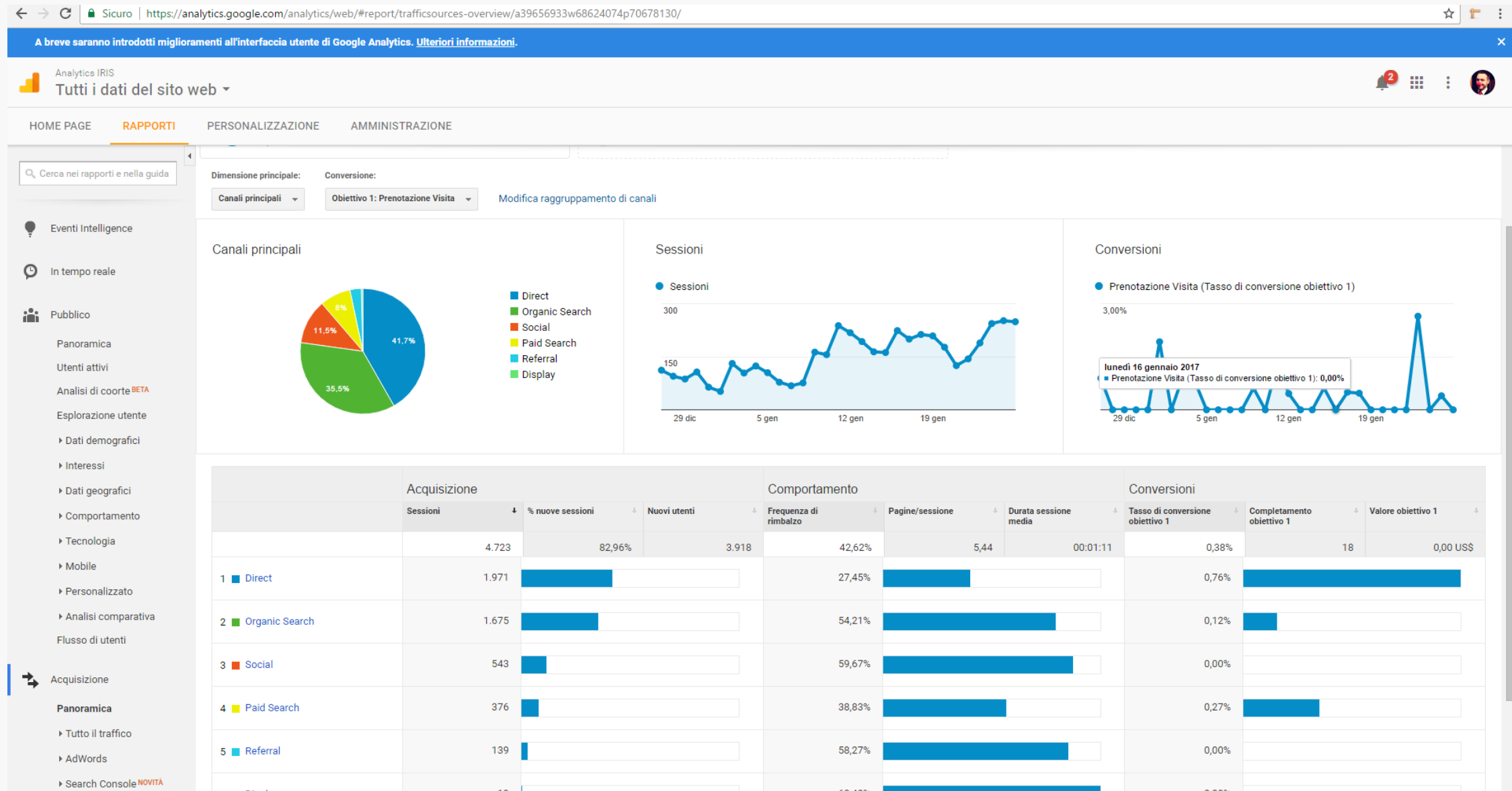
Analisi

Esistono una miriade di strumenti per analizzare l'efficacia della strategia di web marketing che stiamo applicando.

Google Analytics è uno degli strumenti principali che ci consente di monitorare le performance del sito internet.







COSTO PER CONTATTO

E 'opportuno monitorare per ogni canale il «costo contatto» detto anche Costo per Lead (CPL)

il CPL è il costo che dobbiamo sostenere, in termini di marketing, pubblicità, azioni promozionali, suddiviso per tutti i contatti che ci sono arrivati. Questo dato ci indicherà il costo medio per ogni contatto ricevuto.

Il CPL può essere generale oppure relativo ad una specifica campagna di marketing



ROI (Return On Investment)

Serve per capire quanto il capitale investito in campagna pubblicitarie ritorna in termini di reddito.

Calcolare il ROI di una campagna pubblicitaria dove sono stati investiti 200 euro e fatturati 300 possiamo svolgere il seguente calcolo:

$$\text{ROI} = (300 - 200) / 200 = 0,50 = 50\%$$

Questo indica che la campagna ha prodotto per ogni euro investito un guadagno pari a 0,5€ (1,5€ di reddito), quindi si deduce che più alto risulta il ROI più la campagna è positiva per l'azienda che investe.



Suggerimenti finali

Analizzate attentamente il vostro potenziale utente

Costruite il vostro brand online partendo dai contenuti

Ricordatevi che Google è il principale motore di ricerca dove il vostro potenziale utente fa ricerche

Promuovete i vostri contenuti sui social network (Facebook in particolare)

Utilizzate tutti gli strumenti a disposizione per fare un marketing che attrae (native, ecc)

Testate, monitorate costantemente i risultati e abbiate pazienza!





Grazie e...

Buon Business a Tutti!

Carmine Preziosi

carmine@fitness-lab.it

www.fitness-lab.it