

DONNE CHE SOGNANO UN BRAND



LA PIRAMIDE DEL BUSINESS PER ARTIGIANE

Il processo di creazione di un brand dalla A alla Z

Questo manuale è frutto di anni di esperienza nel marketing digitale applicato all'artigianato e alla creatività in generale.

Tutto il processo descritto è stato testato decine di volte con risultati concreti.

inArte Donna®



Manuale di marketing realizzato da

Daniele Massaroni (esperto in marketing digitale e seo) & **Candice Cohen** (ex artigiana e grafica pubblicitaria)

www.inartedonna.com - Info@inartedonna.com

Ciao! Siamo felici che tu abbia scelto di usufruire della nostra esperienza per accrescere il tuo business e fare della tua passione un lavoro!

In questo manuale ti forniremo la chiave per costruire passo passo il tuo successo nel web, basterà seguire ogni step nell'ordine corretto, così come ti verrà indicato.

Lasciaci immaginare: ti trovi in un punto della tua vita in cui, nonostante gli sforzi e nonostante le mille competenze acquisite, non riesci a dare una svolta alla tua attività creativa.

Magari hai imparato a fare belle foto dei tuoi prodotti, a scrivere post accattivanti sui social e, forse, hai persino imparato a fare campagne pubblicitarie su facebook.

Ma alla fine dei conti i conti non tornano, non riesci a fare di questa tua passione un lavoro redditizio, con una rendita dignitosa.

Ti sveliamo un segreto.

Tutto quello che hai imparato sul marketing online, sui social, sulla comunicazione, è sicuramente valido, ma non ti sarà utile finché non comprenderai la GERARCHIA DEI PASSI DA FARE per far funzionare il

tuo business.

Per chiarirti le idee facciamo un esempio: mettiamo per assurdo che il tuo brand sia una casa da costruire.

Cominciamo dall'inizio: tu e il tuo compagno acquistate un terreno sul quale realizzare la vostra casa.

Al momento avete bisogno di una cucina, una camera da letto ed un bagno, quindi incaricate l'impresa costruttrice di realizzare i tre moduli (bagno-cucina-letto).

Qualche anno dopo arriva un bambino oppure semplicemente avete bisogno di una camera da letto in più e di un soggiorno, così ricontattate l'impresa e fate realizzare le nuove opere.

Continuate ad aggiungere pezzi fino a quando dopo 15 anni la vostra casa sarà completa.

Ebbene, la casa che oggi ti ritroveresti avrebbe un valore sul mercato di circa 1/10 del suo potenziale, in quanto sarebbe una casa scombinata, creata senza un vero progetto iniziale.

Se tu e il tuo compagno aveste contattato un architetto e fatto realizzare un progetto ben strutturato per realizzare la casa dei vostri sogni, anche se l'abitazione fosse stata costruita in vari step, oggi

sareste in possesso di un edificio dal valore potenziale massimo!

Ti abbiamo fatto questo esempio per portarti a comprendere che nella costruzione di un brand bisogna mettere in atto lo stesso procedimento, ovvero:

prima si fa un progetto e solo successivamente si può mettere in pratica la costruzione del brand.

Realizzare un brand a pezzi senza un progetto iniziale che ne determina una visione d'insieme e una direzione è praticamente impossibile!

Affideresti la tua sorte al caso e, nel marketing, il caso non esiste, esistono i numeri e i risultati.

E' quindi importante che tu comprenda che, come per la costruzione di una casa, anche per la costruzione di un brand hai bisogno di un progetto vero e proprio, il quale va messo in atto attraverso determinati step in un ordine gerarchico preciso.

Non puoi costruire il tuo sito se non conosci il tuo target, come non puoi comunicare sui social se non conosci il tuo avatar (cliente ideale).

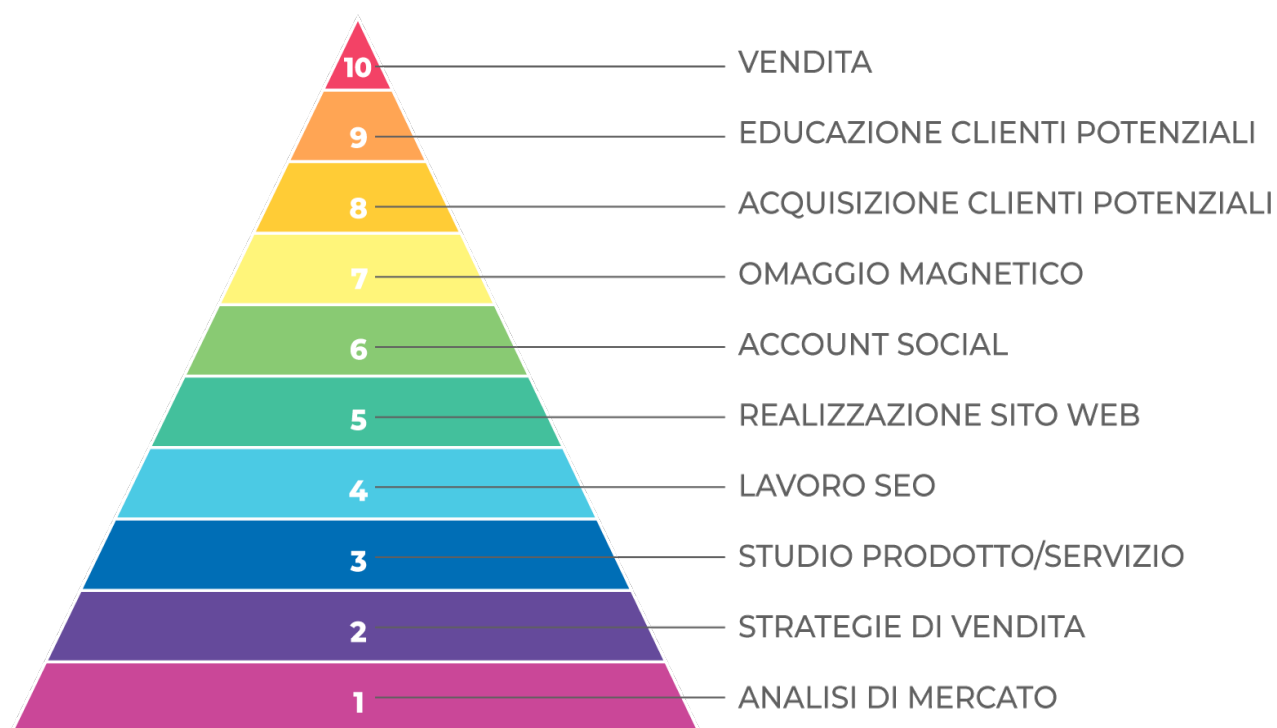
Quindi l'ordine preciso di sviluppo di un progetto è questo:

- qual'è il mio mercato e questo mercato ha soldi da spendere?
- Come si comporta il mio cliente ideale online, quali sono i suoi interessi, le sue abitudini online ed offline, età sesso... ?
- Quali sono le strategie migliori di vendita online ed offline?
- Infine, qual'è il prodotto o servizio giusto da vendergli?

Questo è il modo corretto di procedere, il processo non può essere invertito, altrimenti i risultati non ci saranno, o comunque non saranno duraturi.

LA PIRAMIDE DEL BUSINESS PER ARTIGIANE

(L'ordine gerarchico esatto delle fasi di costruzione di un brand)



1. ANALISI DI MERCATO

L'analisi di mercato è il primo passo da fare per iniziare la costruzione di un brand.

Ci permetterà di individuare una nicchia profittevole e di studiare il nostro avatar.

Questo processo richiede competenze specifiche ed esperienza nel marketing, oltre che strumenti professionali per il tracciamento degli utenti.

2. STRATEGIA DI VENDITA

In base ai risultati dell'analisi di mercato, al tipo di prodotto o servizio e al settore di appartenenza, si potranno decidere le strategie di vendita, online ed offline.

Questa fase può essere decisa solo avendo già realizzato un'analisi di mercato.

3.

STUDIO PRODOTTO/SERVIZIO

Questo è il momento di studiare e realizzare il nostro prodotto o servizio ideale, costruito a misura di avatar.

Questa fase presuppone sempre un'analisi di mercato precedente.

Anche le linee, le categorie e tutto il nostro shop in generale verranno adattati al target in ogni piccolo particolare.

4.

LAVORO SEO

Il lavoro SEO ci servirà per costruire il nostro sito, per pubblicizzare i nostri prodotti e per attirare traffico organico dai motori di ricerca (traffico gratuito).

Questa fase è molto importante in quanto ci permette dopo un periodo medio lungo, parliamo da 6 mesi a 2 anni, di portare sul nostro sito utenti in target dai motori di ricerca, e visti i costi molto elevati delle campagne pubblicitarie, questo lavoro avrà un valore enorme.

5. REALIZZAZIONE SITO WEB

A questo punto puoi realizzare il tuo sito web ecommerce.

Il sito svolgerà varie funzioni tra cui:

- trasmettere la professionalità del brand
- comunicare il messaggio differenziante del brand
- acquisire e profilare nuovi clienti potenziali
- acquisire clienti in organico dai motori di ricerca
- vendita diretta tramite lo shop

6. ACCOUNT SOCIAL

Questa fase che di solito erroneamente viene realizzata per prima, ha bisogno di tutte le fasi precedenti.

I social da utilizzare verranno indicati dall'analisi di mercato, e avranno lo scopo di educare all'acquisto nuovi clienti potenziali, acquisire i loro dati e creare campagne pubblicitarie.

Avere 100.000 like su un profilo instagram non in target è inutile e controproducente.

Ogni like acquisito deve essere in target e questo puoi farlo solo se conosci alla perfezione il tuo avatar (cliente ideale).

Potrai usare una comunicazione mirata solo conoscendo il tuo interlocutore, non studiando il copy.

Questo non vuol dire che non sia importante il modo in cui comunichi, ma semplicemente è uno step successivo, non puoi avere una comunicazione efficace se non conosci il tuo interlocutore.

7.

OMAGGIO MAGNETICO

L'omaggio magnetico è uno strumento che ti permetterà di acquisire nuovi potenziali clienti, portandoli da una fase di cliente freddo, ad una fase di cliente caldo.

Non puoi creare un vero business nell'artigianato e nell'arte in generale se non hai un sistema di educazione del tuo avatar.

L'omaggio magnetico va costruito a misura di avatar, ha la funzione di attrarre il tuo potenziale cliente e di acquisirlo.

Il suo valore deve essere reale.

Questo ti permetterà di acquisire i dati del tuo potenziale cliente e di iniziare una fase di profilazione ed educazione all'acquisto.

Ti aiuterà a portare il tuo avatar a fidarsi di te.

8.

ACQUISIZIONE NUOVI POTENZIALI CLIENTI

Questa è una fase essenziale se vuoi creare un vero business, ed è una fase che tutti sottovalutano, soprattutto nel settore dell'artigianato.

Non basta utilizzare un modulo newsletter per acquisire nuovi clienti, tutto il processo segue la perfetta conoscenza del proprio avatar e l'utilizzo di un omaggio magnetico irresistibile.

Nessun business sta in piedi solo fidelizzando i clienti esistenti, c'è bisogno di un'acquisizione continua.

9.

EDUCAZIONE POTENZIALI CLIENTI

Anche questa fase va messa in atto in un momento preciso del processo, e come tutte le fasi precedenti ha bisogno di un'analisi di mercato preventiva.

L'educazione dei potenziali clienti può essere fatta attraverso la comunicazione sui social, i video, l'email marketing ed il blog/magazine.

E' una fase molto importante perchè ha lo scopo di portare le persone a fidarsi di te e delle tue competenze.

Vendere a freddo un prodotto artigianale senza una fase di educazione avrà come risultato molti soldi spesi in pubblicità senza incasso.

10.

LA VENDITA

La vendita in realtà non è un fase, ma semplicemente la conseguenza di tutto il processo di marketing.

Se il tuo progetto di brand è stato costruito bene a misura di target, non dovrai rincorrere i clienti per vendergli i tuoi prodotti o servizi, ma semplicemente metterli a conoscenza del fatto che tu puoi esaudire i loro desideri o i loro bisogni.



N.B. Lo scopo di questo manuale è di indicarti il corretto modo di procedere per iniziare o revisionare la tua attività online.

Continueremo ad aiutarti con altre informazioni utili al tuo percorso.

Seguici su Instagram e Facebook!

Un abbraccio,

Candice&Daniele