**Il mio sito web** ----🡪: <https://sosphoto.myshopify.com/>

**Senza password**

Spiegazione Funnel e strategia:

Possiamo suddividere la nostra strategia in 3 step fondamentali che riassumono il nostro **funnel di vendita** e le **campagne marketing** da attuare (comprese le **automazioni**):

1. **Attrazione:**

Il primo passaggio che ho deciso di mettere in campo è quello di essere ben visibile sulle varie piattaforme social e sul sito stesso, in termini di contenuti grafici, assistenza ad ogni richiesta del cliente e posizionamento, quindi risulta importante dare il via all’indicizzazione e ottimizzazione SEO.

Ho valutato la presenza di alcune parole chiave su Ubbesuggest che aiuterebbero il mio sito ad avere un traffico maggiore tra le quali:

“macchina fotografica reflex”;”fotografia artistica”;”obiettivi fotocamere”.

Ho unito due ambiti apparentemente diversi tra di loro ovvero la fotografia e l’arte a seguito di attente analisi svolte su “Google Trends” e su altri siti, dove è emerso che gli appassionati di fotografia hanno una tendenza verso la creatività e l’arte, e da qui nasce la scelta di unire queste due tipologie di pubblico.

Oltre all’indicizzazione ho deciso di focalizzarmi, per attirare nuovo pubblico, sull’influencer marketing in particolare sulla piattaforma di YouTube.

**Perché su YouTube e non su un’altra piattaforma?**

Come abbiamo visto in questi ultimi anni, TikTok e Instagram danno popolarità a tutti, ma allo stesso tempo la tolgono a tutti, vediamo molti “content creator” esplodere a livello di interazioni in pochissimo tempo, e vederli fallire dopo molto poco senza aver creato una fanbase solida interessata ai loro contenuti.

Le visualizzazioni su YouTube hanno di certo un valore diverso rispetto alle altre piattaforme, e abbiamo l’esempio di molti content creator su questa piattaforma che sono stabili da molto anni, da persino decine di anni.

Mediamente il pubblico su YouTube ha un’età media più alta, ma sempre molto giovanile, perfetta per il target che stiamo cercando.

Valutando i content creator adatti per questa sponsorizzazione ho scelto di collaborare con:

-Surry

-Marcello Ascani

-Jakidale

-Marco Montemagno

**Perché loro e non altri content creator?**

Alcuni di questi YouTuber portavano gaming, altri sono sempre stati sullo stesso topic, ma ho scelto di collaborare con loro perché in passato in diversi video, hanno dimostrato interesse verso l’arte, e la risposta del pubblico è stata più che positiva.

Da qui nasce l’idea di collaborare con loro, e inserire i miei prodotti all’interno di un video che parli di arte.

**In che modo intendo collaborare con loro?**

Il rapporto con loro si svolge sulla base di un link di affiliazione che manda l’utente su una landing page appositamente studiata per essere il più semplice e intuitiva possibile e per arrivare quindi agevolmente all’acquisto.

L’utente potrà usufruire di un codice sconto, che porterà un introito in percentuale al content creator.

1. **La conversione:**

Per quanto riguarda la conversione dobbiamo suddividere le due tipologie di pubblico che arrivano al nostro sito, quella dei prospect proveniente dai motori di ricerca, grazie al posizionamento delle parole chiave, e quelli provenienti dalla sponsorizzazione, che hanno, seppur minimo, un interesse verso i nostri prodotti dopo che hanno sentito il loro creator preferito parlarne bene.

-La prima tipologia di pubblico sono i prospect: ossia qualcuno che sta cercando delle informazioni molto generiche e che trova il nostro sito.

Qui è importante agire per quanto riguarda l’esperienza utente, sull’attirare l’attenzione delle persone attraverso dei contenuti specifici.

Qui ci viene incontro il blog, dove ho realizzato dei contenuti che possono far passare più tempo all’utente sul mio sito.

Ad ogni modo vi è la presenza di alcuni pulsanti che permettono di andare in modo specifico e molto veloce sui prodotti più venduti sul mio sito.

Entrambi gli utenti vengono indirizzati in una landing page, dove ho gli articoli del blog, la risposta ad alcune domande che l’utente potrebbe avere, un form di contatto dove può lasciare i suoi dati e mettere così in campo la mia strategia di e-mail marketing.

Siamo ancora in una fase molto prematura per arrivare all’acquisto, ma sta avvenendo una cosa molto importante, l’utente sta cominciando a conoscerci in modo approfondito, più strumenti gli diamo per farlo, più il rapporto di fiducia che abbiamo con lui aumenta.

-La seconda tipologia di pubblico, coloro che arrivano dalla sponsorizzazione, seguiranno un percorso pressoché simile, verranno quindi indirizzati in una landing page che spiegherà in maniera semplice ed intuitiva i nostri prodotti.

Metto una “Call to action” che invogli l’utente a passare all’azione, e metto un annuncio simpatico che faccia riferimento alla sponsor.

1. **Acquisto**

Ottenuti i dati del nostro possibile cliente, dopo essersi iscritto alla newsletter, o aver lasciato i dati in un form di contatto, parto con la mia strategia di e-mail marketing e di automazioni che sono volte a tenere alto il contatto con il nostro possibile cliente.

Ritengo opportuno applicare le seguenti e-mail per poter portare a conclusione ciò:

**-Mail di novità:** nel caso in cui il cliente non dovesse tornare dopo tanto sul nostro sito, mandiamo una mail mostrando le novità dei nostri prodotti, dicendo che il codice sconto è ancora attivo (nel caso sia un utente proveniente dalla sponsorizzazione)

**-Mail di ringraziamento:** il sistema manda una mail preimpostata al cliente al momento dell’acquisto, dopo una settimana il sistema chiederà al nostro cliente come si è trovato con i nostri prodotti, invogliando a lasciare una recensione.

**-Mail di benvenuto:** a seguito della sua iscrizione alla newsletter o ad un form di contatto, mando una mail di benvenuto dove è contenuto un pdf molto esplicativo che presenti la mia azienda

**-Mail per eventi dal vivo**: data l’età molto giovane, ma allo stesso indipendente del nostro pubblico posso invitare le persone ad eventi dal vivo dove possono conoscere altre persone e venire a contatto con diverse realtà aziendali

**-Mail abbandono del carrello:** invio di email a chi ha abbandonato il carrello della spesa online per ricordare o incentivare il completamento dell’acquisto.

**-Ricerca prodotto abbandonata:** coinvolgo i clienti che hanno visualizzato una pagina del prodotto ma non hanno aggiunto nulla al proprio carrello

Utile adottare anche una strategia per quanto riguarda gli SMS MARKETING.

**-Codici, sconti e promozioni:**

Per chi proviene dai motori di ricerca, in alto sul sito troverà un banner che informa l’utente della possibilità di avere uno sconto del 15% se usa il codice sconto “PHOTO” e avere la spedizione gratuita qualora l’acquisto superasse i 100 euro di acquisto totali.

**Perché queste scontistiche?**

Avere il 15% di sconto per un periodo di tempo limitato, incentiva le persone ad acquistare per la pima volta, dato che non conoscendoci e non avendo maturato fiducia nei nostri confronti l’utente potrebbe essere restio ad acquistare per la prima volta da noi. In questo modo potrebbe sentire un senso urgenza che potrebbe portarlo a non pensare a ciò.

Mettere la spedizione gratuita dopo un tot. di spesa sul carrello, incentiva l’utente a mettere più cose all’interno di esso, quindi togliamo i soldi della spedizione, ma considerando l’ordine medio dei nostri prodotti che sarà circa di 30 euro, con un ordine incentivato dal voler la spedizione gratuita rientriamo ampiamente all’interno del nostro guadagno.

Per migliorare l’esperienza utente, sia all’interno della landing page, che dalla home, abbiamo posizionato un “Bottom label” che permette alle persone di poter accedere facilmente ai nostri prodotti, con addirittura un esempio in fondo alla home di scheda prodotto di uno dei nostri prodotti di punta.

**-Strategie APP e plugin:**

Per l’installazione di App e plugin ho deciso di installare Avada, per i cookie, così da riuscire a memorizzare le preferenze, favorire un utilizzo efficace e un’esperienza di navigazione personalizzata.

Ulteriore App che ho deciso di attivare è Trustedsite, dato che la maggior parte degli utenti che arriverà sul sito lo farà per la prima volta, voglio che si senta il più al sicuro possibile acquistando da noi.