

Adattamento A.I.D.A

Awareness Interest Desire Action

Esiste un percorso che un potenziale cliente intraprende dalla conoscenza del vostro prodotto all'acquisto. Questo percorso è chiamato funnel.

Secondo la metodologia AIDA i punti principali sono ben quattro:

- **Conoscenza** del prodotto
- **Interesse** nel prodotto
- **Desiderio** del prodotto
- **Acquisto** del prodotto

Venendo a conoscenza della vostra start up senza sapere cosa fosse la **digital health**, ed avendo come unica risorsa "rapida" il vostro sito web, per me è stato difficile inquadrare da subito il vostro campo di competenza. Ho dovuto fare ricerche sui motori di ricerca per avere almeno un'idea di cosa fosse a grandi linee la digital health.

Volendo quindi fare un miglioramento nell'esperienza utente, quello che proporrei di fare è di adottare la metodologia AIDA.

Ho deciso anche che potrebbe essere utile una campagna ADS su facebook per fini pubblicitari la quale si integra molto bene proprio con AIDA.

Facebook ADS (Awareness)

Partendo dal primo step di AIDA "**Awareness**" è necessario far **conoscere** il proprio prodotto all'interno e all'esterno della propria nicchia di mercato. Un'opzione per fare ciò è sicuramente una campagna pubblicitaria su **Facebook**.



Quello che propongo è quello di creare un breve video di massimo 60 **secondi** nella quale mostrare le varie **potenzialità** del proprio prodotto. Insieme al video sarà necessario fornire il link della vostra pagina web.



Mini landing page (Interest)

Una volta fatto conoscere il prodotto nel potenziale cliente si genererà interesse.

Qui abbiamo due possibilità:

- Utente proveniente dalla nicchia che già conosce la digital health.
- Utente che non proviene dalla nicchia e non conosce la digital health.

Nel primo caso l'utente appena arrivato sulla pagina avrà a disposizione un bottone "Prova la demo" che è già presente. Nel secondo caso l'utente avrà a

disposizione un secondo pulsante "Scopri la digital health" che darà accesso a una mini landing page con una spiegazione breve ed essenziale della Digital Health. Ho creato apposta questa mini landing page per l'occasione:

Link landing page:

<https://www.emanuelemossa.info/landing-page-plusimple/>

Link progetto Adobe XD landing page:

<https://xd.adobe.com/view/25393567-c74a-40a0-6868-3a283ad3a2b1-5308/screen/22e03dc0-1a75-4d35-ad01-edea4ea0edce/Web-1920-8>

In questa pagina ho spiegato molto brevemente (con la possibilità di approfondire tramite articoli pubblicati nel vostro blog, le principali potenzialità della digital health. A fine pagina, quando l'utente sarà informato, avrà a disposizione lo stesso pulsante che si può trovare nella homepage "Richiedi una demo".

Applicazione smartphone (Desire)

Uno step molto importante è quello del "**desiderio**".

Un modo molto usato per generare desiderio negli utenti è l'utilizzo di un **Lead Magnet**.

Un lead magnet è un'**applicativo gratuito** creato per gli utenti che sia utile e carico di appeal e **novità**.

Ho notato che avete un'applicazione gratuita su Google Play ma che nel sito non viene per niente menzionata.

Potrebbe essere molto positiva la creazione di una

sezione dedicata alla vostra applicazione smartphone dove è possibile trovare tutte le **informazioni** a riguardo.

Acquisto prodotto (Action)

Dopo questi passi, l'unico che rimane, è l'**acquisto**. Sarà possibile **monitorare** se effettivamente la strategia avrà funzionato tramite **Google Analytics** o software di heatmap come **HotJar** in modo tale da poter apportare ulteriori modifiche al fine di migliorare la **strategia**.

Extra:

Un' altra opzione d'investimento potrebbe sicuramente essere fare un video o una serie di video in collaborazione con blog/riviste tecnologiche importanti che sono attualmente molto seguite da un pubblico a 360°. Alcune di esse potrebbero sicuramente essere:

- HDblog
- andreagaleazzi.com
- Fanpage (tecnologia)