

Hai una tua Attività e non sai come fare i **PRIMI PASSI** nel Web?

Le opportunità del Web e cosa puoi fare per Essere Online.



www.essereonline.net

Perché il Web è una grossa opportunità

Non esistono mezzi vecchi e mezzi nuovi per promuoversi. La pubblicità tradizionale è ancora attuale. Non è morta e non è nemmeno vecchia. Le aziende continuano a fare pubblicità alla radio, in televisione, attraverso riviste e giornali cartacei. Si fanno ancora campagne pubblicitarie usando cartelloni, manifesti, locandine e volantini. Tutto questo non è vecchio ma non è più l'unica cosa che si può fare. Il Web è entrato nelle nostre vite e nelle nostre case in modo fiero, spavaldo, sicuro, e noi l'abbiamo accolto. Ora le persone sono là, in quello spazio che ormai è obsoleto considerare virtuale.

Il Web è reale, ci viviamo dentro. Quindi o siamo diventati virtuali tutti noi o il Web è diventato lo spazio dove noi facciamo gran parte delle nostre cose.

È nel Web che studiamo, facciamo ricerche, troviamo informazioni di cui abbiamo bisogno, cerchiamo l'albergo, il ristorante, l'idraulico, il medico, il professionista, cerchiamo quelle scarpe che ci piacciono, facciamo compere, gestiamo le nostre attività bancarie, facciamo amicizie, incontriamo persone, leggiamo il giornale, scopriamo le novità, condividiamo, socializziamo, impariamo. Tutto là dentro. E allora?

Il Web è una grossa opportunità perché le persone è proprio là che stanno e si muovono di più.

Se hai una tua attività e vuoi farla conoscere, promuoverla, **devi ESSERE dove sono le PERSONE**. In più, essendo il Web uno spazio aperto, alla portata di tutti, ti offre diverse possibilità per fare comunicazione, per promuoverti e anche per vendere, in pratica, i tuoi prodotti o servizi. È davvero una GROSSA opportunità!

E la cosa più bella è che **puoi entrare nel Web un passo alla volta**, valutando le tue esigenze, ogni possibilità che ti offre, e cercando di capire cosa è davvero meglio per te e per la tua attività.

Il Web non si limita a collegare macchine,
connette delle persone.

(Tim Berners-Lee)

Inizio attività e primi passi nel Web

Magari hai già da tempo una tua attività, oppure sei solo all'inizio ma in ogni caso non hai ancora pensato a **come ESSERE ONLINE**. Vorresti fare i tuoi primi passi nel Web ma non sai da che parte iniziare, cosa fare e come farlo. Oppure ti ci sei buttato dentro ma ti senti un po' perso.

Diciamo che nell'Internet puoi trovare ogni sorta di consiglio, tutorial, informazione impacchettata e condivisa dai vari esperti e guru del marketing e dell'informatica. Il problema grosso è che a volte le informazioni condivise sono la copia della copia della copia della traduzione di post americani, che è vero che ne sanno più di noi su certi temi ma è anche vero che il loro mercato, le loro aziende, e la loro mentalità sono un po' diverse dalle nostre, quindi è tutto molto bello ma spesso non praticabile qui da noi.

A volte, invece, le informazioni sono buone e interessanti ma sono trattate con un linguaggio da addetti ai lavori, e se non sei un esperto di comunicazione, marketing, scrittura web, informatica... rischi di non capirci un tubo! A volte, semplicemente, si riportano dei concetti, delle teorie, ma niente di pratico su cosa fare e come farlo per chi è all'inizio della sua esperienza online.

Questo è il problema di chi ha una piccola/media azienda o la sta creando e vuole entrare nel Web:

non riuscire a sentirsi protagonista, non avere la conoscenza e la preparazione per usare in piena autonomia gli strumenti che il Web mette a disposizione alla portata di tutti. E sono molti.

Senza un'informazione chiara, precisa, pratica, è davvero difficile provare a fare qualcosa da soli senza il supporto dell'esperto! Quindi, molte piccole/medie aziende rimangono ferme o fanno dei tentativi alla meno peggio per promuoversi nel Web, **rischiando di fare danni** o nel miglior caso di girare a vuoto, perdere un sacco di tempo e spendere soldi inutilmente.

Per fare i primi passi non è detto che servano grossi investimenti (dipende da cosa si vuole fare) e facendo le cose per bene, quelle necessarie, non si rischia niente e si ottengono dei risultati soddisfacenti.

Il primo grande risultato è proprio quello di intraprendere la strada giusta capendo cosa si può fare e come si può fare, iniziando un percorso adatto alla propria attività.

Per questo motivo e attenti alle necessità dei nostri clienti e di quelli che potrebbero diventarlo, abbiamo deciso di creare delle **INFOCONSULENZE** chiare, precise, pratiche, che tutti possono consultare e usare con la massima facilità. Delle consulenze che possano **rispondere alle diverse esigenze**, una per una.

Abbiamo visto quali sono i vari problemi che può avere un'azienda tipo e li stiamo risolvendo uno per uno nello specifico, attraverso delle consulenze a basso costo, che tutti possono permettersi, anche chi è solo curioso e vuole farsi un'idea più chiara di cosa potrebbe fare nel Web.

Ci siamo concentrati sulle azioni che sono davvero necessarie, quelle a cui non si può rinunciare, quelle di base, le più importanti per ottenere i primi risultati ed entrare nel Web a testa alta. Poi le abbiamo standardizzate per **renderle facili da applicare e ottenere un costo basso**, accessibile a tutti.

In ogni INFOCONSULENZA spieghiamo cosa fare e come farlo con un linguaggio comune comprensibile anche ai non esperti. Ma la cosa interessante, che rende uniche queste INFOCONSULENZE, è che le abbiamo 'farcite' con dei brevi ma significativi **interventi di assistenza personalizzata**. In modo che ognuno abbia un supporto al suo problema specifico.

Le abbiamo chiamate INFOCONSULENZE perché ci è sembrato che il nome rendesse bene l'idea di quel che rappresentano ma vogliamo chiarirti cosa non sono: non sono libri da leggere, non sono ebook con informazioni generiche, non sono corsi, non sono tutorial.

Sono delle vere e proprie consulenze che contengono informazioni preziose, metodi di lavoro e diversi e utilissimi strumenti.

Bene. Anche **questo REPORT GRATUITO è una consulenza**. Infatti abbiamo l'intenzione di darti una serie di informazioni che ti aiuteranno a capire di cosa hai bisogno per la tua attività, sia nell'immediato che nel prossimo futuro.

Come si può ESSERE ONLINE

Per iniziare a **fare i primi passi nel Web**, però, devi fare chiarezza sul tuo stato attuale e quello della tua azienda.

Devi capire bene:

- ✓ **cosa ti serve**
- ✓ **cosa vuoi e puoi fare**
- ✓ **cosa vuoi ottenere e in che tempi**
- ✓ **che investimento puoi fare.**

Perché le strade possono essere diverse e varie e se non vuoi perdere tempo è **meglio che tu parta con le idee chiare.**

- ✓ Hai un prodotto o un servizio specifico da promuovere e vendere?
- ✓ Sei un professionista e hai l'esigenza di farti conoscere e diventare autorevole nel tuo campo?
- ✓ Sei un artista e vuoi esporre le tue opere?
- ✓ Offri qualcosa di particolare e devi arrivare a un pubblico di nicchia?
- ✓ Sei un commerciante e vuoi incrementare le tue vendite?
- ✓ Hai bisogno di uno strumento che ti faccia interagire velocemente con i tuoi clienti ogni volta che crei un evento, lanci un nuovo prodotto, fai degli sconti, hai qualcosa di importante da comunicare?
- ✓ Ti serve uno strumento di lavoro, un punto di riferimento dove farti trovare e contattare, dare informazioni sulla tua attività?

***Nel Web puoi essere presente in **diversi modi**
e puoi fare **diverse cose**
per ottenere **diversi risultati.*****

Puoi usare alcuni spazi/mezzi/strumenti specializzati ma devi farlo correttamente. Intanto vediamo quali sono i tre principali **spazi/mezzi/strumenti**:

1. **Siti Web e blog**
2. **Social media**
3. **Pagine d'atterraggio (landingpage)**

Poi, intendiamoci, puoi essere presente nel Web anche attraverso dei **portali tematici** o **siti di recensioni** tipo *TripAdvisor, Trivago, Booking*. Dipende molto dall'attività che svolgi, diciamo che per una struttura ricettiva, la reputazione online si costruisce proprio grazie alle opinioni del pubblico che frequenta il Web nei Social network, nei vari blog e soprattutto nei portali dove si possono inserire le recensioni.

Poi c'è anche la possibilità di usare **Google My Business**, un servizio gratuito che mette a disposizione Google. Si tratta di una scheda di attività commerciale locale dove poter inserire l'indirizzo della tua attività, i vari recapiti, gli orari d'apertura, le foto che ti rappresentano. La tua attività commerciale sarà in primo piano tra i risultati, sia nella Ricerca Google che su Maps.

https://www.google.com/intl/it_it/business/

Ogni persona che decide di entrare nella Rete pubblicando e condividendo contenuti con altre persone, ha una grande e bella responsabilità: la sta creando, sta creando la rete internet.

(Patrizia Pisano)

Sito internet o Blog. Sono necessari?

Abbiamo detto che ormai siamo tutti nel Web a fare le nostre cose. A quanto pare, quasi la metà degli esseri umani in tutto il mondo è online per trovare informazioni, scaricare documenti, fare acquisti, ascoltare musica, guardare video, leggere, socializzare, condividere contenuti. Le persone, in media, passano online, oltre trenta ore al mese, in pratica più di un'ora al giorno. E la percentuale sale ogni anno di più.

Quindi, se sei un artista, un libero professionista, un piccolo imprenditore, ma anche un autore, formatore, coach, ti renderai conto ancora di più che tutte queste persone e le attività che svolgono online, rappresentano un potenziale che non può essere ignorato. Magari queste persone hanno bisogno di te, del tuo aiuto, della tua competenza, del tuo messaggio, del tuo prodotto, del tuo servizio, delle tue informazioni e vorrebbero trovarti per usufruirne.

Essere online, oltre a essere vantaggioso ed economico può essere anche relativamente facile, basta sapere cosa fare e sapere come farlo. E non è necessario fare tutto insieme, tutto e subito!

La prima cosa da fare è **capire cosa serve davvero alla tua attività** e quali sono gli elementi essenziali per la tua presenza online e da dove poter iniziare. La prima cosa a cui si pensa quando si decide di entrare nel Web con la propria attività è: avere un sito internet o un blog. In realtà può davvero essere considerato lo strumento principe di un'azienda dell'era moderna.

*Ma è così?
Un sito internet è davvero necessario
per ESSERE ONLINE?
E un blog?*

Secondo noi, **tutte le persone che hanno un'attività in proprio dovrebbero avere un sito internet**. Magari non subito, magari non è detto che sia uno dei primi passi da fare ma è sicuramente uno strumento che deve accompagnare ogni tipo d'azienda, di attività. Per quanto riguarda il blog, il discorso è differente.

Casomai, le domande che dobbiamo farci sono:

☑ **Che tipo di sito internet?**

☑ **E il blog per chi è adatto?**

La risposta dipende dal tipo di **attività** che hai, dalle **esigenze** che hai, dal **tempo** e dalle **capacità** che hai, dai tuoi **obiettivi**, cosa vuoi ottenere dal Web.

Il sito internet può essere un semplice strumento di contatto e di informazione, come può essere un complesso strumento di vendita (e-commerce). E può essere anche una via di mezzo tra le due cose. Può essere tante cose ma l'importante è che siano le cose giuste per te, né più, né meno.

A volte **si rischia di fare progetti troppo impegnativi** e non avere nemmeno il tempo o le capacità di portarli avanti. E questo non serve, anzi è controproducente. È meglio iniziare con uno strumento semplice ma utile e gestibile nel quotidiano. Ma vediamo in pratica come può essere utile un sito internet.

Immagina di essere, per esempio, un Personal Trainer e di esserti fatto conoscere, fino a questo momento, con il passaparola. E un po' ha funzionato ma vorresti cogliere anche tu l'opportunità del Web pur non avendo abbastanza esperienza con il mondo online.

Immagina di avere già bello che fatto il tuo sito internet e che delle persone facciano una ricerca su Google per "Personal Trainer Roma". Immagina che una pagina del tuo sito compaia tra i risultati di questa ricerca e che qualcuno ci entri cliccando sul link.

*Qual è il vantaggio che otterresti da questo processo?
E cosa pensi che possa trovare di utile
per sé una persona nel tuo sito?*

In realtà, una persona, può scoprire molte cose su di te e su quello che hai da offrire con il tuo lavoro. E considera che chi cerca informazioni su un'attività come la tua può essere un tuo potenziale cliente o essere interessato al tuo messaggio. Può essere una persona che ha bisogno di te.

Ecco cosa può fare questa persona nel tuo sito/blog:

- ☑ Può leggere un testo che spiega il servizio che offri e altri testi dove dai consigli sull'attività fisica
- ☑ Può guardare un tuo video dove spieghi l'importanza di un allenamento personalizzato, oppure un tutorial sugli addominali
- ☑ Può vedere le palestre dove alleni e scoprire che fai Personal training anche a domicilio
- ☑ Può iscriversi e scaricare la tua offerta del mese
- ☑ Può leggere le testimonianze scritte dai tuoi allievi, collaboratori, colleghi e acquisire fiducia nei tuoi confronti
- ☑ Può consultare il tuo curriculum per scoprire le tue competenze
- ☑ Può compilare un modulo per chiedere un allenamento personalizzato online
- ☑ Può scriverti attraverso il modulo dei contatti e farti delle domande, entrare in relazione con te
- ☑ Può leggere una tua lettera di vendita dove promuovi e vendi un tuo ebook sull'allenamento funzionale
- ☑ Può entrare sui tuoi profili Social facendo click sui pulsantini del tuo sito/blog e usufruire di quello che condividi

E altro ancora...

Come vedi un sito internet può **contenere tante informazioni utili** per chi ti cerca e può **essere uno strumento di contatto** perché da lì, compilando un semplice modulinio, le persone possono interagire con te e tu con loro. Può **essere anche uno strumento di vendita**, e puoi usarlo come **spazio dove poter mettere a disposizione del materiale** che vuoi far arrivare al tuo pubblico e farlo scaricare direttamente da una pagina studiata apposta per questo servizio. Può essere uno **spazio dove parlare con i tuoi clienti acquisiti o potenziali** attraverso i tuoi video. Può essere usato per tante cose utili, importanti, necessarie o per una cosa soltanto tra queste elencate. Dipende di cosa hai bisogno e cosa sei pronto a fare.

Quindi...

- ☑ Hai bisogno solo di essere trovato, contattato attraverso l'apposito modulo contatti e di poter dare alcune informazioni sulla tua attività?
Ok, puoi farlo.
- ☑ Hai bisogno di mettere a disposizione del tuo pubblico del materiale da scaricare?
Ok, puoi farlo.
- ☑ Hai bisogno di vendere un prodotto o servizio specifico?
Ok, puoi farlo.
- ☑ Hai bisogno di raccontare la tua attività e di proporre delle soluzioni ai problemi dei tuoi clienti?
Ok, puoi farlo.
- ☑ Hai bisogno di farti conoscere, diventare autorevole nel tuo campo?
Ok, puoi farlo.
- ☑ Hai bisogno di esporre le tue opere?
Ok, puoi farlo.

*Ogni sito internet deve essere progettato su misura,
a seconda di quello che serve.
Si può poi ampliare e completare nel tempo
se crescono le esigenze.
Un passo alla volta.*

Per quanto riguarda il blog, dobbiamo dire che è uno strumento diverso dal sito ma complementare. Può essere contenuto nello stesso spazio e ci si può accedere direttamente da un menù interno. Ma **un blog dipende da un impegno se non quotidiano almeno settimanale**. Quindi, se non hai tempo e voglia di creare contenuti (testo, immagini, video) utili e interessanti per il tuo pubblico, il blog, pur essendo uno strumento eccellente, non fa al tuo caso.

Se, però, il tuo obiettivo è quello di **diventare autorevole** nel tuo campo, ecco, allora **il blog fa proprio al caso tuo**. Devi aggiornarlo più che puoi, pubblicando contenuti originali e di alto livello per offrirli al Web, quindi ai motori di ricerca che faranno in modo di farlo arrivare al tuo pubblico.

Vantaggi di un sito internet/blog:

- ☑ È visibile in ogni luogo, città, nazione, paese. Attraverso PC, tablet, smartphone.
- ☑ È sempre raggiungibile, 24 ore su 24, compresi i giorni festivi. È come avere uno studio o un negozio sempre aperto ed essere raggiungibili a ogni ora del giorno e della notte senza essere disturbati.
- ☑ Ti dà la possibilità di aggiornare e rinnovare tutte le tue informazioni in tempi brevi, aggiungere materiale o eliminarlo.
- ☑ È uno spazio che puoi far crescere al momento che ne hai necessità.
- ☑ Può essere il tuo studio, il tuo negozio, il tuo segretario, il tuo catalogo, il tuo canale video, la tua voce, il tuo agente di commercio, il tuo socio consulente, il collega più efficiente che tu abbia mai avuto. O semplicemente, puoi considerarlo il punto di riferimento certo dove ognuno può trovarti, conoscerti, contattarti.

Quindi, sì, un sito/blog può essere necessario per ogni tipo di attività. Ma si può iniziare anche con qualcosa di meno impegnativo, si fa per dire!

Considero il Web come un tutto potenzialmente collegato a tutto, come un'utopia che ci regala una libertà mai vista prima.
(Tim Berners Lee)

Si può iniziare con un Social network?

Ormai i Social network sono frequentatissimi da ogni sorta di persona. Fanno sempre meno paura anche ai meno giovani. Molte persone entrano in un Social solo per divertirsi ed essere sempre in contatto con amici o parenti, altre per socializzare, conoscere persone nuove, altre ancora per interagire con i clienti acquisiti o potenziali.

Alcuni di questi Social network, infatti, **stanno puntando sempre di più sulle aziende**, mettendo a disposizione degli strumenti per il business, davvero interessanti. Molte persone che hanno un'attività in proprio, si servono dei Social anche per promuovere la vendita dei propri prodotti o servizi o per promuovere degli eventi. E questo può avvenire in parte gratuitamente e in parte a pagamento tramite annunci mirati.

Bisogna dire che l'attività più importante di un Social, come dice la parola stessa, è **SOCIALIZZARE**. Quindi, non si può pretendere di entrarci dentro soltanto per promuoversi e promuovere, perché non funzionerebbe. La maggior parte delle persone che frequentano Social Network stanno là per distrarsi e divertirsi e non vogliono essere assillate da pubblicità e promozioni varie. Tutto deve essere fatto nel modo giusto e conoscendo e rispettando le caratteristiche dello spazio che ci ospita.

Internet non è solo un veicolo, è una forma di cultura.
La rete è innanzitutto un concetto filosofico.
(Jovanotti)

I Social Network sono tanti e ognuno ha il suo carattere. In questo breve elenco ne descriviamo velocemente e in modo anche un po' superficiale, soltanto cinque perché al momento e in generale, ci sembrano i più semplici da usare e i più interessanti dal punto di vista professionale:

- ☑ **Facebook** - È il Social più popolare. È personale, emotivo e coinvolgente. Qui la condivisione spazia a 360°. Si trovano post informativi, internazionali, sondaggi, promozionali, lanci di prodotti. E, soprattutto, si ha la possibilità di promuovere i messaggi con le inserzioni a pagamento e considera che gli annunci di Facebook sono visibili anche su Instagram.

Possiamo affermare che la maggior parte delle persone sono qui, su questo Social.

- ☑ **Twitter** - È il Social più sintetico, veloce e immediato. Può essere usato come strumento di assistenza per rispondere a domande e condividere aggiornamenti, eventi aziendali, presentazioni.
- ☑ **Google+** - È il Social di Google, pare che favorisca il posizionamento sui motori di ricerca. I contenuti condivisi sono di norma ben studiati, con parole chiave mirate. I post, in generale, sono informativi, editoriali.
- ☑ **LinkedIn** - È il Social per le relazioni professionali. I contenuti possono essere più tecnici perché rivolti a un pubblico selezionato. Si trovano post di approfondimento. Si può creare una community di professionisti.
- ☑ **Instagram** - È il Social delle immagini...
- ☑ **Pinterest** - È il Social delle immagini. Funziona bene per il settore della moda. Dà la possibilità di raccogliere una gran quantità di immagini interessanti e di organizzarle e mostrarle dentro delle bacheche a tema.
- ☑ **Youtube** - È il social dei video, un tipo di contenuto molto virale e interessante da creare. Bisogna solo farlo nel modo giusto.
- ☑ **Snapchat** - Un Social nuovo, ancora da studiare bene per capirne tutte le potenzialità e l'applicazione di tipo professionale.

A questo punto possiamo dire che **si possono fare i primi passi nel Web anche entrando in un Social** con la propria attività ma seguendo delle regole ben precise e adattandosi allo spirito del Social. Può essere un inizio.

La scrittura è stata ed è medicina, piacere, casa, riconferma che esisto, ma anche straordinaria - forse unica per me - possibilità d'incontro, e non penso solo a libri e articoli ma anche a Facebook, che è la mia piazza, il mio bar, il mio ristorante, il mio giardino pubblico e la mia passeggiata a mare.

(Roberto Saviano)

Ogni attività potrebbe avere il suo Social ideale, dipende dal settore e dall'obiettivo che ci si propone. In ogni caso possiamo affermare tranquillamente che Facebook è il Social più frequentato, le persone si incontrano là e ci sono diverse possibilità interessanti per chi ha un'attività in proprio. Si può aprire gratuitamente una **Pagina pubblica** (aziendale), si può aprire anche un **Gruppo** dove trattare un argomento specifico e interagire con un pubblico di nicchia, si può creare un evento e coinvolgere i propri contatti e si possono **creare campagne promozionali con annunci a pagamento**.

Un modo facile e gratuito per fare i primi passi nel Web è proprio quello di crearsi una Pagina aziendale su Facebook e iniziare a interagire con le persone che potrebbero essere interessate al nostro argomento, lavoro, messaggio, prodotto o servizio.

Farci conoscere e offrire informazioni, notizie e contenuti interessanti e gratuiti in modo che le persone interessate si ricordino di noi e inizino a seguirci con costanza. Tutto questo deve essere fatto sempre tenendo sotto controllo le caratteristiche, lo spirito e il ritmo del Social.

Non bisogna dimenticarsi, però, che un Social network ci ospita e non ci appartiene. Ogni nuova politica di chi lo gestisce può cambiarci le carte in tavola da un momento all'altro e mandare all'aria tutte le nostre strategie di comunicazione. Per questo motivo **è importante avere sempre uno spazio Web che ci appartiene** e che possiamo controllare personalmente: un sito, un blog, una pagina web, una pagina d'atterraggio. Quindi, facciamo tranquillamente i primi passi nel Social ma organizziamoci subito dopo con qualcosa che nessuno ci potrà demolire.

Pagina d'atterraggio (landing page)

La Pagina d'atterraggio o landing page è uno strumento operativo. Si tratta di una pagina Web e si chiama Pagina d'atterraggio perché ci si arriva (atterra) dopo aver cliccato su un link esterno fatto apposta o su un annuncio o un banner pubblicitario. In questa Pagina d'atterraggio viene pubblicato un **contenuto persuasivo** che ha come obiettivo finale quello di far **compiere un'azione** all'utente che legge. Quale azione?

- ☑ Comprare un prodotto o un servizio,
- ☑ compilare un modulo per richiedere un preventivo,
- ☑ iscriversi a una *mailing list*.

Una Pagina d'atterraggio spesso coincide con una **lettera di vendita** (sales letter) o con quella che scherzosamente è detta **pagina acchiappanomi** (squeeze page).

La pagina acchiappanomi viene creata per invogliare un pubblico selezionato a iscriversi a una mailing list. Esiste questo tipo di scambio: io partecipo alla tua lista di utenti selezionati e interessati e tu mi spedisce materiale interessante attraverso una *newsletter*. Questo è uno dei motivi principali per creare una squeeze page.

La sales letter e la squeeze page si differenziano, oltre che per il contenuto, anche per la lunghezza del testo. Una lettera di vendita può essere anche molto lunga e rimanere comunque efficace e persuasiva, mentre una squeeze page concisa risulta più funzionale. Questo, in linea di massima.

La Pagina d'atterraggio è uno strumento operativo molto efficace per esempio per una campagna pubblicitaria online. È senza dubbio uno strumento di marketing e deve essere usato nel modo giusto per ottenere i risultati sperati.

La cosa più difficile in una pagina d'atterraggio è la creazione del contenuto persuasivo che può essere un video e del testo o solo una lettera di vendita con una o più immagini. La comunicazione, in ogni caso, deve essere fatta molto bene.

Quando si ha **l'esigenza di vendere un prodotto o un servizio specifico** e ancora non si ha un sito internet o un blog, si possono fare in primi passi nel Web creando una **singola Pagina d'atterraggio con lettera di vendita** e facendo una campagna promozionale attraverso gli annunci a pagamento.

Gli annunci portano il pubblico interessato sulla Pagina d'atterraggio dandogli la possibilità di leggere la lettera di vendita e acquistare il prodotto o servizio in pochi passaggi.

Abbiamo visto come **essere online**, adesso dobbiamo capire cosa poter fare online.

Internet è la storia di questo decennio perché è stato motore di ogni cambiamento della nostra vita quotidiana: dal commercio alla comunicazione, dalla politica alla cultura.
(Marco Pratellesi)

Quali attività si possono fare online

Vediamo, a grandi linee, che tipo di attività possiamo svolgere online per farci conoscere, promuoverci, vendere.

Diciamo che tutto può stare sotto il grande cappello della **COMUNICAZIONE**. E sotto questo cappello lo spazio più grande è occupato dal **WEB MARKETING**. Sì, perché quando si parla di aziende e attività, la prima cosa che ci viene in mente è la promozione e la vendita di qualcosa. Ma vediamo un po' quello che si può fare a seconda di quello che si deve ottenere.

Il tuo obiettivo è farti conoscere e diventare autorevole nel tuo campo perché sei un professionista e più che vendere prodotti e servizi, di fatto vendi te stesso. Devi fare Personal Branding (promuovere se stessi), puntare tutto sulla tua immagine. Come? Devi creare contenuti gratuiti (content marketing) e dividerli nel Web attraverso i tuoi canali personali (sito, blog), tramite gli spazi di altri (siti, blog), attraverso i Social, partecipando a gruppi tematici e forum specializzati. Questi contenuti devono essere originali e devono essere interessanti, coinvolgenti per il pubblico che vuoi attirare.

Possono essere post da pubblicare sul tuo sito/blog, o nei Social che decidi di frequentare. Oppure puoi praticare l'Article marketing, una tecnica che si basa sulla diffusione di articoli originali e specialistici attraverso piattaforme apposite come portali e siti internet dedicati. Più articoli posti e più hai la possibilità di farti leggere, conoscere, apprezzare. Poi c'è il Guest post, un post scritto per il blog di un altro autore. Viene ospitato nel blog di un tuo 'collega', dove si trattano argomenti di tua competenza. Avrai, così, la possibilità di farti conoscere anche dal tuo pubblico.

Questi contenuti possono essere anche video e fotografie significative e possono essere divulgati sempre attraverso il tuo sito/blog o attraverso gli appositi canali Social come Youtube, Facebook, Instagram, Pinterest.

Il tuo obiettivo è vendere uno specifico prodotto o servizio. Il tuo spazio/strumento più importante, come abbiamo detto, è la Pagina d'atterraggio con la lettera di vendita persuasiva. Ma per far 'atterrare'

i tuoi potenziali clienti sulla Pagina d'atterraggio, devi necessariamente fare una campagna di annunci a pagamento. I due canali principali per fare questo tipo di campagna sono Facebook Ads e Google AdWords. Puoi usare anche delle pratiche gratuite come pubblicare dei post nei Social dove presenti il tuo prodotto o servizio e lasci il link della Pagina d'atterraggio. Ma non devi essere assillante con questi tuoi post promozionali, perché ricordati sempre che in un Social bisogna prima socializzare, postare contenuti interessanti e divertenti e poi, ogni tanto, promuoversi.

Il tuo obiettivo è fidelizzare il tuo cliente. Ti devi creare una lista (mailinglist) con gli indirizzi email di tutti i tuoi clienti per poter rimanere in contatto con loro, potergli spedire del materiale, delle informazioni interessanti, delle notizie, degli sconti personalizzati, delle promozioni. Potresti creare una newsletter settimanale, per esempio, dove poter spedire automaticamente (attraverso un autoresponder) a tutti i tuoi clienti, un'email con informazioni, notizie, segnalazioni interessanti. In questo modo si sentiranno seguiti e al centro delle tue attenzioni. Puoi creare la tua lista chiedendo direttamente ai tuoi clienti il loro indirizzo di posta elettronica e il permesso di spedirgli la newsletter. Meglio se questo passaggio viene formalizzato. Oppure puoi creare una Pagina d'atterraggio dove offri qualcosa di interessante e gratuito in cambio dell'iscrizione alla tua mailing list con la promessa di ricevere altre informazioni, notizie, segnalazioni interessanti attraverso una newsletter periodica. In questo modo, oltre ai tuoi clienti acquisiti, potresti attirare l'attenzione anche di altri potenziali clienti, persone interessate al tuo prodotto o servizio o messaggio. Questa pratica rientra nell'attività di Lead generation (azione di marketing che consente di generare una lista di possibili clienti interessati ai prodotti o servizi offerti da un'azienda).

Il tuo obiettivo è attirare sul tuo sito/blog, persone già interessate al tuo argomento. Vuoi che il tuo sito/blog sia visitato di più, che i contenuti che pubblichi siano letti e apprezzati perché la tua attività si basa sulle informazioni che vuoi dare, sul messaggio che vuoi far arrivare, sugli eventi che vuoi lanciare. Devi curare i tuoi contenuti che

devono essere originali e di qualità e devono essere tanti. Il tuo sito/blog deve essere continuamente aggiornato con contenuti nuovi. Devi sapere come scrivere nel Web, come creare i titoli dei tuoi post, come gestire la parte iniziale del tuo scritto, come usare le parole chiave, i link, le citazioni e come trattare la parte tipografica di ogni testo che pubblichi. Se vuoi che i tuoi contenuti vengano trovati, letti, apprezzati, devi trattarli nel modo giusto.

Il tuo obiettivo è diventare autorevole in un Social. La prima cosa che devi fare è diventare social anche tu. Essere social vuol dire capire bene il Social che ci ospita, rispettarne le dinamiche, conoscere le regole della buona educazione (netiquette), essere generosi, equilibrati, gentili, avere senso dell'umorismo, non essere permalosi e saper creare delle strategie personalizzate, adatte alla propria attività e metterle in atto con costanza e dedizione. Nel Social bisogna essere presenti e avere ben chiaro cosa si vuole fare e cosa si vuole ottenere. E la prima cosa da capire è che in un Social si è presenti per DARE, non per CHIEDERE.

Il tuo obiettivo è promuoverti nel Web per far conoscere la tua attività fuori dal Web. Hai un negozio, un laboratorio, uno studio e vuoi farlo sapere a più persone possibili, non solo a quelle che passano per la tua via abitualmente. Be', in questo caso sono davvero tante le attività che si potrebbero fare e dovrebbero essere un insieme di attività ben coordinate tra loro. Dipende molto da che fai, quanto vuoi metterti in gioco, quanta voglia hai di scoprire che il Web è davvero un'opportunità interessante anche per te.

Per ottenere qualcosa da Internet
bisogna offrire qualcosa a Internet.
(Salvatore Pisano)

Questi sono solo alcuni degli obiettivi o esigenze che possono avere le persone con un'attività in proprio. Persone curiose, attive, che hanno il desiderio di entrare nel Web a testa alta perché si rendono conto che **ESSERE ONLINE** oggi, non è uno sfizio, non è una cosa in più ma è una realtà da vivere perché è la realtà che tutti viviamo.

Il vantaggio enorme di Internet è di essere accessibile a velocità e con flessibilità molto più alte del mondo reale. Però in ambo i casi non ci possiamo districare bene né col mondo vero, né con Internet se non abbiamo prima acquisito solidi criteri di giudizio. Occorre, cioè, avere cultura (non solo informatica). La cultura si acquisisce anche a scuola e poi da libri, giornali, discorsi, conferenze, maestri. Attenti, però, ci sono maestri buoni e maestri cattivi; il criterio di giudizio deve permettere anche di evitare i secondi.

(Roberto Vacca)

Altre RISORSE a disposizione

Questo Report l'abbiamo pensato perché ci siamo resi conto della grande difficoltà che hanno molte persone con un'attività in proprio e si affacciano nel Web per la prima volta o che l'hanno già fatto in passato, purtroppo collezionando disagi, brutte esperienze, confusione. E senza concludere niente di significativo.

Questo Report aiuta ad avere una panoramica più chiara di quello che si può fare nel Web partendo con il piede giusto.

Oltre a questo Report hai a disposizione altro **materiale GRATUITO** che può aiutarti in questo tuo percorso professionale. Puoi trovarlo qui:

<http://www.essereonline.net/risorse-gratuite/>

Inoltre, nel nostro catalogo puoi trovare le nostre **INFOCONSULENZE**. Puoi leggere tutte le informazioni dettagliate sulle pagine di vendita e fare l'acquisto direttamente dal sito.

Elimina le difficoltà. Promuoviti online con facilità, a basso costo e in piena autonomia:

<http://www.essereonline.net/info-consulenze/>

Puoi scriverci, se vuoi:

<http://www.essereonline.net/contatti/>

Ci mettiamo la faccia

È sempre importante metterci la faccia in ogni cosa che si fa. E questa è la nostra faccia. Se vuoi conoscerci meglio e capire chi siamo, da dove veniamo e cosa facciamo, puoi leggere qualcosa in più su questa pagina del nostro sito:

<http://www.progettosharpen.it/progetto-online/>

Sul sito di Progetto Sharpen puoi scoprire anche come la pensiamo sul Web e sul marketing, la nostra filosofia, il nostro manifesto.



Patrizia



Salvatore

[Essereonline.net](http://www.essereonline.net) è un'attività di Progetto Sharpen. È lo spazio dedicato alla CONSULENZA. Un tipo di consulenza creata apposta proprio per chi vuole fare i primi passi nel WEB e non sa da che parte cominciare, come muoversi, cosa fare. Ci siamo resi conto che tantissime persone, ormai, hanno l'esigenza di far vivere la propria attività, la propria professione online, di promuoversi, di vendere un prodotto o un servizio tramite la rete internet. E per molte di queste persone è difficile fare il primo passo nel Web perché quello che viene raccontato e spiegato, anche gratuitamente, nello stesso Web, dai vari esperti e addetti ai lavori, è poco comprensibile. Inoltre c'è il problema che non tutti, all'inizio, possono permettersi un importante investimento in denaro per fare qualcosa che non hanno nemmeno ben chiaro nella mente. Serve, quindi, una CONSULENZA accessibile, che aiuti a fare delle cose utili in modo chiaro, facile e organizzato, alla portata di tutti, anche i meno esperti digitali, sia per linguaggio e semplicità di applicazione sia dal punto di vista puramente economico.

È proprio questa la consulenza di cui hai bisogno e che trovi su <http://www.essereonline.net/>