

I TREND DEI SOCIAL MEDIA NEL 2020

*Per distinguersi in un mondo saturo di prodotti e informazioni è fondamentale studiare la **giusta strategia di marketing**, così da catturare l'attenzione del proprio **target di riferimento**. Partire dai nuovi trend e stare al passo con le novità è sempre una buona idea.*



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

01

VIDEO E STORIES SEMPRE PIÙ IMPORTANTI

Da sempre i video riescono a catturare maggiormente l'attenzione degli utenti e sono più appassionanti. **Contenuti brevi** su TikTok, Stories su Instagram e **tutorial** su YouTube **saranno i protagonisti del nuovo panorama** dei social network.

Entro due anni l'82% dei contenuti saranno video

64%

dei marketers nel 2019 ha preso in considerazione le Stories per le proprie strategie.

Un formato **breve, coinvolgente e immediato.**



02

REALTÀ AUMENTATA E VIRTUALE

TikTok, Snapchat e Instagram con i loro infiniti filtri personalizzabili dimostrano come le tecnologie di **AR** e **VR** saranno sempre più **utilizzate nelle nuove strategie di marketing** per diversi settori merceologici, così da favorire il coinvolgimento con l'audience di riferimento.

Chatbot e advertising sui social sono utilizzate per aumentare coinvolgimento e conversioni.

realtà aumentata
e virtuale non è
solo intrattenimento
ma soprattutto **business**

I SETTORI

Dall'arredamento
all'abbigliamento,
dal monitoraggio di
un'impresa alla formazione
dei dipendenti



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

03

INFLUENCER MARKETING CON NANO E MICRO INFLUENCER

I **nano** e **micro influencer** sono profili con **meno di 100 mila follower**, in grado di raggiungere importanti risultati per le aziende.

In un mondo che pone l'accento su coinvolgimento e autenticità, i creator amatoriali, come quelli che nascono grazie a TikTok, acquisiscono sempre più importanza anche agli occhi dei brand.

Contenuti più reali e spontanei, facendo da collegamento tra l'azienda e la sua community.

7%

Tasso di coinvolgimento dei post dei micro influencer

I SETTORI

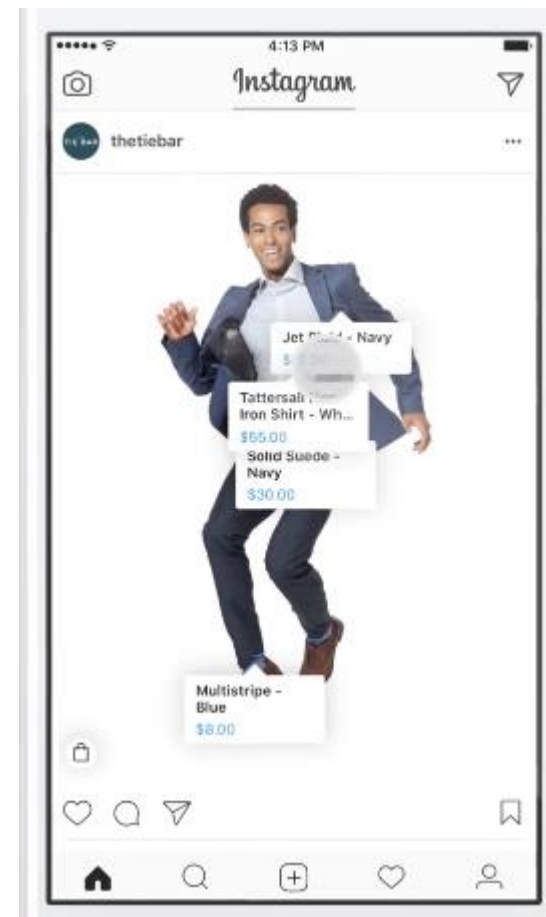
Fashion e Beauty sono le categorie favorite oggi per l'Influencer Marketing



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

04 SOCIAL COMMERCE

Lo shopping si evolve rapidamente anche in ambito social, molti utenti oggi **acquistano direttamente sulle piattaforme**, senza atterrare sul sito web o visitare lo store più vicino. A tal proposito Instagram ha lanciato **Instagram Shopping**, grazie al quale gli inserzionisti possono velocemente caricare un feed di prodotti da sponsorizzare direttamente nell'account.

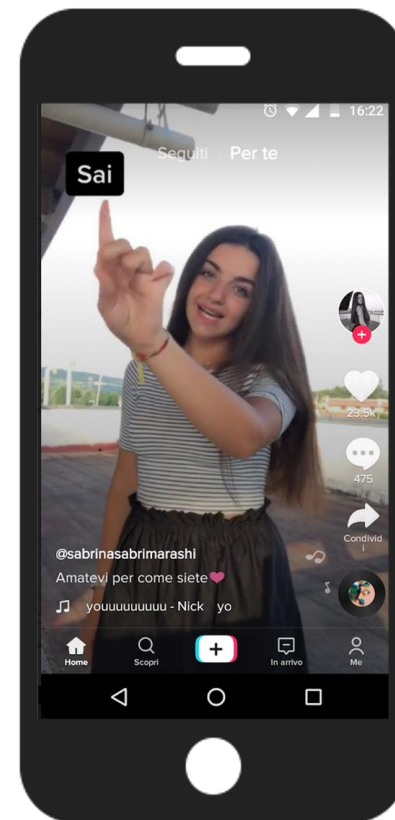


LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

05 LA FORZA DI TIKTOK

Nel 2019 la nuova piattaforma di intrattenimento ha raggiunto oltre **700 milioni di iscritti** in tutto il mondo, superando i download sia di Facebook che di Messenger. Il grande obiettivo del nuovo decennio di TikTok sarà quello di ampliare il proprio bacino di utenti, puntando su un target demografico più adulto.

Nel 2019 gli italiani hanno riscoperto la creatività: 236 video caricati in media ogni minuto.



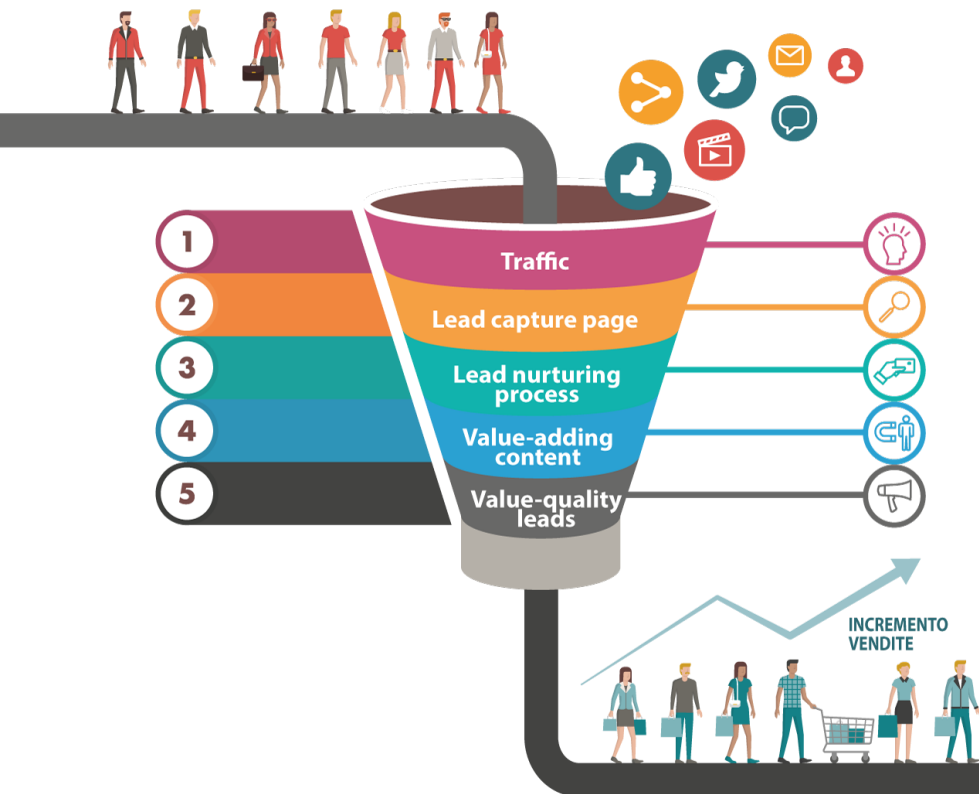
LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

COSA SI INTENDE CON LEAD GENERATION

È un insieme di azioni strategiche di marketing volte all'**acquisizione di contatti** realmente interessati alle attività svolte dall'azienda. Non si tratta di utenti qualsiasi, ma di utenti molto vicini alla fase di acquisto di un prodotto o servizio. In passato per acquisire contatti, le aziende utilizzavano il passaparola dei consulenti commerciali che partecipavano a fiere o eventi di settore; oggi strumenti come **siti web**, **social network** o **e-mail marketing** hanno stravolto il modo di fare lead generation.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA



- 1) INTERCETTARE IL TRAFFICO
- 2) BRAND AWARENESS
- 3) ENGAGEMENT
- 4) LEAD
- 5) CONVERSION



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

LEAD GENERATION SU FACEBOOK

Tra gli strumenti di lead generation più performanti troviamo i social media e nello specifico **Facebook Ads**. Attraverso l'obiettivo **Generazione di Contatti** è possibile creare campagne con l'obiettivo di acquisire potenziali clienti. È importante però prevedere un **LEAD MAGNET** da fornire come ricompensa all'utente in target.

Serve ad attrarre gli utenti come un «magnete» e a trasformarli in lead. Il segreto è quello di fornire gratuitamente contenuti ad alto valore aggiunto.

ESEMPI


- Guide in PDF (ebook)
- Video tutorial
- Webinar gratuiti
- Interviste registrate
- Catalogo
- Coupon



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

LE FASI DI LEAD GENERATION SU FACEBOOK

1. Definizione degli obiettivi
2. Produzione di contenuti grafici qualificati
3. Realizzazione di un copywriting semplice ed efficace
4. Profilazione del target (Età, Sesso, Posizione Geografica, Interessi)
5. Identificazione del LEAD MAGNET
6. Creazione dell'Esperienza Interattiva o Landing Page esterna
7. Definizione del budget e della durata della campagna
8. Test di verifica e start della sponsorizzata



BUDGET CONSIGLIATO
€50 AL GIORNO
TIMING CAMPAGNA
10-15 GIORNI

Successivamente alla generazione del contatto, per rendere più efficace il tasso di conversione, bisognerà contattare il lead nel minor tempo possibile.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

ESPERIENZA INTERATTIVA SU FACEBOOK

⚡ Inizia con un modello ⓘ
I modelli sono preimpostati e pronti per l'uso. Devi solo aggiungere i tuoi contenuti. [Learn more.](#)

Aggiornato
Acquisizione dei clienti
Incoraggia i nuovi clienti a scoprire il tuo brand i tuoi prodotti con una pagina di destinazione per mobile che li incoraggi ad eseguire azioni.
[Usa modello](#)

Novità
Modulo
Usa un modulo per creare una lista di clienti potenziali.
[Usa modello](#)

Vendi prodotti (senza catalogo)
Crea un'esperienza di acquisto mobile caricando le informazioni dei tuoi prodotti invece di usare un catalogo.
[Usa modello](#)

⚙️ **Crea un'esperienza istantanea personalizzata** ⓘ
Crea la tua esperienza interattiva con un layout personalizzato e altre opzioni di progettazione e interazione.

CAMPI CONSIGLIATI
Nome e Cognome
Email
Telefono
Città

Nel MODULO dell'esperienza interattiva bisogna richiedere le informazioni strettamente necessarie per il ricontatto e la profilazione.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

I VANTAGGI

In prima battuta l'attività di lead generation ha come obiettivo quello di fare business su una lista profilata di contatti realmente interessati all'azienda ed ottenere **maggiori possibilità di conversione**. Allo stesso tempo, le azioni di visibilità attraverso la lead generation mirano a **consolidare la brand reputation** e **migliorare il processo di fidelizzazione** dell'utente.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

LEAD GENERATION SU INSTAGRAM

Uno dei principali strumenti per massimizzare la lead generation è quello di creare dei **CONTEST**. Tuttavia, affinché i contatti acquisiti siano di qualità dobbiamo sempre stare attenti a:

1. Individuare un tema che sia in linea con il nostro prodotto o servizio e che rappresenti al meglio la nostra azienda;
2. Mettere in palio un premio attraente e di valore per il nostro pubblico, per cui valga la pena partecipare.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

CONTEST SU INSTAGRAM

Ci sono diverse soluzioni per coinvolgere gli utenti a partecipare:

1. Condividere un contenuto, scrivere un commento sotto un post o mettere un like ad una determinata fan page sono sicuramente alcune delle metodologie più semplici.
2. Condividere link verso una landing page: sicuramente la migliore strategia. Potrete indirizzare i vostri utenti verso una landing page esterna, dove attraverso contenuti coinvolgenti ed interessanti potrete raccogliere i loro contatti per partecipare al concorso generando lead altamente profilati e di qualità.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

I POST PREPARATI PER I CONTEST SU INSTAGRAM OTTENGONO **64 VOLTE** IL NUMERO DI **COMMENTI** DEGLI ALTRI E **3,5 VOLTE** IL NUMERO DEI **LIKE**



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

LEAD GENERATION SU LINKEDIN

Il beneficio principale che spinge le aziende che operano in ambito B2B ad fare **LinkedIn marketing** all'interno del loro piano di social media marketing è che si tratta di un business network fonte di **lead qualificati**.

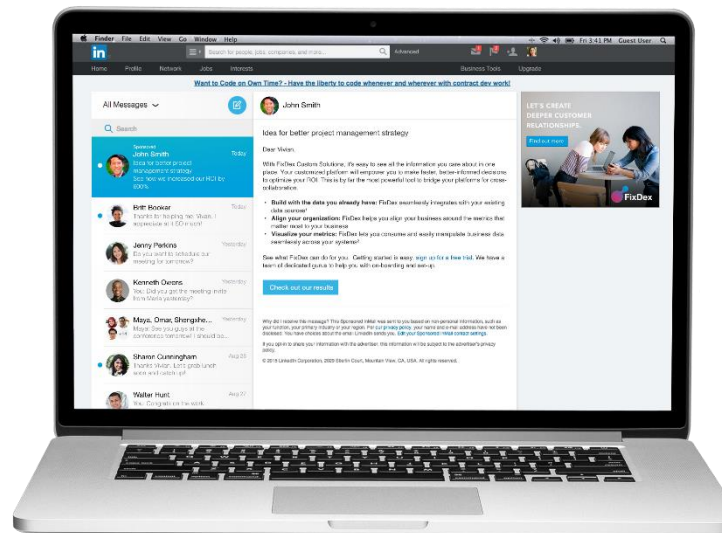
Il **74%** degli acquirenti ha dichiarato di scegliere esclusivamente il venditore che ha saputo offrire valore.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

ALCUNE PRATICHE PER GENERARE LEAD SU LINKEDIN:

- Aggiorna regolarmente le informazioni sul tuo profilo.
- Utilizza tutte le opportunità (Campagne di InMail)
- Pubblica annunci che riguardano aspetti della tua azienda.
- Utilizza Articoli di LinkedIn
- Identifica i KPI da monitorare che corrispondono ai tuoi obiettivi.



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

*I Social Media sono strumenti di conversazione preziosi per un brand: questi ti permettono di creare un **legame bidirezionale** tra la tua azienda e i potenziali clienti, dandoti l'opportunità di risolvere i loro problemi e soddisfare i loro desideri.*

PERCHÉ UTILIZZARE I SOCIAL PER GENERARE CONTATTI?

- I tuoi potenziali clienti si muovono sui social: è lì che trascorrono il loro tempo ed è anche attraverso i social che prendono le loro decisioni.
- Puoi distribuire i contenuti al tuo pubblico, dando loro valore e creando un ecosistema di fiducia in cui la conversione diventa quasi naturale.
- Puoi raggiungere le persone giuste al momento giusto, studiando a fondo le tue buyer persona e utilizzando strategie di targeting coerenti nelle tue campagne di advertising. In questo modo potrai far vedere i tuoi contenuti a chi vuoi, selezionando la tua audience di riferimento.



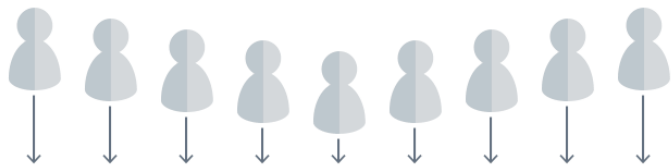
LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA

I DATI SULLA LEAD GENERATION

- Il Social Media Marketing ha ridotto i costi del 45% delle aziende
- La soddisfazione dei consumatori è aumentata del 50% con l'aiuto dei social media
- Il fatturato è aumentato del 24% nelle aziende che hanno utilizzato i social media per la generazione di lead



LEAD GENERATION SUI SOCIAL MEDIA



VIDEO
GUIDE
WEBSITE

SOCIAL
CONTENT

BLOG
SEO
SEM

Pianifica

Svilupa una strategia di marketing coerente e con impatti misurabili

Definisci interessi e bisogni dei clienti da incontrare. Scegli le keyword per le quali vuoi ottenere rilevanza.

METRICHE: ANALIZZA TRAFFICO, DIFFICOLTÀ E VOLUME DI RICERCA PER OGNI KEYWORD.

Attrai

Inizia ad arricchire il tuo database di contatti

Offri risorse utili attraendo i visitatori e ottenendo informazioni di contatto.

METRICHE: ANALIZZA I VOLUMI DI TRAFFICO DEL TUO SITO E DEI TUOI FOLLOWER SUI CANALI SOCIAL.

CRM
EMAIL
WEBINARS
CONTENT

Fai lead nurturing

Prenditi cura dei tuoi contatti e indirizzali all'acquisto

Continua ad offrire risorse di valore e istruisci nel tempo le lead sull'utilità del tuo prodotto.

METRICHE: CONVERSION RATE, TEMPO SPESO SUL SITO, SHARING, LIKE E COMMENTS.

GOOGLE ANALYTICS
CRM
ECOMMERCE
REPEAT AUTOMATION
LANDING PAGE

Converti

Trasforma le tue lead in clienti

Effettuando test comparativi su call to action e landing page puoi verificare quale direzione garantisce il tasso di conversione maggiore.

METRICHE: VALUTA LA PROFITABILITÀ DELLA STRATEGIA, RAPPORTANDO L'INVESTIMENTO AL RITORNO.

RETARGET
SOCIAL
RECENSIONI
CONTESTS
SONDAGGI

Ingaggia

Garantisce la soddisfazione del cliente

Fornisci supporto costante e materiale informativo per permettere ai clienti di ottenere il massimo dal tuo prodotto.

METRICHE: RECENSIONI, COMMENTS, SONDAGGI E INTERAZIONI SUI SOCIAL.

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”

