

Vendere online - Una guida per principianti

Beginners guide





Secondo una ricerca condotta da eMarketer.com, più di tre miliardi di persone utilizzano i social media almeno una volta al mese e questo rappresenta un enorme potenziale per i commercianti.

I social media raggiungono già il 70% di tutti gli utenti di internet in tutto il mondo e con i miglioramenti tecnologici dei mercati emergenti, il loro potenziale è ancora in crescita.

E tu stai usando tutto il potenziale dei social media nel tuo piano di vendite e marketing?

Sommario:

Le basi della vendita online	4
Social commerce su Facebook	5
Tre modi per vendere su Facebook	5
1. con il Marketplace di Facebook	5
2. con il Facebook shop	5
3. con il Buy Button	5
Consigli per aumentare i clienti su Facebook	6
Usa i lead ads	6
Utilizza i contenuti video	6
Crea annunci mirati	6
Considera il marketing sui motori di ricerca	6
Social commerce su Instagram	7
Come creare un profilo aziendale interessante su Instagram	7
Annunci su Instagram	7
Utilizza le immagini	8
Utilizzare i link dei prodotti nelle Storie di Instagram	8
Gli influencer	9



Le basi della vendita online

Il successo del social commerce si basa sulle forti connessioni con e tra i clienti. Un forte coinvolgimento dei clienti con il tuo brand comporta più vendite. I principi chiave su cui si basa il social selling sono:

- ✓ **la partecipazione attiva dei clienti**
(ad esempio tramite commenti, "mi piace", condivisioni);
- ✓ **il coinvolgimento diretto dei clienti nel processo di progettazione, produzione e sviluppo dei prodotti;**
- ✓ **i legami personali e la comunicazione tra i clienti, in cui ha particolare rilievo il passaparola mediatico (Internet, Messenger, app, ecc.); infatti è proprio attraverso questo tipo di comunicazioni che le campagne, i messaggi pubblicitari e i concorsi in rete si diffondono a macchia d'olio;**
- ✓ **il rapporto personale ed emotivo del cliente nei confronti del brand.**

Social commerce su Facebook

Con oltre 2,4 miliardi di utenti attivi ogni mese in tutto il mondo, la portata potenziale degli strumenti di marketing di Facebook è enorme. Sia che tu voglia fare networking, condividere contenuti o vendere i tuoi prodotti, le opportunità sono tante. Esistono diversi metodi di vendita per soddisfare al meglio tutte le attività.

Tre modi per vendere su Facebook

Facebook è la piattaforma più conosciuta per tenersi in contatto con amici e familiari, ma può offrire molto più di questo. Oltre alla possibilità di fare networking, i rivenditori possono vendere i propri prodotti in modo semplice e veloce tramite l'F-Commerce (abbreviazione di Facebook commerce). Se hai un'attività commerciale puoi vendere i tuoi prodotti su Facebook in tre modi:

1. con il Marketplace di Facebook

Il Marketplace di Facebook è una piattaforma per scoprire, comprare e vendere articoli. Su Marketplace i potenziali clienti ti possono contrattare e questo aumenta notevolmente le possibilità di concludere una vendita;

2. con il Facebook shop

La possibilità di creare il proprio negozio su Facebook è relativamente nuova e funziona in modo simile ad Amazon o Etsy. La piattaforma mostra le immagini dei prodotti, ma anche descrizioni, video e recensioni dei clienti. Tuttavia è possibile recensire solo il negozio e non i singoli prodotti;

3. con il Buy Button

Con il pulsante di acquisto Buy Button presente negli annunci sponsorizzati di Facebook puoi indirizzare i tuoi clienti direttamente al tuo sito web o negozio online così puoi vendere i tuoi prodotti in modo veloce. Una volta inserito il link su Facebook, sarai in grado di tracciare e valutare il traffico di utenti generato. Oltre ad aggiungere il pulsante sul tuo profilo, puoi inserire il collegamento anche sul sito web della tua azienda.





ed indirizzo e-mail, il modulo ti viene poi inviato così puoi rimanere in contatto con il tuo potenziale cliente. Ulteriori informazioni possono essere trovate [qui](#).

Utilizza i contenuti video

La maggior parte delle persone sono molto attratte dai contenuti visivi, quindi i video hanno un grande potenziale per il marketing e la vendita di prodotti su Facebook. Altri due canali che si prestano bene a questo scopo sono Instagram e Pinterest. Anche se avere più canali significa anche avere più attività da gestire, spesso è possibile duplicare i contenuti. Ricorda che la maggior parte delle persone guarda i video senza audio, quindi potresti aggiungere sottotitoli ai tuoi contenuti.

Crea annunci mirati

Gli annunci di [retargeting](#) sono spesso efficaci in termini di costi; le persone che hanno già mostrato interesse per la tua attività sono più propense ad effettuare un acquisto rispetto a quelle che vedono i tuoi prodotti per la prima volta. L'utilizzo di Facebook Custom Audiences è un modo per rivolgerti al tuo pubblico già esistente.

Consigli per aumentare i clienti su Facebook

Vendere su Facebook è particolarmente efficace se si riesce a raggiungere il proprio target in modo mirato perché questo permette di massimizzare le tue vendite senza troppi sforzi o spese. Tuttavia tieni presente che potresti aver bisogno di integrare le tue campagne con pubblicità a pagamento. I seguenti consigli per la gestione del tuo negozio e del sito ti aiuteranno a raggiungere il successo con l'F-Commerce.

Usa i lead ads

Il lead ad è un formato pubblicitario speciale che facilita la generazione di annunci e serve per raccogliere i dati dei potenziali clienti che sono interessati ad un'azienda. Il cliente che ha visualizzato il tuo annuncio e che desidera ricevere maggiori informazioni, può completare un modulo di contatto con i propri dati, come nome

Considera il marketing sui motori di ricerca

Con le campagne pubblicitarie su Google, Facebook ed i lead ads, raggiungerai il tuo obiettivo di vendita in poco tempo, ma può essere costoso.

L'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO) invece non ti costerà nulla. Con la SEO, i visitatori saranno indirizzati al tuo negozio su Facebook, al negozio online o al sito web tramite i risultati dei motori di ricerca. La SEO può essere un'ottima scelta anche se combinata con il marketing su Instagram, perché molti hashtag su Instagram sono spesso termini di ricerca rilevanti o parole chiave su Google. Per saperne di più sul marketing dei motori di ricerca clicca [qui](#).



Social commerce su Instagram

Secondo i dati raccolti da Instagram, la nota applicazione per la condivisione di foto e video conta oggi **oltre 1 miliardo di utenti** in tutto il mondo. L'app si è evoluta per includere nuovi strumenti di **narrazione** utilizzando ad esempio le Instagram Stories, inoltre è persino possibile vivere gli eventi in diretta. Gli strumenti pubblicitari più popolari su Instagram includono: annunci per lo shopping, Stories, annunci video e gallerie di immagini. Instagram è noto per il suo **marketing basato sugli influencer** che coinvolge prevalentemente i più giovani, infatti il 60% degli utenti ha un'età compresa tra i 18 e i 24 anni.

Come creare un profilo aziendale interessante su Instagram

Prima di poter iniziare a vendere su Instagram dovresti assicurarti che il tuo profilo aziendale sia all'altezza. Ecco come fare in pochi semplici passi:

- Imposta come immagine del profilo una foto un logo **che attiri e coinvolga il tuo pubblico** di riferimento. L'immagine dovrebbe essere completamente visibile e corrispondere ai prodotti presenti sul tuo sito web o negozio online.
- Ottimizza la tua **biografia su Instagram**. Una biografia di successo riflette l'identità del marchio e attira l'attenzione dei clienti nel minor numero di parole possibile.
- **Aggiungi un collegamento al tuo negozio online o al tuo sito web**. Ogni azienda può condividere un solo link sul proprio profilo Instagram. È opportuno assicurarsi che il link funzioni e controllare l'URL per monitorare il numero di visitatori generati su Instagram.
- Ricorda che Instagram è una piattaforma fortemente visiva, quindi investi le tue risorse nello sviluppo di contenuti innovativi e crea lo stile che ti distingue dalla massa.

Annunci su Instagram

Gli annunci pubblicitari su Instagram permettono ai marchi di **raggiungere un pubblico più ampio** indipendentemente dal numero di immagini o video che hanno condiviso. In altre parole, non è necessario essere l'utente di Instagram più attivo per pubblicare un annuncio. Tutti gli annunci vengono contrassegnati con il termine "sponsorizzati".

Gli annunci possono essere utilizzati per aumentare i follower di un profilo e i "mi piace". È anche possibile **generare vendite dirette** utilizzando gli annunci Instagram. Immagini di prodotti semplici ma attraenti che si collegano alla landing page del prodotto possono generare transazioni più rapide. Proprio come altri annunci online (ad esempio i Google Ads), gli annunci su Instagram possono essere personalizzati e aggiornati continuamente. Le **funzioni aziendali** offerte da Instagram forniscono tutti i dati rilevanti per ottimizzare gli annunci.

Usar imágenes

L'uso delle immagini è un ottimo modo per attirare l'attenzione dei clienti perché oltre il **90% delle informazioni** che arrivano al nostro cervello sono visive. L'aggiunta dei movimenti e dei suoni può farle imprimere nella nostra memoria ancora più a lungo, ecco perché i video tendono ad avere risultati migliori delle



immagini. Secondo i dati di Instagram, **gli utenti passano più tempo a guardare i video** delle Stories rispetto ai classici feed. Ricorda quindi che il testo ha un ruolo minore nella vendita su Instagram.

Utilizzare i link dei prodotti nelle Storie di Instagram

Le storie sono uno dei formati più popolari tra gli utenti di Instagram, anche perché sono visibili solo per 24 ore e poi scompaiono. Se il contenuto è coinvolgente, divertente, emozionante o informativo, i clienti possono anche visualizzare l'annuncio più volte. Ciò rende le Instagram Stories

particolarmente adatte a generare vendite dirette, in particolare **per prodotti di tendenza, app, giochi e offerte speciali**.

Anche se è possibile avere un solo link nella propria biografia di Instagram, puoi includere in ogni Story anche **un link esterno a un negozio o a un sito web**.

Questo permette ai marchi di **tracciare** il link di un prodotto e di misurare quanto una Instagram Story sia riuscita ad indirizzare i clienti verso i loro siti web. I risultati possono poi essere utilizzati per migliorare le campagne future. Il monitoraggio e l'aggiornamento regolare degli annunci pubblicitari Instagram è la chiave del successo commerciale della piattaforma.

Gli influencer

Gli influencer sono fondamentalmente persone che sono diventate **popolari sul web**. Quando un influencer dà consigli e raccomandazioni su prodotti, servizi o marchi, i fan e i follower ascoltano. Si fidano del loro giudizio, del loro comportamento e li imitano. E questo può avere **un effetto profondo, spesso subconscio, sul comportamento dei consumatori**.

I numeri parlano da soli: il **45,4%** dei follower degli influencer ha detto di **aver provato qualcosa che è stato raccomandato** da un influencer, e un ulteriore **26,9%** ha detto di aver effettivamente fatto un **acquisto dopo aver visto un post**.

Ora sei pronto per iniziare a vendere sui social media. Ricordati di concentrarti sul coinvolgimento dei tuoi clienti: questa è la base del successo del social commerce. L'utilizzo di contenuti visivi è un ottimo modo per attirare l'attenzione della gente, quindi includi video e immagini nella pubblicità. Infine, controlla le prestazioni dei tuoi post e degli annunci. I social media sono in costante evoluzione quindi è necessario essere flessibili e reattivi. Cosa stai aspettando?

Inizia oggi stesso

<https://www.ionos.it/>

<https://www.facebook.com/ionos.italy/>

https://twitter.com/ionos_it

<https://www.youtube.com/user/1and1it>

<https://www.linkedin.com/company/ionos/>

