

Internet Marketing Start-up

18 domande e risposte sul corretto start up per tutti i nuovi infomarketer in Italia

By Valerio Conti

1 - Quali sono le tappe fondamentali da attraversare per lanciarsi correttamente nel business dell'informazione (senza perdere troppo tempo e soldi)?

Cerco di essere sintetico ma preciso.

Prima cosa da fare, selezionare un mercato (macro area), e posizionarsi in una piccola nicchia di questo mercato.

La prima cosa in assoluto non è creare subito un prodotto ma studiare la concorrenza per vedere come si muovono gli operatori di quel mercato (soprattutto online), capire cosa fanno bene e cosa fanno male, cosa fanno tutti, e cosa non fanno che potrebbe essere utile e risponda a una esigenza esistente ma non soddisfatta.

Una volta scelto l'argomento in domanda su cui si vorrà creare uno specifico prodotto, non è ancora il momento di crearlo. Bisogna lavorare sulla UCP.

Con la UCP ti giochi il posizionamento, questo va a finire tanto nel tuo prodotto, quanto nella brand di tutta l'attività. Il posizionamento rappresenta la nota U.S.P, ma noi andiamo oltre e vogliamo focalizzare l'attenzione verso la UCP che altro non è che "Unic Customer Perception".

Questa in un modo o nell'altro influenza qualsiasi acquisto e scelta faranno i tuoi utenti futuri. Principalmente si tratta di creare un "carattere", si tratta di posizionare in una maniera specifica la tua figura in modo da avere un impatto maggiore di tutte le altre nel mercato

A questo punto puoi creare il prodotto, creare il sistema di vendita (o al massimo delegarlo) e fare subito un test rapido sul campo acquistando pubblicità online.

Se il test è positivo (profitto anche minimo), allora affina la tecnica e passi al prodotto 2 (un altro corso correlato che avrai creato).

Se il test è negativo, allora c'è qualcosa che non va, e occorre studiare meglio la concorrenza o ottimizzare meglio il sistema di vendita, o attrarre visite più mirate.

Supponi che stai vendendo un corso per imparare a suonare la chitarra a orecchio e che ti occupi di musica

Test positivo significa che il tuo video corso in 7 lezioni per imparare a suonare in plettrata alternata, corredato di esercizi in pdf e audio (un esempio a caso) in 30 giorni totalizza discrete vendite, (preferibilmente su google adwords) allora si può procedere alla fase 2, che consiste nell'espansione orizzontale, cioè creazione di prodotti complementari.

Noi vogliamo prima colpire i vari segmenti del mercato, vedere quali sono quelli che hanno maggior domanda e poi affilare la lama su quelli, con corsi di approfondimento e altro. Ecco una serie di domande che potresti porti in una nicchia del genere:

- Quali necessità, problemi, frustrazioni e richieste emergono in maniera ricorrente da parte dei tuoi allievi nel tempo?
- Che tipo di richieste ti fanno coloro che vogliono iniziare a prendere in braccio lo strumento?
- Quale è il segmento che ha maggior domanda tra tutti quelli che arrivano da te per imparare a suonare?
- Allo stesso tempo, quale è la più grande sfida di tutti gli insegnanti di chitarra che si propongono di affrontare quando arrivano da te?
- Quali sono le difficoltà personali, individuali, non soltanto tecniche, che rendono per i tuoi allievi la vita "impossibile" e che li conducono spesso o a mollare o a non "evolvere" ulteriormente, nonostante la fatica e gli anni di studi?

2 - Molti suggeriscono di partire creando un blog, altri dicono che si deve regalare contenuto su una pagina cattura nome. Quale è l'approccio migliore?

Il concetto centrale di queste due scuole di pensiero è sempre la creazione di una lista di indirizzi email. Io suggerisco di fare uso di entrambe le strategie.

Dunque è importante creare una queue page su singola pagina dove offriremo un contenuto altamente mirato (es: report gratuito) in cambio dell'email.

Allo stesso tempo è importante avviare un blog per rendere l'informazione che divulghi accessibile a una vasta massa.

Riguardo il primo sistema, e su cosa regalare al visitatore, in genere consiglio di creare un report. Attenzione..

Un report, non è un ebook. Un report per definirsi tale deve essere tra le 10 e le 30 pagine, infatti questa è la prima regola

- il contenuto non deve essere troppo lungo

Questo perchè la gente che non ti conosce è così distrattata che piuttosto che leggere il tuo trattato "enciclopedico" da 457 su come fare a__ preferisce andarsi a leggere qualche articolo gratuito consultabile su google. Ecco perchè dobbiamo essere brevi!

Tu vuoi che il visitatore che non ti conosce RIMANGA IMPRESSIONATO dal tuo contenuto, ma per farlo deve leggerlo tutto. E un report di 15-30 pagine lo leggono quasi tutti in un colpo solo. Senza rimandare!

La sfida consiste nel condensare in meno pagine PIU INFORMAZIONE, evitando ogni elemento irrilevante. Non vuoi annoiare il lettore!

La seconda regola che solitamente mi do è questa:

- In poche pagine devo riuscire a toccare un grande problema che il mio mercato sta avendo, e offrire un ingrediente magico che lo risolva!

Se riesci a mantenere il tuo contenuto facile da digerire, pratico, e con spinta all'azione finale, allora hai fatto un buon lavoro. Darai la grande visione della soluzione, ma poi i dettagli di questa li rivelerai nel tuo prodotto a pagamento.

Puoi offrire questo pezzetto di contenuto, tanto su squeeze page (consigliato) che su un form di iscrizione al cospetto dei visitatori del tuo blog. Naturalmente, se decidi di avviare la strada del blogging, puoi offrire questo contenuto attraverso un form di iscrizione posto in un punto strategico.

3 – La cosa si fa interessante. Come dovrebbe concludersi un report per spingere adeguatamente il lettore a cogliere una tua offerta?

Prova a vedere i miei scritti e nota come terminano, la maggior parte non spingono più di tanto nella vendita, ma ci sono dei link alla fine che sono sempre presenti

Quelli sono gli approfondimenti

La maggior parte delle volte le persone si perdono nella conclusione. Se stai promuovendo un approfondimento deve essere molto "stretta" e andare subito al punto, verso l'azione di conversione che vuoi fare compiere al lettore.

Per esempio, puoi semplicemente concludere il lavoro non appena hai terminato l'argomento e dire...

"..ora che hai compreso gli enormi benefici di [cosa] adesso sai che è fondamentale per te correggere/fare/modificare/scoprire/ [cosa] ... e lo vorrai fare nel [modo più veloce e semplice possibile]

Proprio per questo scopo ho creato [nome prodotto], che è pensato per te che [hai bisogno di cosa] e che non sai [fare cosa]

per scoprirlo subito visita questa pagina

=> (link sales letter)

Ad esempio poco sotto l'header della testata principale della pagina. E questo form deve essere “above the fold”, cioè sempre visibile in prima pagina, a prescindere dall'articolo visualizzato dal visitatore.

In sintesi, ecco come dovresti muoverti nella fase di start-up:

- Crea la squeeze page, dove regali il pezzo di contenuto più importante in cambio dell'email del visitatore. Questo contenuto deve essere fortemente correlato al materiale a pagamento che offrirai. E deve dare comunque di suo una soluzione a un problema
- Crea anche un blog per farti conoscere e dare contenuto pubblicamente alle persone a cui ti rivolgi, con articoli informativi a altro. Vuoi essere subito accessibile per aumentare visibilità e credibilità, oltre che autorità e riprova sociale

4 – A proposito di Blog. In cosa consiste la gestione di un blog? Con che frequenza bisogna interfacciarsi ai vari iscritti?

La gestione di un blog consiste nella creazione di una sorta di “magazine” online dove però a differenza di un magazine tradizionale tieni aperta la possibilità di ricevere commenti e interazione dinamica tra gli utenti stessi che ti leggono.

Scopo del blog è aumentare la tua reputazione e incrementare la credibilità nel tempo. Un blog ben gestito e che offre contenuto di altissimo livello viene segnalato continuamente tra le persone e gode di un grande passaparola.

La frequenza con cui bisogna interfacciarsi con le persone su un blog, dipende dal mercato, in genere una buona regola è aggiornare il blog settimanalmente con un blog post, che può consistere in un articolo, una news importante, o anche con un audio speciale, un video dimostrativo di qualche particolare scoperta/tecnica/, un caso studio, o altro, che sia naturalmente orientato al beneficio per i tuoi lettori (e calibrato sulle loro esigenze e sulle domande pressanti che ti pongono ogni settimana)

Ci sono due modi di gestire gli aggiornamenti del blog. Uno è in tempo reale. Ovvero ogni volta che crei un articolo o hai un nuovo contenuto fresco lo notifichi istantaneamente ai tuoi iscritti.

Il secondo sistema consiste nel creare automazione, e per esempio inviare i tuoi iscritti esistenti, a cadenza settimanale verso gli articoli che hanno ricevuto maggiori consensi e più richieste di feedback utili per sviluppare nuovo contenuto e nuove idee intriganti.

Entrambi gli approcci funzionano meglio se usati combinandoli insieme.

Se lavori in un mercato in lingua italiana, molto importante, non dare nomi in lingua inglese, mantieni la brand italiana, questo da impronta caratteristica e identificazione più facile per il cliente.

Per l'italiano medio un nome italiano viene ricordato più facilmente, l'associazione mentale con una brand inglese, a meno che non ti chiami coca-cola, è molto più dura, e meno immediata.

Il blog per eccellenza oggi è il CMS wordpress, trovi degli ottimi consigli su wordpress proprio qui a [questa pagina](#)

5 - Cosa ne pensi delle case editrici? Gli info-prodotti rappresentano di sicuro una validissima alternativa. Secondo te potrebbe servire pubblicare soltanto 1-2 libri con una casa editrice famosa?

No, 1-2 libri non ci fai nulla. Nella maggior parte dei casi. A meno che non sei un personaggio pubblico e ogni volta che esce un libro si scatena un putiferio mediatico, tale che la prima settimana è sempre best seller per te.

Ma anche in questi casi i grossi volumi di vendita i VIP li raccolgono nel giro del primo mese, in seguito praticamente la gran parte dei libri che fanno non vendono quasi più. Certo, ci sono grandi eccezioni, ma non sono la regola.

Online è diverso, comprando traffico costantemente si può creare un flusso di cassa continuo e una macchina che si autoalimenta in continuazione. E questo lo puoi fare senza bisogno di essere una star o una celebrità.

6 - Per l'impaginazione dei PDF, posso usare Word da poi convertire, oppure altri programmi che permettono la realizzazione di libri (es. Scribus o altri)?

Per l'impaginazione dei PDF ti suggerisco di usare open office come unica alternativa a word, il resto sono brutte copie.

7 - Per gli audio-book?

A meno che non usi cubase o altro software professionale per gli audio tutti gli esperti infomarketer consigliano audacity, tuttavia trovo che sia estremamente limitato sia come resa che come controllo finale a livello di suono vocale.

8 - Per i tutorials, dove non mi vedo io che parlo ma si sente solo il mio audio con le slides che passano sotto?

Quando fai un tutorial simile fallo breve e sintetico, 10 minuti al massimo per ogni singolo argomento. L'errore che fanno tutti è che non vanno mai al punto.

Sinceramente trovo le slide estremamente pallose, soprattutto se durano 1 ora o più per ogni video e lì mi viene da bestemmiare, perchè facciamo questo mestiere per risparmiare tempo, non per fare una sintesi di quello che un infomarketer improvvisato ammassa alla meno peggio, e senza una logica sistematica.

Ricorda la gente cerca "sintesi" non analisi. Prima dagli ciò che serve per stimolarli ad evolvere, in modo che possano avere risultati quasi subito, in seguito loro ti chiederanno approfondimenti e analisi.

9 - Meglio usare una video-grafica autonoma per i miei infoprodotti, ovvero: meglio riuscire a fare tutto da solo?

No meglio delegare questo aspetto. Non perderci tempo da te.

10 - Quante pagine dovrebbe avere un PDF per essere credibile e giustificare un determinato investimento?

La lunghezza è un metro di misura relativamente importante. Io ho venduto pdf di sole 30 pagine a 97 euro. Se il contenuto è roba che scotta le persone sono molto più propense a spendere di quello che si pensa.

Lo stesso dicasi per i video tutorial. Se è un video fatto bene, molto pratico, e va rapidamente al punto, molto meglio se mi fa impiegare 30 minuti, piuttosto che 2 ore di tutorial pallosissime che dicono la stessa cosa, con informazioni secondarie non fondamentali

11 - Ritieni sia meglio inserire dei video o audio direttamente all'interno del PDF (adobe da questa possibilità..), oppure meglio separare i contenuti?

Questo è interessante. Testare un formato ibrido è una cosa che stanno facendo pochissimi. E' un ottima idea inserire un video dentro un pdf, o anche più di uno. In tal modo è come se fossero delle vere e proprie pagine interattive, che sostituirebbero il web.

12 - Come battere la concorrenza fatta da gente scarsa e soprattutto sconosciuta nell'infomarketing?

Battere la concorrenza è un discorso relativamente semplice. Crei una brand specialistica, pensata per un target di persone altamente mirato, una brand dove sei unico in quel campo a fare quello che fai (ma che rispondi a molteplici esigenze specifiche già in domanda), quindi offri alto valore a questo target, crei una lista di qualità e vendi a questi potenziali clienti tuoi corsi, coaching, lezioni dal vivo, o prodotti complementari a cui potrebbero essere interessati.

13 - Mi consigli di vendere i primi info-prodotti ad un prezzo basso (€.9-10) oppure di partire, anche qualitativamente, con prodotti già di fascia più elevata?

Beh per ogni infoprodotto che crei è necessario dare sempre un assaggio gratuito per creare credibilità mentre raccogli leads. Supponi che fai il formatore, ecco un idea interessante che puoi considerare.

Potresti offrire un estratto di una parte cruciale di 6 minuti per esempio da un workshop/seminario da 400 euro con te per esempio che ti fai ripendere dal vivo mentre spieghi le ultime tue scoperte.

Poi puoi decidere di vendere l'intero "seminario" in formato digitale a un prezzo non troppo assurdo 97 – 147 euro. Oppure puoi creare contenuti specifici che aiutino a risolvere un preciso problema di quella particolare area di quel segmento di pubblico da cui si rileva maggior richiesta di informazione.

In questo caso si tratta di creare prodotti che diano una soluzione a un problema. Niente di più. Questo tipologia di prodotto può essere venduta facilmente tra i 7-37 euro. Dipende molto anche dal formato, se fai un semplice PDF, O SE includi anche un video o una trascrizione passo passo, o altro.

14 - Come ti regoli con chi ti copia i contenuti? Come ti rapporti a questo problema e come mi consigli di comportarmi?

Credo sia molto difficile che qualche idiota sia in grado di copiarti se il sistema che hai sviluppato è complesso e articolato.

Infatti basta una fesseria e il copione si tradisce facilmente venendo sputtanato, soprattutto se ti sei creato una mailing list numerosa. E ci sono numerosi casi di gente che è stata smascherata in diversi ambiti, proprio per via della non "coerenza" tra ciò che sapeva e ciò che predicava.

15 - Come consigli di muoversi per contrastare la diffusione non autorizzata dei contenuti venduti?

di fatto non esiste una vera e propria garanzia di tutela del prodotto, così come non possiamo impedire a chiunque di farsi le fotocopie di un libro e non acquistarlo.

Una soluzione per scoraggiare i sciacallaggi consiste non tanto nella rinominazione dei file, quanto nel creare pagine di download temporanee dove è possibile dare link di download sempre temporanei per sole 48 ore, un tempo limite oltre il quale è molto difficile far indicizzare contenuti da qualsiasi sito, e anche se succede, il link dopo 48 ore (o anche meno) non funziona più.

Inoltre è buona cosa mettere delle password di accesso qualsiasi sia il file, pdf, zip, mp4, mp3. Certo comunque all'acquirente finale tutte queste cose risultano come impicci e perdite di tempo.

16 - Consigli di utilizzare: Aweber o GetResponse? Ho notato GetResponse mi sembra quello più economico e anche più completo, in termini di tutorials e features.

Si GetResponse è una buona scelta, ma sempre inferiore ad Aweber. Aweber sta su un altro pianeta assolutamente. E quando parliamo di email marketing non possiamo valutare il più economico, semplicemente dobbiamo usare lo strumento che consente il massimo controllo possibile delle cose. E questo strumento è aweber.

17 - È vero che tutta l'economia si sta spostando online? Come suggerisci di muoverci oggi con questa crisi?

La pubblicità cartacea serve ancora, non può essere ignorata, è solo una delle mille fonti di visibilità, mentre ieri era l'unica (oltre a TV, radio, ma devi avere grossi capitali).

Ma la visibilità sui mezzi tradizionali è ridotta, con una ottima campagna online si possono incrementare le cose in maniera pazzesca, e investendo somme relativamente piccole

Ciò non significa non lavorare più nel marketing offline, se uno ha una struttura ben lanciata sarebbe da fessi non farlo più. In realtà si devono unire i due mondi online e offline in maniera che lavorino in sinergia e potenziandosi a vicenda.

18 - Quali sono i canali più efficaci per attirare potenziali clienti sul proprio sito e spingerli ad inserire la propria e-mail?

I canali più facili almeno per chi inizia e non ha una lista, nei primi tempi assolutamente sono i Forum.

Chiaro che non si fanno iscritti istantaneamente, ma solo dopo aver fatto qualche intervento utile e intelligente, dentro le community, e piazzando una firma che abbia una call to action intrigante

Se uno non ha tempo per postare, commentare e fare interventi, allora la migliore soluzione è acquistare spazi pubblicitari, meglio in questi forum stessi, dove c'è una vasta folla che si occupa di queste specifiche tematiche che tu tratti. Spesso vendono DEM o Banner impression.

RISORSE CONSIGLIATE

10 Segreti Per Creare Entrate Automatiche di Denaro Online In Qualunque Nicchia Di Mercato

Altre Risorse...

Come creare E Monetizzare Rapidamente
La Tua Mailing List (gratis)

=> [Clicca Qui](#)

4 Provati Modi Fare 1000 Euro Online
In 30 Giorni, Partendo Da Zero

=> [Clicca Qui](#)

Come Creare Dal Nulla Centinaia Di Articoli
In 7 giorni per I Tuoi Siti

=> [Clicca Qui](#)