

Dammi 7 min e 20 sec e ti mostrerò...

COME IN 34 GIORNI UN IMBIANCHINO A MILANO
HA SMESSO DI SPERARE NEL PASSAPAROLA,
INCREMENTANDO I CONTATTI DEL 37.5% E
COME TU PUOI FARE LO STESSO (Anche in
meno tempo)

Prima di iniziare però, fammi escludere 3 tipi di persone a cui questo documento **NON** serve.

- Persone che pensano che il marketing sia facile, e si aspettano risultati immediati senza fare nulla.
- Persone che non sono disposte ad aspettare qualche settimana prima di vedere risultati concreti (ti spiegherò perché tra poco).
- Persone che non possono o non vogliono investire almeno 300€ nella propria attività.

Al contrario, questo documento fa al caso tuo se:

- Hai un'attività locale, e stai affrontando uno stallo nella crescita, oppure sei insoddisfatto del tasso di crescita.
- Vuoi diventare il punto di riferimento per il tuo mestiere nella tua città.
- Hai sentito parlare di marketing, sai che può portare grandi risultati, ma non sai da dove partire o cosa fare concretamente (esattamente la situazione in cui si trovava il mio cliente all'inizio).

E come ultimo punto, questa strategia ha il potenziale di portarti migliaia di euro, ma solo se deciderai di implementarla correttamente.

Quindi voglio solo che tu mi prometta che ti applicherai al massimo per migliorare i ritorni della tua attività, ok?

Adesso possiamo iniziare.

Partiamo dalla situazione iniziale del mio cliente che chiameremo Matteo (nome fittizio)

Matteo aveva 2 problemi principali.

1. La sua era un'attività di modeste dimensioni, che comportava tanto lavoro manuale e **poco tempo** per pensare al marketing.
2. Gli mancavano le conoscenze necessarie per muovere i primi passi nel marketing senza il rischio di buttare i suoi soldi, che si guadagnava lavorando duramente ogni giorno.

E ciò si rifletteva in:

- Mancanza di un sito che generava contatti costantemente- una delle cose più importanti quando si parla di marketing.
- Una media di 8 clienti al mese, ***un numero che non lo soddisfaceva completamente.***
- Contatti provenienti esclusivamente da Google My Business e dal passaparola, con zero controllo reale sul flusso di richieste.
- Una preoccupazione concreta di un possibile calo o stallo nei prossimi anni.

Infatti quando ho parlato con lui, il suo obiettivo era chiaro: **umentare i clienti di almeno il 20%, ma soprattutto migliorarne la qualità.**

Ora però lascia che ti faccia una domanda.

Riesci a vedere te stesso, o la tua attività, in uno o più di questi punti?

Se la risposta è sì, probabilmente sei nella stessa situazione in cui era Matteo, e le stesse soluzioni che ho proposto a lui funzioneranno per te.

Soluzioni che, in circa un mese, ci hanno portato a questi numeri:

- 160€ spesi, approssimativamente in:
 - 140€ per gli annunci google
 - 20€ per il mantenimento del sito
- 9 contatti totali generati (del valore monetario parleremo nell'ultima sezione)
 - 5 dal sito, di cui 2 arrivati prima del lancio delle Google Ads

- 4 direttamente dalle Google Ads
- un sito con una tasso di conversione del 2.86%, senza contare eventuali chiamate, dato che non avevamo il budget per software di tracciamento avanzati.

E ora ti spiego come ci siamo arrivati, passo per passo.



[Conversioni dal sito web]

Risultati	Valore dei risultati
24	4,00
<u>Contatti</u>	4
<u>Ottieni indicazioni stradali</u>	6
<u>Visualizzazioni di pagina</u>	1
<u>Interazioni</u>	13

[Conversioni dalle google ads, quelle evidenziate in giallo sono quelle di alto valore]

1. Costruzione del sito.

La prima cosa su cui mi sono concentrato è stato costruire un sito per Matteo, e avevo un solo obiettivo in testa:

Posizionarlo come l'imbianchino ovvio da scegliere a Milano.

E per fare ciò ho:

- Creato un'offerta che risolvesse la principale "paura" di chi necessita di un imbianchino, ovvero rovinare la loro amata casa e dover rifare i lavori.
- Progettato un design pulito, che mettesse in risalto le parti più importanti del sito.
- Mostrato in modo chiaro cosa fa Matteo e spiegato perché lo fa meglio di chiunque altro.
- Garantito che i contatti di Matteo fossero sempre facilmente accessibili sul sito.

Il risultato è stato un sito semplice e diretto, pensato per persone che hanno realmente bisogno di un imbianchino, non per chi si sta solo informando sui prezzi.

Ed è da qui che sono arrivati 5 dei 9 contatti totali.

E adesso ti dico *due cose fondamentali* che ho tenuto a mente quando scrivevo il testo del sito.

1. Semplicità.

Non tutti quelli che visitano il sito sono esperti di imbiancatura, quindi mi sono assicurato di scrivere in modo comprensibile per chiunque.

Di solito mi chiedo, *"Un bambino di quarta elementare capirebbe quello che sto cercando di dire?"*

Se la risposta è no, **cancello e riscrivo.**

E lo so che può sembrare esagerato, però devi assicurarti che CHIUNQUE visiti il tuo sito possa capirlo, e devi tenere in conto che non tutti hanno lo stesso livello di comprensione.

(Ti faccio notare come in questo documento non ci siano termini di marketing complicati che una persona normale non capirebbe)

2. Concisione.

Oramai viviamo in un mondo frenetico. Le persone hanno **troppi stimoli, troppe notifiche, troppe cose da fare.**

Questo significa che a ogni frase rischi di perdere il lettore.

Per questo quando scrivi, immagina che il tuo lettore stia tenendo la pipì da 5 ore e scrivi di conseguenza.

(Esattamente come sto facendo con te ora, ogni frase è concisa al massimo.)

Mini Blog e SEO di base.

(Prima di iniziare: il SEO è semplicemente il processo di ottimizzare il tuo sito per i motori di ricerca, permettendoti di apparire più alto quando qualcuno cerca qualcosa di specifico)

Subito dopo il lancio del sito, abbiamo messo delle fondamentazioni per il SEO, senza però buttarci in strategie complicate dato che noi volevamo una crescita veloce, e il SEO non poteva farlo.

Infatti ci siamo concentrati sul creare contenuti mirati, con il principale obiettivo di dimostrare a google che Matteo fosse un imbianchino affidabile.

Per il blog:

Per il blog, Ci siamo concentrati principalmente su argomenti informativi, come per esempio *"quanto costa pitturare una casa di 100mq?"*

Questo tipo di ricerche si trova nel punto giusto tra chi sta valutando un acquisto e chi si sta solo informando.

Un esempio di termine poco utile per cui ottimizzare un articolo sarebbe: "imbiancatura spatolata grigia",

Perché nella maggior parte dei casi chi cerca questo vuole solo vedere immagini o video, non richiedere un servizio.

Queste valutazioni, però, non vanno mai date per scontate.

Vanno sempre confermate con ricerche approfondite, perché in base al settore potresti star dormendo su una miniera d'oro.

Per la homepage

Per la homepage, invece, abbiamo ottimizzato per parole chiave ad alto intento, come:

1. "imbianchino a Milano"
2. "tinteggiatura appartamento"

Ovvero parole che intercettano persone che stanno assumendo un imbianchino e devono solo scegliere a chi affidarsi.

E anche in questo caso, una parola contro i nostri interessi era “imbianchino economico”, poiché avrebbe abbassato la qualità dei contatti piuttosto che alzarla.

Questo tipo di ottimizzazione ha permesso di:

- Rafforzare la presenza online
- Aumentare la credibilità del sito agli occhi di Google
- Supportare il lavoro degli annunci e del traffico diretto

Non è stato il canale principale nel breve periodo, ma ha contribuito a rendere il sistema più solido e diversificato, portandoci quasi 200 nuovi visitatori.

Sessioni del sito 284	Visitatori unici 193
--------------------------	-------------------------

Google Ads

Qui è arrivata la parte più delicata del progetto, dato che la maggior parte del budget sarebbe stata investita qui

Il motivo per cui abbiamo scelto gli annunci di google, è perché sono ottimi per intercettare persone con un bisogno immediato, non gente curiosa.

E questo avviene grazie a quello che viene chiamato intento di ricerca.

Ovvero la probabilità che una ricerca si trasformi in un'azione concreta, come una chiamata, invece che in una semplice consultazione informativa.

Le campagne di ricerca, in particolare, hanno uno degli intenti più alti in assoluto.

Detto questo, le cose non sono andate lisce fin da subito, anzi, tutto il contrario.

Infatti, Le prime tre settimane non hanno prodotto una singola conversione.

Zero.

I soldi uscivano, i clic arrivavano, ma di possibili clienti non c'era l'ombra.

Sono sempre trasparente, quindi non ti nascondo che all'inizio mi sentivo un po' abbattuto.

Però, non l'ho mai preso come un segnale di fallimento.

Google Ads ha infatti una fase di apprendimento, durante la quale l'algoritmo impara a ottimizzare gli annunci.

Questa fase può durare da pochi giorni fino a qualche settimana, a patto che le campagne siano impostate correttamente.

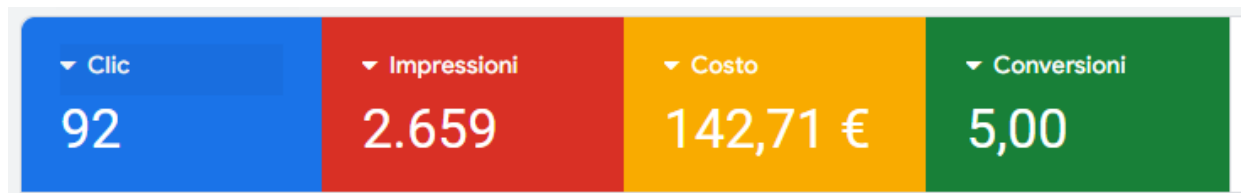
E noi avendo un budget piuttosto limitato, questa fase ci ha richiesto semplicemente più tempo.

Invece di fermarci, quindi, abbiamo continuato a ottimizzare:

- Termini di ricerca
- Struttura delle campagne
- Allineamento tra annunci e sito
- Test di nuovi titoli e descrizioni

Settimana dopo settimana, ho seguito il mio processo di ottimizzazione, perché sapevo che con il lavoro giusto queste campagne potevano generare un ottimo ritorno sull'investimento.

Ed è così che negli ultimi 10-15 giorni, le campagne hanno recuperato tutto il mese portandoci questi risultati finali, con una media di 4 contatti ogni 140€ circa:



(Nota: il sistema inizialmente tracciava anche le visite in negozio, quindi sono segnate 5 anziché 4.

Ho deciso di disattivare questo dato perché non era possibile attribuire con certezza assoluta una visita in negozio alle campagne.)

Risultato finale

Tutto ciò ci porta ad un risultato finale di 9 nuovi contatti, che ovviamente **NON** significa 9 nuovi clienti.

Facendo però due calcoli con le stime fornite da Matteo, sappiamo che chiude in media 1 cliente ogni 3 contatti.

Il che ci porta a 3 clienti generati.

Con un valore medio di 500€ a cliente, parliamo di circa 1.500€ di potenziali ricavi.

Questo con una spesa approssimativa di 200€, lasciandoci un guadagno di 1300€, ed un ritorno sull'investimento di 650%, oppure 6,5€ per ogni euro speso.

È vero, non avevamo budget extra da allocare a sistemi di tracciamento avanzati, quindi non posso dirti con certezza matematica quanto è stato generato in euro.

Ma anche senza avere ancora tutti i dati di chiusura, il potenziale ritorno è evidente.

Il prossimo passo

E se sei arrivato fin qui, lascia che ti dica che rispetto la dedizione che hai nel voler migliorare la tua attività.

E arrivati così lontano, hai solo 3 strade davanti a te ora:

1. La prima è farti prendere dalla paura o dalla confusione, pensare che non riusciresti a farlo da solo, dire che non ti serve il marketing e abbandonare questa opportunità.
2. Ti piace l'idea e decidi di applicare ciò che ti ho spiegato, e quindi voglio essere molto chiaro con te.

a. Prima di tutto, questo è un sistema.

Non è un qualcosa che fai una volta e funziona per sempre, va costantemente monitorato, ottimizzato, e migliorato.

E se qualcosa dovesse smettere di funzionare, devi sapere DOVE e COME intervenire per aggiustarlo.

Vedilo un po' come il motore di una macchina, togli il bullone sbagliato o metti un olio non adatto, e rischi che la macchina non parta più.

b. Costruire e mantenere questo sistema richiede tempo.

Cosa che per esempio Matteo non aveva, ecco perché si è affidato a me.

Se decidi di implementare tutto da solo nella tua attività, devi tenere in conto che ti diverse svariate ore ogni settimana per stargli dietro, tempo che potresti non avere.

c. Servono competenze specifiche.

Ci sono alcune cose che devi saper fare, senza le quali rischi solamente di buttare i tuoi soldi senza mai vedere ritorni, alcune sono:

- marketing
- copywriting

- copywriting a risposta diretta
- posizionamento
- Google ads e la loro ottimizzazione
- le basi del SEO
- Ottimizzazione di un sito web

E non ti sto dicendo questo per spaventarti, ma perché non voglio che tu prenda questa cosa alla leggera, arrivando poi alla conclusione sbagliata che “non funziona”

3. La terza strada, è che comprendi i benefici che questa strategia potrebbe avere per te...

E dentro di te, VUOI diventare il punto di riferimento per la tua città.

Però realizzi anche che devi mandare avanti la tua attività, e che ciò non ti lascia con abbastanza tempo ed energie per lavorare a queste cose.

Quindi come ha fatto Matteo, decidi di affidarti a me.

E ciò che succederà, e che nei prossimi 90 giorni incrementeremo la qualità e la quantità dei tuoi clienti, mentre tu ti concentri solo a fare il tuo mestiere al meglio delle tue capacità.

è **GARANTITO** che una delle tre succederà.

La domanda è solo una: quale scegli?