La tua presenza sul web ha tante possibilità ma gli strumenti principali sono due: il sito web e le pagine social.

Un modo molto importante per scegliere la propria strada è osservare cosa fanno gli operatori del tuo settore e quelli degli altri. Il confronto continuo e critico con il tuo mercato ti darà spunti per il tuo lavoro. Anche io osservo idee e tendenze espresse dagli altri professionisti del web marketing e questo mi ha permesso di differenziarmi in alcune posizioni.

Per esempio, si legge in giro che il sito è più importante perché sei il proprietario del mezzo di comunicazione e puoi dargli la forma che ti sembra più adeguata, rispetto alle opportunità standard di gestione contenuti offerte dai social.

Per me non è così, certo tutto dipende dal tipo di azienda che hai e dal budget ma diciamo che nessuno può davvero investire indistintamente in tutte le strategie di comunicazione sul web possibili. Un buon sito internet è costoso e richiede promozione continua, proprio attraverso i social, oltre che attraverso il posizionamento nei risultati di ricerca Google. Anche una pagina Facebook richiede tempo e soldi, soprattutto per una rapida espansione del numero dei fan ma ha degli indubitabili vantaggi:

1. Puoi lavorarci con una logica a step, incrementale anche senza dover avere tutto chiaro all’inizio.
2. Ha costi di realizzazione pari a zero, diversamente da un sito, e puoi investire tutto il tuo budget immediatamente nell’acquisizione fan.
3. Può produrre più facilmente di un sito interazioni e contatti, magari invitando gli amici delle pagine personali degli amministratori che gestiscono la pagina Facebook aziendale.

Se l’argomento ti sembra interessante metti like e lascia un commento. 