Vedendo il numero di pagine Facebook e siti che ci sono sul web possiamo dire una cosa con assoluta certezza: quasi tutti hanno provato a fare qualcosa con internet.

Chiaramente non siamo più in una fase pionieristica ed è anche probabile che tanti professionisti e imprenditori abbiano mollato l'idea che il web serva davvero a qualcosa.

Penso che un utilizzo efficace dei social e di Google effettivamente non sia per tutti. Sicuramente con poco sforzo si può creare una pagina Facebook e pubblicare un post a settimana oppure avere un sito abbastanza aggiornato. Anzi consiglio agli scettici e ai delusi di fare almeno questo, richiede poco tempo e denaro ma permette di ottenere occasionalmente qualche contatto in più (lead generation), rispetto al classico passa parola.

Altra cosa è l'elaborazione di una strategia di comunicazione che faccia conoscere il tuo lavoro a chi può essere interessato alla tua offerta.

Siamo in una fase di affollamento di informazioni commerciali sul web e la strategia migliore è essere trasparenti, consapevoli delle proprie caratteristiche distintive, proponendole alla platea specifica che cerca proprio quello che offri tu.

Senza forzature nella comunicazione e col proprio stile aziendale, solo in questo modo l'investimento di tempo e soldi, necessario alla promozione sul web, ti garantirà l'esplorazione di nuove possibilità senza lasciare delusioni.

Se vuoi aggiungere le tue considerazioni lascia un commento.