Le aziende spendono soldi in promozione perché hanno bisogno di guadagnare di più. Ma bisogna ricordare che ogni prodotto o servizio ha un processo di acquisto diverso dagli altri, se vendi arredamento, per esempio, non ti puoi aspettare che lo stesso cliente acquisti una camera da letto ogni anno.

Per questo motivo la fidelizzazione di un cliente nel settore arredamento consente risultati diversi sulle vendite da quelli che si ottengono in un negozio di alimentari oppure di abbigliamento.

Questa premessa è necessaria per dire che il lavoro di comunicazione sul web è diverso da settore a settore, per via delle diverse dinamiche che portano all'acquisto ma anche da impresa a impresa, a seconda dei tempi che ti dai e dai risultati che vuoi ottenere.

Nel caso la tua azienda volesse ottenere rapidi risultati, con una attività di comunicazione sui social, dovrebbe puntare su qualcosa capace di smuovere immediatamente gli acquirenti potenziali, per esempio un'offerta particolarmente vantaggiosa. In questo modo, tutti quelli che sono in procinto di fare un acquisto, potrebbero convincersi a venire proprio da te ma questo è solo un tipo di strategia possibile.

Forse quello che è più interessante, della comunicazione sui social, è la possibilità di far conoscere in dettaglio la propria attività professionale e le proprie specifiche caratteristiche, a un pubblico di potenziali clienti, anche se non stanno per fare acquisti.

La strategia per ottenere qualche risultato immediato non esclude quella che invece tende a lavorare sul lungo periodo. Tutto questo dipende anche dal numero di fan che segue la tua pagina e dai soldi che spendi per campagne sponsorizzate. Se hai 50.000 fan e pubblichi un'offerta probabilmente qualcosa nell'immediato succede in termini di vendite.

Ma se vuoi lavorare per ottenere una conoscenza approfondita della tua azienda e dei tuoi prodotti, da parte del tuo pubblico, è necessario darsi dei tempi più lunghi e pubblicare contenuti informativi di buona qualità.

Per concludere, direi che il web non è fatto per il mordi e fuggi come alcuni pensano ma per un lavoro di comunicazione che alimenti relazioni di lunga durata con il proprio pubblico. Quindi, la tua azienda deve avere un interesse reale in questo

mezzo di comunicazione e nelle sue possibilità.

In definitiva, un buon lavoro di web marketing ti consente di avere progressivamente più clienti, di favorire acquisti consapevoli e di farti scegliere per le tue caratteristiche aziendali specifiche.

Contattami per idee e proposte di collaborazione.