



BRAINCOMPUTING

BUSINESS ONLINE

I 10 fattori per il tuo successo

Sommario

Introduzione.....	3
Business online: i 10 fattori per il tuo successo	4
1. La precisione.....	4
2. La creazione di contenuti	4
3. Il Web Design.....	5
4. La SEO	5
5. I social media	6
6. La community	6
7. La buyer persona	6
8. La concorrenza	7
9. Le recensioni	7
10. L'iterazione.....	7
Conclusioni.....	9

Introduzione

Al giorno d'oggi avviare un business online, la maggior parte delle volte, risulta essere un'operazione estremamente semplice. Infatti, in pochi click si riesce ad acquistare un dominio, creare una landing page e mettere online il proprio sito molto velocemente. Tutto molto semplice no? Purtroppo non è così, mentre la configurazione risulta essere molto più semplice e meno dispendiosa in termini di costo rispetto a qualche anno fa, la competizione online si è intensificata e raggiungere il successo online è molto più complesso.

Oggigiorno, l'immediatezza e il basso costo per configurare un business online hanno infatti permesso di avere basse barriere all'entrata per l'ingresso di migliaia di imprenditori nei più disparati settori, quindi le regole che valevano qualche anno risultano essere obsolete. Ma non temere, in questa pratica guida andremo ad analizzare quali sono i 10 principali fattori di successo attraverso i quali costruire, mattoncino dopo mattoncino, le solide basi che andranno a sorreggere la tua scalata verso il successo.

Business online: i 10 fattori per il tuo successo

1. La precisione

Quando si tratta di business, sia online che offline, la caratteristica chiave di un buon imprenditore è sicuramente quella della **precisione**. Essere scrupolosi nell'impostare un business è di fondamentale importanza, ancor di più se stiamo parlando di un'attività online. Potrebbe sembrare ovvio, ma durante il tuo percorso verso il successo sorgeranno numerose problematiche ed eventi inaspettati che potrebbero rendere la scalata più ardua. La meticolosità durante il processo di costruzione del tuo business online è una conditio sine qua non per la buona riuscita di un'attività, se hai svolto un'analisi precisa sui **dati**, sul **mercato di riferimento**, sui tuoi **competitor** e sul **branding**, sicuramente riuscirai ad avere un quadro completo della situazione e delle sue future evoluzioni.

2. La creazione di contenuti

Un fattore che giganteggia tra i vari elementi quando si parla di business online, è sicuramente quello della **creazione contenuti**. Attenzione però a pensare che la creazione dei contenuti si riferisca al semplice riempimento delle pagine di un sito web, non ci potrebbe essere malinteso più pericoloso di questo per la tua attività. Qua ci stiamo riferendo allo studio e alla creazione di contenuti pensati appositamente per dare vita a qualcosa di **unico** e **creativo** che comunichi l'**identità del proprio marchio** e dei propri valori. Uno dei driver fondamentali per coinvolgere gli utenti e convertirli in clienti sono proprio i contenuti, sui social e sul tuo sito web non basta semplicemente mettere in vetrina il prodotto spiegando le caratteristiche di questo, l'attività richiesta è molto più complessa. L'articolo non va semplicemente descritto, va raccontata la sua storia e i valori che quel prodotto darà ai suoi utilizzatori, bisogna far leva sulle problematiche che quello specifico articolo vuole andare a risolvere, andando poi ad evidenziare in che modo lo farà. Nello specifico, bisognerà utilizzare le problematiche che i tuoi utenti o i tuoi clienti hanno in quello specifico momento e, tramite la creazione di appositi contenuti, utilizzarli a proprio vantaggio per far emergere l'utilità dei propri prodotti per andare a risolvere le problematiche evidenziate da questi. Sicuramente, come sottolineato in precedenza, non è un'attività semplice, richiede tempo e soprattutto esperienza. Se sei alle prime armi puoi rivolgerti a dei professionisti che ti aiutino a strutturare la creazione di contenuti più idonei per il tuo business e su misura sulle tue esigenze.

3. Il Web Design

Uno degli aspetti più sottovalutati quando si **progettano siti web** è quello del **design**, molti professionisti e imprenditori dedicano poco tempo e budget a questo elemento, andando a limitare il potenziale di un business. La navigazione sulla tua pagina web non deve risultare solo un tentativo da parte della tua azienda di vendere il prodotto o il servizio all'utente, ma deve offrire un'esperienza indimenticabile per l'utilizzatore. Dalla scelta dei colori alla distribuzione dei contenuti all'interno delle pagine, dalle voci del menù alle immagini, tutto deve essere studiato nei minimi dettagli: ogni elemento influisce sulla **user experience** e contribuisce all'**usabilità** stessa del sito, per offrire un processo semplice, snello e memorabile per l'utente. Il sito web è il luogo dove coltivi i tuoi **lead** per ottenere le **conversioni**, quindi non puoi permetterti design tristi e poco comunicativi che fanno immediatamente abbandonare la pagina ai tuoi utenti. Il sito web dovrebbe essere progettato tenendo in considerazione il tuo pubblico garantendo una buona **esperienza utente**. Attraverso un web design ben pensato e strutturato riuscirai a regalare un' navigabilità ed un'esperienza utente impagabile che convertirà il semplice utente in un cliente soddisfatto. Nella maggior parte dei casi è infatti l'impatto visivo a determinare la prima impressione dell'utente sul brand. Infatti, ancor prima di leggere i contenuti, l'occhio viene colpito dai colori, dai video, dalle immagini utilizzate all'interno delle pagine. Inutile dire che se un sito non è bello da vedere il rischio che il visitatore lo abbandoni presto è molto alto. Il design, inoltre, non solo definisce lo spirito del brand, ma influisce anche sulla percezione che gli utenti avranno di quest'ultimo. Se il sito è curato e ha una buona organizzazione dei contenuti, l'azienda verrà percepita come seria e professionale.

4. La SEO

Se lavori online avrai sicuramente sentito parlare di **ottimizzazione per i motori di ricerca** (SEO). Essa è di primaria importanza per i business online perché è lo strumento migliore per raggiungere i clienti nei momenti chiave, ma soprattutto è quella che paga di più nel medio/lungo periodo. La SEO è fondamentale poiché rende il tuo sito web più visibile e ciò si traduce in più **traffico** e più opportunità per convertire potenziali clienti in clienti paganti. La **ricerca organica** rappresenta la principale fonte di traffico per un sito web per la maggior parte delle aziende ed è un componente essenziale per la **canalizzazione dell'acquirente**. L'obiettivo di una buona strategia di SEO è quello di posizionarsi nelle prime posizioni della pagina di ricerca per determinate parole chiave, in questo modo si riesce ad "accaparrare" parte del traffico generato sui **motori di ricerca**. Tra i vari elementi che costituiscono una buona strategia di SEO troviamo indubbiamente il **copywriting**, un'attività che consente di ottimizzare i contenuti e permettere a questi di trovare un posizionamento ottimale nella pagina dei risultati del motore di ricerca. Questa determinata attività si chiama **SEO copywriting** e per poterla fare serve effettuare una ricerca delle parole chiave in modo da focalizzare la scrittura sulle **query** (le ricerche online) digitate dagli utenti quando cercano informazioni su determinati argomenti, prodotti o servizi su Google.

5. I social media

Ovviamente in una buona strategia di successo, non potevano mancare loro tra i fattori chiave: i social media. **Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Snapchat, Twitter e TikTok** sono le principali piattaforma attraverso cui fare leva per poter incrementare la tua base utenti e canalizzare il traffico sul tuo sito web. La prima cosa da sapere è che non c'è bisogno di essere su ogni piattaforma esistente, meglio focalizzarsi su quelle che risultano essere più in linea con il nostro business. Se non sai su quali piattaforme focalizzarti la regola generale, con qualche eccezione, prevede di fare una ricerca su quelle che sono quelle più utilizzate per il tuo mercato di riferimento ed analizzare quelle dei competitor in modo da scegliere solo dopo un'attenta analisi di questi.

6. La community

Come abbiamo visto nel punto precedente, avere una buona base utenti da poter canalizzare sul proprio sito web è di fondamentale importanza per un business online. Ma come si fa ad acquisire una buona **base utenti** e convertirla in **clienti paganti**? La risposta risiede nei contenuti. Dopo aver deciso su quali piattaforme approdare, il focus della tua attività deve essere quella di creazione di contenuti che vadano a dare dei benefici per il tuo pubblico e non pubblicare contenuti esclusivamente incentrati sulla vendita. Un esempio concreto di questo aspetto potrebbe essere quello di un negozio di ferramenta che pubblica dei video tutorial su come montare delle mensole a muro, invece che pubblicare semplicemente la scheda prodotto di un trapano. In queste piattaforme valgono le regole che abbiamo analizzato al punto 2, la creazione dei contenuti.

7. La buyer persona

Durante la creazione del tuo business online hai determinato o avresti dovuto determinare un certo **target** come pubblico di destinazione del tuo prodotto, cioè rappresentazioni dei tuoi **clienti-tipo**, tradizionalmente nel marketing si fa riferimento a queste figure come buyer personas. Una buyer persona ben progettata può rivelare informazioni interessanti su come gli acquirenti acquistano e su come puoi raggiungere questo tipo di acquirente. Le buyer personas ti consentono di comprendere meglio i **bisogni** e i **desideri** dei tuoi potenziali clienti, in questo modo è più facile adattare messaggi, contenuti, prodotti e servizi alle loro esigenze. Alcune delle domande a cui rispondere per costruire la tua buyer persona sono relative ad informazioni demografiche e altre domande, ad esempio: Dove vive? Di che sesso è? Quanti anni ha? È sposata? Ha figli? Quanto guadagna? Come si informa? Come acquista? Queste sono alcune domande che possono risultare utili al fine di creare il profilo della tua buyer persona.

8. La concorrenza

Come abbiamo ricordato al punto 1, una delle conditio sine qua non per la buona riuscita del tuo business è sicuramente quella di **analisi della concorrenza**. Capire come si sta muovendo la concorrenza e in quale direzione è un'attività che dovrebbe essere svolta su base regolare per monitorare l'ambiente in cui ti trovi e non rimanere indietro. Quando si tratta di analizzare i concorrenti, l'importanza di essere **proattivi** piuttosto che **reattivi** è di vitale importanza per il successo della tua attività. Questa risulta essere importante per il tuo business perché ti aiuterà a migliorare la tua **strategia aziendale**, riuscendo a capire i punti di forza e di debolezza dei tuoi concorrenti rispetto ai tuoi e per trovare un gap nel mercato e sfruttarlo. Uno tra gli strumenti più semplici e utilizzati per effettuare questa analisi è la **tabella di benchmark** che permetterà di mettere nero su bianco le caratteristiche del tuo prodotto o servizio e di confrontarle con quelle dei tuoi competitor. Questa ti permetterà di sfruttare eventuali lacune e/o capire dei gap nelle tue offerte che ti permetteranno di crescere e di trovare soluzioni innovative.

9. Le recensioni

Molto spesso le aziende incentrano tutti gli sforzi sulla vendita dei propri beni e/o servizi senza prestare troppa attenzione alle recensioni che vengono lasciate dai propri clienti. Queste rappresentano una vera e propria fonte di informazione molto preziosa per il tuo business. In primo luogo, esse rappresentano uno dei fattori principali a cui un potenziale cliente fa riferimento quando è indeciso sull'acquisto, esse possono quindi determinare una nuova vendita o l'abbandono del sito. In secondo luogo esse devono essere il focus principale della tua attività per quanto riguarda il **miglioramento del tuo servizio** e costituisce un fattore importante per l'**innovazione**. Infatti dalle recensioni si possono raccogliere informazioni importanti lasciate dai clienti sui possibili miglioramenti delle tue offerte. È importante dedicare del tempo alla gestione delle recensioni, per leggere i feedback e rispondere correttamente a questi.

10. L'iterazione

Con il termine iterazione si vuole indicare il concetto di ripetere un processo, analizzare ogni volta i risultati e modificarlo per ottenere la massima efficienza nella speranza di raggiungere un determinato obiettivo o risultato. Questa è la chiave per il successo della tua attività online, infatti non basta seguire ed implementare questi fattori una volta per raggiungere il successo online, ma è di vitale importanza **analizzare**, **testare** e **ripetere** più volte per capire quali sono i processi e canali chiave per raggiungere gli obiettivi prefissati. Questa è un'attività ciclica che deve essere portata avanti costantemente per garantire all'azienda di prosperare e di riuscire a capire in anticipo anche determinate tendenze di mercato che altrimenti sarebbero difficile

da anticipare. Per testare nuove ipotesi e lanciare nuovi prodotti si può utilizzare l'approccio **lean startup**, molto utile per verificare, con **tempi** e **costi ridotti**, se un prodotto o un servizio funzionano sul mercato. Il metodo lean startup prevede la continua applicazione di tre fasi: build, measure e learn, ovvero **creazione**, **misurazione** e **apprendimento**. Questo ciclo di feedback permette la costruzione del proprio prodotto o servizio il più velocemente possibile, verificandone e misurandone i risultati e utilizzando i dati ottenuti per migliorare il prodotto, ripetendo poi ciclicamente il procedimento.

Vuoi scoprire quali strumenti sfruttare al meglio per il tuo business e come implementare una strategia aziendale su misura?

Scopri di più!

Conclusioni

La configurazione di un business online non è più così complesso e nella maggioranza dei casi se non vogliamo fare cose particolarmente complicate, ci basteranno pochi click per impostare il tutto. Tuttavia, l'avvio di questo verso il successo è tutta un'altra storia. In questa guida abbiamo trattato solo dieci dei fattori fondamentali che potranno permettere al tuo business di avere successo, tuttavia non sono gli unici e la lista potrebbe diventare più lunga anche in base al mercato di riferimento. Aldilà della tipologia del tuo business quello che rappresenta il pilone fondamentale è che in tutte queste attività l'importanza si cela dietro la costanza con la quale si portano avanti questi elementi. Per poter crescere forte e rigoglioso un albero deve essere annaffiato e necessità di attenzioni costanti, allo stesso modo dovrai curare il tuo business, per poterlo guidare verso il successo che merita. Ci auspichiamo che questa breve guida possa costituire il punto di partenza che ti accompagnerà verso gli obiettivi che hai prefissato.