

BRAINCOMPUTING

COME COSTRUIRE UN BUSINESS ONLINE DI SUCCESSO

12 punti indispensabili per avviare
un'attività digitale vincente



SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
COME COSTRUIRE UN BUSINESS ONLINE DI SUCCESSO	4
1. L'idea	4
2. I dati	4
3. Il denaro	5
4. I competitor	5
5. L'analisi	6
6. L'unicità	6
7. Il branding	6
8. La vetrina online	6
9. Il collaudo	7
10. L'implementazione	7
11. Il lancio	8
12. I test	8
CONCLUSIONI	9



INTRODUZIONE

Costruire ed avviare un business online non è facile. Che tu sia un veterano o un principiante con un sogno nel cassetto, le sfide da vincere sono tante, altrettanto importante è aggiornarti sulle tendenze per non rimanere indietro sulle ultime novità. Prima di intraprendere un'attività online, è opportuno prepararsi adeguatamente affinché si compiano scelte giuste e si evitino gli errori più comuni che si possono commettere con facilità soprattutto quando si è agli inizi.

Attraverso questa mini guida pratica, realizzata con un linguaggio semplice, condividiamo un elenco di **12 punti indispensabili da tenere in considerazione se si vuol costruire un business online vantaggioso e sicuro**. Con l'obiettivo di aiutare concretamente aspiranti imprenditori e professionisti che intendano dare uno slancio alla propria carriera o svoltare definitivamente. Come costruire un business online di successo ti consentirà di comprendere in che modo puoi avviare un'attività sfruttando le potenzialità dei canali digitali.

COME COSTRUIRE UN BUSINESS ONLINE DI SUCCESSO

1. L'idea

Hai deciso di diventare un imprenditore online ma ancora non sai quale possa essere la tua **idea di business**?

Niente paura! L'ostacolo da superare nella fase iniziale è stabilire il core business della tua attività, ovvero capire che cosa potresti offrire sul mercato.

Desideri realizzare un tuo progetto personale, rendere redditizia la tua più grande **passione** o mettere in pratica una **intuizione** che hai avuto?

Sono tante le attività che si possono avviare online in seguito alla trasformazione digitale e all'introduzione di sistemi innovativi come, ad esempio, il Marketing Automation. Per partire, tuttavia, dovresti iniziare a chiederti che tipo di prodotto e/o servizio vorresti offrire al tuo pubblico e se desideri generare le tue entrate cavalcando un argomento interessante che sta a cuore agli utenti con cui vorresti entrare in contatto e, più nello specifico, ad un tuo ipotetico target di riferimento.

2. I dati

Una volta chiarite le idee, ma prima di implementare il progetto che sta iniziando a prendere forma, dovresti dedicarti alla **raccolta dei dati**. Non vorrai mica cadere nell'errore di lanciare un business che offre un prodotto e/o un servizio di cui nessuno ha bisogno? Assicurarsi a priori che la propria idea possa risolvere un problema, offrire soluzioni, migliorare la vita ad una nicchia è fondamentale per testare se è presente una reale necessità di ciò che si vorrebbe offrire. Tuttavia, non esiste un metodo collaudato per raccogliere i dati. Ti consigliamo di iniziare a racimolare quante più informazioni in ogni modo possibile: realizzando interviste, inviando comunicazioni via e-mail, creando sondaggi nelle community, inviando questionari online, condividendo chat di gruppo. Ovviamente tenendo in considerazione quale tipo di persone vorresti che rispondessero alle domande, così da facilitare anche la selezione del pubblico di riferimento. Non dimenticare di chiedere alle persone di condividere con te almeno questi parametri: **età**, **sex** e **indirizzo e-mail**, così da creare una lista di contatti iniziale. Se stai pensando a quali aspetti condividere con le persone, affinché la raccolta dei dati vada a buon fine, focalizzati sulle caratteristiche più importanti del tuo prodotto e/o servizio futuro e chiedi loro di fornirti un'opinione costruttiva in merito.



3. Il denaro

Quando hai individuato quali sono le motivazioni che ti hanno spinto a voler intraprendere un'attività di business precisa, gli obiettivi da raggiungere per concretizzare le finalità delineate, il contesto entro il quale hai deciso di agire, i competitor presenti nel mercato e il target di riferimento al quale destinare i benefit di prodotto, significa che la tua idea imprenditoriale è sulla buona strada. Ora hai bisogno di capire qual è il tuo **modello di business**, ovvero qual è la logica con cui la tua idea crea valore per te, per i clienti e per i potenziali investitori. Esistono vari modelli di business; tuttavia è necessario sceglierne uno per avere le idee chiare su come trarre **vantaggio competitivo** e generare entrate. Se ti starai chiedendo a cosa serve un modello di business, devi sapere che delineare questo documento ti consentirà di conoscere gli step da compiere prima del lancio, necessari per non fallire.

4. I competitor

Progettata l'idea ed elaborato un preciso modello di business, è il momento di focalizzare l'attenzione sui **competitor** delineati. Le probabilità di scontrarti con aziende e professionisti che offrono il tuo stesso prodotto e/o servizio sono alte, ma non abbatterti! Questo dato di fatto significa che la tua idea è abbastanza forte e invece di ripensare ad un ulteriore modello di business dovrebbe spingerti a chiedere: "Come posso [differenziare il servizio che offro](#) e ridurre l'influenza della concorrenza? Quali sono le strategie di differenziazione che posso mettere in atto affinché i consumatori percepiscano diverso il mio prodotto?". Due sono le soluzioni più praticabili: modificare le caratteristiche del prodotto e valorizzare l'immagine della marca. In che modo? Attraverso il **design**.

5. L'analisi

Raccolti i dettagli sui futuri competitor per studiarli e conoscerli al meglio, delinea quali sono i loro **punti di forza e debolezza**, qual è il pubblico al quale comunicano, come generano ricavo, chi è il più forte sul mercato. L'analisi è fondamentale per creare valore e ottenere **risultati tangibili**, soprattutto a lungo termine. Inoltre, il successo del tuo prodotto, che con il tempo potrai considerare unico sul mercato, sarà gran parte dovuto all'analisi.

6. L'unicità

Le informazioni raccolte fino ad ora, come i dati relativi al target di riferimento, ai competitor e ai prodotti e ai servizi già presenti attualmente sul mercato, possono aiutarti a definire in maniera ancora più precisa il tipo di progetto che vorresti lanciare. Con l'analisi condotta preventivamente, infatti, sarai anche in grado di stabilire **prezzo, funzionalità e servizi aggiuntivi**, utili a differenziare ulteriormente il tuo prodotto da una concorrenza che, proprio come te, opera online ed è per questo ancora più spietata. L'unicità deve essere la chiave di successo del tuo business.

7. Il branding

Costruire un business online significa anche possedere un **marchio**. Grazie alle analisi condotte, ti sarai reso conto che più potente è il messaggio lanciato, più forte diventa il tuo marchio. A questo punto, non resta che selezionare un team valido che possa affiancarti nella creazione della tua **strategia di branding** e nelle [attività di comunicazione & marketing](#). Creare un logo, scegliere una palette di colori distintiva e un lettering fedele ai propri valori, ideare un claim originale, orecchiabile e facile da memorizzare, sono attività che facilitano la connessione tra te e il tuo pubblico e per questo motivo imprescindibili.

8. La vetrina online

Ora che ti ritrovi a metà dell'opera, puoi iniziare a dedicarti alla progettazione della tua vetrina online che consiste principalmente di un **sito web attraente e usabile**, oltre che di **profili attivi sui social media**. Un sito web, [una piattaforma e-commerce](#) e pagine aziendali presenti su Facebook, Instagram, LinkedIn e altri canali di comunicazione rappresentano il mezzo più efficace per convertire utenti e visitatori in potenziali abbonati e acquirenti. Abilitate queste piattaforme, procedi con la pubblicazione di contenuti interessanti, utili alla tua nicchia.



9. Il collaudo

Adesso che ti stai avvicinando pian piano sempre di più al lancio del tuo business online, è preferibile effettuare un collaudo per poter intervenire, se necessario, con eventuali ritocchi al fine di migliorare sempre di più il tuo prodotto e/o servizio. Ti suggeriamo di eseguire **piccoli esperimenti** con amici, colleghi e conoscenti per testare e migliorare la [Customer Experience](#). Se dalle analisi è emerso che il prodotto è interamente pensato per il B2B, potresti proporre ai potenziali futuri clienti di unirsi al test per ottenere qualcosa in cambio, come tariffe mensili inferiori per un determi

10. L'implementazione

Se il collaudo è andato a buon fine, sei pronto per l'implementazione del tuo prodotto e/o servizio. Assicurati di aver ricevuto **feedback onesti e oggettivi** e che questa prima fase di test sia risultata positiva al 100%. Continua ad analizzare, ad esempio, il tuo sito web accertandoti che ogni pulsante sia funzionante e indirizzi ad una pagina corretta, oppure assicurati che il testo presente nella sezione Chi siamo rappresenti realmente ciò che il tuo marchio è. Un ultimo prezioso consiglio: presta attenzione non solo alle esigenze del tuo pubblico attuale ma concentrati anche su quelle che potrebbero essere le necessità di acquirenti futuri. In più, se dovessi imbatterti in **commenti negativi**, prima di riconsiderare l'intera idea di business, sappi che uno di questi potrebbe aprirti la porta ad un miglioramento decisivo.

11. Il lancio

Finalmente sei arrivato alla fase di lancio! Chiedi di fare passaparola sui social media, invia la tua prima newsletter e goditi questo momento tanto atteso. Concentrati sulla **creazione di contenuti di valore** che possano coinvolgere i followers e attirare l'attenzione di potenziali clienti. Avvia campagne pubblicitarie per generare traffico sul tuo sito web o e-commerce e investi nell'[advertising](#). Il tuo obiettivo, adesso, è costruire una fan base interessata.

12. I test

Uno degli errori più comuni è lanciare il prodotto o il servizio sul mercato senza capire cosa possa essere migliorato. Non farti prendere dall'entusiasmo iniziale del lancio se non vuoi cadere in questa trappola. Dedica sempre del tempo a **test**, **indagini** e **nuove implementazioni**! In fin dei conti, puoi raggiungere il successo solo prestando attenzione ai dettagli e a chi opera intorno a te. Il mondo online è in continua evoluzione e il modo migliore per restare aggiornato sui trend è non smettere mai di analizzare i dati provenienti dalla tua vetrina online. Preparati a dover revisionare periodicamente i piani iniziali o a ritrovarti a ridimensionare all'improvviso la tua attività. Essere proattivi in questo scenario è diventato essenziale per non lasciarsi travolgere dai cambiamenti in atto e dalle novità che potrebbero presentarsi da un momento all'altro. Analizza, modifica, implementa e testa. Sempre.

**Vuoi scoprire come gestire tutte
le fasi di vendita online?**

RICHIEDI UNA CONSULENZA GRATUITA

CONCLUSIONI

Anche se non possiedi un'idea del tutto innovativa ma hai trovato una soluzione efficace ad un particolare problema che interessa una determinata fetta di pubblico o hai una storia da raccontare che ritieni possa essere in grado di aiutare qualcuno partendo proprio dalla tua personalissima esperienza vissuta sul campo, allora hai tutte le carte in regola affinché tu riesca a costruire un business online di successo. Per raggiungere il tuo obiettivo, realizzare il sogno di una vita e accogliere il bisogno di aiutare una nicchia di persone, studia e rifletti attentamente sui 12 punti condivisi con te.

Anche se ogni business è una storia a sé stante, ci auspichiamo che i consigli suggeriti in questa guida pratica e veloce possano ritornare utili a tutti gli aspiranti imprenditori e professionisti già inseriti nel settore che intendano migliorare la loro vita e quella degli altri.

BRAINCOMPUTING

www.braincomputing.com