

Web Marketing estivo: quali di queste strategie avete messo in pratica?

Di Enrico Franchini

Lunedì 02 Settembre 2013 09:21 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 14:31



Agosto coincide solitamente con una fase fisiologica di riduzione del business online, fatta eccezione per quanti operano nel settore turistico, per cui i mesi caldi sono anche i più hot in fatto di strategie e sforzi in rete. In realtà il periodo vacanziero non implica la fuoriuscita dal mondo digitale da parte di utenti e potenziali clienti, anzi!

La costante diffusione di *devices* ha infatti portato a una crescita non solo della portabilità lavorativa, ma anche del presidio dei propri spazi social. Evitare di sparire dalla circolazione e tacere per un intero mese, approfittare del proprio tempo libero per aggiornarsi, presidiare e perché no strategicamente promuoversi è la giusta via per avere ottimi risultati al rientro. Ed esistono una serie di strategie e buone norme per sfruttare al meglio un periodo apparentemente poco proficuo, approfittando del clima rilassante che aleggia

on

e

offline

. Avete adottato qualcuna di queste pratiche strategie?

I SOCIAL NON VANNO MAI IN VACANZA

Proprio perché nei mesi più caldi i vostri clienti non escono dalla vita social, ma continuano a tener monitorati i propri spazi, il periodo è propenso per intensificare i feedback ma anche per aprire nuove strade di condivisione.

Avete approfondito orizzonti ancora inesplorati, come Pinterest o Vine?

Nei canali già presidiati, invece, avete promosso temi, servizi o prodotti, divulgando approfondimenti che non riuscite a produrre nei periodi frenetici? Mi riferisco a guide, paper da scaricare, ma anche best practices.

I canali più battuti, come facebook, offrono la possibilità di gestire coupon e, da poco, anche promozioni e concorsi direttamente in pagina, lo sapevate?

RIVEDERE I VOSTRI ORARI

Web Marketing estivo: quali di queste strategie avete messo in pratica?

Di Enrico Franchini

Lunedì 02 Settembre 2013 09:21 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 14:31

Durante il periodo estivo la fruizione delle email tende ad essere sballata.

Questo implica la necessità di muoversi per tentativi, effettuando test d'invio a orari differenziati, ma anche profilando quanto più possibile il database di contatti e inviando comunicazione create ad hoc. Centrare gli interessi del vostro target in un periodo in cui il rischio di annoiare o è alto, diventa fondamentale.

Avete mai sentito parlare di test A/B?

PUNTARE SUL CONTENUTO

I periodi più rilassati sono quelli giusti per prendere in mano un progetto impensabile da seguire in altri momenti: la creazione di un blog aziendale. Recenti ricerche dimostrano che le aziende che sfruttano il potere dei post riescono ad aumentare del 70% la generazione di nuovi contatti.

Possedete già il vostro blog istituzionale? Avete postato al riparo dall'ombrellone?

POTENZIATE LE CAMPAGNE

Non dimentichiamo, poi, l'importanza di una campagna pay per click.

Le campagne potenziate ADWords di google possono essere uno strumento valido da prendere in considerazione. Questo genere di campagne vi consente infatti di raggiungere gli utenti su tutti i dispositivi pubblicando gli annunci appropriati, in base a posizione, ora del giorno e tipo di devices posseduto dagli utenti.

Ne avete sentito parlare? Per maggiori info navigate l' [area supporto di google](#) , come sempre esaustiva e chiara.

OCCHIO AL PREZZO

Benché l'occhio rivolto al pricing debba essere vigile tutto l'anno, nei mesi estivi il prezzo competitivo diventa una conditio sine qua non. I giorni degli incentivi splendono al sole e sconti o promozioni potrebbero essere la chiave di volta per spingere i vostri potenziali clienti all'acquisto <https://pornmobile.online> .

Quali di questi tips estivi avete messo in pratica? Ci raccontate com'è andata, scrivendo a marketing@hoopcommunication.it

?

Dalle vostre riflessioni ripartiamo poi con le buone norme web per affrontare l'autunno.