

# 4 leve efficaci per trovare più clienti e aumentare le vendite e i profitti del tuo business online senza spendere un solo euro in pubblicità aggiuntiva: il potere di aumentare le “conversioni”

Se hai già investito tempo o denaro per la creazione di un sito web con l'idea che questo diventi per te una fonte di profitto e nuovi clienti (che questo oggi accada oppure no!), oppure se hai anche solo l'idea di creare un business o un nuovo sito web in futuro, questo report ti può dare informazioni preziose per farti ottenere di più dal tuo investimento, o può evitarti di costruire un nuovo business con degli “errori strutturali” che potrebbero costarti cari.

## ***Il problema: profitti troppo bassi (o troppo lenti) rispetto all'investimento in traffico e creazione del sito!***

Abbiamo preparato questo report perché molti imprenditori che, come te, apprezzano il nostro materiale formativo e si rivolgono a noi per ottenere le metodologie di marketing scientifico (= basato sui numeri) più efficaci, ci hanno detto di trovarsi in una situazione tra quelle elencate di seguito.

E' possibile che anche tu ti trovi in una situazione simile?

- Alcuni, parlando delle pagine web dei loro siti, riscontrano il problema di ottenere troppo pochi contatti commerciali rispetto ai soldi che investono in pubblicità.
- Alcuni (consulenti di marketing) sentono la “pressione” dei loro clienti che vorrebbero da loro delle prestazioni migliori (= un miglior

ritorno dell'investimento), e non sapendo come ottenerle, temono di perdere il cliente nel lungo periodo.

- Altri hanno investito molto tempo e denaro nella creazione del loro sito web con l'idea che questa diventasse per loro una fonte aggiuntiva di reddito, ma oggi si lamentano che, nonostante i cospicui investimenti per la creazione e per l'adeguata pubblicità, non ottengono i risultati che pensavano.
- Altri ancora guadagnano con i loro siti web, ma il loro profitto viene pesantemente eroso dalle spese pubblicitarie per generare una buona quantità di traffico web.
- Qualcuno poi vorrebbe semplicemente aumentare di molto la velocità con cui il suo business sta crescendo, e si chiede come ingrandire la sua lista di "potenziali clienti" (di solito indirizzi email, tipicamente per chi vende formazione e prodotti digitali), senza spendere altro denaro in pubblicità e traffico web.

Se anche tu fossi sensibile a una delle problematiche elencate, sappi che proprio pensando alla tua situazione io e Nicola abbiamo deciso di condividere la nostra metodologia privata "aumenta conversioni", ovvero la stessa che noi utilizziamo per i nostri business e che abbiamo costruito per spremere al massimo possibile il valore racchiuso in ogni singolo visitatore che naviga nel tuo sito web!

In pratica stiamo per raccontarti, iniziando già in questo documento, quali sono le 4 leve "fondamentali" sulle quali puoi agire per fare sì che le tue pagine web migliorino drasticamente le loro prestazioni, e ottengano più risultati di quanto non abbiano mai fatto prima.

Quello che potrai fare una volta applicate le 4 leve (o anche, in qualche caso, una sola delle 4), sarà:

- ottenere una lista di potenziali clienti più velocemente di quanto fai adesso. In pratica quello che succederà è che se fino adesso ci hai messo 1 mese per collezionare 100 richieste di preventivo (o 100 indirizzi email), potresti trovarti alla fine del mese successivo con 3 volte tanto il tuo tasso di crescita attuale!
- aumentare le vendite e i profitti: in pratica guadagnerai molto di più di quanto guadagni oggi semplicemente ottimizzando al massimo le risorse che hai già!
- Ti accorgerai che fino ad oggi hai letteralmente buttato al vento un bel po' di denaro in "mancato profitto" che avresti potuto realizzare ma non hai ottenuto, e che puoi iniziare a muoverti nella direzione di fermare questo "spreco" invisibile a partire da oggi stesso!

Ma la cosa più bella di tutto questo è che...

... tutto ciò è fattibile senza investire un solo euro in più di quanto investi oggi (o un solo minuto in più, nel caso stessi utilizzando strategia gratuite che consumano tempo) in pubblicità o altri sistemi per far arrivare traffico sui tuoi siti web!

Si tratta semplicemente di far rendere al massimo il lavoro o l'investimento che hai già fatto!

Questa metodologia viene direttamente dagli studi che abbiamo fatto per massimizzare il ritorno dell'investimento dei NOSTRI business online in primis.

Poiché ci teniamo davvero che ogni euro che investiamo in traffico web renda il più possibile (e poiché odiamo gli sprechi!) puoi stare certo che la metodologia che abbiamo sviluppato è davvero molto efficace (e piuttosto avanzata in verità).

***Chiamiamo le cose con il loro nome: il tuo problema è aumentare le  
CONVERSIONI delle tue pagine web!***

Nel caso non mi conoscessi ancora, mi chiamo Giulio Marsala e sono un imprenditore "del web" (ma non solo) che ha lanciato decine di progetti e sistemi di acquisizione clienti online.

In particolare, mi piace crearmi business online per la vendita di prodotti digitali e di servizi.

Spesso realizzo questi progetti insieme al mio amico ed imprenditore Nicola Fiabane, al quale piace anche a lui lanciare sistemi Internet per l'acquisizione di clienti e richieste commerciali (lead generation) in mercati tradizionali.

Visto che abbiamo diversi interessi in gioco, ogni giorno ci impegnamo per far rendere al massimo i nostri investimenti pubblicitari, e abbiamo ben presto capito che a questo scopo l'aspetto chiave su cui focalizzarsi è....

**... aumentare le conversioni delle pagine web!**

Ok, cerchiamo di capirci con i termini, una "conversione" non ha nulla a che fare con la decisione di cambiare fede religiosa :)

Una conversione è un termine che si usa per indicare quel momento il cui il visitatore del tuo sito web fa esattamente quello che tu vuoi che faccia.

Esempi di "conversioni" che potrebbero esserti familiari sono:

- la compilazione di un modulo con una richiesta di preventivo
- la vendita di un prodotto
- lasciare il proprio indirizzo email
- scaricare un file

etc. etc.

In pratica la **"conversione"** è l'azione specifica che vuoi che il navigatore che visita il tuo sito compia.

Anzi ti dirò di più:

La conversione è la ragione stessa per cui hai creato il sito!

Nel 99% dei casi infatti tu hai creato il tuo sito web perché vuoi ottenere del profitto.

Che questo significhi ottenere più richieste di preventivo, vendere più prodotti o ottenere più indirizzi email, sei senz'altro consapevole che ti importa poco quante persone "vedono" il tuo sito.

Ti importa quante persone decidono di "fare business" con il tuo sito.

Ti sarai già accorto che solo una piccola percentuale di persone che visitano il tuo sito normalmente fanno l'azione che desideri, la fatidica "conversione".

E sicuramente avrai capito che la capacità del tuo sito di "convertire" il traffico web in "azioni" che hanno un senso per te fa la tutta la differenza del mondo in termini di profitto che finisce nelle tue tasche e la quantità di business generato.

Facciamo un esempio: supponi che per te la "conversione" sia una chiamata fatta da un potenziale cliente al tuo commerciale per richiedere un preventivo su uno dei tuoi prodotti / servizi.

Supponi che il tuo commerciale sia molto bravo, e che gli bastino 5 telefonate "inbound" (cioè ricevute) da persone ben targhettizzate (=già interessate) per vendere il tuo servizio.

Quindi fai due conti: se tu investissi 100 euro in pubblicità per avere 100 visitatori sulla tua pagina, e il tuo sito fosse in grado di convertire il 5% di

quei visitatori e trasformarli in potenziali clienti che chiamano il tuo commerciale...

...significa che avresti ottenuto una vendita ogni 100 euro spesi in pubblicità (abbiamo detto che il tuo commerciale vende un prodotto ogni 5 telefonate che riceve).

Se il tuo “margine operativo” per ogni vendita fosse più di 100 euro, avresti ottenuto in quel caso del profitto.

Ad esempio se vendessi un seminario che costa 300 euro e i costi del commerciale più quelli del traffico fossero in tutto di 150 euro (100 euro di traffico web e 50 per ogni vendita che va al commerciale), quello che ti saresti messo in tasca da questo “esempio” sarebbero 150 euro (ante imposte). Supponiamo evidentemente per semplicità di calcolo che non ci siano altri costi da sostenere.

Ma cosa accadrebbe ora se tu fossi in grado, grazie a 4 (+2) semplici leve di raddoppiare, a volte triplicare la capacità del tuo sito web di convertire il traffico “in azioni”?

Se ci pensi bene...

...raddoppiare la “conversione” può significare raddoppiare il profitto del tuo sito web a parità di investimento pubblicitario!

Fai di nuovo due conti: con 100 euro investiti per ottenere traffico ottieni ancora 100 visitatori (come prima).

Ma questa volta sono 10 le telefonate che ricevi, anziché 5.

Il tuo commerciale ne chiude ancora una ogni 5.

Per cui invece di una vendita ne fa 2, a parità di traffico ricevuto sul sito.

Lui ti costa 100 euro (50 euro a vendita), quindi più di prima. Ma il traffico invece ti costa ancora 100 euro!

In pratica hai incassato 600 euro (300 x 2 vendite), e hai speso 200 (100 di traffico e 100 di commerciale).

Ti sono rimasti in mano 400 euro anziché 150, ovvero hai più che raddoppiato il profitto raddoppiando la conversione!

Ora tralasciando i numeri di questo esempio che sono puramente ipotetici, quello che mi preme tu abbia capito è che avere un sito che converte al massimo delle sue possibilità è fondamentale per ottenere il massimo profitto con la minima spesa.

In pratica si tratta semplicemente di pretendere il massimo ritorno sull'investimento (in traffico web e pubblicità) che hai già fatto!

Ha senso, non credi?

Se consideri che io e Nicola siamo impegnati in molti mercati su Internet, per noi vale sicuramente la pena investire tempo e risorse per capire quali strategie permettono di aumentare le conversioni, perché in questo modo tutti i nostri business possono raddoppiare contemporaneamente i loro fatturati.

Ecco perché prendiamo l'argomento "conversioni" davvero sul serio, e ci abbiamo lavorato sopra a lungo per assicurarci di aver raggiunto un livello di assoluta eccellenza.

Si perché per noi aumentare le conversioni fa DAVVERO una differenza di decine di migliaia di euro ogni mese. Così in diversi anni di lavoro e di studi abbiamo sviluppato delle metodologie assolutamente efficaci per raggiungere percentuali di conversioni che fanno rabbrivire i siti "normali" (e anche spesso quelli "ottimizzati!").

Oggi abbiamo deciso di condividere tali metodologie avanzate con altri imprenditori come te, persone che ne possono apprezzare il valore e

sanno quanto è importante per i loro profitti aumentare al massimo le conversioni delle proprie pagine web.

### ***Quindi come fare per ottenere più richieste e più clienti da Internet?***

Abbiamo detto che uno dei fattori chiave per ottenere più richieste e più clienti è migliorare la “capacità di conversione” (=conversion) del proprio sito e delle proprie pagine web.

La conversion quindi è la capacità di una pagina di trasformare i navigatori in clienti e in contatti interessati.

Migliore la conversion delle tue pagine, maggiori le tue vendite.

A volte basta una piccola modifica (una frase, una foto diversa) per migliorare sensibilmente la conversion (anche di due o tre volte, e succede DAVVERO!).

### ***Come aumentare la conversion?***

Per migliorare la conversion, puoi utilizzare 4 leve in particolare, 4 “aree” su cui mettere la tua attenzione. Nella metodologia che abbiamo sviluppato lavoriamo nel dettaglio in tutte e 4 (più 2 “bonus” per una ottimizzazione estrema).

Ora te le mostro in sintesi.

Le 4 leve su cui puoi agire sono:

- Puoi migliorare la comunicazione delle tue pagine, rendendola più potente e persuasiva
- Puoi migliorare l’offerta, per renderla più interessante ed appetibile ai clienti
- Puoi migliorare il traffico, in modo da attrarre persone più propense all’acquisto



- Puoi migliorare l'impostazione grafica delle pagine, per renderle più chiare e convincenti.

Per ognuno di questi punti vedremo subito dei consigli e delle soluzioni pratiche di base che puoi mettere in atto oggi stesso, per iniziare a metterti nell'atteggiamento di voler convertire di più ed ottenere più clienti.

### ***Leva n.1: Comunica in modo più persuasivo***

Uno degli errori frequenti nei siti web è che sono scritti in "aziendalese", un linguaggio noioso ed incomprensibile.

Invece, le persone desiderano trovare un linguaggio chiaro e semplice, che metta in evidenza i benefici.

E che invoglia all'acquisto.

Controlla adesso le tue pagine: sono scritte in "aziendalese"?

Ti sembrano chiare e convincenti?

Nel corso "AC Conversioni" troverai non solo suggerimenti pratici per scrivere (con tanti esempi concreti) ma anche un repertorio di efficaci frasi copia/adatta/incolla, che puoi copiare ed adattare per il tuo caso specifico per aumentare la conversion.

Altro aspetto chiave: metti in evidenza i benefici.

Quali benefici offri al cliente?

Leggi ora il tuo sito web: i benefici di ciò che vendi sono abbastanza in evidenza, o piuttosto è in evidenza CIO' CHE VENDI (diverso da "I BENEFICI DI CIO' CHE VENDI!").

Ad esempio io potrei "vendere" il corso per aumentare le conversioni dicendo:

“ecco un corso per aumentare le conversioni”.

Oppure potrei dire:

“ecco come aumentare i profitti [beneficio!] grazie all’aumento delle conversioni”.

Nel corso “AC Conversioni”, troverai varie impostazioni di frasi che ti permettono di valorizzare i tuoi benefici e distinguerti dai concorrenti, le stesse che abbiamo usato (e sperimentato!) noi!

### ***Leva n.2: Potenzia la tua offerta***

Tanti siti web presentano delle offerte deboli, che non invogliano il cliente ad acquistare o a contattare l’azienda.

Il segreto invece è creare un’offerta che sia percepita dal cliente come vantaggiosa, ma che ti permetta di ottenere comunque un buon profitto.

La bella notizia è che ci sono tipi di offerte già “collaudate”, che “convertono” meglio di altre.

Nel resto del corso vedremo una serie di strategie pratiche che ti aiuteranno a creare offerte potenti e profittevoli, per aumentare la tua conversione ed il tuo guadagno.

Ad esempio hai mai sentito l’offerta di certi fast food “hamburger ad un euro/dollaro”?

E’ una tipica offerta “aumenta conversioni” (con dietro una strategia di back end per aumentare il profitto medio per cliente).

Offerte simili hanno senso quando sai esattamente come strutturarle perché siano fonte di profitto (e non rischi di andare in perdita!).

Nel corso ti mostreremo quelle che sono tradizionalmente le più efficaci.

### ***Leva n.3: Attrai il giusto traffico...***

...e cioè il traffico di persone propense all'acquisto.

Qui il concetto è semplicissimo: se i visitatori che navigano sul tuo sito sono già interessati ad acquistare ancora prima di visitarti, la conversione aumenterà esponenzialmente.

Nel corso scoprirai come attrarre nelle tue pagine persone pronte ad acquistare ancora prima che facciano click sui tuoi annunci!

Scoprirai anche come evitare i concorrenti più pericolosi, per ricavarti una tua nicchia solida e profittevole.

### ***Leva n.4: Potenzia l'impostazione grafica***

A volte puoi migliorare la conversion del tuo sito web senza dover cambiare il testo, senza dover cambiare l'offerta e senza dover modificare le sorgenti di traffico.

Ce ne siamo accorti durante i nostri esperimenti: ci sono "impostazioni grafiche" che ROVINANO LE CONVERSIONI (anche se magari sono belle da vedere e sono costate un sacco di soldi!) e altre (spesso più "essenziali") che le potenziano.

Se la grafica delle nostre pagine è "scarna", ti assicuro, un motivo VALIDO c'è!

Ma come impostare correttamente la grafica della tua pagina web a seconda del tipo di pubblico che ricevi?

Nel corso scoprirai alcune tecniche (poco conosciute) per migliorare la capacità del tuo sito di vendere, includendo solo alcuni piccoli elementi grafici nuovi.

In più, vedremo tutti i possibili errori che spesso limitano la conversion di un sito o di una landing page.

Nota: gli errori che vedremo e che imparerai ad evitare, vengono commessi anche da marketer esperti!

### ***Realizza una tua landing page***

Quindi nel corso non solo imparerai a potenziare un sito web esistente e riconoscere in poco tempo gli eventuali problemi che ne limitano le performance.

Imparerai anche a realizzare da zero le tue potenti landing page (“pagine di atterraggio”, dove presenti la tua offerta).

In questo modo, potrai lanciare velocemente campagne di acquisizione clienti anche se non hai un sito web. Anzi, spesso questa è la soluzione più comoda e veloce anche quando il tuo sito lo hai già.

### ***Un piccolo esercizio...***

Prima di salutarci (per oggi) ecco un piccolo esercizio.

Consideralo il primo passo per potenziare la capacità di conversion delle tue pagine web.

L’esercizio è: “fissarti un obiettivo preciso per ogni pagina fondamentale nel tuo sito” (ad esempio la pagina di atterraggio di una campagna pubblicitaria, o quella inserita nel biglietto da visita).

Ovvero: quale azione desideri dai navigatori per ogni pagina?

Desideri che acquistino i tuoi prodotti? Vuoi che ti contattino per ricevere da te un preventivo?

Quale profitto riusciresti ad ottenere da queste “conversioni”?

Una volta definito questo punto, scrivi i tuoi obiettivi e i guadagni che ogni obiettivo ti porta.

Questo ti sarà utile in seguito, quando applicherai il metodo e scoprirai come realizzare un'offerta potente e convincente, presentandola al giusto pubblico online.

**Continua prossimamente...**