

Network Marketing Automatizzato

INTRODUZIONE

Oggi come oggi risulta sempre più grande l'esigenza di creare una propria libertà finanziaria, vuoi per la mancanza del lavoro tradizionale, vuoi per maggiori benefit desiderati, vuoi per una migliore libertà

personale.

Il Network Marketing è uno degli strumenti, è uno dei mercati più solidi che permettono oggi giorno di poter raggiungere questa libertà finanziaria, ma bisogna considerare degli elementi importanti.

Anni fa prima dell'avvento dei computer e della tecnologia, il network veniva praticato in maniera molto differente rispetto ad oggi, infatti i vari distributori iniziavano la loro attività da incaricati acquistando kit di prodotti dalle aziende di network, aprivano il loro centro locale in cui riunire ed attirare persone, eventuali incaricati, con la speranza di iscrivere alla propria rete di distributori un numero potenzialmente idoneo a recuperare i costi sostenuti per l'affitto dei locali e soprattutto per l'acquisto dei prodotti che venivano offerti gratuitamente ai potenziali distributori per attrarre l'attenzione nel proprio business, nella propria opportunità.

Inoltre si procedeva, ma anche oggi, si procede ad organizzare dei meeting in casa, o anche in hotel per attirare potenziali incaricati. Ma questo risulta essere poco performante dal punto di vista dell'ottimizzazione dei risultati economici.

Proprio per tale motivo in questo breve e-bok vi mostrerò quelli che sono i passi da effettuare e quelli che sono i passi da evitare per creare il vostro sistema di acquisizione contatti per creare e strutturare bene la vostra rete di distributori.

1 I Passi da evitare ed i passi da effettuare

Quando si iniziano un'attività di network marketing solitamente si tende a sponsorizzare la propria attività elaborando una lista nomi, ma qual è il problema alla base della lista nomi?

I problemi sono differenti e qui li elenchiamo:

- I contatti non sono infiniti, quindi una volta che avrete finito la vostra lista non avrete più persone da contattare.
- I contatti della lista nomi non è detto che siano effettivamente interessati, quindi avrete dei contatti non in target.
- Avrete un pubblico molto limitato a cui riferirvi e questo limiterà i vostri risultati di networker.

Proprio per questo entrati nell'era digitale risulta sempre più indispensabile approcciarsi a tecniche di web marketing e social media marketing che creino un business "scalabile" ma soprattutto "automatizzato".

Ora, cosa intendiamo per scalabile?

Cosa intendiamo per automatizzato?

Molto semplice, SCALABILE significa che tramite l'utilizzo di internet e delle tecniche di web marketing potremmo anche in un solo giorno raggiungere 10.000 persone e tra queste diecimila magari almeno 20

risultino interessate alla nostra opportunità e si iscrivano alla nostra rete.

Quindi non vi sono limiti di visibilità. Ma tutto dipende dalle nostre disponibilità economiche e dalle nostra capacità di utilizzare le fonti di traffico a disposizione, ma questi concetti verranno ripresi nei capitoli successivi.

Bene, cosa intendiamo per AUTOMATIZZATO?

Beh il concetto sembra troppo assoluto non è vero?

Infatti l'automatizzazione del nostro sistema acquisizione contatti è relativa, perchè prima di poter automatizzare il sistema dobbiamo crearlo, e questo dipende esclusivamente da noi e dalle nostre capacità.

I passi da intraprendere invece sono quelli che ho citato sopra, quindi Web Marketing e Social Media Marketing.

Non facciamo teoria, ma pratica e andiamo subito al sodo.

2 Web Marketing e Social Media Marketing

Per alcune persone questi due ambiti di studio e di applicazione sono del tutto estranei, soprattutto in Italia dove vi è una tendenza a non informarsi su alcuni aspetti di novità e sulle nuove tecnologie.

Il Web Marketing come accennato prima ci permette in qualche modo di rendere "scalabile" il nostro business e di "automatizzarlo".

Il Social Media Marketing, ci permette invece di gestire al meglio le nostre pagine facebook e di renderle come se fossero una vetrina pulita e trasparente destinata all'interesse del nostro pubblico.

Soffermandoci sul Web Marketing dobbiamo però considerare alcuni strumenti fondamentali da utilizzare ed applicare per migliorare le prestazioni di acquisizione contatti ed iscrizione alla nostra rete.

Questi strumenti verranno dettagliatamente spiegati nei prossimi capitoli, ma qui ne facciamo una breve elencazione:

- Pagina aziendale di Facebook
- Pagina aziendale di Instagram

- Funnel
- Fonti di traffico
- Chatbot Messenger

Ecco, questi sono gli strumenti base che ci permetteranno di raggiungere ottime performance nel settore del network, ma soltanto se ben utilizzati, perchè ricordatevi, questi sono gli strumenti, ma il raggiungimento dei risultati dipende quasi esclusivamente dalle vostre capacità di mettere in pratica e di costruire un sistema in grado di far combaciare tutti i pezzi in maniera perfettamente sinergica.

3 La pagina aziendale di Facebook & Instagram

La pagina aziendale di Facebook è l'assetto portante del vostro business.

Ormai facebook è la piattaforma che porta lavoro, che porta risultati incredibili. Ci permette di raggiungere milioni di persone ogni mese attraverso l'esclusivo utilizzo di qualche clic. Sarebbe da ingenui non utilizzarlo a tale scopo.

Ecco perchè, la vetrina del vostro business è rappresentata proprio dalla vostra pagina aziendale facebook.

Qualche consiglio in merito alla gestione lo esemplifichiamo qui sotto:

- Create un brand intorno al vostro brand: quindi create un logo che rappresenti il vostro brand a 360°.

Ormai è molto facile creare loghi e immagini di copertina, non dovete essere necessariamente dei grafici, basta utilizzare alcuni strumenti che trovate nel web, quale ad esempio Canva, che vi permette di creare da zero, un logo oppure un'immagine di copertina per la vostra pagina facebook.

- Il secondo punto è organizzate e date forma alla vostra pagina facebook e non lasciate nulla al caso: scrivete le informazioni della vostra azienda di network, o comunque scrivete che siete degli incaricati indipendenti e per quale azienda lavorate.

Ma state attenti che le policy della vostra azienda di network lo consentano.

- Create la vetrina prodotti: potete farlo direttamente dal menu a sinistra nella vostra pagina facebook, cliccando sulla voce "vetrina" effettuando la configurazione tramite le istruzioni che vi suggerisce facebook ed infine aggiungendo i vostri prodotti.

Controllate nuovamente le policy della vostra azienda.

- Condividete i vostri prodotti o le novità sulla vostra pagina aziendale facebook, anche soltanto un post al giorno purchè non susciti la vendita del prodotto, ma deve soltanto attrarre l'attenzione del potenziale cliente/incaricato.

Non esagerate con il numero di post pubblicati quotidianamente, ne basta uno al giorno.

Inoltre potrete anche programmarli configurando l'invio automatico dei

post direttamente dalla casella di creazione di un nuovo post sulla pagina semplicemente selezionando la voce "Programma" la quale si trova accanto cliccando sulla voce "Condividi Ora" e che troverete nel menu a tendita che apparirà una volta cliccata quest'ultima voce.

- Chiedete sempre le recensioni, i feedback sono importanti nell'ottica di attrazione dei vostri potenziali clienti/incaricati.

Per quanto riguarda la gestione della pagina Instagram non approfondiamo più di tanto perchè la cosa risulta meno complessa in quanto i passi da fare sono veramente pochi.

L'importante è tenere condividere foto di qualità, inserire i giusti hashtags, inserire il link del "funnel" o del "chatbot" nella bio di Instagram o nella Stories nel caso aveste raggiunto i 10.000 followers per poter godere delle autorizzazioni necessarie per collegare un link di vendita/iscrizione incaricato, nel nostro caso "funnel" o "chatbot".

4 Funnel Marketing

Eccoci qua, questa è la parte più importante perchè da ora in poi il tutto si fa più pratico e più tecnico.

Ma prima di iniziare dobbiamo porci una domanda che sarà scaturita nella mente della maggior parte di voi lettori neofiti.

Ovvero, "cos'è un funnel?".

Beh, letteralmente funnel significa imbuto, e non è nient'altro che uno strumento web, una sorta di pagina web che ci permette di guidare il nostro utente in un percorso di educazione al prodotto o all'opportunità di business da noi proposta.

1. Come vedete nell'immagine qui sotto, iniziamo da una fase di educazione ovvero di "Awareness Marketing" in cui tramite multimedia come immagini o video, e soprattutto testi persuasivi ovvero il nostro "copy" cerchiamo di innestare nel nostro potenziale incaricato interesse per il nostro brand per la nostra opportunità di business.



2. Nella seconda fase abbia già innestato questo interesse e di conseguenza possiamo continuare ad educare il nostro cliente tramite email marketing o chatbot marketing che successivamente andrò a spiegare nei dettagli.

Sostanzialmente questa fase è quella che chiamiamo Follow Up.

3. La terza fase è quella della decisione.

Ciò avviene grazie al fatto che noi abbiamo istruito il nostro potenziale incaricato alla nostra opportunità di business, lo abbiamo in qualche modo persuaso in maniera positiva ad unirsi nel nostro team. E di conseguenza ora è arrivata la decisione, che avrà luogo tramite la c.d. CTA ovvero "Call to action", letteralmente "chiamata all'azione".

4. La chiamata all'azione nell'ambito specifico del Network Marketing consiste nella telefonata o in altro caso all'iscrizione alla rete.

Bene. Ora che sappiamo tutti i passaggi è l'ora di spiegare nei dettagli come si crea un funnel e quali tipi di funnel abbiamo a disposizione.

4.1 Come creare un funnel?

Creare un funnel non è facilissimo ma non è neanche difficile, in quanto non dobbiamo essere dei programmatori o dei web creator. Tuttò ciò lo si fa tramite il semplice uso del mouse e della tastiera tramite la selezione di alcuni elementi e la loro modifica. Solitamente le piattaforme per la creazione di funnel sono intuitive e di facile utilizzo. Per la creazione di un funnel veramente performante è necessario sapere prima di tutto alcuni elementi fondamentali:

- 1.Qual è il nostro pubblico di riferimento, il nostro target.
- 2.Qual è la loro psicologia, ovvero quali sono i principi che li spingono ad acquistare o ad iscriversi nella vostra rete.
- 3.Qual colori utilizzare
- 4.Qual immagini o video inserire
- 5.Quale copy (testo persuasivo) inserire tenendo conto della psicologia dei nostri potenziali incaricati, ovvero del nostro target.

Ecco, questi sono dei punti fondamentali se vogliamo creare un funnel davvero efficace, ma non preoccupatevi, non è così difficile.

Ora, rispondiamo al primo elemento: qual è il nostro target?

Beh, questo dipende dall'azienda in cui operi, dalle sue caratteristiche, dal prodotto che vendiamo, dal prodotto che quindi promuoviamo, e dal pubblico di riferimento della vostra azienda.

Spostando l'attenzione alla psicologia dei nostri interlocutori possiamo fare un esempio particolare, ovvero un'azienda di network che vende prodotti di largo consumo, quindi ad es. prodotti per la pelle, integratori, detersivi, shampoo, profumi e via dicendo.

Solitamente questa tipologia di pubblico è accomunata dal fatto che vuole risparmiare sui prodotti sopra citati.

E soprattutto ciò che li spinge ad entrare nella vostra struttura è il fatto che entrando nel vostro team avranno due tipologie di benefici:

1. Avranno uno sconto sui vostri prodotti

2. Guadagneranno dall'acquisto e dalla vendita di questi prodotti.

Questi guadagni deriveranno sia dalla vostra vendita diretta/consumo sia dalla vendita/consumo derivante dai membri appartenenti alla propria rete, al proprio team.

Quindi in sostanza dovrete creare dei testi che vi permettano di attirare l'attenzione del vostro specifico pubblico, e questo lo potete fare tramite delle tecniche di copywriting che ora andremo ad esemplificare.

- La prima cosa da fare quando si crea un buon copy è l' "HEADLINE", ovvero la prima riga di testo che l'utente visualizza quando entra nel vostro funnel.

Questo attirerà l'attenzione dei vostri potenziali incaricati che si sentiranno costretti incoscientemente a continuare la lettura del vostro testo persuasivo, e che da ora in poi chiameremo "copy", proprio per abituarvi ad un linguaggio più tecnico specifico del digital marketing.

- La seconda cosa da fare è elencare i benefici.

Non elencatene troppi altrimenti potrete annoiare il vostro potenziale incaricato, ma soffermatevi max su 3 benefici.

Il resto verrà descritto nei video che inserirete.

- La terza cosa da considerare sono i numeri, infatti non a caso nel punto precedente ho parlato del numero 3.

I numeri attraggono profondamente la mente umana, e questo principio della psicologia lo possiamo sfruttare a nostro vantaggio.

- La quarta cosa infine, ricordiamoci che è quella relativa alle c.d.

"Power Words", ovvero le parole potenti, come: ESCLUSIVO, NUOVO, STUPENDO, INCREDIBILE, MERAVIGLIOSO, GRATUITO, SCONTO, e tante altre che troverete nei manuale di copywriting.

In questo e-bok ci soffermiamo soltanto sulle componenti per creare il nostro sistema di acquisizione contatti e trascuriamo i dettagli del copy.

Bene. Ora che abbiamo un'infarinatura di quello che deve essere inserito all'interno del nostro funnel non ci resta che metterlo in pratica andando a crearlo.

Questo lo possiamo fare iscrivendoci ad una delle tante piattaforme di creazione funnel che troviamo sul web, esempi sono: clickfunnel.com, leadpages.com, onlinesalespro.com, e via dicendo.

Alcune di queste piattaforme danno la possibilità di provare il servizio per 14 giorni in maniera gratuita, dopodichè si passa all'abbonamento mensile che si aggira solitamente intorno ai 25 euro.

Ma il costo è molto irrisorio per i servizi che vi offrono, in quanto con tali piattaforme voi potrete guadagnare grazie al vostro network in maniera immediata, fin dal primo giorno, se sarete bravi ad applicare ciò che vi dirò in seguito.

COME CREARE UN FUNNEL?

Dopo che avrete effettuato l'iscrizione potrete cominciare nella creazione del vostro funnel.

Scegliete il template, ovvero il modello di sito web che vi piace di più, ma ricordatevi che deve essere un funnel per acquisizione contatto, di conseguenza dovete sceglierne uno di questa tipologia.

Iniziate a scrivere la vostra headline, il vostro copy, ed inserite il vostro primo video, che può essere materiale promozionale dell'azienda (controllate nuovamente le policy aziendali), oppure un video creato da voi che vi possa mettere in contatto con il vostro potenziale pubblico, ovvero i vostri potenziali incaricati.

E' molto semplice, scegliete il carattere del testo, gli eventuali smile che inserirete ed infine andate a scrivere e strutturare il vostro copy.

Dopodichè inserite il video di presentazione.

Il tasto della CALL TO ACTION, che come abbiamo detto deve essere o un tasto di chiamata telefonica oppure un tasto che rimanda all'iscrizione nella vostra rete.

Tutto questo ve lo spiegherò in un video esemplificativo che allegherò a questo ebook.

Bene.

Da ora in poi le cose si fanno più difficili, perchè andremo ad affrontare argomenti come le "fonti di traffico" nello specifico andremo a trattare il facebook advertising, comunemente denominato per abbreviazione facebook ads, ed infine parleremo di un nuovo e potentissimo strumento di digital marketing, ovvero il chatbot messenger utilizzando

il software manychat.

5 Le fonti di traffico (Facebook Ads)

Facebook Ads è la piattaforma più utilizzata nel mondo per promuovere attività aziendali.

Senza una fonte di traffico il nostro funnel rimarebbe nell'ombra,

nessuno lo visualizzerebbe, nessuno si iscriverebbe alla tua rete, al tuo team.

Tu potresti creare anche il funnel più bello del mondo, ma senza una fonte di traffico sarebbe soltanto lavoro sprecato.

Quindi è importante, molto importante,

Perchè? Perchè ci permette di raggiungere milioni di persone ogni mese tramite l'utilizzo di diversi step che andremo a vedere in un video esemplificativo. Ma questo più avanti.

Qui parleremo delle fasi in maniera descrittiva.

Le fasi sono:

1.Scegliere l'obiettivo della nostra campagna pubblicitaria.

Ovvero scegliere se il nostro obiettivo è indirizzare le persone nel nostro funnel ed in che modo fare tutto ciò.

2.Definire un'adset: l'adset non è altro che il "gruppo di inserzioni", che può essere costituito anche da una sola inserzione.

In questa fase bisogna definire: il luogo in cui si trova il nostro target, la fascia d'età, gli interessi specifici del nostro target, il sesso, e la lingua parlata.

Successivamente bisognerà andare a definire il dispositivo attraverso il quale il nostro target visualizzerà l'inserzione da noi realizzata.

Potremo farla visualizzare sia su mobile che su desktop.

Ma soprattutto bisognerà personalizzare quello che facebook definisce "posizionamento", quindi andremo a selezionare la piattaforma specifica nella quale vogliamo far visualizzare l'inserzione, ovvero: facebook, instagram, messenger, oppure audience insight.

Ma tutto questo vi verrà spiegato nel video a cui accennavo sopra.

3.L'ultima fase è quella relativa alla creazione dell'inserzione, quindi qui andremo a definire diversi punti chiave:

- 1) Scegliere la nostra pagina facebook con la quale dobbiamo sponsorizzare la nostra azienda, attraverso l'apposito menu a tendina.
- 2) Scegliere la creatività ovvero: video, immagini, sequenze di immagini, o slideshow.
- 3) Inserire un titolo, un copy adeguato ad attrarre il tuo target, definire la call to action.

Nel video di spiegazione vi parlerò di tutto questo e aggiungerò anche l'integrazione del chatbot di cui parlerò nel prossima capitolo.

Quindi in sintesi, abbiamo capito più o meno quali sono i punti fondamentali da prendere in considerazione.

Ora però passiamo ad uno strumento di web marketing, potentissimo, più potente dell'email marketing per certi versi.

Andiamo a vedere quali sono i vantaggi e gli svantaggi.

6 Il Chatbot Messenger

Uno degli strumenti di Follow Up, ovvero di persuasione del pubblico interessato alla nostra opportunità di business è il "chatbot messenger".

Ma cos'è materialmente questo chatbot? Scopriamolo insieme.

Il chatbot non è altro che una chat automatica con cui i nostri

interlocutori interagiscono, e sulla base delle loro risposte tramite dei tasti vengono educati al prodotto, vengono persuasi in qualche modo ad andare avanti nelle sequenze di messaggi fino a raggiungere il tasto di chiamata telefonica oppure il sito web/funnel di iscrizione alla rete.

Tutto questo lo si può fare tramite un software.

Quello che io utilizzo si chiama manychat.

Non è difficile da usare, ma se si vuole creare un chatbot che funzioni perfettamente e che converta da mero interessato a cliente/incaricato effettivo, bisogna saperlo usare molto bene.

Ma non preoccupatevi, tutto vi sarà più chiaro tramite un video che allegherò a questo ebook.

Nel chatbot potrete inserire video di presentazione dell'azienda oppure da voi stessi creati, in cui vi presentate e presentate allo stesso tempo l'attività. Tutto ciò per attrarre i vostri potenziali clienti/incaricati.

Potrete decidere se inserire un menu in cui inserire diverse opzioni, ad esempio:

- Diventa incaricato
- Diventa cliente
- Diventa cliente privilegiato
- E via dicendo...

Ma qual è il vantaggio rispetto alla semplice chat di facebook?

- Vi permette in maniera automatica di essere contattati dai vostri potenziali incaricati via telefonata, oppure di fare iscrivere incaricati

senza la vostra presenza.

- E' possibile convertire più persone contemporaneamente, quindi non dovrete più spiegare a 10 persone diverse la vostra attività, ma sarà il chatbot stesso a farlo per voi.
- Non ci sono orari di inattività, il chatbot lavora giorno e notte 24h/7gg. Ciò significa che potrete acquisire contatti anche la notte, se ad esempio sponsorizzate in luoghi in cui vi è un diverso fuso orario. (es. USA)
- Potrete impostare dei messaggi automatici tramite la funzione "broadcasting" o "sequence" di manychat, decidere il giorno, l'ora, il minuto ed il secondo in cui far ricevere il messaggio di persuasione ai vostri potenziali clienti/incaricati, i quali hanno visto la vostra inserzione, hanno raggiunto e aperto il vostro chatbot, ma non ha purtroppo comprato oppure non si sono iscritti alla vostra rete.

Questo processo si chiama Follow Up, e vi permette di ricontattare i vostri contatti che non sono ancora diventati clienti/incaricati.

Questo inoltre vi consentirà di non spendere budget a vuoto in pubblicità, perchè il contatto non ve lo toglierà nessuno.

- AUTOMATIZZATE TUTTO.

Sarà tutto online 24/7, il vostro lavoro sarà solo quello di creare questo sistema di marketing integrato, integrato dalle diverse componenti che abbiamo visto.

Per quanto riguarda gli svantaggi, ne riesco ad individuare uno soltanto:

- Per entrare all'interno del chatbot e quindi accedere alle sequenze di messaggi, è necessario cliccare sul tasto "INIZIA" e per fare ciò è necessario un COPY interessante, molto attrattivo, e che induca ai potenziali clienti/incaricati a cliccare su questo tasto in modo tale da proseguire il loro percorso all'informazione da noi elaborata.

La parte tecnica e pratica la vedremo all'interno dei video che ho preparato per voi.

CONCLUSIONI

In questo e-book abbiamo visto quali sono i principali strumenti, quali sono le principali componenti descrittive e tecniche che ci servono per creare un sistema di marketing che funzioni alla perfezione, che ci permetta di raggiungere un numero sempre maggiore di incaricati, discostandoci da quella che è la maniera tradizionale di fare network.

Soprattutto in Italia risulta fondamentale approcciarsi a questa branca del marketing, perchè le persone hanno sempre paura di essere fregate in qualche modo, di essere truffate, e questo rientra nella loro logica.

Ma soprattutto, questo perchè risulta fondamentale che siano loro a cercare noi e non noi a cercare loro affinché siano realmente interessate.

Bene.

Spero questo e-book vi sia piaciuto.

Se è veramente così, lasciate una recensione nel mio funnel di vendita.

Ed infine andate sul funnel per guardare i video di formazione che ho creato per voi.

Buon lavoro ;)