

WELLNESS MARKETING SYSTEM

I 3 ELEMENTI:

1- PUBBLICITA' TARGHETTIZZATA

2- PAGINA DOVE L'UTENTE O SI ISCRIVE O SE NE VA. SE SI ISCRIVE USUFRUISCE DI UN TUO INCENTIVO GRATUITO

3- SEQUENZA DI EMAIL CHE EDUCA IL TUO POTENZIALE CLIENTE A RIMANERE IN CONTATTO CON TE, TRASFORMANDOLO IN CLIENTE

WELLNESS MARKETING SYSTEM

IL WMS SPIEGATO IN UNA PAGINA

FACEBOOK ADS GOOGLE ADWORDS BLOG VOLANTINI ALTRE FORME PUBBLICITARIE ONLINE
OFFLINE



Questa immagine rappresenta una pagina "cattura contatti", chiamata anche "squeeze page". A differenza di un qualsiasi sito vetrina, questa pagina è finalizzata a non disperdere i visitatori. Il "contatto freddo" che arriva tramite le fonti pubblicitarie qui sopra, quando arriva qui, o se ne va via o si iscrive. Iscrivere significa che compila un piccolo modulo inserendo email e facoltativamente nome e numero di telefono. Lo fa per usufruire di un incentivo (ebook, coupon, video, consulenza gratuita, etc) e ricevere informazioni sui servizi.



La persona che si è iscritta, è a tutti gli effetti un potenziale cliente. Usfruiscie dell'incentivo gratuito e riceve delle email automatiche (è possibile farlo con gestionali di email marketing anche molto economici). Con 6-7-10-20 etc. email viene educato ai tuoi servizi. Capisce i benefici, chi sei, la tua missione e perché ti differenzi dalla concorrenza



- EMAIL AUTOMATICA 1
- EMAIL AUTOMATICA 2
- EMAIL AUTOMATICA 3
- E COSI' VIA



UNA PARTE DEI POTENZIALI CLIENTI DIVENTA ACQUIRENTE DURANTE IL SUO PROCESSO DI EDUCAZIONE AI TUOI SERVIZI E AL TUO LAVORO.

powered by



WELLNESS MARKETING SYSTEM

Ti ricordi la domanda che ti abbiamo fatto?

Qual è secondo te la fonte pubblicitaria che ad oggi funziona di più sull'immediato?

WELLNESS MARKETING SYSTEM

A- VOLANTINAGGIO STRATEGICO

B- BLOG AZIENDALE

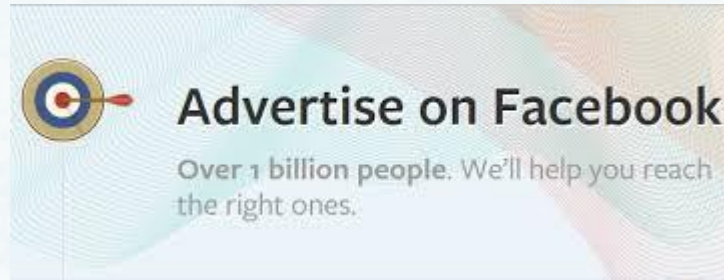
**C- GOOGLE ADWORDS (PUBBLICITA' A PAGAMENTO
DI GOOGLE)**

**D- FACEBOOK ADS (PUBBLICITA' A PAGAMENTO DI
FACEBOOK)**

**E- COLLABORAZIONI CON SITI WEB E STRUTTURE DI
AUTORITA'**

WELLNESS MARKETING SYSTEM

LA RISPOSTA ESATTA E' D; FACEBOOK ADS



WELLNESS MARKETING SYSTEM

Eppure qualcuna funziona in maniera eccellente sul lungo periodo, qualcuna da buoni risultati sul breve termine.

**1 di queste 5 è perfetta per avviare
SUBITO il motore del sistema di
acquisizione clienti... Ed è FACEBOOK
ADS**

WELLNESS MARKETING SYSTEM

Cosa significa perfetta?

Significa che rispetta questi 3 parametri:

1- l'avvio è immediato, non c'è da perdere tantissimo tempo

2- i risultati cominciano a concretizzare in pochi giorni

3- ti porta clienti in target, cioè i tuoi clienti, quelli che rispondono alle tue esigenze di vendita in base a fattori come luogo, età, sesso, interessi

WELLNESS MARKETING SYSTEM

Quindi una di queste ti offre la possibilità immediata di farti vedere ai tuoi potenziali clienti e non alla massa generica.

Ora una domanda:

Continua nell'ebook gratuito

WELLNESS MARKETING SYSTEM

CASO DI STUDIO 1

Kinesiologia Umanistica (Marchio registrato), è un nostro cliente che si è rivolto a noi per aumentare gli iscritti ai corsi di massaggi.

In un campo come questo, ad alta concorrenza, visto che esistono tantissime scuole di massaggio in Italia e anche in Lombardia (zona del cliente), dovevamo lavorare in primis sul giusto target

WELLNESS MARKETING SYSTEM

CASO DI STUDIO 1

f Cerca persone, luoghi e oggetti Francesco

 **Kinesiologia Umanistica**
Scritto da Francesco Saccà [?] · 16 agosto alle ore 16:02 · 🌐

VUOI svolgere un CORSO MASSAGGI benessere con relativo ATTESTATO? Impara il Neurolinfatico



150 € + Iva, Voghera (Pv)
Iscriviti **GRATUITAMENTE** e potrai subito leggere la **PRESENTAZIONE IN PDF** del CORSO, oltre a scoprire tantissime informazioni! Scoprirai anche **3 VIDEO TESTIMONIANZE** di chi ha svolto il CORSO!

BENESSERE.LEADPAGES.CO Scopri di più

17.784 persone raggiunte Metti in evidenza il post

WELLNESS MARKETING SYSTEM

CASO DI STUDIO 1

Quindi dovevamo trovare persone che abitavano in Lombardia, ma ancora più nel dettaglio entro 30 km dalla sede della scuola (Voghera, in provincia di Pavia).

E per essere ancora più specifici e trovare il target ideale, oltre a ciò dovevamo lavorare anche sull'età giusta (in questo caso, viste le statistiche del cliente) tra i 35 e i 54 anni e sul sesso (l'80% dei corsisti dell'anno precedente erano donne)

WELLNESS MARKETING SYSTEM

CASO DI STUDIO 1

Ora se rifletti sulla targhetizzazione del luogo, già con locandine e volantini strategici riesci a prendere solo persone del posto senza rischiare di farti promozione erroneamente in altre zone di Italia

CASO DI STUDIO 1

Ma questo in se per se, non basta proprio a trovare il target di potenziali clienti perfetti. Ecco perché Facebook Ads ha rappresentato e lo rappresenta tutt'ora, il sistema pubblicitario ad hoc, che utilizziamo per questo cliente!

CASO DI STUDIO 1

Oltre al target “luogo ideale”, ci ha permesso dall’inizio di filtrare il raggio d’azione su campi come “età e sesso”.

Il cliente ha così visibilità continua verso il target IDEALE E PERFETTO

CASO DI STUDIO 1

**Risparmia tantissimo rispetto al
volantinaggio strategico che risulta per
noi essere un ottimo modo
promozionale, ma sicuramente più
costoso ed efficace rispetto a
FACEBOOK ADS**

CASO DI STUDIO 1

Il cliente, con una spesa di pochissimi euro prende una conversione (cioè un potenziale cliente e non persone a caso).

Continua nell'ebook gratuito

WELLNESS MARKETING SYSTEM

La pubblicità su Facebook è davvero molto, ma molto importante, soprattutto se i tuoi clienti si trovano nella tua zona e in un raggio di 10-20-30-50 km circa.

Se hai un business locale e quindi non vendi in tutta Italia, questo è lo strumento perfetto per portare traffico alla tua squeeze page

WELLNESS MARKETING SYSTEM

**Ora ti stiamo per mostrare qual è il
funzionamento di FACEBOOK ADS:**

Continua nell'ebook gratuito

WELLNESS MARKETING SYSTEM

Quindi vediamo le singole componenti per capire come crearle. Sbagliarne una può significare buttare i soldi.

Tu non vuoi questo vero?

WELLNESS MARKETING SYSTEM

Ecco l'esempio di come è fatto un annuncio

f Cerca persone, luoghi e oggetti  Frances

 **Kinesiologia Umanistica**
Scritto da Francesco Saccà [?] · 16 agosto alle ore 16:02 · 

VUOI svolgere un CORSO MASSAGGI benessere con relativo ATTESTATO? Impara il Neuroinfatico



150 € + Iva, Voghera (Pv)

Iscriviti GRATUITAMENTE e potrai subito leggere la PRESENTAZIONE IN PDF del CORSO, oltre a scoprire tantissime informazioni! Scoprirai anche 3 VIDEO TESTIMONIANZE di chi ha svolto il CORSO!

BENESSERE.LEADPAGES.CO [Scopri di più](#)


17.784 persone raggiunte [Metti in evidenza il post](#)

4- OBIETTIVO

Si può creare un annuncio Facebook per un determinato obiettivo. Per alcuni l'obiettivo risulta quello di portare persone su un sito, per altri di aumentare le conversioni, per altri ancora di ottenere più fan sulla pagina Facebook.

WELLNESS MARKETING SYSTEM

4- OBIETTIVO

Stato ?	Inserzione ?	Publicazione ?	Risultati ?	Costo ?	Copertura ?	Frequenza ?	Clic ?	CTR (Tasso di clic) ?	Punteggio di pertinenza ?	Spesa di oggi	Spesa totale ?	Offerta massima ?	Prezzo medi
<input type="checkbox"/>	 benessere.leadpages.co/massaggio-rilassante-sconto-genova/- Conversioni sul sito Web - Immagine	● Attiva	20 Conversioni	€ _____ Per Conversione	3.329	1,18	90	2,301%	9/10	_____	_____	Auto CPM ottimizzato	€ 2, CPM ottimizz

Contenuto creativo [Modifica](#)

[Anteprima inserzioni](#)

[Crea inserzione simile](#)

Targetizzazione, Posizionamento e Ottimizzazione

Adesso Targetizzazione, Posizionamento e Ottimizzazione sono nei gruppi di inserzioni

[Clicca qui](#)

Prestazioni

[Azioni](#) [Clic](#) [CTR](#) [Visualizzazioni](#)

Punteggio di pertinenza

86 azioni totali?

- 56 Clic sul sito Web?
- 20 Clienti potenziali? (Conversione)**
- 4 "Mi piace" sui post?
- 6 Altre azioni?

Vedi il report completo delle azioni

potenziali clienti che hanno deciso di iscriversi per scaricare il coupon. Di questi 20, 13 si sono recati a studio per usufruire del massaggio

Siamo Al Centro

Prova Il Nostro Massaggio Rilassante Antistress... nel Nostro Centro Massaggi a... Scarica Gratis il Coupon per Ricevere lo Sconto. (...)

BENESSERE.LEADPAGES.CO

4- OBIETTIVO

Se imposti come obiettivo quello di ottenere conversioni e poi in corso d'opera cambi la campagna impostandola sull'obiettivo "click su sito web", Facebook non sarà più ottimale come lo era precedentemente.

4- OBIETTIVO

Quindi tieni chiaro l'obiettivo in mente fin dall'inizio e prosegui su quella linea. Se vuoi provare un altro obiettivo crea un'altra campagna a parte, ma non modificare mai una esistente.

Non vorrai mica mandare Facebook nel pallone no? 😊

4- OBIETTIVO

Se ora ti starai chiedendo quale obiettivo scegliere fra quelli esistenti, ti diciamo subito che è 1 SOLO QUELLO DA TENERE IN CONSIDERAZIONE se vuoi seriamente prendere contatti di persone:

Continua nell'ebook COMPLETO

WELLNESS MARKETING SYSTEM

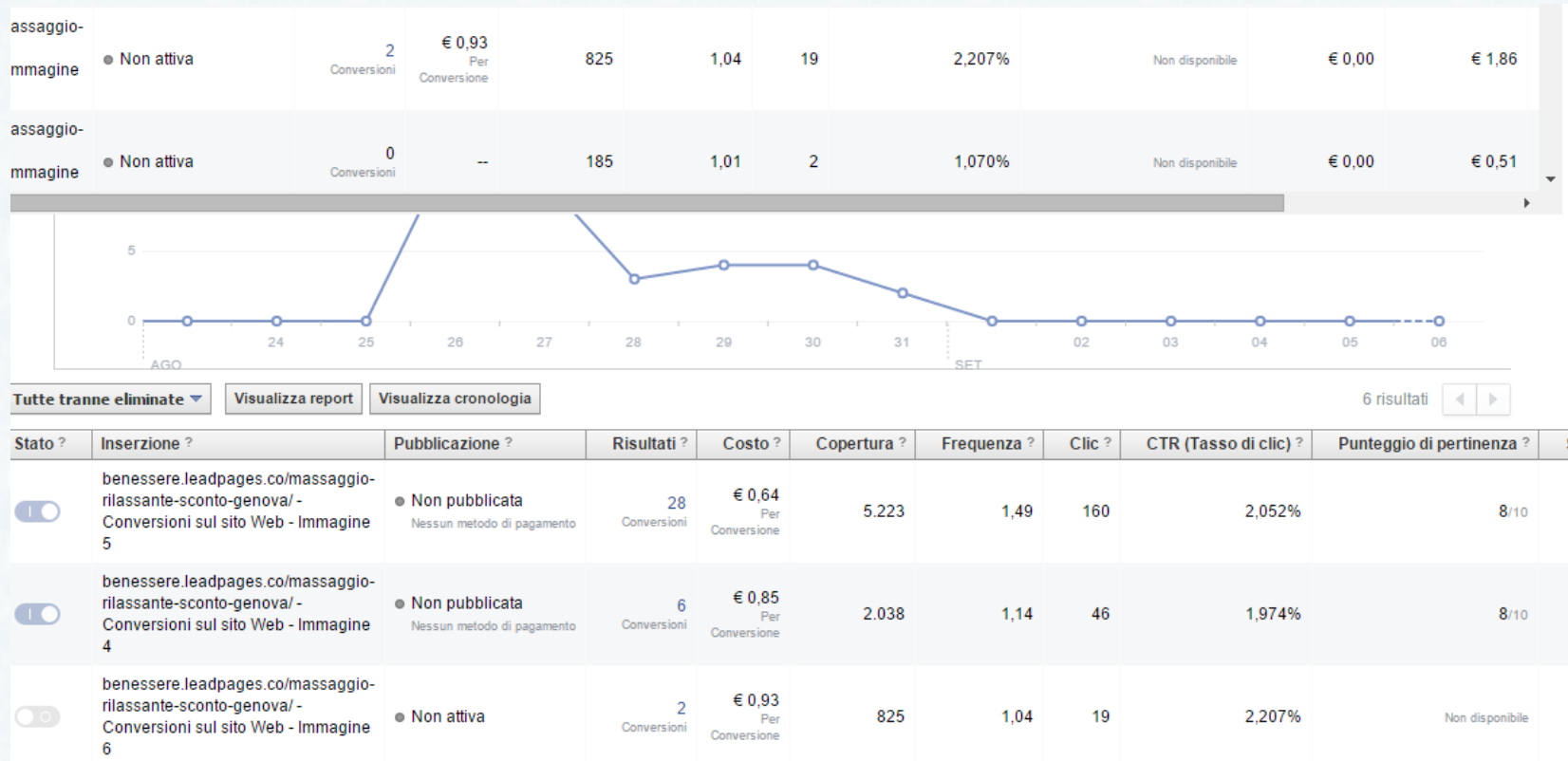
OTTIMIZZARE UNA CAMPAGNA FACEBOOK

Significa che:

- devi saper monitorare i risultati**
- leggere le statistiche**
- apportare modifiche**
- controllare i dati statistici dei cambiamenti**
- rapportare i dati su diverse scale temporali**

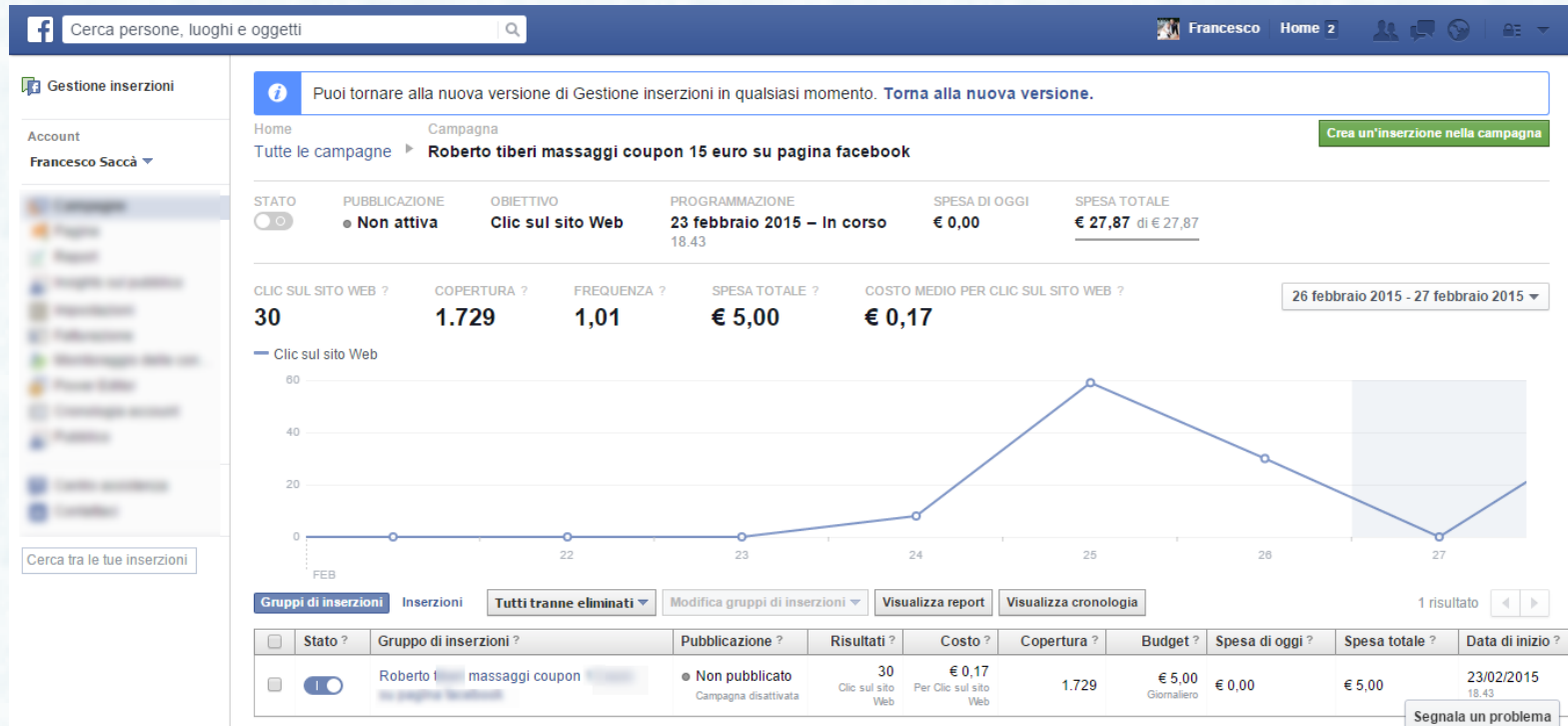
WELLNESS MARKETING SYSTEM

Come puoi vedere da queste nostre immagini



WELLNESS MARKETING SYSTEM

Come puoi vedere da queste nostre immagini



WELLNESS MARKETING SYSTEM

GRAZIE

Wellness Marketing System
Un progetto di Massaggi & Lavoro