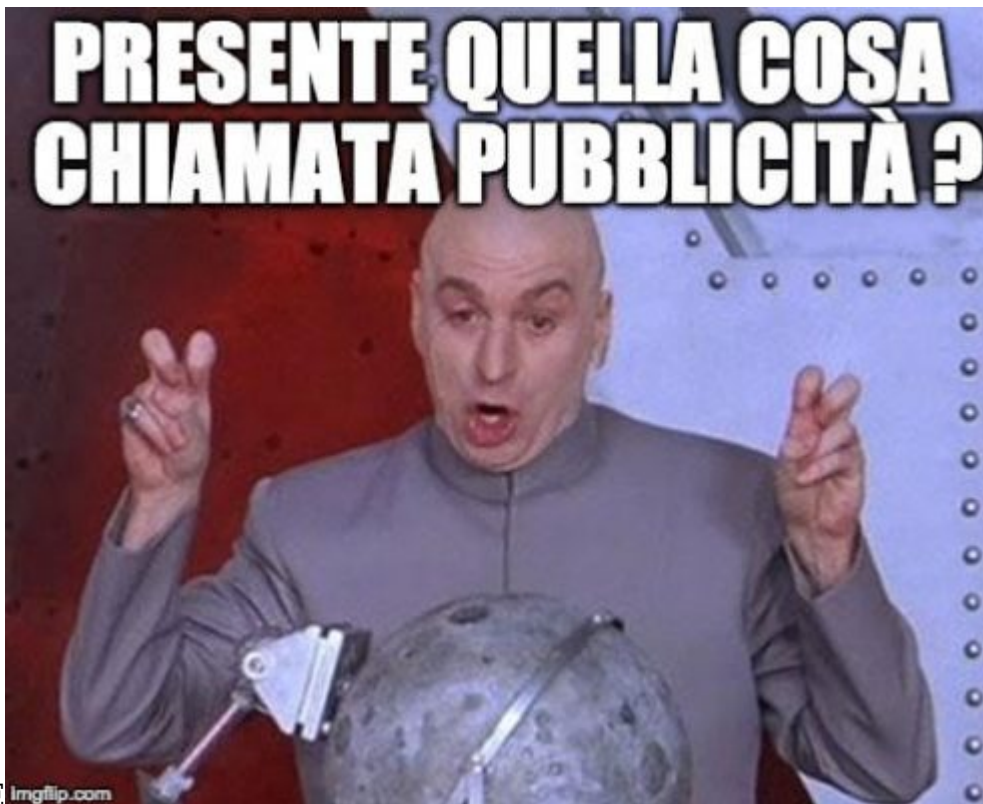


## Indice

- [Promuovere un prodotto non è facile](#)
- [Come promuovere un prodotto: Individua il tuo target di riferimento](#)
- [Come promuovere un prodotto: Siediti, e redigi il tuo piano di vendita](#)
- [Come promuovere un prodotto: I 12 passi di Nielsen per farlo in maniera vincente](#)
- [Come promuovere un prodotto: Impara a venderlo!](#)
- [Come promuovere un prodotto: Lanciati sul mercato!](#)
- [Come promuovere un prodotto online](#)
  - [SEO: Fatti trovare sui motori di ricerca](#)
  - [Fai del sano blogging](#)
  - [Email Marketing: segui il cliente](#)
  - [Entra in un programma di affiliazione](#)
  - [Pubblicità gratis? Contatta dei blogger](#)
  - [Sfrutta i social network: il caso di Pinterest](#)
  - [Come promuovere un prodotto attraverso Facebook](#)
  - [Pubblicizzare un prodotto con Instagram](#)
  - [Il lancio prodotto attraverso le piattaforme di crowdfunding](#)
  - [Creare pubblicità online a basso costo](#)
  - [Conclusioni](#)

Vuoi scoprire come promuovere un prodotto e stai muovendo i tuoi primi passi nel sempre più complesso mondo della promozione online e offline? In questo articolo “apri pista” ti racconterò come promuovere un prodotto utilizzando i principali strumenti oggi a disposizione del tuo Business.

## **Promuovere un prodotto non è facile**



ccoti qui, con il tuo nuovo e fantastico prodotto tra le mani, pronto a conquistare il mercato. Dopo giorni, mesi, magari anni di ideazione , ricerca delle [frasi pubblicitarie](#) da utilizzare e dura progettazione, ora sei finalmente arrivato alla prova finale, ovvero quella del **marketing**. Ma **come promuovere un prodotto** in modo davvero efficace? **Come pubblicizzare un prodotto** affinché si possa trasformare in un vero e proprio successo commerciale?

Se vuoi scoprire come promuovere un prodotto, allacciati le cinture, e leggi questo articolo fino in fondo: oggi ti racconterò alcune **delle migliori strategie** su come vendere un prodotto in modo straordinario **attraverso il web**. Quello che hai davanti agli occhi non è l'ennesimo post dedicato a chi vuole imparare a vendere in cinque o sei semplicissimi passaggi: la rete pullula di questi contenuti di dubbia qualità. Io non desidero ingrossarne ulteriormente le fila e tu non vuoi leggerli, fidati.

Quella che ti propongo è invece una **guida apri pista completa** e sincera: capire come promuovere un prodotto infatti non è né facile né veloce, e chi ti vuole convincere del contrario non ha idea di cosa significhi realmente pubblicizzare un prodotto. Se invece seguirai in modo corretto, con impegno e dedizione tutti i consigli contenuti in questo articolo, sono sicuro che la presentazione del tuo prodotto sul mercato andrà oltre le tue più rosee aspettative. Senza altri indugi, dunque, **tuffiamoci nel meraviglioso mondo del**

**marketing di prodotto:** ti avviso, la tana del Bianconiglio, in confronto, è una bazzecola.



## Come promuovere un prodotto: Individua il tuo target di riferimento

Per capire come promuovere un prodotto al meglio bisogna per prima cosa **individuare il target di riferimento**. Per pubblicizzare e **vendere un prodotto** in modo vincente, infatti, è necessario avere ben chiaro in testa chi saranno i tuoi acquirenti-tipo: non puoi e non devi puntare a tutta la popolazione vivente, bensì devi ritagliare una **fetta del mercato**, quella in cui la presentazione del tuo prodotto può sortire i migliori risultati.

Tutto dipende ovviamente dal tipo di prodotto che vuoi promuovere: il tuo target può essere costituito da uomini tra i trenta e i quarant'anni iscritti ad una palestra, o da donne trentenni con bambini in età prescolare, oppure da ragazzi ventenni con tendenze hipster, o ancora da uomini di mezz'età divorziati e con uno yacht attraccato nel porto più vicino.

Per imparare a promuovere un prodotto, dunque, devi prima imparare a targetizzare il tuo pubblico: più sarai specifico, più efficaci saranno le tue **promozioni**, con delle conseguenti ricadute positive sulle vendite. Il mio consiglio è quindi quello di partire da una fetta ristretta di potenziali acquirenti, una vera e propria **nicchia**, per poi riservare ad un secondo tempo l'ampliamento del target. Secondo Seth Godin, autore del famosissimo libro "la mucca viola", i primi ad adoperare il tuo prodotto saranno quelli che lui chiama [\*Early Adopters\*](#), ovvero i primissimi utilizzatori. Una vera e propria miniera d'oro d'informazioni. Saranno loro a guidarti con i loro suggerimenti e attraverso le loro richieste, orecchie aperte dunque!



## Come promuovere un prodotto: Siediti, e redigi il tuo piano di vendita

Inquadrando il tuo target di riferimento hai già fatto il primo passo nel mondo del marketing del prodotto: purtroppo per te, però, questo è soltanto un piccolissimo step per capire come promuovere il tuo prodotto. Proprio così: devi spremere un altro po' le tue meningi. Libera il tavolo più ampio della tua casa, spegni la televisione, chiudi il gatto in camera e manda il tuo partner a fare la spesa: quella che ti serve, adesso, è la concentrazione più assoluta.

È infatti giunta l'ora di pensare alla strategia per promuovere il tuo prodotto. In altre parole, è il momento di **redigere il tuo piano di vendita**. Tranquillo, non devi essere un broker o un marketer incallito per farlo, anche perché sarai tu a doverlo utilizzare e quindi capirlo, e nessun altro. In questo documento preliminare dovrai organizzare tutte le fasi del tuo **lancio prodotto**. Il primo elemento essenziale di un **sales plan** sono gli obiettivi a medio termine: per deciderli devi puntare in alto, ma senza staccare i piedi da terra. Pensa a

quante unità del tuo prodotto vuoi e puoi vendere nei primi tre mesi di attività, quanti nei tre mesi successivi, quanti in un anno.

Fatto questo, decidi quali saranno le tue tecniche di vendita:

Ti rivolgerai direttamente al **consumatore**, senza intermediari, attraverso un sito web o un negozio fisico, oppure ti avvalerai di rivenditori esterni?

Quanti dei tuoi prodotti saranno destinati ad un **eCommerce**, e quanti ai grandi magazzini?

Ecco, il piano di vendita è il luogo giusto per decidere come vendere un prodotto e quali mix di canali intendi utilizzare. Altro elemento immancabile di un sales plan è la sequenza temporale delle tue attività di promozione e di vendita: più sarai specifico nella sua redazione, maggiori saranno le probabilità di avere un lancio di prodotto fluido ed efficiente. Se vuoi promuovere un prodotto con successo avere degli ottimi [slogan pubblicitari d'effetto](#) non ti servirà a nulla se prima non hai compiuto la pianificazione degli obiettivi che intendi raggiungere.

## **Come promuovere un prodotto: I 12 passi di Nielsen per farlo in maniera vincente**

Sulla bacheca del tuo ufficio, su un tavolo del tuo salotto o su una parete del tuo garage dovrebbero campeggiare dei cartelloni con la definizione del tuo target di vendita ed un sales plan piuttosto dettagliato: arrivato fino a qui, hai le basi per promuovere il tuo prodotto, nonché le idee un po più chiare sul cosa vorresti ottenere. Sei ottimista, sei carico di aspettative, e fai bene, benissimo. Ma prima di mettere effettivamente i piedi nel mercato, ti consiglio di fare un ennesimo check al tuo prodotto e alla tua **strategia di marketing**.

## 12 Key Steps to Consumer Adoption



Non stiamo parlando della ricetta dello gnocco fritto, ma del tuo futuro imprenditoriale: prenditi il tuo tempo, e impara dagli errori degli altri, ancora prima che dai tuoi.

Valanghe di milioni di dollari vengono infatti spesi tutti gli anni per lanciare nuovi prodotti sul mercato, da piccoli imprenditori come te ma soprattutto da grandissimi e rinomati brand internazionali. Ebbene, solo il 10% dei lanci di prodotto incontra il successo sperato - come ti ho detto all'inizio, promuovere un prodotto non è facile. Vale dunque sicuramente la pena tornare a sedersi al tavolo, e prendere in mano un altro foglio bianco, che andrà a finire sulla bacheca insieme a tutti gli altri: l'obiettivo è sempre quello di **umentare le tue chance di vendita**. Uno [studio d'oltreoceano, condotto dalla Nielsen](#) sul mercato statunitense, ha inquadrato 12 raccomandazioni fondamentali per il lancio di un prodotto di successo.

Ovviamente il mercato Usa non è uguale al nostro, ma in linea di massima pubblicizzare un prodotto per gli yankee e pubblicizzare un prodotto per degli europei non è completamente diverso. Lo studio in questione è stato realizzato sulla base di 600 prodotti lanciati e sul testing di 20.000 concept: quelli della Nielsen dichiarano

che questa strategia assicura una probabilità di successo pari al 75%.

Per essere sicuri di promuovere un prodotto al meglio, vale davvero la pena darci un'occhiata, non ti pare?

- Per prima cosa, quelli della Nielsen ti invitano a valutare se il tuo prodotto ha davvero un valore specifico per il tuo target di riferimento. Rappresenta un'innovazione, una miglioria?
- Verificato che il tuo prodotto sia realmente innovativo e di valore per il pubblico, devi capire che questo non è sufficiente per essere veramente venduto: per arrivare tra le mani degli acquirenti, infatti, deve anche essere in grado di attirarne l'attenzione.
- L'occhio vuole la sua parte: un buon prodotto in un packaging anonimo ha già perso la partita ancora prima del fischio dell'arbitro. Vuoi davvero capire come promuovere un prodotto? Ebbene, un prodotto deve essere in grado di venderci da solo: il suo involucro è la sua carta d'identità, e deve spiegare ai clienti tutte le sue potenzialità.
- Il messaggio promozionale riportato sul prodotto deve essere chiaro e conciso: con una sola occhiata il cliente deve capire cosa, come e perché può essergli utile. Usando le parole della Nielsen, «il messaggio deve essere corto, amabile, e deve andare dritto al punto».
- L'epoca, finanziariamente parlando, non è delle più felici: i consumatori tendono infatti a stringere la cinghia. Per convincerli ad acquistare un prodotto, dunque, è essenziale che il prodotto sia la risposta ad un loro bisogno, ad un desiderio preesistente.
- Difficilmente il tuo prodotto sarà l'unico del suo genere: devi quindi essere in grado di spiegare ai clienti perché questo è differente da tutti gli altri, mostrando i vantaggi e i benefici della tua offerta.
- Per promuovere un prodotto puoi sfruttare il packaging, la pubblicità, i coupon, ma nessuno di questi elementi sarà davvero in grado di conferire credibilità al tuo prodotto: per meritare i soldi dei tuoi clienti devi conquistare la loro fiducia.
- Non esiste nessun prodotto senza difetti o svantaggi, e il tuo non fa eccezione. Individuali prima che siano i consumatori a farlo, così da non ostacolare la tua scalata al successo.

- Anche il più innovativo dei prodotti può diventare un bluff se non viene promosso e presentato nel modo giusto. Impegnati dunque per renderlo il più reperibile e visibile possibile.
- Il cliente non deve accettare solo gli inevitabili, piccoli svantaggi e difetti del tuo prodotto: deve anche sentirsi a proprio agio con i suoi costi, sia iniziali che di utilizzo e manutenzione.
- Per promuovere efficacemente un prodotto è necessario mostrare al pubblico le sue effettive capacità: mai promettere al cliente qualcosa che il prodotto non è in realtà in grado di fare alla perfezione.
- Per conquistare una duratura competitività sul mercato è necessario non solo presentare un prodotto di grande successo, ma anche sostenerlo per un lungo periodo di tempo, senza mai abbandonarsi alla noncuranza dei clienti: in questo modo, è possibile costruire intorno al proprio brand fiducia e lealtà.





## Come promuovere un prodotto: Impara a venderlo!

Ecco qui: finalmente puoi alzarti dalla sedia, mollare la penna, sgranchire le gambe e iniziare a vendere il tuo prodotto - Sì, ovviamente mi aspetto che tu ne abbia uno - La strategia è pronta: ora devi imparare a vendere. In tanti si trovano d'accordo sul fatto che di norma il metodo migliore, per cominciare, è sicuramente quello di rivolgersi direttamente ai consumatori, così da poter attingere direttamente al loro **feedback** e creare un solido bacino di utenti prima di lanciarti nel mare magnum del mercato vero e proprio.

Ma da dove puoi iniziare? Le alternative sono moltissime.

Puoi utilizzare un tuo sito di vendita personale, o puoi sfruttare i più famosi eCommerce, come per esempio **eBay**. Ma puoi anche sfruttare il tuo **network personale**, organizzando degli eventi con amici e amici di amici, costruendo una piccola rete di vendita a livello locale. Le prime vendite ti permetteranno di dare le ultime pennellate al tuo quadro: potrai per esempio perfezionare il **packaging** e ridefinire il prezzo, traendo spunto dai primi feedback.

Oltre a tutto ciò, la creazione di eventi promozionali come questi ti danno anche

l'opportunità di creare dei **comunicati stampa**, da diramare attraverso la stampa locale e del settore.

Cosa puoi chiedere di più per promuovere un prodotto al meglio senza spendere un patrimonio? Beh, in realtà c'è un'altra piccola cosa che potresti fare già nel primo periodo: trovare dei testimonial. E questo non significa - almeno per ora - contattare il calciatore figo di turno, tutt'altro. Fai provare il tuo prodotto a quante più persone possibili: il passaparola nascerà automaticamente, con un mare di **pubblicità gratis**.

Spesso le aziende sottovalutano questo aspetto investendo ingenti somme con lo scopo di raggiungere nuovi potenziali clienti. In quest'ottica far provare il proprio prodotto rappresenta un'opportunità efficace capace di rivelarsi più economica nella maggior parte dei casi.

## **Come promuovere un prodotto: Lanciati sul mercato!**

A questo punto il tuo prodotto ha già iniziato a circolare attraverso i primi early adopters, e la tua **attività imprenditoriale** sta prendendo forma. Fino a qui, però, abbiamo scherzato: le fondamenta ci sono, ma manca il resto della casa. È l'ora di fare il grande salto, ovvero di rivolgersi al grande pubblico, sia attraverso la rete che, eventualmente, nei negozi fisici Offline. In quest'ultimo caso, di nuovo, dato che sei all'inizio di questa nuova avventura il tuo obiettivo deve essere quello di acquisire il maggior numero d'informazioni possibile, devi procedere in modo razionale, partendo da negozi più piccoli: presentati in un punto di vendita locale, il quale sarà molto più disposto ad accettare il tuo prodotto rispetto ad una grande catena di negozi.

Prepara la presentazione del tuo prodotto: porta con te una lettera di introduzione, il tuo piano di vendita, i feedback ricevuti, sottolinea i vantaggi del tuo prodotto e i suoi margini di profitto, insomma: tutto quello che può convincere il rivenditore ad esporre la tua merce sui suoi scaffali.

Una volta esaurita la rete di negozietti locali, potrai iniziare a rivolgerti alle più grandi reti di vendita. Ovviamente tutto dipenderà dalla tipologia del tuo prodotto: abbigliamento, alimentari, fai da te, high tech, idee regalo, trova la catena di negozi più adatta al tuo scopo e proponi il tuo prodotto.

Armati di pazienza, e non cadere nella frustrazione dopo i primi rifiuti: non sarà facile vedere il tuo prodotto sugli scaffali dei grandi magazzini nel giro di pochi mesi.



## Come promuovere un prodotto online

Guardati in torno, come ti sarai accorto, però, **non siamo più negli anni Ottanta**: per vendere un prodotto su grande scala, girare tutti i negozi del Paese armati di un sorriso e di un bagagliaio pieno di merce non è più, per fortuna, l'unica opzione. Al contrario: una giornata di lavoro spesa bene su **Internet**, seduto comodamente alla tua scrivania, può assicurare al tuo prodotto un successo che difficilmente potresti raggiungere in un mese di viaggi tra un negozio e l'altro.

Vuoi imparare **come promuovere un prodotto in rete**? Prendi appunti, questo è il mio pane quotidiano.

Le vie percorribili sono pressoché infinite, ognuna ha il suo perché, e nessuna esclude l'altra. Se il tuo piano di vendita occupa un metro quadrato del tuo soggiorno, preparati a liberare un'intera parete: dedica un po' del tuo tempo ad ognuna di queste attività per pubblicizzare il tuo prodotto in rete, sbaglia tattica, torna indietro, sbattici ancora la testa, e vedrai che i risultati arriveranno. Uno dei maggiori vantaggi offerti da Internet è proprio il bassissimo costo dell'errore.

Sei pronto per andare ancora più in profondità nella tana del Bianconiglio?



## SEO: Fatti trovare sui motori di ricerca

Per vendere un prodotto in rete bisogna prima di tutto farsi trovare dai clienti. Questo significa avere un **sito web** ottimizzato in ottica **SEO**, capace di occupare le prime posizioni nella Serp di Google con le **parole cercate REALMENTE dai tuoi potenziali** clienti ogni giorno. Essere primi con parole che non cerca nessuno non ha senso e non ti aiuterà affatto a vendere di più o ad acquisire nuovi clienti. Il tuo prodotto è un'innovativa padella per cucinare in modo semplice e veloce dei pancake? In questo caso, devi puntare ad essere presente nella prima pagina dei **motori di ricerca**, sopra alla ricetta di GialloZafferano e sopra ai consigli della onnipresente Parodi. Non sarà facile, né immediato: questo, però, è il tuo obiettivo primario. Fatti trovare! Se poi la **SEO** non ha i tempi del tuo Business puoi sempre ricorrere a Google AdWords acquistando la prima posizione per quanti click preferisci.

Che tu intenda sfruttare le potenzialità offerte dalla [SEO](#) o al contrario puntare dritto ai click sfruttando Google AdWords è importantissimo non buttare i tuoi soldi in investimenti inutili. Fatti seguire da degli esperti, diversamente le cose sono due, o diventi un esperto tu (dedicando mesi o anni allo studio di questi strumenti) o starai buttando i tuoi soldi nel 99% dei casi. Non ci possiamo permettere di “provare” a guidare un boing 747 chiaro? Sbagliare gli investimenti in questa fase rappresenterebbe l’errore più grande.

Vuoi sviluppare un piano SEO da far invidia ai tuoi concorrenti? Posso aiutarti!

[Raccontami del tuo progetto, contattami!](#)

## Fai del sano blogging

Per essere trovato dai clienti devi promuovere il tuo sito, il tuo negozio online, il tuo eCommerce. La via meno dispendiosa e più efficiente - se fatta bene - per attirare traffico sul tuo portale è quello di creare e mantenere nel tempo un **blog**. Le sue funzioni sono molteplici: presenta dei contenuti di valore all’utente, il quale quindi si affiderà più facilmente al tuo brand; pubblicizza il tuo prodotto; attira traffico organico - e quindi non a pagamento - sul tuo portale; attiva un naturale processo di passaparola, che potrebbe coinvolgere alla lunga anche i **blogger specializzati nel tuo settore**; infine, ti permette di entrare in possesso dei dati dei potenziali clienti, attraverso il processo di *lead generation*.

E cosa te ne puoi fare degli indirizzi email dei tuoi utenti? Lo scoprirai al prossimo punto. Un’altra pratica molto utile per farsi conoscere è quella cosiddetta del “Guest Posting”, ovvero, scrivere articoli di grande valore da pubblicare poi su blog esterni al tuo. Questa pratica ti aiuterà a farti un nome guadagnando al contempo dell’ottimo traffico verso il tuo sito web.

Vuoi fare Blogging e ti serve una mano? Posso aiutarti!

[Raccontami del tuo progetto, contattami!](#)

## Email Marketing: segui il cliente

Non è però detto che sia sempre il cliente a dover arrivare di volta in volta, in piena autonomia, fino al tuo prodotto: attraverso l’attività di **Email Marketing** puoi invertire questo passaggio, bussando direttamente alla casella di posta elettronica di quei potenziali acquirenti che ti hanno dato il permesso di farlo, così da promuovere il tuo prodotto, senza dover aspettare i lunghi tempi richiesti dal posizionamento sui motori di ricerca (SEO). In ogni caso, non sottovalutare mai l’importanza dei dati dei tuoi utenti: Grazie all’Email Marketing potrai promuoverti sui tuoi nuovi iscritti, incentivando i vecchi utenti a ritornare

sul tuo sito.

Se svolte correttamente le attività di Email Marketing sanno essere attività incredibilmente produttive.

Vuoi fare Email Marketing e ti serve una mano? Posso aiutarti!

[Raccontami del tuo progetto, contattami!](#)

## **Entra in un programma di affiliazione**

Un metodo molto efficiente per aumentare le vendite di un prodotto online senza spendere delle cifre spropositate è quello di unirsi ad un **programma di affiliazione**. In parole molto semplici, in questo modo affidi parte delle tue vendite a degli agenti esterni, ovvero a degli affiliati, i quali ricevono solo e unicamente una commissione sulle eventuali transazioni le quali, grazie alla loro intermediazione, sono andate a buon fine. Le percentuali di commissione variano di caso in caso: sta a te trovare il programma di affiliazione più adatto per promuovere e vendere il tuo prodotto.

## **Pubblicità gratis? Contatta dei blogger**

Il tuo obiettivo è quello di aumentare le vendite, e per raggiungerlo devi fare in modo che il maggior numero di persone possibile venga a conoscenza del tuo prodotto. Far promuovere il tuo prodotto avvalendosi di un aiuto esterno, però, può avere dei costi importanti. Punti alla **pubblicità online gratis** e a vendere moltissimo? Un buon compromesso può essere quello di contattare dei blogger specializzati nel tuo settore di interesse: scrivigli una email personale, e domanda se puoi far recapitare a casa loro il tuo prodotto, in cambio di una sincera **recensione**. Se il tuo prodotto è buono, farai sicuramente centro: gli **influencer**, nei business online, contano tantissimo.

## **Sfrutta i social network: il caso di Pinterest**

Facebook e compagnia bella non sono solo dei luoghi in cui tenersi in contatto con i vecchi compagni di classe o postare le foto della serata in discoteca: se sfruttati a dovere, **i social network** possono essere degli strumenti potentissimi per promuovere il tuo prodotto.

Prendiamo per esempio **Pinterest**: il 93% degli utenti attivi (i cosiddetti pinner) dichiarano di utilizzare questa piattaforma per pianificare i propri **acquisti**. Per centrare il bersaglio su Pinterest è dunque necessario postare il proprio prodotto durante le ore di punta, attraverso delle fotografie esplicative ma soprattutto ben fatte: il livello di qualità delle immagini, su questo social, è particolarmente alto.

## Come promuovere un prodotto attraverso Facebook

Nel mondo ci sono circa 1,65 miliardi di persone che si connettono a Facebook almeno una volta al mese; 1,09 miliardi di utenti, invece, entrano nel social di **Zuckerberg** tutti i giorni. Quale significato possono avere per te queste cifre? Molto semplice: significano che anche il tuo prodotto deve essere presente su Facebook, perché lì stanno moltissimi dei tuoi potenziali clienti. Visto come una piattaforma di **advertising**, Facebook è uno strumento mirabile, con la possibilità di targetizzare il pubblico in maniera molto dettagliata, attraverso le **Custom Audience, i pubblici personalizzati offerti da Facebook**.

Vuoi promuovere il tuo prodotto, brand o servizio sfruttando Facebook in maniera incredibile? Posso aiutarti!

[Raccontami del tuo progetto, contattami!](#)

## Publicizzare un prodotto con Instagram

Proprio così, anche **Instagram** può diventare una buona piattaforma per promuovere il tuo prodotto: è il terzo social al mondo con 400 milioni di utenti attivi, posizionandosi dietro a Facebook e a **YouTube**. La sua crescita è stata rapidissima, e continuerà nel tempo; proprio per questo motivo, tale canale può essere sfruttato in modo intelligente per pubblicizzare la tua idea. Anche qui, come su Pinterest, bisogna puntare su fotografie accattivanti, ma anche su video in stop motion o perfino contest. Ovviamente, il mio consiglio è quello di non buttarti di pancia e tutto d'un colpo sull'intero universo dei social network: inizia da Facebook, e poi passa gradualmente agli altri, creando in ogni singolo caso una strategia dedicata e su misura.



## Il lancio prodotto attraverso le piattaforme di crowdfunding

Uno strumento peculiare della rete sono le **piattaforme di crowdfunding**, come Kickstarter, Eppela e Indiegogo, famosissime a livello internazionale e davvero efficaci per lanciare delle idee particolarmente innovative. Insomma, ti basti ricordare che **Barack Obama** è diventato presidente degli Stati Uniti anche grazie ai soldi donati dai suoi elettori durante la campagna elettorale, proprio attraverso il crowdfunding: questo ha dimostrato una volta per tutte che per avere successo non è indispensabile essere appoggiati dalle grandi lobby industriali. Due sono le principali funzioni di una piattaforma di crowdfunding: da una parte il tuo prodotto viene promosso, dall'altra la tua impresa riceve dei finanziamenti vitali per il suo sviluppo. Ora dovresti avere le idee più chiare su come promuovere un prodotto ma non è ancora tutto.



## **Contatta Roberto**

la prima [consulenza web](#) è sempre gratuita!

[Si lo voglio!](#)

## **Creare pubblicità online a basso costo**

Per pubblicizzare il tuo prodotto in modo efficace e professionale è quasi inevitabile avvalersi di un aiuto esterno. Ma non per questo devi per forza spendere dei capitali! Quello della pubblicità online gratis è spesso un miraggio, ma con dei marketplace come [Fiverr.com](#) ci si può andare abbastanza vicino. Qui potrai infatti trovare migliaia di **freelancer** in grado di creare ads, infografiche, video e tanto altro per promuovere il tuo prodotto, il tutto ad un prezzo uguale o minore di 5 dollari: provare per credere.

---

## **Conclusioni**

Eccoci finalmente arrivati in fondo alla tana del Bianconiglio. Adesso dovresti avere le idee più chiare **su come promuovere un prodotto**: hai targetizzato il tuo pubblico, hai preparato il tuo piano di vendita, hai testato il tuo prodotto, hai ricevuto i primi feedback, hai impostato la tua strategia di promozione online sui più vari canali.

E adesso?

Adesso devi continuare a **ottimizzare il processo**, usando tutte le armi che la rete mette a tua disposizione per veicolare il tuo messaggio in modo ancora più efficace, in grado di convincere sempre più utenti dall'altra parte dello schermo.

Insomma, ora devi iniziare a sbatterci davvero la testa. Prova e riprova, e non lasciarti mai scoraggiare: con tutti questi strumenti che ti ho presentato, e tutti gli altri che scoprirai giorno dopo giorno, il futuro della tua attività imprenditoriale e commerciale è davvero nelle tue mani.

Ricorda: Convincerli è molto più importante che raggiungerli. Investi i tuoi soldi e le tue energie per creare una comunicazione efficace, sfrutta tutti gli strumenti a tua disposizione per veicolare il tuo messaggio e assicurati che le persone entrate in contatto con la tua offerta commerciale ne siano entusiaste. Promuovere il tuo prodotto è importantissimo ma il vero obiettivo è venderne il più possibile!

Fai marketing ascoltando, non strillando.  
Un abbraccio.

**Che mi racconti di bello?**