



Guida alla creazione del Lead Magnet efficace

Ecco cosa trovi nella guida:

Cos'è un lead magnet e a cosa serve?	1
Come creare un buon lead magnet per la tua attività	2
Dettagli tecnici di un buon lead magnet	2
A questo punto, come promuovere il mio lead magnet e dove "inserirlo"?	3
Conclusione	4

Cos'è un lead magnet e a cosa serve?

Il lead magnet è un contenuto, un incentivo, insomma quel "qualcosa" che stimola il tuo cliente tipo a lasciarti i dati, come l'email o il numero di cellulare, per ricontattarlo in seguito. Le persone non amano dare alle aziende le loro informazioni personali, questo è il motivo per cui in cambio devi regalare un incentivo.

Facciamo un esempio: per raccogliere nuovi contatti su Facebook, crea un'inserzione proponendo il download gratuito di un report. Solo in cambio dell'email, potranno scaricare il file. Ecco, il lead magnet è quel report.

Per funzionare e permetterti di raccogliere contatti, un buon lead magnet deve essere:

- **Specifico**, ovvero deve risolvere un problema specifico nella mente del tuo target
- **Di valore**, cioè i tuoi potenziali clienti devono percepire che quel lead magnet darà loro un valore aggiunto, devono assolutamente volerlo, dovrebbero pensare: *"vabbè, se mi chiedono solo nome e email per scaricare questo, certo che gliela do subito, cosa mi costa!"*

Come creare un buon lead magnet per la tua attività

Ora andiamo al sodo: come creare il tuo lead magnet? Come fare a trovare quel "qualcosa" che sia così interessante per il tuo target, tanto da lasciarti il contatto?

Ecco alcuni consigli PRATICI che abbiamo raccolto e provato sulla "nostra pelle" nel corso degli anni:

- Trova informazioni inerenti il tuo mercato (leggi i blog, i commenti dei post, cerca di capire cosa vogliono sapere le persone – cerca ispirazione nei social media)
- Guarda anche Youtube: dai un occhio ai video con più visualizzazioni e da lì capisci cosa interessa al tuo target. Quali sono le domande a cui cerca risposta?

Esempio: gestisci un vivaio? 🔍 Cerca su Youtube una parola chiave del tuo business, tipo: "fiori". Ti compariranno tanti risultati, tra cui video come "Come curare le azalee, le camelie e le eriche. Tutti i consigli". Questo video ha 47.026 visualizzazioni, ciò significa che è un argomento interessante per il tuo target!

- Dai un occhio anche alle recensioni Amazon, lì ci sono interessanti recensioni su prodotti, portando alla luce problematiche, necessità e opinioni sulla tua nicchia di riferimento
- Parla al tuo pubblico, chiedi direttamente a loro. Per esempio, fai dei sondaggi, sfrutta le stories di Instagram per chiedere ai tuoi seguaci se preferiscono un argomento o un altro. Dai dati del sondaggio, avrai un feedback immediato su cosa interessa!

Ricorda: il lead magnet deve essere SEMPLICE – facile da utilizzare (una soluzione relativamente veloce da realizzare e di elevato interesse per quasi tutti sono le checklist!)

Dettagli tecnici di un buon lead magnet

Quali sono le caratteristiche di un buon lead magnet?

- Lunghezza 2-5 pagine
- Disponibile in formato PDF
- Poche scritte, molto visivo (foto o immagini)

- Sono ottime le infografiche
- Molto specifico
- Non dimenticare le tue informazioni di contatto alla fine! (Se ti contattano dopo aver ricevuto il lead magnet è il top [↑]_{TOP})

Ed infine scegli il titolo: deve essere incisivo ed invogliare a volerlo ottenere a tutti i costi! Alcuni esempi?

- Le 10 bufale sul cibo: come evitare tranelli nella dieta
- Ultimi giorni prima del matrimonio: la checklist che devi avere
- La ultime novità sul digital marketing

Ricorda: il lead magnet può essere anche l'iscrizione ad un evento, corso o webinar, oppure una serata formativa su qualcosa di specifico di forte interesse (es. una degustazione per un ristorante, con un prezzo amico!).

A questo punto, come promuovere il mio lead magnet e dove "inserirlo"?

Ora hai in mano il tuo lead magnet (ti deve convincere, devi pensare che sia davvero di valore per il tuo cliente tipo), non ti resta che inserirlo in una landing page e promuoverlo ✓

Ma come?

Vediamo insieme passo passo cosa fare e come farlo, in modo che sia di immediata comprensione:

1. Creaa una Squeeze Page, ovvero una landing page ottimizzata per la raccolta dei contatti, in cui chiederai le informazioni che desideri al tuo audience. Potrebbero per esempio essere nome, cognome, email o cellulare.

2. Per ottenere il tuo lead magnet (che hai preparato con tanta fatica 😊), gli utenti ti dovranno lasciare i loro dati: il tuo obiettivo è poterli ricontattare!
3. Una volta creata la landing page (con uno strumento adeguato che ti permetta di inviare in automatico un'email con il lead magnet quando l'utente si iscrive), inizia la promozione 📣
4. Usa tutti i canali a tua disposizione: Facebook (post, FB Ads, stories), Instagram (anche qui, dai risalto alla racconta dati nelle IG stories ed utilizza le sponsorizzate Instagram) , manifesti in negozio da tenere in vetrina e vicino alla cassa.
Insomma, devi far sapere ai tuoi potenziali clienti che il PDF, il corso, la checklist, il video (o quello che hai deciso) è a loro disposizione GRATUITAMENTE, compilando solo un semplice form!
5. Al nuovo lead arriverà in automatico l'email con il lead magnet e tu potrai iniziare il dialogo con lui.

Vuoi vedere alcuni esempi di Squeeze page? Eccoli!

👉 <https://vqui.it/w/sezdd7sC>

👉 <https://vqui.it/w/ELYG2XR6>

Conclusione

Queste pagine sono state realizzate con la nostra piattaforma Sms hosting, non serve avere alcuna competenza specifica per realizzarle e puoi partire da una versione gratuita dello strumento, senza la necessità di acquistare nulla.

Che ne dite? Siete pronti per promuovere il vostro lead magnet? Ricordate: avere i dati dei clienti è fondamentale, li potrai ricontattare, coccolare, affinché diventino in primis clienti, e poi clienti fedeli

♥ Il contatto è una delle risorse più importanti che un'azienda possa avere.