

INDICE

Gli autori	vii
Introduzione	ix
<i>Parte I</i>	
<i>Le tre fasi della relazione</i>	
Capitolo 1 – Quel piano di marketing di cui non ti pentirai mai	3
Il piano di marketing in cinque passi che funziona	4
Questo piano ti tirerà fuori dal buco	4
Capitolo 2 – Le fasi vere e proprie di una relazione	7
Il percorso compiuto da ogni cliente	8
Fase 1: Curiosità	9
Fase 2: Illuminazione	11
Fase 3: Impegno	14
Capitolo 3 – Un'introduzione alla checklist di Marketing Facile	19
Non essere invisibile	20
Marketing Facile ti aiuterà a far sì che le persone ricordino la tua offerta	20
La checklist di Marketing Facile	22
L'esecuzione è fondamentale	23
<i>Parte II</i>	
<i>Crea il tuo funnel di vendita</i>	
Capitolo 4 – Crea il tuo slogan	29
Parole che costruiscono mondi	29
Parole che forzano le serrature	30
Parole che aprono le porte	30
Ecco come creare il tuo slogan	31

Fase 1: Il problema	31
Fase 2: La soluzione	34
Fase 3: Il risultato	36
Che cosa fare con lo slogan	40
Altri modi di usare lo slogan	40
Capitolo 5 – Un sito web strutturato che funziona	41
Tutto sta nelle parole	41
Crea un sito web che funzioni	42
Comincia da una struttura	42
Come strutturare un sito web	43
Le nove sezioni di un sito web che funziona	43
Sezione 1: L'intestazione	45
Sezione 2: La posta in gioco	53
Sezione 3: La value proposition	59
Sezione 4: La guida	63
Sezione 5: Il piano	71
Sezione 6: Il paragrafo esplicativo	75
Sezione 7: Il video	80
Sezione 8: La scelta dei prezzi	82
Sezione 9: Il cassetto delle cianfrusaglie	84
Mettiamo insieme un sito web che funziona	85
Capitolo 6 – Generatore di contatti	87
Le persone vorranno rimanere in contatto con te se sei interessante e se puoi aiutarle a sopravvivere	87
Un valore gratuito porta alla fiducia	88
Che cosa deve realizzare un generatore di contatti?	89
Quali PDF di generazione dei contatti potresti creare?	90
1. Registra un'intervista con un esperto del settore	91
2. Checklist	91
3. Crea un foglio di lavoro che i destinatari useranno più e più volte	92
4. Ospita un evento formativo	93
5. Il campionatoatore	93
6. Webinar	94
7. Sviluppa una presentazione trasformandola in un evento di generazione dei contatti	95
8. Stuzzica la curiosità	95
9. L'elenco delle insidie	96
10. Porte aperte	97
Non smettere mai di pensare ai generatori di contatti	97
Realizziamo il tuo PDF di generazione dei contatti: una guida dettagliata	98
Crea un titolo accattivante	98
Contenuti: la "ciccia" al centro	99
Che cosa fare con il generatore di contatti?	102
Promuovi il tuo generatore di contatti	103

Suggerimenti per scrivere bene	103
Verifica i tuoi metodi e adeguali secondo necessità	104
Capitolo 7 – La potenza dell’email	107
Domande importanti sulle campagne email	107
Domanda: quante email devo inviare?	108
Domanda: come posso padroneggiare l’arte di scrivere email?	108
Scriviamo qualche email!	109
Capitolo 8 – Campagne email di nurturing	111
Rimani in gioco	111
Le persone comprano quando sono pronte, ma solo se tu sei ancora nei paraggi	112
Le email di nurturing consentono di restare in partita	112
E l’annullamento dell’iscrizione?	113
A quale scopo deve adempiere un’email?	113
La struttura di una sequenza di nurturing di base	114
Tipi di campagne email di nurturing	115
Inizia con calma e goditi il processo	123
Dove ottenere idee sulle email?	123
Capitolo 9 – Campagne email di vendita	125
Offri al cliente qualcosa da accettare o rifiutare	125
Non tutti sono disposti a impegnarsi	126
Che cosa viene prima? La campagna di nurturing o quella di vendita?	126
Creiamo la campagna	128
Capitolo 10 – Come eseguire il funnel di vendita di Marketing Facile	131
L’esecuzione è fondamentale	131
Programma sei riunioni in modo da essere certo di completare tutto	131
Riunione n. 1: Obiettivo	132
Riunione n. 2: BrandScript e slogan	133
Riunione n. 3: Struttura del sito web	136
Riunione n. 4: Generatore di contatti e sequenza di email	139
Riunione n. 5: Perfezionamento dei contenuti	141
Riunione n. 6: Analisi dei risultati e ottimizzazione	143
Conclusioni	145
Indice analitico	147