

STRATEGII EFICIENTE DE MARKETING DIGITAL

1. SEO

Nu există nimic mai important pentru marketingul digital decât SEO, ceva care ar putea încă să te mistifice în complexitatea sa continuă. Deși este adevărat că algoritmi Google pot deveni în continuare confuzi, puteți înțelege mai bine cum funcționează atunci când lucrați mai mult cu conceptul.

Este întotdeauna mai bine să ai un expert care să gestioneze SEO pentru tine dacă vrei să reușești cu adevărat. Deși puteți învăța câteva elemente de bază, veți dori ca cineva care a lucrat o vreme în acest domeniu să vă ajute pe deplin să realizați cele mai bune strategii.

What is HTTPS?

HTTP + **SSL** = **HTTPS**

(Hypertext Transfer Protocol) **(Secure Socket Layer)** **(Hypertext Transfer Protocol Secure)**

Defines how messages are transmitted between visitor's browser and website's server. *Protects and encrypts information sent across the Internet.* *Encrypts information sent between browser and server.*

HTTPS makes it harder for hackers to break the connection and steal personal information such as credit card numbers, addresses, passwords, etc.

HTTPS helps further protect the privacy of your visitors!

O strategie recentă implică noi cerințe HTTPS care deja afectează rezultatele SEO. Dacă sunteți obișnuit să utilizați pagini HTTP, acum Google vă sugerează să treceți la un format HTTPS. Motivul din spatele acestui lucru este că multe formulare de contact care utilizează pagini HTTP nu sunt considerate suficient de sigure.

Acum că Google le va eticheta „neselectate”, este esențial să vă actualizați site-ul web cu desemnarea HTTPS. În caz contrar, a avea o ștampilă „nesigură” pe site-ul tău ar putea deveni o nouă literă stacojie pentru plasarea ta pe motoarele de căutare.

Un expert în servicii SEO B2B vă va ajuta să faceți această schimbare.

2. Marketingul pentru motoarele de căutare

Dacă sunteți nou în marketingul pentru motoarele de căutare, de obicei îl veți vedea prescurtat ca SEM. Este o formă de marketing pe Internet în care vă creșteți SERP-urile prin metode de publicitate plătită.

Veți dori un expert care să vă ajute și în acest domeniu, în special unul care a lucrat cu Google Ads și reclame de căutare/display. În cazul Google Ads, veți dori să vă informați mai întâi despre modul în care funcționează procesul.

Ceea ce veți aprecia cel mai mult este că Google face Google Ads ușor de utilizat prin atenția acordată personalizării. Vă permit să alegeți dacă doriți anunțuri grafice grafice, anunțuri video YouTube, anunțuri bazate pe text sau anunțuri mobile în aplicație. Toate acestea vor depinde de stilul dvs. de afaceri și de clienții vizați pe care trebuie să îi ajungeți.

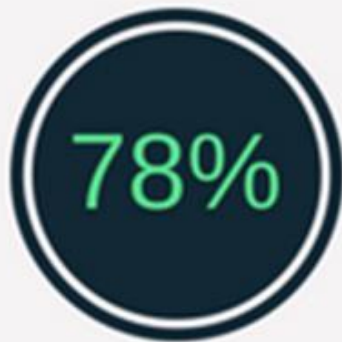
Google ușurează și mai mult cu capacitatea de anunțuri localizate, plus valori superioare pentru a urmări cât de bine funcționează anunțurile dvs.

Nu uitați de alte oportunități de anunțuri plătite, în special de reclame Facebook. Acesta din urmă vă oferă o oportunitate largă de a personaliza mai multe formate de anunțuri.

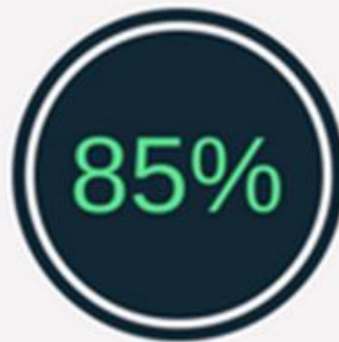
3. Marketing local de căutare

Vedeți mult mai multă atenție asupra marketingului local de căutare în ultimii câțiva ani. Va continua să fie important până în următorul deceniu, pe măsură ce întreprinderile locale își vor da seama de valoarea de a fi găsite de consumatorii locali.

Did You Know?



of local mobile searches result in offline purchases



of all customers use search engines to find local businesses



of all searches are local (that is over 2 billion local searches per day)



of local mobile searches result in a store visit by the user in the same day

Pentru a începe cu marketingul local de căutare, puteți utiliza din nou mai multe cadouri de la Google. Prin Compania mea pe Google, veți putea afișa înregistrarea în secunda în care cineva face o căutare pe Google pe baza cuvintelor cheie ale utilizatorului. Aceasta include compania dvs. care apare pe Google Maps.

Google facilitează actualizarea înregistrării dvs., astfel încât nimic să nu devină depășit.

Nu uita cât de importante sunt recenziile online, precum și reputația ta socială. Veți dori să inspirați clienții să scrie recenzii pozitive despre locuri precum Yelp. Pe rețelele sociale, începerea conversațiilor și postarea conținutului vizat vă ajută să utilizați inbound marketing. Tehnicile de intrare atrag clienții către tine, mai degrabă decât tu să-i cauți.

4. Marketing de conținut

Ca șir de legătură cu marketingul inbound de mai sus, marketingul de conținut este o parte importantă a atragerii unui public țintă. Ceea ce este esențial la marketingul de conținut este că trebuie să vă faceți conținutul valoros, relevant și consecvent pentru a-l face să merite timpul celor care îl consumă.

În zilele noastre, trebuie să vă concentrați pe crearea de conținut care poate rezolva punctele dureroase și poate rămâne veșnic verde. Utilizarea comenzilor rapide sau a tacticilor SEO cu pălărie neagră doar pentru a trece în partea de sus a motoarelor de căutare nu va funcționa datorită ochiului atotvăzător al Google.

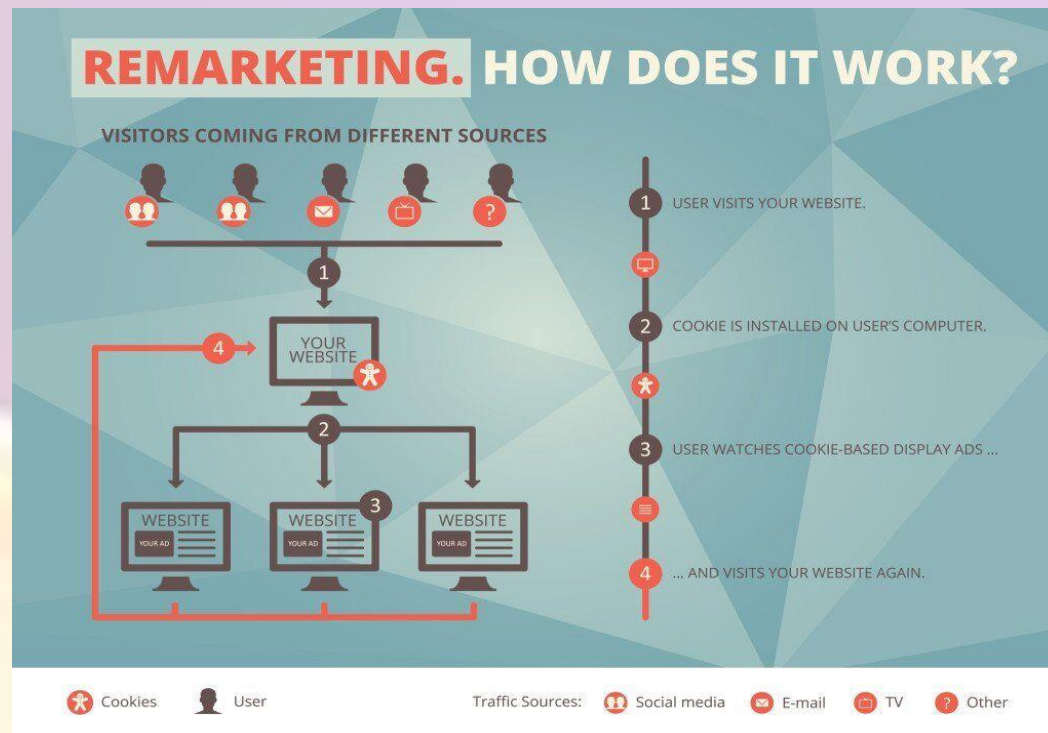
Așa că păstrați întotdeauna „conținutul este regele”, așa cum mulți le place să spună. Pentru ca marketingul de conținut să funcționeze bine, trebuie să vă concentrați pe conținutul mobil, publicitatea nativă, marketingul cu influențe și automatizarea marketingului.

Gândiți-vă serios la conținutul mobil, deoarece smartphone-urile reprezintă deja 50% din toate dispozitivele globale. Acest lucru va afecta publicitatea digitală și modul în care influențatorii vă promovează marca.

Instrumentele de automatizare trimit conținut clienților potențiali pe dispozitivele lor mobile la momentele potrivite.

5. Remarketing

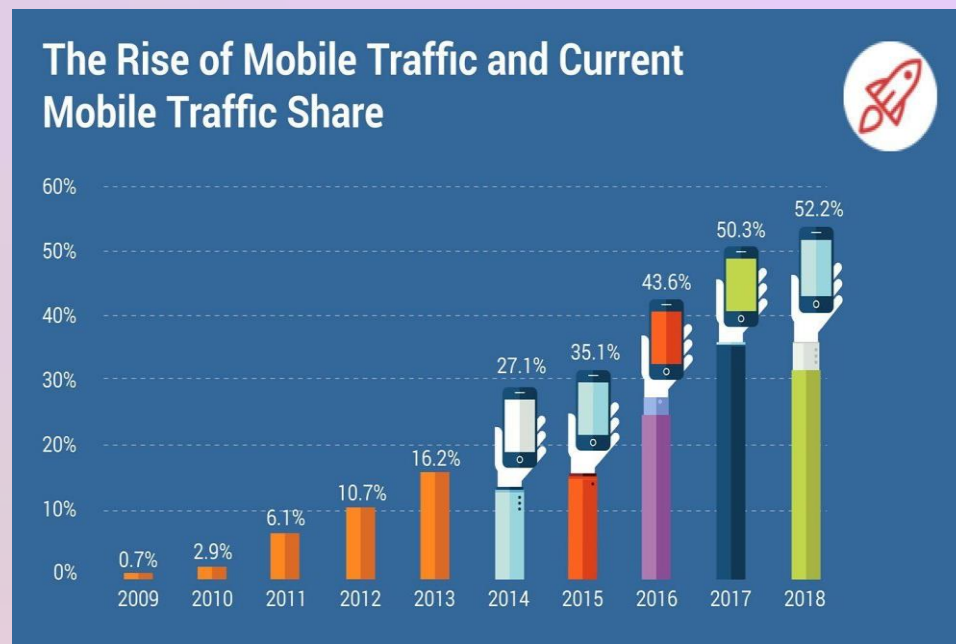
Un alt aspect critic al marketingului digital este urmărirea din nou a potențialilor potențiali cu conținut de marketing, dacă aceștia nu au răspuns la anunțurile banner ale site-ului dvs. prima dată. Acest lucru funcționează prin urmărirea acestor vizitatori prin cookie-uri și prin crearea de noi anunțuri pe site-uri conexe.



De asemenea, puteți crea anunțuri noi pe site-ul dvs. pentru a vă viza mai bine clienții potențiali. Informațiile pe care le obțineți de la vizitatorii site-ului dvs. vă oferă date valoroase pentru a vă ajusta anunțurile la punctele lor dure.

În cele din urmă, remarketingul vă ajută să rămâneți mai implicat cu clienții potențiali, ajută la cunoașterea mărcii și crește numărul de conversii. De asemenea, puteți câștiga clienții concurenților dvs., ajutând să rambursați orice investiție pe care o faceți în crearea de noi anunțuri.

6. Design Web responsiv



Ajungerea clienților prin intermediul telefonului mobil este mai mult sau mai puțin standardul acum și asta va continua în următorul deceniu. Asigurarea conformității site-ului dvs. cu ecranele mobile este una dintre cele mai esențiale părți ale marketingului digital. Singura modalitate prin care puteți face acest lucru să funcționeze cu succes este prin design web responsive.

Cu programarea responsive, puteți face site-ul dvs. web să se conformeze automat tuturor ecranelor mobile. Acest lucru va însemna mai mult de un format, inclusiv tablete și utilizarea în creștere a ceasurilor inteligente.

În timp ce va trebui să lucrați cu un designer web

pentru a face acest lucru, veți dori un expert SEO pentru un alt aspect al RWD. AMP (sau Accelerated Mobile Pages) este un nou cod open-source care ajută la încărcarea mai rapidă a paginilor web mobile.

Google acordă prioritate site-urilor web care folosesc acest lucru, așa că ia-o în serios. Este util mai ales dacă aveți un site de publicare sau postați conținut pe site-ul dvs. în mod regulat.

7. Marketing prin e-mail

Fără îndoială că ați făcut ceva marketing prin e-mail, dar cât de eficient este în atingerea țintelor dorite la momentele potrivite? Marketingul prin e-mail este deja un instrument excelent pentru a genera mai multe clienți potențiali decât este posibil prin orice altă metodă de marketing. De asemenea, puteți crește vânzările și ratele de conversie.

Dacă suferiți deja din cauza cheltuielilor excesive pentru alte activități de marketing digital, marketingul prin e-mail este una dintre cele mai accesibile metode existente. În unele cazuri, este gratuit, cu excepția cazului în care se utilizează servicii externalizate.

Deoarece îl puteți combina cu alte medii, este, de asemenea, una dintre cele mai integrate metode de marketing. Puteți adăuga pictograme de distribuire socială, plus sisteme de recompensă de recomandare. Marketingul prin e-mail vă ajută în cele din urmă să vă scurtați ciclurile de vânzări atunci când utilizați conținut convingător.

8. Social Media Marketing

Fără îndoială că ați postat deja conținut pe rețelele sociale.

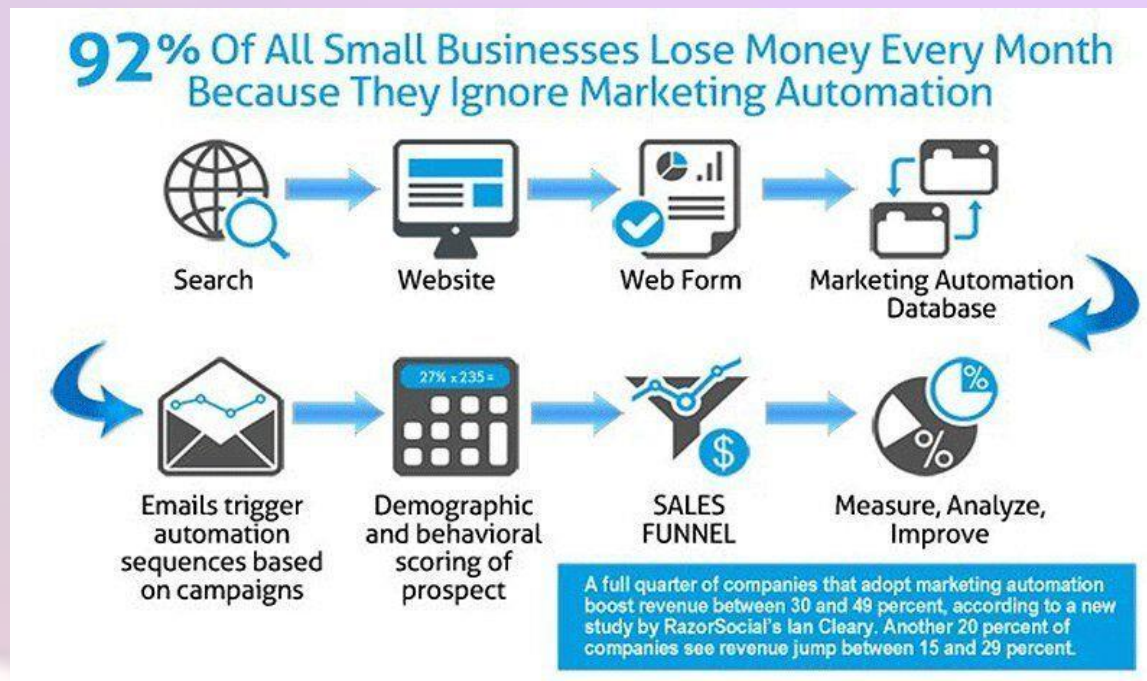
Pentru a capta publicul de astăzi, Forbes observă diverse lucruri, inclusiv automatizarea pentru a posta conținutul dvs. atunci când știți că publicul dvs. citește.

Folosirea unor instrumente precum Hootsuite pentru programarea postării vă ajută enorm atunci când ajungeți la utilizatori din alte fusuri orare.

De asemenea, veți dori să organizați un conținut, dacă este posibil, pentru a vă dovedi influența. Nu fi prea mândru să faci asta, deoarece adaugă strălucire expertizei și mărcii tale. Când selectați conținut de la alții, probabil că aceștia vă vor reciproc.

În plus, nu uitați să angajați influenți care să posteze conținut pentru dvs. pe canalele de social media populare.

9. Marketing automatizat



După cum puteți vedea, automatizarea marketingului este un element important în multe tehnici de marketing digital. A ști mai multe despre aceasta, în general, ar trebui să devină o prioritate de top, deoarece devine un standard pentru companiile din întreaga lume.

Cu 91% dintre companiile de succes spunând acum că automatizarea este foarte importantă pentru succesul lor, puteți obține o viziune despre prezentul și viitorul marketingului.

Pentru a avea succes cu aceasta, încercați să căutați o platformă CRM cu automatizare de marketing încorporată. Acestea pot funcționa bine împreună, deoarece CRM-ul dvs. are deja informații de contact.

Automatizarea conținutului de marketing direct în lista de contacte vă ajută să vă integrați marketingul într-un singur loc, mai degrabă decât să utilizați surse dispartate.

Ceea ce este cel mai important cu automatizarea este să vă păstrați conținutul consistent pe toate canalele pentru a evita confuzia de brand.

10. Influencer Marketing

Te-ai gândit cum poți face o campanie de marketing digital fără a fi nevoie să cheltuiești o avere? În timp ce puteți economisi bani făcând marketing prin e-mail și tehnici de intrare, angajarea de influenți face același lucru.

Dacă crezi că angajarea de influenți pentru a-ți promova brandul online înseamnă angajarea celebrităților, gândește-te din nou. O persoană influentă pe rețelele sociale nu trebuie să însemne întotdeauna a fi o celebritate. Poate fi pur și simplu cineva cu mulți adepți și un istoric bun în promovarea produselor.

Forbes observă că trebuie să identifici mai întâi cei mai importanți influenți, ceea ce va implica puțină cercetare. Puteți face acest lucru făcând căutări cu hashtag-uri în locuri precum Twitter pentru a vedea ce spun oamenii despre subiecte legate de industria dvs.

Luați legătura cu acești influenți pe rețelele sociale și întrebați-i dacă ar fi dispuși să vă promoveze marca. Unii s-ar putea oferi să o facă în schimbul unor produse gratuite. Cu toate acestea, majoritatea vor cere o taxă.

Asigurați-vă că urmăriți rezultatele pentru a vă asigura rentabilitatea investiției. Rețineți că cei cu mai puțini urmăritori pot avea la fel de multă influență ca și cei cu de zece ori mai mulți adepți.

11. Video

În ultimul deceniu, am devenit o cultură mai vizuală atrasă de imagini din târâmurile digitale. Multe dintre acestea vin în diferite forme, dar nu există nicio întrebare video care a ajuns la vârf.

Ne aflăm acum în punctul în care mai mulți consumatori de conținut preferă videoclipurile înaintea oricărui alt mediu vizual. Statisticile recente arată că 87% dintre toți agenții de marketing online folosesc acum un fel de conținut video.

O mare parte din acestea provin de la vizionările masive pe locuri precum YouTube. Indiferent, locul unde postezi videoclipuri nu va conta fără conținut convingător.

Videoclipul personalizat a devenit o normă în ultima vreme, sau cel puțin unul care se adresează direct punctelor dure ale spectatorilor vizați. Același lucru este valabil și pentru a face afacerea dvs. să pară mai umană.

Marketingul video de succes poate însemna tururi în culise ale afacerii tale sau mărturii care să arate latura umană a mărcii tale. Aceasta înseamnă să acordați atenție unei tendințe majore în marketingul video: Storytelling.

Când puteți spune o poveste convingătoare despre afacerea dvs. și puteți demonstra că puteți rezolva problemele clienților, aveți o formulă care nu poate fi ratată. De asemenea, este inteligent să vă păstrați videoclipurile cât mai scurte posibil, dacă nu într-o serie. Perioada de atenție este la fel de scurtă ca întotdeauna și va trebui să vă spuneți povestea într-un mod compact, cu un cârlig (hook) convingător.

12. Revizuirea paginilor de destinație

Dacă ați creat deja o pagină de destinație ca parte a campaniei dvs. de marketing digital, sunteți sigur că clienții potențiali care au vizitat-o înainte vor reveni?

Aceasta este o întrebare care ar trebui să devină nucleul central al eforturilor tale de marketing digital. Toți experții în marketing reiterează modul în care traficul paginii de destinație este nucleul unui inbound marketing de succes.

Problema este că pagina ta de destinație poate nu este foarte atrăgătoare în acest moment. Rezolvarea acestui lucru (parțial) se reduce la design web, inclusiv locul în care plasați apelul la acțiune și publicitate.

Totuși, depășește ceea ce plasați pe site-ul web. Veți dori să investiți în servicii de consultanță de publicitate PPC (plată-pe-clic) pentru a plasa reclame pentru site-ul dvs. pe canalele digitale conexe.

Alte opțiuni includ cumpărarea de sponsorizări cu alte companii sau doar simplu marketing prin e-mail. În acest din urmă caz, plasarea unui link care duce cititorul la pagina de destinație pentru conținut suplimentar este o strategie comună.

Pentru CTA, asigurați-vă că includeți unul pe pagina dvs. de pornire pentru a evita complicațiile. Chiar și un CTA la sfârșitul blogului tău oferă un șir de legătură conținutului tău pentru a atrage o altă vizită.

În plus, acordați atenție dezbaterilor „de mai sus vs. dedesubt”. Kissmetrics a remarcat că plasarea CTA depinde de lungimea paginii dvs. de destinație. O pagină mai scurtă înseamnă că ar trebui să plasați CTA deasupra folderului.

Autor: Copyright ©2023 - 2024 EURONOBEL ©®™ Toate drepturile rezervate

ÎNSCRIERI CURSURI ONLINE MARKETING

FORMULAR PAGINA CURSURI ONLINE <https://euronobel.ro/cursuri-online/>

LINK DE ABONARE COMUNITATE TIK TOK <https://vm.tiktok.com/ZGenvSRdL/>

Email: office@euronobel.ro

Telefon 0758.487.582