

5 abilità e competenze essenziali per il tuo marketing digitale

Probabilmente essere un professionista del marketing non è mai stato così elettrizzante come in questo momento.

Ogni giorno emergono nuove tecnologie, tutte pensate e create per aiutare gli addetti ai lavori ad analizzare meglio i dati, automatizzare le attività chiave e così via.

Dall'altra parte, però, il panorama si evolve a un ritmo che può apparire quasi sconcertante.

Gli algoritmi dei motori di ricerca si aggiornano, cambiano le preferenze dei consumatori, sulla scena appaiono strumenti innovativi e, ovviamente, vengono modificate le funzionalità dei vari social media.

Per questo vi è la necessità di restare sempre al passo coi tempi, di acquisire tutta una serie di abilità e metterle in pratica con efficienza per ottenere risultati concreti.

Perdere di vista quelle che sono le competenze essenziali, quelle che rendono in marketer "bravo", è un rischio da non sottovalutare.

Addirittura, può sembrare che la lista delle attività da padroneggiare sia quasi infinita. In cosa devo eccellere: analisi dei dati, creazione di contenuti, social media, tutti i suddetti o c'è ancora altro?

Nel migliore dei mondi possibili di volterrana memoria tutto ciò sarebbe forse realizzabile, ed essere esperti in ogni campo potrebbe non sembrare un traguardo sfumato tra le nebbie del marketing digitale.

In realtà, è necessario concentrarsi su alcuni aspetti piuttosto che su altri. Dare delle priorità, capire quali competenze sono più importanti e di cui si ha maggiormente bisogno per restare al passo con il mercato ed essere competitivi nel proprio lavoro.

1. Contenuti e Storytelling

Non c'è nulla di più sfuggente dell'attenzione, attirarla è una vera sfida e uno dei migliori modi di catturarla è quello di creare contenuti interessanti.

Un'abilità che diventa ancor più efficace se il contenuto è veicolato attraverso una buona storia.

I professionisti di marketing devono avere ottime doti di scrittura ed essere buoni storyteller per la semplice ragione che i clienti si identificano più di ogni altra cosa con storie avvincenti.

Le campagne di marketing di maggior successo raccontano una storia, narrazioni che creano una esperienza che resta impressa nella mente di chi legge.

I neuroscienziati hanno provato scientificamente l'incredibile effetto dello storytelling.

Il nostro cervello, quando si trova ad elaborare una storia, rilascia ossitocina. Una sostanza che stimola naturalmente le emozioni, la fiducia e l'empatia.

È perciò evidente che, se si racconta la storia giusta alle persone giuste, si ottiene la loro attenzione ed è questo il primo fondamentale passo per acquisire nuovi clienti.

Ecco perché saper scrivere è una competenza tra le più importanti, indispensabile per intraprendere delle azioni di marketing di successo.

2. Analizzare e interpretare i dati

La maggior parte delle aziende - anche le più piccole - hanno enormi quantità di dati da tracciare. Come risultato, le imprese sono in grado di comprendere i loro clienti molto meglio di prima.

Tuttavia, i marketer digitali devono capire come raccogliere e utilizzare queste informazioni a loro vantaggio in modo tale da prendere decisioni migliori.

La chiave è prestare molta attenzione a ciò che i dati dicono esattamente. I dati possono fornire una visione completa dell'efficacia degli sforzi di marketing e ci aiutano a non commettere errori

I dati, ad esempio, possono essere analizzati per:

- comprendere come si sta orientando il mercato
- conoscere il comportamento dei consumatori
- creare campagne di marketing
- ottimizzare traffico e conversioni

Il monitoraggio e la creazione di report, grazie agli strumenti di cui oggi siamo in grado di disporre, non sono particolarmente complicati, almeno a livello superficiale.

Se poi si va a leggere in profondità, a studiare i dettagli al fine di utilizzare queste informazioni in maniera proficua, allora le competenze diventano più specifiche.

La capacità di valutare la qualità dei dati e di estrarre insight spendibili è oggi una delle abilità più importanti nel marketing.

3. SEO

La SEO è stata un'attività di marketing digitale basilare fin dagli albori di Google, per far sì che il proprio sito ottenga una posizione più alta tra i risultati di ricerca.

Se vuoi nascondere qualcosa mettila nella seconda pagina di Google, recita un vecchio adagio.

L'ottimizzazione per i motori di ricerca è indispensabile ad ogni livello del marketing digitale e, come tale, ogni addetto ai lavori deve avere solide conoscenze in merito.

Questo non significa che bisogna necessariamente essere un artista della SEO super skillato, anche perché l'ottimizzazione per i motori di ricerca comprende di tutto: dal web design al copywriting.

Avere una solida comprensione delle migliori pratiche e di come ottimizzare i contenuti per essere ben indicizzati, è un'abilità davvero imprescindibile per la gestione di una campagna di marketing digitale di successo.

4. Social Media

Tutti o quasi sono sui social. La possibilità di raggiungere nuovi clienti, interagire con loro attraverso questi canali è davvero troppo, troppo importante.

Sono ormai lontani i giorni in cui era sufficiente pubblicare occasionalmente foto o aggiornamenti sui social media.

Sarebbe bello poter postare una foto di un tenero gattino che lentamente si addormenta placido, accoccolandosi dolcemente sopra le zampette dell'amico cagnolino.

Oggi, il cosiddetto social media marketing è diventato qualcosa di molto diverso e ben più complesso, tanto che i brand affidano a esperti iper-qualificati questo tipo di comunicazione.

Quello dei social è un regno vasto, comprende numerose attività che spesso si sovrappongono: scrittura, creatività, persuasione, analisi dei dati, gestione delle campagne, tanto per citarne alcune e ovviamente conoscere dettagliatamente ogni piattaforma.

Decisiva è la capacità di creare ed ottimizzare le campagne a pagamento sui social media. Mezzo ormai imprescindibile e da utilizzare regolarmente per la visibilità e migliorare l'engagement.

Comprendere il rapporto tra traffico organico e a pagamento è una immensa risorsa strategica.

5. Alimentare la propria curiosità e non smettere mai di imparare

Il marketing è un mondo che non si ferma mai.

Un moto perpetuo che deve costantemente stare di pari passo con le evoluzioni tecnologiche e con i cambiamenti nel comportamento dei consumatori.

Ciò significa che i marketer devono auto-formarsi e seguire questo flusso impetuoso per imparare il più velocemente possibile.

Qualcosa di apparentemente semplice come l'apprendimento, è diventata un'abilità essenziale per tutti coloro i quali si occupano di marketing e ancora di più di marketing digitale.

Il marketing che si impara a scuola o sui libri è molto diverso da come funziona poi effettivamente.

Per fortuna, oggi possiamo disporre di una quantità di informazioni senza precedenti. Il mondo dell'online è una risorsa di inestimabile valore per conoscere ed apprendere le nuove tendenze.

A queste indicazioni sempre disponibili, è però importante aggiungere la partecipazione a eventi, corsi di formazione e forum di settore.

Incontri in cui conoscere le ultime novità direttamente dai migliori professionisti.

Appuntamenti unici, che fanno davvero la differenza nella propria formazione professionale, meeting dove è facile incontrare e confrontarsi con colleghi e scoprire opportunità che non pensavamo potessero esistere.