

AffiloBook mod 2 "Advertising"

Pg 86 BONUS 1: advertising+
leadgeneration=grandi profitti

Lead generation

Lead nurturing

Asset's growth

Conversion

Pg 76: newsletter & solo ads

Pg 74: Altre fonti di traffico

Pg 69: Media Buy strategy

Pg 50: AdWords è la celebre piattaforma
di advertising di Google,

Traffico video, pg25, ci sono indicazioni
tecniche. <http://wistia.com/hub>, si possono
trovare tante nozioni sul video editing

Pg 33: Facebook: insieme ad
AdWords di Google, è uno dei più
potenti strumenti per fare pubblicità in circolazione.

PANNELLO DI CONTROLLO:
<https://www.facebook.com/ads/manage>

Noi useremo per la creazione il "Power Editor"
(solo con Chrome)
<https://www.facebook.com/ads/manage/powereditor/>

Sul web non è indispensabile avere
qualcosa di proprio da vendere

Advertising=investimento economico per
l'acquisto di traffico.

In un'ottica imprenditoriale, dove conta la crescita e l'economicità d'impresa, non
fare advertising significa perdere migliaia di euro in termini di fatturato.

ROI: return on investment = $(\text{ricavo} - \text{spese}) / \text{spese} \%$

IL TRAFFICO GRATUITO NON ESISTE

Traffico Organico

Traffico Social

Traffico referral

Traffico E-mail

Traffico Direct

Organico Vs Acquisto: Non c'è strategia migliore dell'unire una strategia a breve termine ad una a lungo
termine.

Produttori & Diffusori: bisogna essere 80%
del primo e 20% del secondo.

Dario's strategy: 10-20 minuti la settimana
sui social, manage Flitter si occupa di twitter
(10€ mese, vedi pg 22), bufferApp per
precaricare una sequenza di aggiornamenti
sugli account social. Social Locker per
condivisioni "forzate" quindi viralità