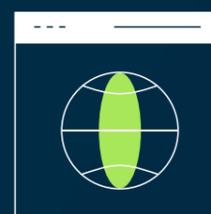


Negli scorsi numeri di MyFault abbiamo spesso parlato di strategie per l'Inbound Marketing e delle sue 4 fasi: attrarre, convertire, chiudere e fidelizzare. Ma come fare per capire se la strategia che hai attuato sta portando i risultati voluti e se quelle quattro fasi stanno funzionando al meglio?

dati inbound per aumentare le vendite

Esistono **5 dati da tenere costantemente sotto controllo** e da ottimizzare per permettere alla tua strategia Inbound di performare e aiutarti ad aumentare le tue vendite. Scopriamoli:



1

Chi visita il tuo sito?

Una volta che hai messo online i tuoi contenuti, è importante capire se oltre a generare traffico verso il tuo sito web, quelle informazioni stanno attraendo il target corretto. Ci sono diversi strumenti che ti aiutano a misurare queste metriche, dal più classico Google Analytics al più completo HubSpot.



2

Quante persone cliccano sulla CTA?

Hai messo online i tuoi contenuti, hai impostato uno strumento di analisi del traffico e adesso la cosa più importante è valutare quanto il tuo target sta rispondendo alla CTA. Per farlo, ti basta semplicemente misurare la percentuale di click (CTR) sulla CTA che hai impostato.

3

La tua Landing Page sta convertendo?

Ok, adesso che abbiamo visto che la CTA sta portando molto traffico sulla Landing Page, ci occorre capire se il form all'interno di essa sta convertendo. Questo lo si riesce a capire facilmente: confronta i numeri di click sulla CTA con quante persone hanno effettivamente compilato il form lasciando i loro dati per essere contattati. Puoi farlo comodamente da qualsiasi gestionale.



4

I contatti stanno diventando clienti?

Se ti ritrovi ad avere un database pieno di contatti, attraverso il tuo gestionale puoi misurare quante di quelle persone sono effettivamente diventate clienti acquistando il tuo prodotto. Questo è un dato molto utile, perché ti aiuta a capire se nella tua strategia è presente qualche "fallo" per cui una volta che i visitatori del sito hanno lasciato i loro contatti, hanno successivamente perso interesse.



5

Qual è la reputazione online della tua azienda?

Uno dei modi migliori per attrarre nuovi clienti e vendere il tuo prodotto è quello di avere una buona reputazione online. Se la tua azienda è menzionata sui social o nei blog di settore, significa che ti stai facendo notare e il web ne parla. Usa un software di social monitoring per tenere traccia di tutto questo e per verificare che se ne stia parlando bene.