

WooCommerce: incentivare la condivisione dei tuoi prodotti in cambio di uno sconto

È difficile immaginare la nostra vita senza social network.

Che sia per lavoro o per divertimento, ogni mese quasi 1 miliardo e mezzo di utenti sono attivi su Facebook, con un tempo medio di quaranta minuti al giorno per gli utenti americani.

Quaranta minuti possono sembrare pochi, ma se consideriamo che il tempo medio speso su un sito internet è di 15 secondi, è facile capire come (in proporzione) sia smisurato.

Questo vuol dire che **ogni persona passa circa 250 ore all'anno su Facebook, come se ci stesse per più di 10 giorni, 24 ore su 24.**

Con questi dati alla mano, è facile capire come Facebook (e con lui altri social network) rappresenti una potenziale miniera d'oro per chi, come noi, lavora su internet.

Per questo motivo solitamente un'azienda o un privato che vende online può adottare tre diverse strategie.

1. Creare una pagina Facebook per attirare clienti e interagire con essi

Per quanto questo sia un punto FONDAMENTALE, in quanto ogni attività che opera sul web (e non solo) dovrebbe avere una propria pagina su Facebook, purtroppo le meccaniche stesse del più grande social network del mondo non ci aiutano affatto.

Infatti, soprattutto negli ultimi tempi, la visibilità delle Pagine Facebook è stata stravolta e limitata a bassissime percentuali.

Nel migliore dei casi, il proprietario della Pagina non riesce a raggiungere più del 50% di coloro che hanno messo "mi piace", spesso rimanendo bloccato sul 20/30%.

Perché il sistema funziona in questo modo? Ci sono varie teorie, più o meno accreditate, di cui però non discuteremo in questo articolo.

Quello che mi premeva dire è che nonostante sia un mezzo di cui non possiamo fare a meno, la pagina Facebook è anche uno strumento spuntato.

2. Integrare il proprio store sulla pagina Facebook

Ovviamente questa strategia risente delle conseguenze del primo punto, ma non solo.

Nonostante sia vero che integrare uno store su Facebook sia utile in quanto il cliente non è costretto ad aprire link ed uscire dalla sicura piattaforma di Zuckerberg, aumentando la possibilità che venga così visto l'elenco dei prodotti, questo tipo di strumento ha diversi aspetti negativi, tra cui:

- **È meno professionale di un sito internet** – Non c'è niente da dire: un'app su una pagina Facebook potrebbe essere l'ideale per un piccolo commerciante, un artigiano o un creativo con pochi prodotti ma se vogliamo mostrare la nostra professionalità, niente è meglio di un sito creato alla perfezione.
- **Pessimo se hai numerosi oggetti da vendere** – Immagina di avere 20.000 prodotti da vendere... Una piccola piattaforma integrata su Facebook non mi sembra l'ideale per esporli.

Non credo che questo mezzo rappresenti la soluzione al nostro problema di visibilità... allora come fare? Come possiamo raggiungere quel potenziale miliardo e mezzo di utenti che ogni mese bazzica su Facebook? Per non parlare di tutti gli altri social network come Instagram, Google+, Twitter, LinkedIn, ect.

3. Incentivare la condivisione dei tuoi prodotti sui social con WooCommerce

Uno degli strumenti più efficaci per sfruttare al meglio il potenziale dei social network è quello di incentivare i clienti a condividere i nostri prodotti sul proprio profilo.

In che misura è efficace questa funzione?

- **Sfrutta la portata** (ancora intoccata) **dei profili Facebook**: se una persona ha 600 amici, potenzialmente puoi raggiungere 600 persone con una sola condivisione.
- **Crea un effetto a catena**: se tra questi 600 utenti ce ne sono anche solo 2 interessati ai tuoi prodotti che li condivideranno a loro volta, hai dato il via a una potenziale onda di condivisioni.
- **Sfrutta la fiducia**: a condividere un prodotto non è stata l'azienda, che ha tutto l'interesse nello spacciare un prodotto per buono. No, è stato il mio amico/genitore/vicino di casa... di lui posso fidarmi.
- **Ti permette di aumentare la tua visibilità** al di là dei clienti che già ti conoscono e hanno già messo mi piace alla tua pagina, potenziando di molto la tua capacità di acquisizione.

Ok, abbiamo capito: è uno strumento potente... ma come posso convincere i miei clienti a condividere i contenuti del mio sito?


Innanzitutto è essenziale che sul sito siano presenti i pulsanti per la condivisione social, ma spesso questo accorgimento non basta... e allora che fare?

Il modo migliore per farlo è quello di **offrire uno sconto in cambio di una condivisione su social**, in questo modo aumenti sicuramente il numero di condivisioni e spingi colui che l'ha fatta a effettuare un acquisto, grazie al **codice del coupon sconto** che gli hai dato.

Inoltre, aumenta la fedeltà dei clienti, perché si sentono premiati per aver fatto una cosa semplice a cui è stata data molta importanza.

Mi raccomando: non dimenticare il potenziale degli altri social network! Twitter, ad esempio, sta attirando sempre più utenti... sarebbe un peccato non sfruttarlo!

Infine, se hai uno store basato su WooCommerce, puoi implementare la funzione con un semplice plugin, [WooCommerce Share for Discounts](#), che ti permette di gestire automaticamente il processo di *condivisione > buono sconto* senza essere costretto a scrivere personalmente a ogni utente (cosa impossibile, soprattutto con tanti clienti... ed è a questo che miriamo, no?).



★★★★★ 4 REVIEWS

£149.90

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc fermentum tincidunt libero nec imperdiet. Etiam sed malesuada dolor. Integer id ante ut urna pretium aliquet et et quam. Fusce tempor ultricies velit non finibus. Nullam lacus nulla, vehicula vitae pharetra nec, vestibulum id odio. Nunc quis sapien vestibulum, vulputate ipsum nec, consequat erat. Nunc interdum pharetra commodo. Nullam blandit id neque id ultrices.

SHARE AND GET YOUR DISCOUNT!

[✓ Like](#) [Tweet](#) [G+!](#) [Send to a friend](#)

Your friend email *

Your email *

Message *

[Send email](#)

"Work smarter not harder", lascia che siano i tuoi clienti a farti conoscere al posto tuo!