

Come capire se la tua nuova iniziativa online avrà successo

Ovvero: la regola dei 3mila

Quando lanci un nuovo business (sia online che offline), uno dei fattori critici è capire se vi sia mercato per quello che offri.

Mi è capitato di vedere imprenditori preparare un nuovo prodotto, costituire una nuova azienda e poi... scoprire che ci sono pochissime persone interessate ai loro prodotti o servizi!

Allora la domanda chiave diventa: **come capire se c'è un pubblico pronto ad acquistare le tue offerte?**

A questo proposito, desidero mostrarti una delle regole pratiche che utilizzo. Non è la più precisa, non è la più sofisticata, però è quella che uso più spesso. Perché pratica e soprattutto **veloce**.

Sto parlando della **regola dei 3mila**. Ecco come funziona...

1. Pensa a quali parole chiave utilizzano su Google le persone che cercano i tuoi prodotti o servizi

Ad esempio, se hai un'azienda di recupero crediti, la parola chiave potrebbe essere appunto "recupero crediti".

Se vendi prodotti fitness, ad esempio panche ad inversione, allora il tuo pubblico probabilmente andrà su Google e cercherà "panche inversione" o "panche ad inversione".

Se hai un'azienda che propone interessanti investimenti immobiliari in Italia e nel mondo, probabilmente il tuo pubblico cerca "investimenti immobiliari" oppure "investire in immobili", oppure anche "investire in terreni".

Fai una lista delle possibili parole chiave cercate dai tuoi clienti.

Fatta? Ok, adesso vediamo il passo successivo...

2. Utilizza lo strumento delle parole chiave di Google Adwords

Google ci dice quante volte in un mese una data parola chiave è cercata su Google e sulla rete di ricerca (altri motori di ricerca collegati a Google).

Questa informazione è utilissima.

Ad esempio, ipotizziamo che proponi modelli radiocomandati.

Potresti scoprire se sono di più le persone che su Google cercano “barche radiocomandate” oppure quelle che cercano “elicotteri radiocomandati”.

Ecco come fare... Visita questa pagina, che contiene lo strumento delle parole chiave di Google Adwords:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=2>

Su questa pagina puoi scrivere le tue parole chiave (quelle che avevi selezionato prima). E potrai scoprire alcune statistiche interessanti.

Comprese le altre parole chiave che il tuo pubblico cerca: in modo da farti un'idea dei loro gusti e desideri.

Ad esempio, proviamo a scrivere “hotel venezia”, tanto per farci un'idea:

Inserisci una parola chiave o una parola chiave composta da più termini per ogni singola linea:

hotel venezia

Utilizza sinonimi

Digita i caratteri visualizzati nell'immagine sottostante. [?](#)



Le lettere non distinguono tra maiuscole e minuscole

► [Filtra i miei risultati](#)

Trova idee per le parole chiave

Quei caratteri strani da ricopiare nella casella sotto costituiscono per Google uno strumento di verifica che la ricerca non viene svolta da un programma. Te li chiederà una volta sola, quindi nessun problema.

Ecco il risultato:

Parole chiave	Volume di ricerca medio approssimativo	Tendenze del volume di ricerca (mag 2007 - apr 2008)	Volume più elevato in	Tipo di corrispondenza: Esteso
Parole chiave correlate ai termini inseriti - ordinate per pertinenza				
hotel venezia	165.000		apr	Aggiungi
palace hotel venezia	1.600		ott	Aggiungi
hotel venezia cannaregio	320		set	Aggiungi
hotel lido venezia	4.400		ago	Aggiungi
hotel venezia 2000	260		mag	Aggiungi
principe hotel venezia	880		gen	Aggiungi
monaco hotel venezia	880		nov	Aggiungi
cipriani hotel venezia	720		set	Aggiungi
danieli hotel venezia	1.900		set	Aggiungi
carlton hotel venezia	480		gen	Aggiungi
rialto hotel venezia	720		gen	Aggiungi
continental hotel venezia	480		apr	Aggiungi
canal hotel venezia	1.000		gen	Aggiungi
concordia hotel venezia	390		gen	Aggiungi
metropole hotel venezia	590		gen	Aggiungi
ala hotel venezia	480		feb	Aggiungi
bonvecchiati hotel	400		...	Aggiungi

Come vedi, 165mila persone ogni mese cercano “hotel venezia” su Google e sulla rete di ricerca.

Dalla stessa pagina, vedi le ricerche specifiche per termini correlati.

Ad esempio, scopri che 1.900 persone al mese cercano “hotel danieli venezia”, e che 880 persone al mese cercano invece “principe hotel venezia” e 4.400 cercano “hotel lido venezia”.

Tutti dati molto interessanti se operi in questo mercato, perché ti danno spunti e curiosità sugli alberghi più conosciuti in città e sulle zone di Venezia cercate per andare in albergo.

Vediamo un altro esempio... ad esempio se vendi “carrelli elevatori”:

Parole chiave	Volume di ricerca medio approssimativo [?]	Tendenze del volume di ricerca (mag 2007 - apr 2008) [?]	Volume più elevato in	Tipo di corrispondenza: [?] Esteso
Parole chiave correlate ai termini inseriti - ordinate per pertinenza [?]				
carrelli elevatori	40.500		apr	Aggiungi [?]
carrello elevatori	390	Nessun dato	Nessun dato	Aggiungi [?]
carrelli elevatori elettrici	1.000	Nessun dato	Nessun dato	Aggiungi [?]
carrelli elevatori usati	2.900		mar	Aggiungi [?]
noleggio carrelli elevatori	1.600		apr	Aggiungi [?]
prezzi carrelli elevatori	320		nov	Aggiungi [?]
prezzo carrelli elevatori	36	Nessun dato	Nessun dato	Aggiungi [?]
carrelli elevatori manuali	390		gen	Aggiungi [?]
ricambi carrelli elevatori	720		gen	Aggiungi [?]

Anche in questo caso i dati sono utilissimi. Su Google Italia, ci sono oltre 40mila ricerche ogni mese per “carrelli elevatori”. Se sei in questo mercato e proponi offerte interessanti, è certamente una buona notizia!

Puoi affinare i dati presentati, cambiando il tipo di corrispondenza (io uso spesso quella a “frase”) e cambiando i dati visualizzati.

Ed ora siamo al terzo passaggio chiave...

3. Stima i potenziali clienti che potresti ottenere

Ed è qui che entra in gioco la regola del 3mila.

Funziona così: vedi il numero del volume di ricerca medio approssimativo? Per sapere quanti clienti potresti ottenere ogni mese, lanciando una campagna con Adwords, dividi quel numero per 3mila.

In pratica la regola del 3mila dice che ogni 3mila ricerche su Google per le tue parole chiave, otterrai un nuovo cliente.

Ad esempio... $40.500 / 3.000 =$ quasi 14 nuovi clienti al mese!

E abbiamo considerato una sola parola chiave!

Questi dati sono conservativi, perché ipotizzano che tu usi solo Adwords, e solo sulla rete di ricerca. E che proponi i tuoi prodotti solo in Italia.

Non teniamo conto né della rete di contenuto di Adwords, né di altri modi di portare traffico al tuo sito, né di una possibile espansione internazionale.

Quindi, facendo le cose per bene, i numeri previsti con la regola del 3mila possono essere assai più elevati.

Come tutte le regole approssimative, non pensare che questa regola sia perfetta. Però è comoda e ti dà subito un'idea della dimensione del mercato.

Alcune possibili correzioni

Con l'esperienza, diventerai sempre più abile ad utilizzare la regola del 3mila e a modificarla.

Ecco qualche esempio...

Se ti trovi in un mercato con poca concorrenza, allora è più facile acquisire clienti. Ad esempio, potresti acquisire un cliente ogni 1.000 ricerche su Google.

Viceversa, se i concorrenti sono tanti e con offerte validissime, allora il gioco diventa più difficile. Diciamo che in quel caso, potresti prendere un cliente ogni 5mila ricerche su Google.

Se ti rivolgi ad un pubblico locale (e punti su parole chiave locali, come ad esempio "calzolaio roma" allora è più facile acquisire clienti. Diciamo un cliente ogni 800 ricerche su Google.

E così via...

2 accorgimenti pratici

Ecco altri 2 accorgimenti pratici, per quando fai questo tipo di analisi.

Come prima cosa, tieni presente che per aver successo quando promossa su web, la tua offerta dovrà essere interessante. Se i tuoi concorrenti presentano offerte migliori, allora parti nettamente svantaggiato.

Verifica quindi cosa offrono gli altri, cosa sembra vendere di più e in che modo la tua offerta può essere competitiva sul mercato.

Il secondo accorgimento riguarda la scelta delle parole chiave. Quando fai l'analisi con la regola dei 3mila, usa parole chiave attinenti al tuo mercato.

Se ad esempio vendi appartamenti a Firenze, non guardare la sola parola chiave "appartamenti"; cerca invece parole chiave come "appartamenti Firenze", "immobili Firenze", "agenzie immobiliari Firenze" e così via.

I prossimi passi

Questo che ti abbiamo mostrato è uno dei possibili modi per trovare e valutare opportunità di mercato interessanti.

Ci sono anche altri metodi, ancora più interessanti e sofisticati, che ti mostreremo in futuro.

In più, prossimamente metteremo a tua disposizione anche le strategie e gli strumenti per approfittare al meglio di queste opportunità.

Strategie e strumenti utili sia che tu sia un imprenditore (o se stai per lanciare un nuovo business), sia che tu sia un consulente marketing in cerca di nuove metodologie interessanti da utilizzare nei progetti con i clienti.

A presto!