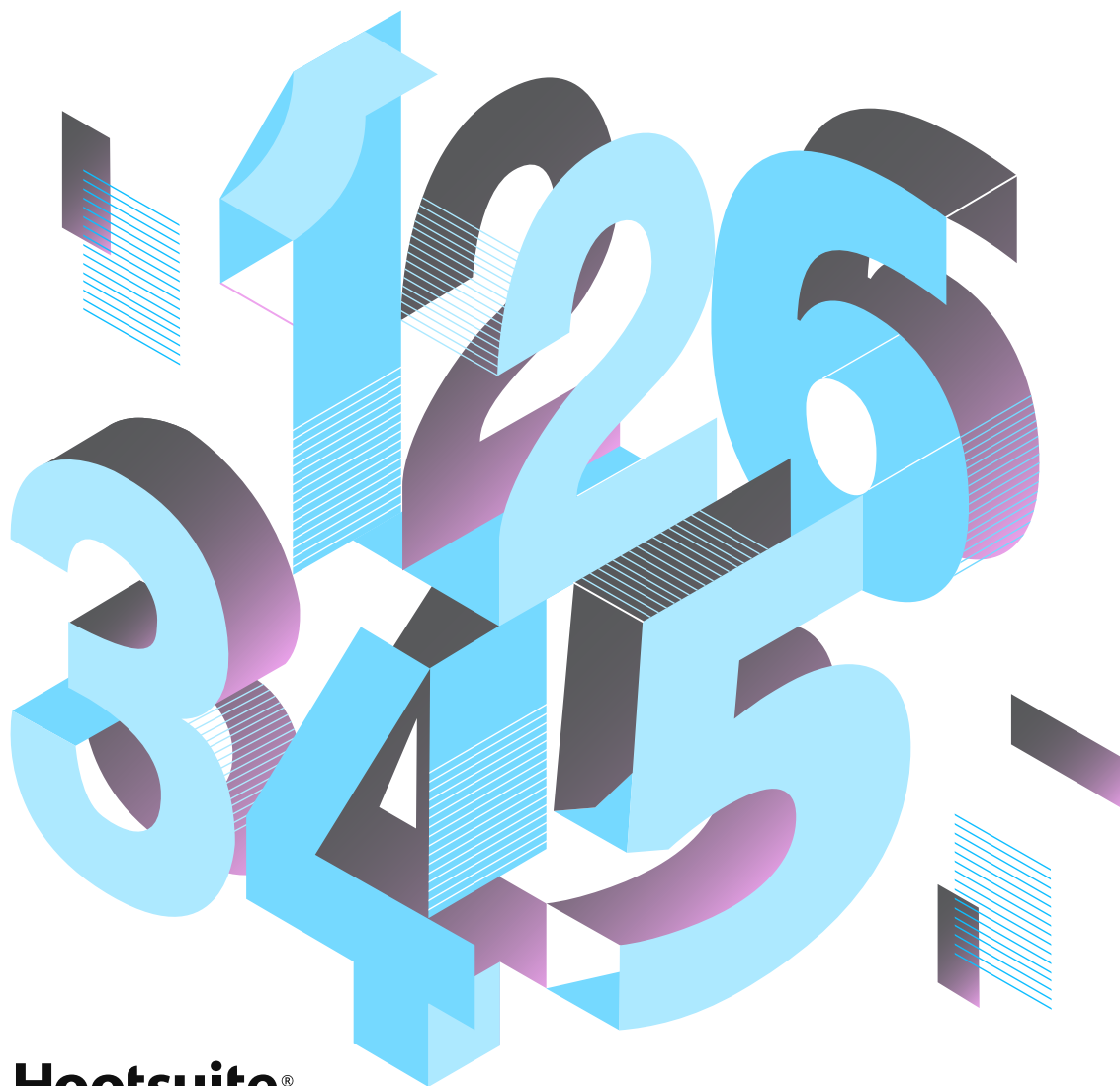
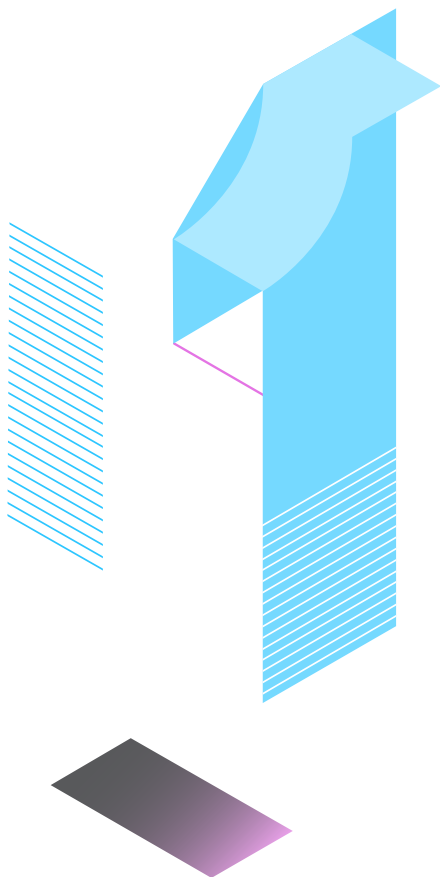


GUIDA

Pinterest: piano d'azione in 6 passaggi per aumentare le vendite





Step 1

Prepara il tuo sito web

La tua strategia per Pinterest non inizia sul social, ma sul tuo sito web.

Se il tuo sito è ottimizzato per Pinterest, sarà più facile per gli utenti salvare i tuoi contenuti, e per te tracciare e analizzare conversioni e vendite.

Best practice:

- **Verifica il tuo sito web.** Dopo averlo verificato, la foto del tuo profilo comparirà in ogni Pin proveniente dal sito, permettendoti inoltre di monitorare quali contenuti del sito vengono salvati dagli utenti.

Scopri come verificare il tuo sito web [qui](#).

- **Aggiungi il pulsante Salva.** Questo permette ai tuoi clienti di salvare elementi dal tuo sito web sulla loro bacheca Pinterest e di renderla visibile ad altri utenti. Come spiega Pinterest: “Il pulsante [Salva](#) è il modo più efficace per far scoprire la tua azienda su Pinterest”.

Scopri come aggiungere il pulsante Salva sul tuo sito in questo [articolo di Pinterest](#).



- **Aggiungi il tag di Pinterest.** Questo monitora le conversioni del tuo sito e fornisce importanti informazioni su come gli utenti di Pinterest interagiscono con esso. Grazie ai dati che raccoglie, il tag contribuisce, inoltre, al targeting dell'audience.



Step 2

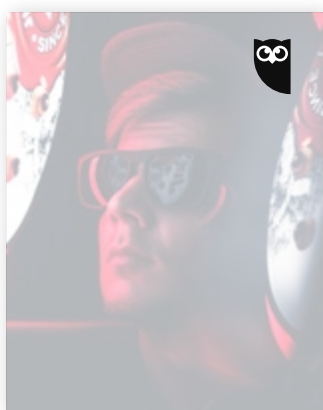
Ottimizza i tuoi contenuti

Nel loro percorso, gli acquirenti usano Pinterest dalla fase d'ispirazione alla fase d'acquisto, quindi assicurati che i tuoi contenuti siano efficaci in ciascuna di queste fasi.

Se il tuo obiettivo principale è quello di aumentare vendite e conversioni, dovrai tenere a mente alcuni punti fondamentali. Li abbiamo riassunti di seguito.

Best practice:

- **Non esagerare.** Se vuoi che la tua audience noti e acquisti il tuo prodotto, elimina tutti gli elementi superflui dalle immagini. Non stiamo suggerendo di condividere foto che siano solo immagini di prodotto, anzi, ma è un'ottima idea ridurre al minimo ogni distrazione visiva non necessaria. Chiediti se gli elementi aggiuntivi contribuiscono al messaggio del tuo brand e a rendere l'immagine più accattivante, o se rappresentano invece solo delle distrazioni.
- **Aggiungi gli elementi di branding necessari.** Accertati che le immagini originali del tuo Pin contengano il logo aziendale, per consentire alla audience di riconoscere facilmente il tuo brand. In tal modo, quando la tua immagine viene condivisa dagli utenti, gli altri Pinner possono trovare facilmente sia la tua Pagina su Pinterest che il tuo sito web.
- **Racconta una storia.** Aiuta il pubblico a capire in che modo il tuo prodotto può arricchire e migliorare un aspetto del quotidiano, con foto che mostrano stili di vita, abitudini e contesti a cui ispirarsi. Ad esempio, se il tuo brand fornisce abbigliamento e attrezzature per sport all'aperto, includi nei tuoi Pin immagini delle tue scarpe da trekking indossate in montagna, ancor meglio se in uno scenario mozzafiato. Punta a colpire l'occhio e l'immaginazione, ma anche a emozionare. Non dimenticare che questo tipo di immagine ottiene il **18% in più di engagement** rispetto alle foto del solo prodotto decontestualizzato.





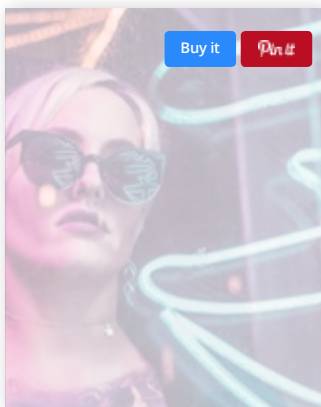
Step 3 Utilizza i Pin Acquistabili

I Pin Acquistabili, come puoi facilmente intuire, permettono agli utenti di acquistare prodotti o servizi con pochissimi click...e senza dover uscire da Pinterest.

I Pin Acquistabili sono riconoscibili dal prezzo di colore azzurro e dal pulsante "Compra" che compare nella descrizione. Grazie all'integrazione con piattaforme di eCommerce come Shopify, i clienti possono effettuare il checkout senza dover uscire da Pinterest, e i venditori possono monitorare la performance dei loro Pin Acquistabili.

Best practice:

- **Promuovi i tuoi Pin Acquistabili.** Come nel caso dei Pin normali, puoi pagare per sponsorizzare i tuoi Pin Acquistabili attraverso la feature dei Pin Sponsorizzati di Pinterest. Questo contribuisce ad aumentare la visibilità e ad incrementare [le vendite sia online che nei punti vendita](#).
- **Crea Pin multipli per ciascun prodotto.** Sperimenta variando inquadrature e angolazioni, stile e descrizioni dei Pin. Molteplici Pin identici sarebbero inutili, ma creare diversi Pin Acquistabili per ciascun prodotto aumenta la probabilità che i tuoi Pin compaiano in più contesti. Non dimenticare però di mantenere uno stile coerente e riconoscibile.
- **Accertati che il tuo Pin sia acquistabile.** Alcuni prodotti violano la policy di Pinterest e, quindi, non sono accettati come Pin Acquistabili. Questi comprendono, ad esempio: prodotti personalizzabili, beni privi di consistenza fisica, come i download digitali, e prodotti e servizi per soli adulti.
- **Assicurati di collegarli al link corretto.** Il tuo Pin Acquistabile verrà rifiutato se non conduce alla pagina internet specifica del prodotto presentato. Non basta limitarsi a inserire l'URL del proprio sito web, la pagina di una categoria o un link abbreviato al posto dell'esatta pagina del prodotto.





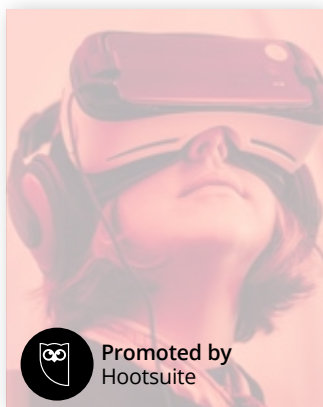
Step 4 Crea Pin Sponsorizzati

Per quanto riguarda l'aumento di vendite e il flusso di reddito su Pinterest, i Pin Sponsorizzati sono probabilmente il tuo strumento più potente in assoluto.

I Pin Sponsorizzati possono [quintuplicare le vendite](#), e per ogni 100 impression, i brand rilevano [30 visualizzazioni gratuite](#) grazie al repinning. Questi Pin non risultano affatto diversi dai Pin normali: ciò significa che la tua audience sarà molto più ricettiva rispetto alle usuali tecniche pubblicitarie.

Best practice:

- **Crea ads dai tuoi Pin di maggior successo.** Invece di promuovere un nuovo Pin, tieni d'occhio i contenuti che generano già engagement. Se rivelano una buona performance a livello organico, è probabile che avranno successo anche come Pin Sponsorizzati.
- **Includi parole chiave pertinenti.** Oltre il 40% del click su Pinterest proviene da risultati di ricerche e relativi Pin, quindi assicurati che il tuo brand sia visibile. Includi parole chiave pertinenti nei tuoi Pin Sponsorizzati per raggiungere gli utenti in base alle loro ricerche e relativi interessi. In tal modo, i tuoi Pin appariranno nei risultati delle ricerche, nei Pin collegati, e nelle home feed.
- **Perfeziona i tuoi contenuti creativi.** È una buona idea creare ads da Pin con una buona performance, ma può essere necessario aggiustare il tiro per rendere i contenuti più adatti ai requisiti della tua azienda.
- **Accertati che i tuoi contenuti siano mobile-friendly:** il testo è abbastanza grande da poter essere letto su un piccolo schermo? Assicurati, inoltre, che siano adatti alle **dimensioni verticali ideali** di Pinterest (600 x 900), che comprendano una **call to action** e che siano accompagnati da una **descrizione dettagliata**.



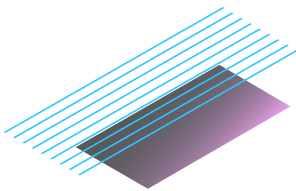


Step 5

Raggiungi i clienti giusti

Con oltre 250 milioni di utenti al mese su Pinterest, è importante che la tua azienda sappia come raggiungere in modo efficace il tuo pubblico target con i Pin Sponsorizzati.

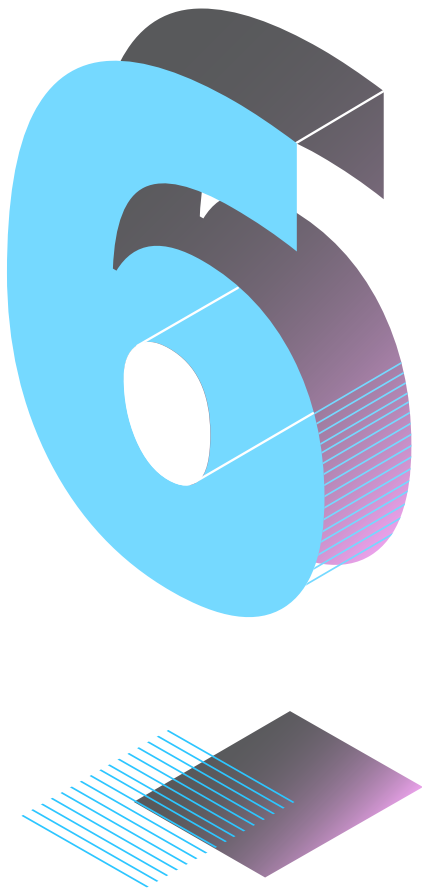
Pinterest permette agli advertiser di selezionare i Pinner in base a comportamento e intenzioni di acquisto, facendo in modo che i tuoi contenuti siano visibili per il pubblico più rilevante possibile.



Best practice:

- **Usa un targeting in base agli interessi degli utenti.** Un targeting del genere ti permette di raggiungere i Pinner in base ai Pin che hanno salvato o con cui hanno interagito: questo ti permetterà di avere una visione dettagliata dell'identità e delle preferenze in termini di contenuti della tua audience. Aggiungi interessi relativi al prodotto che stai promuovendo, ad esempio "arredamento di interni" se stai promuovendo tappeti o mobili.
- **Crea un'audience "actalike".** Un'audience actalike ti aiuta a trovare utenti simili a quelli che reagiscono già positivamente ai tuoi contenuti promozionali. Pinterest ti permette di creare un'audience actalike da qualunque tipo di audience: in base a engagement, retargeting dei visitatori o elenco clienti.
- **Prova e riprova.** È probabile che non si ottengano sempre gli stessi risultati dagli stessi gruppi di audience, quindi è importante testare le diverse opzioni di targeting. Modifica i segmenti di popolazione, gli interessi, i dispositivi (mobile o desktop) e altre variabili per identificare l'audience più adatta ai tuoi contenuti.





Step 6

Misura i risultati

Può darsi che tu sia un esperto di monitoraggio su altri social network, ma le analytics di Pinterest sono completamente diverse.

“Le persone utilizzano Pinterest per programmare, scoprire e salvare idee ben prima di passare alla fase dell’acquisto nei centri vendita, quindi le conversioni possono avvenire in un margine molto più ampio” spiega Pinterest.

Quando il tuo obiettivo è aumentare le vendite, devi prestare attenzione ai dati di analytics di Pinterest per capire esattamente cosa vogliono i consumatori... e continuare a offrirlo.

Best practice:

- **Usa il Tag di Pinterest.** Inserisci questo codice JavaScript nel sito web aziendale per monitorare le conversioni. Sarà utile anche per il targeting dell’audience e per misurare i tassi di conversione e il successo delle campagne sui diversi dispositivi.
- **Pensa alla tempistica.** Le persone iniziano a usare Pinterest nelle prime fasi del processo d’acquisto, quindi devi considerare un periodo di attribuzione che fornisca ai consumatori un margine sufficiente ad effettuare l’intero percorso di acquisto. Pinterest raccomanda di utilizzare almeno 30 giorni per i click, 30 giorni per l’engagement e 1 giorno per le visualizzazioni.
- **Monitora le metriche corrette.** Visto il periodo di conversione più lungo di Pinterest, è importante misurare metriche diverse per ciascuna fase del percorso dei consumatori. Ad esempio, può essere utile monitorare il numero di click e di impression nella fase di consapevolezza, il numero di Salva nella fase di valutazione e il numero di acquisti nella fase di decisione. Determina le metriche rilevanti per la tua azienda, definisci degli obiettivi e fai il monitoraggio adeguato.

Programma, pubblica e ispira il tuo pubblico con Pinterest. Utilizza Hootsuite per mantenere le tue bacheche accattivanti e aiutare i clienti a scoprire ciò che più amano. Inizia a pubblicare i Pin su Pinterest da [Hootsuite](#).

Photos by Angelos Michalopoulos, Pavel Anoshin, Frankie Cordoba, and Samuel Zeller on Unsplash.