MULTI WEB NEGOZI
Vendere online. Semplicemente

Idee perfette per Reels perfetti

STRATEGIE PER NEGOZI FISICI

Guida semplice per creare REELS che mettono la tua azienda al centro

Introduzione

I **video ottimizzati per il mobile** possono fare la differenza per la tua azienda, **migliorando le prestazioni delle inserzioni** e **aumentando la notorietà del brand**.

Ma quali tipi di video possono davvero aiutarti a farti notare?

ECCO ALCUNE **IDEE FACILI** PER CREARE VIDEO COINVOLGENTI CHE FARANNO CRESCERE LA TUA ATTIVITÀ, CON ESEMPI SPECIFICI PER DIVERSE CATEGORIE RETAIL.

1. Dai un volto alla tua azienda

Presentare una persona che rappresenti la tua azienda, sia te stesso, un dipendente o un cliente soddisfatto, crea una connessione umana con i clienti.

Non serve mostrare solo il volto: anche la voce o il corpo possono raccontare la tua storia, i prodotti ed i valori della tua azienda.
Puoi condividere cosa ti motiva, cosa rende speciale il lavoro che fai o far raccontare al team cosa apprezza del proprio lavoro. Mostra **autenticità**, anche con semplici gesti o parole, per far sentire che dietro l'azienda ci sono persone reali.

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Mostra un dipendente che spiega come consigliare il miglior abito per ogni occasione.
- **Calzature**: Intervista un cliente che descrive quanto siano comode le scarpe acquistate.
- **Gioielleria**: Presenta un orafo che racconta la passione dietro la creazione di un gioiello personalizzato.
- **Petshop**: Fai un video con un cliente che parla dell'impatto positivo degli alimenti per animali consigliati.
- **Negozio di pesca**: Mostra un cliente che condivide la sua esperienza con le attrezzature da pesca acquistate nel tuo negozio.
- **Armeria**: Intervista un esperto che parla della sicurezza e dell'uso responsabile degli articoli in vendita.
- **Abbigliamento sportivo**: Un atleta locale racconta come l'attrezzatura acquistata lo aiuti nelle sue prestazioni.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria**: Presenta un bambino (con il permesso dei genitori) che esprime la gioia di giocare con un nuovo giocattolo.

2. Mostra come “crei” i tuoi prodotti

Porta i tuoi clienti dietro le quinte per mostrare il valore che offri, anche se vendi principalmente marchi noti. Anziché focalizzarti sulla creazione dei prodotti, puoi mettere in evidenza il tuo processo di selezione e presentazione, creando un legame con i clienti.

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Mostra come selezioni attentamente i marchi e i capi in base alle esigenze dei tuoi clienti, spiegando le caratteristiche di qualità e stile che ti guidano.
- **Calzature**: Fai vedere come suggerisci ai clienti la calzatura perfetta in base alle loro preferenze o necessità, spiegando la differenza tra vari modelli o materiali.
- **Gioielleria**: Mostra come consigli i clienti nella scelta del gioiello giusto, spiegando i dettagli unici dei brand che offri.
- **Petshop**: Illustra come selezioni prodotti di alta qualità per animali, mettendo in risalto i benefici di determinati alimenti o accessori.
- **Negozio di pesca:** Spiega come aiuti i clienti a scegliere l'attrezzatura più adatta per la pesca, consigliando marche specifiche e i vantaggi dei prodotti.

- **Armeria:** Mostra il processo di controllo qualità che segui sugli articoli che vendi, garantendo la massima sicurezza ai tuoi clienti.
- **Abbigliamento sportivo**: Fai vedere come selezioni capi tecnici di alta qualità, spiega.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria:** Mostra come scegli giocattoli educativi o creativi, spiegando le qualità che li rendono speciali per i bambini.
- **Cartoleria**: Illustra come scegli materiali per ufficio e articoli di cancelleria di alta qualità, evidenziando caratteristiche come resistenza, praticità e design.
- **Articoli per la casa:** Mostra come selezioni i migliori accessori per la casa, puntando su design, funzionalità e durata, spiegando ai clienti come questi prodotti migliorano la qualità della vita.

Così facendo, **valorizzi il tuo ruolo di esperto** e guida, **mettendo in risalto i marchi noti che vendi** e come questi si allineano alle esigenze specifiche dei tuoi clienti.

3. Crea una serie di video

Hai individuato un tipo di contenuto che i tuoi clienti apprezzano?
Trasformalo in una serie!

Puoi raccontare ogni settimana qualcosa di nuovo sui tuoi prodotti o creare video che riflettano la personalità della tua azienda.

Le serie mantengono il pubblico interessato e lo invitano a tornare regolarmente, creando un legame più duraturo con il tuo brand.

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Crea una serie di video sulle tendenze moda per ogni stagione. Crea una serie settimanale in cui presenti un capo o un brand diverso, spiegando il design, la qualità dei materiali e come abbinarlo.
- **Calzature**: Fai una serie sui diversi tipi di scarpe e quando indossarle. Fai video che spiegano come scegliere la scarpa giusta per diverse occasioni o stagioni, offrendo consigli pratici.
- **Gioielleria**: Crea una serie sui diversi tipi di gemme e il loro significato.
- **Petshop**: Fai una serie su consigli di cura e alimentazione per diversi tipi di animali. Ogni settimana potresti parlare di una categoria di prodotti per animali (alimentazione, accessori, giocattoli) e spiegare i vantaggi di ognuno.
- **Negozio** di **pesca**: Crea una serie sulle tecniche di pesca per diverse stagioni.
- **Armeria**: Realizza una serie sui diversi tipi di armi sportive e il loro uso sicuro

- **Abbigliamento sportivo:** Fai una serie di consigli per scegliere l'abbigliamento adatto a diversi sport.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria:** Crea una serie di video su giochi educativi per diverse età.
- **Cartoleria**: Presenta nuove collezioni di cancelleria o strumenti creativi, mostrando idee di utilizzo per scuola, ufficio o progetti fai-da-te.
- **Articoli per la casa:** Crea una serie in cui mostri consigli pratici per migliorare la vita domestica, come organizzare spazi, decorare o scegliere prodotti durevoli e di design.

Inoltre, potresti creare video che esprimano la personalità della tua azienda, mostrando momenti dietro le quinte o raccontando la tua storia e quella del team. Le serie aiutano a costruire un legame più forte con il pubblico, creando attesa e coinvolgimento continuo.

4. Fai un tour del tuo negozio

Se hai un negozio fisico, fai un **video tour** per mostrarlo ai tuoi clienti.
Il tuo negozio è un ecosistema dinamico che evolve ogni giorno, e **non bisogna dare per scontato che i clienti sappiano sempre cosa c'è in vendita.** È importante mantenersi impressi nella mente dei clienti e posizionarsi chiaramente. Un'ottima strategia per farlo è realizzare un tour del negozio attraverso un video.
Se lavori in un altro ambiente o fornisci servizi, puoi presentare il luogo in cui operi (ricordati di chiedere l'autorizzazione, se necessario per luoghi e volti).

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Fai un tour mostrando i reparti del negozio, dalle collezioni casual a quelle eleganti.
- **Calzature**: Mostra il tuo angolo di scarpe da corsa, casual e da cerimonia.
- **Gioielleria**: Porta i clienti nella tua area espositiva e mostra i pezzi unici disponibili.
- **Petshop**: Mostra i vari reparti, come cibo, giochi e accessori per animali.
- **Negozio di pesca**: Fai vedere le sezioni del negozio dedicate alle diverse tecniche di pesca.
- **Armeria**: Mostra l'area espositiva e illustra la varietà di articoli per la caccia e il tiro sportivo.
- **Abbigliamento sportivo**: Fai un tour del negozio mostrando le sezioni dedicate ai vari sport.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria:** Porta i clienti in un tour del negozio mostrando le diverse sezioni: giocattoli, articoli scolastici e creativi.

5. Metti in evidenza i dettagli

Mostra i dettagli dei tuoi prodotti per far capire l'abilità e la cura che ci sono dietro la loro realizzazione.

I video che evidenziano il lavoro artigianale o la qualità dei materiali utilizzati possono davvero fare la differenza, soprattutto per chi cerca prodotti di qualità.

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Mostra i dettagli delle cuciture a mano e la qualità del tessuto.
- **Calzature**: Fai un video sui materiali utilizzati e sulla precisione delle cuciture.
- **Gioielleria**: Mostra i dettagli delle incisioni e la qualità delle pietre preziose.
- **Petshop**: Mostra la qualità degli ingredienti dei cibi per animali.
- **Negozio di pesca**: Metti in evidenza i dettagli delle esche fatte a mano.
- **Armeria**: Mostra la qualità della lavorazione delle parti metalliche e dei materiali usati.
- **Abbigliamento sportivo**: Metti in evidenza la tecnologia traspirante dei tessuti.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria**: Mostra i dettagli delle finiture e la qualità dei materiali dei giocattoli.

6. Mostra il tuo prodotto o servizio in azione

I video che mostrano i tuoi prodotti in uso aiutano i clienti a immaginare come potrebbero utilizzarli nella loro vita.

Se offri un servizio, **potresti fare una dimostrazione pratica** o **chiedere a un cliente di raccontare la sua esperienza con te** (**liberatoria firmata**).

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Mostra come abbinare diversi capi per creare un outfit perfetto.
- **Calzature**: Fai un video di una persona che cammina con le tue scarpe in diverse situazioni.
- **Gioielleria**: Mostra un cliente che indossa un gioiello in un'occasione speciale.
- **Petshop**: Fai un video di un animale che gioca con un nuovo giocattolo del negozio.
- **Negozio** di **pesca**: Mostra un cliente che usa le tue attrezzature durante una battuta di pesca.
- **Armeria**: Fai vedere l'uso sicuro di un articolo per il tiro al bersaglio.
- **Abbigliamento sportivo**: Mostra un atleta che utilizza l'abbigliamento durante un allenamento.
- **Negozio di giocattoli/cartoleria**: Mostra un bambino che utilizza un set di costruzioni per creare qualcosa di unico.

7. Offri un'anteprima dei tuoi nuovi prodotti

Quando arriva un nuovo prodotto nel tuo negozio, è fondamentale **creare un po’ di mistero** e **suspense** per mantenere viva l’attenzione dei clienti.

Offrire un'anteprima è un’ottima strategia per generare curiosità e coinvolgere il pubblico.

ESEMPI RETAIL

- **Abbigliamento**: Pubblica brevi video o foto che mostrano dettagli di un nuovo capo senza svelarlo completamente. Lascia intendere che sta per arrivare qualcosa di speciale e invita i clienti a scoprirlo in negozio.
- **Calzature**: Mostra solo la silhouette o un dettaglio del nuovo modello di scarpe che stai per introdurre. Crea aspettativa con frasi come "Prossimamente..." o "Qualcosa di unico sta arrivando!".
- **Gioielleria**: Offri un’anteprima con immagini ravvicinate di un gioiello senza rivelare l'intero design, mantenendo un’aura di esclusività.
- **Petshop**: Crea messaggio accattivante, video con solo una parte della confezione di un nuovo alimento o accessorio per animali, solleticando la curiosità dei clienti.
- **Negozio di pesca:** Fai vedere solo l’ombra o un piccolo dettaglio di una nuova canna da pesca o attrezzatura, e invita i clienti a scoprire tutto il resto in negozio.

- **Armeria**: Mostra un’anteprima del nuovo prodotto per la caccia o il tiro sportivo, mantenendo un po’ di mistero per far crescere l'attesa.
- **Abbigliamento sportivo**: Crea brevi video che mostrano i materiali innovativi o le caratteristiche principali di un nuovo capo tecnico, senza svelare tutto fino al lancio.
- **Negozio** di **giocattoli/cartoleria:** Fai intravedere solo alcuni dettagli di un nuovo giocattolo o set creativo, magari attraverso confezioni semi-aperte o colori vivaci che stuzzicano la curiosità.
- **Articoli per la casa**: Mostra solo una parte di un nuovo accessorio per la casa e lascia intuire che sarà presto disponibile, alimentando la curiosità dei tuoi clienti.

Le anteprime creano un effetto "desiderio di scoperta", tenendo i clienti attivi e interessati. Durante il lancio di nuovi prodotti, soprattutto nelle festività o in momenti chiave, creare questo tipo di suspense aiuta a costruire un’attesa che invoglia le persone a visitare il negozio e vedere con i loro occhi la novità.

e per finire...

Oggi è fondamentale capire che
il negozio deve diversificarsi
per rimanere competitivo e rilevante.

Ecco quattro stimoli che puoi
adottare per trasformare il tuo
business.

1

Il negozio è un ecosistema dinamico.

Non basta avere un assortimento statico. Bisogna innovare e rinnovarsi continuamente, **creando nuove esperienze per i clienti**, sia online che in negozio, in modo da catturare sempre l’interesse.

2

I social media non sono il fine, ma il mezzo.

Usali per portare le persone nel negozio fisico, per **creare curiosità e mantenere viva l’attenzione**. Se i clienti sono vicini, fai in modo che le tue pagine social li invitino a visitarti di persona, offrendo esperienze che non possono avere online.

3

Diversifica la tua presenza.

Se non hai ancora un e-commerce, è il momento di farlo. **L'online e il negozio fisico devono lavorare insieme** per offrire più opportunità ai tuoi clienti, raggiungendoli anche quando non possono visitare lo store.

4

Fai un'analisi di fattibilità.

Se sei incerto su come espandere la tua presenza online o hai dubbi sul potenziale dell'e-commerce per il tuo business, contattaci per un'analisi di fattibilità.

Ti aiuteremo a capire come integrare al meglio i canali digitali con quelli fisici.

Preparati a fare il prossimo passo

Raggiungi il successo che meriti!

Contattaci ora e chiedi la tua analisi gratuita di visibilità online per scoprire come possiamo aiutarti a espandere il tuo business e attrarre un pubblico più ampio.

MULTI WEB NEGOZI

Ufficio 37

Ex SS 131 km 10.500

INFO

info@multiwebnegozi.com

TELEFONO

+39 070 800 6935