

Come far crescere la mailing list del proprio hotel con i Lead Magnet

La mailing list della vostra struttura ricettiva potrebbe essere una delle risorse più preziose per le vostre attività di marketing. Se la utilizzerete bene, infatti, potrà aiutarvi a generare nuove prenotazioni e allo stesso tempo vi permetterà di entrare in contatto con molti nuovi potenziali clienti.

Proprio per questo motivo **è fondamentale lavorare costantemente per accrescere il numero di e-mail** da utilizzare per le proprie attività di promozione online.

Per incrementare rapidamente gli indirizzi della vostra mailing list, e non limitarvi a riempirla solo con le e-mail di “vecchi” clienti, è importante imparare ad utilizzare i “lead magnet”.

In realtà, però, oggi sono pochissime le strutture ricettive che conoscono questo strumento e che utilizzano i “lead magnet” per aumentare i propri contatti.

È un peccato, perché raramente le persone si iscrivono ad una newsletter o vi lasciano il loro indirizzo e-mail se non hanno un buon motivo per farlo.

Quando chiedete il contatto a un vostro cliente dovrete sempre chiedervi: “Cosa ci guadagna questa persona a darmi il suo indirizzo e-mail?”.

Ecco perché vi consigliamo di utilizzare i “**lead magnet**”, perchè **attraverso questo strumento potrete offrire alle persone qualcosa che per loro ha un valore concreto** in cambio del loro indirizzo e-mail o di un'altra tipologia di contatto.

Cos'è un lead magnet

Se non avete familiarità con il termine, probabilmente vi starete chiedendo cosa diavolo sia un “lead magnet”. I “lead magnet” non sono una novità. Il concetto è un punto fermo della pubblicità da decenni.

In poche parole, un “lead magnet” è un omaggio. Con l'utilizzo di questo strumento state regalando qualcosa (di valore!) in cambio del contatto del cliente e del permesso di inviargli delle email periodicamente.

Il vostro “lead magnet” è il primo passo essenziale nella costruzione di una relazione duratura con il cliente.

I “lead magnet” funzionano perché con questo strumento:

- Offrite qualcosa di prezioso (come ad esempio la conoscenza)
- Dimostrare che la vostra proposta di vendita è unica (o almeno differente da molti altri)
- Fornite una gratificazione immediata al cliente

I tipi di lead magnet che funzionano per gli hotel

In questo momento, i “lead magnet” più utilizzati dagli hotel sembrano limitarsi a offrire un incentivo con codice sconto.

Però, se siete interessati a far crescere un elenco di iscritti sinceramente interessati a ciò che la vostra struttura ha da offrire, abbassare le tariffe con un codice di sconto non è il modo migliore per generare contatti di qualità.

Ecco invece alcune idee di “lead magnet” che potrebbero aiutarvi a ricevere i contatti di persone particolarmente interessate alla vostra struttura:

- Itinerari culturali da effettuare nella vostra località.
- Itinerari per sportivi da effettuare nella vostra località.
- Ebook per il viaggio con la famiglia (se pertinente alla vostra clientela).
- Un piccolo dizionario con frasi utili, da utilizzare durante il soggiorno.
- Guida per preparare i bagagli in vista delle vacanze.
- Lista di controllo per la pianificazione del matrimonio (se organizzate matrimoni).
- Tracciati GPS per bikers (se pertinente alla vostra clientela).

Ci sono tanti modi diversi per creare un “lead magnet”. **La cosa principale da ricordare è che dovete fornire contenuti utili e pertinenti al vostro pubblico.**

Come promuovere un lead magnet

Una volta che avrete creato il vostro “lead magnet” e lo avrete pubblicato all’interno del vostro sito vi dovrete assicurare di dargli la giusta visibilità. Per farlo vedere a più persone possibile.

Per raggiungere questo obiettivo vi potrà essere di grande aiuto inserire un banner sul vostro sito che sponsorizzi il “lead magnet” che volete far scaricare e allo stesso tempo sarà importante ottimizzare, in ottica SEO, la pagina web che contiene la form per il download.

Inoltre se volete accelerare ulteriormente il processo di acquisizione contatti una buona idea può sicuramente essere quella di creare delle inserzioni sponsorizzate sui social più utilizzati dai vostri clienti

fonte: <https://www.webmarketingeturismo.it/2020/09/17/come-far-crescere-la-mailing-list-del-proprio-hotel-con-i-lead-magnet/>