

GROWTH HACKING E METRICA NORTH STAR: PER UNA CRESCITA COSTANTE E SOSTENIBILE DELLA TUA AZIENDA



Lo slogan potrebbe essere: Promuovi la crescita sostenibile della tua azienda con una metrica North Star secondo la filosofia del growth hacking. Bello, ma cos'è una metrica North Star? Cos'è il *growth hacking*?

Growth hacking e Metrica North Star: per una crescita costante e sostenibile della tua azienda

L'idea della metrica North Star si situa all'interno del più ampio concetto di *growth hacking*, coniato

nel 2010 da Sean Ellis per indicare un'insieme di strategie di web marketing mirate alla crescita di un'impresa in modo da farle acquisire un sempre maggior numero di utenti: particolarmente consigliate per le startup, in realtà qualunque impresa può utilizzarle per migliorare le vendite.



Cos'è il *growth hacking*

Secondo Sean Ellis, fondatore della disciplina, *"Il growth hacking è un processo di rapida sperimentazione attraverso una serie di canali di marketing per individuare i modi più efficaci per far crescere un business."*

Di *growth hacking* si sente parlare di continuo, anche se attraverso diversi approcci e definizioni. Ciò che è comune a tutti è che il *growth hacking* aiuta a crescere il business e pone alla base un concetto preciso: sperimentare e analizzare le ipotesi nel più breve tempo possibile. Il *growth hacking* utilizza una strategia data-driven, che presuppone una collaborazione tra reparti sia per lo scambio di informazioni che per l'implementazione di processi e soluzioni di crescita.



Chi è un growth hacker

Sempre Sean Ellis ha definito un *growth hacker* “...a person whose true north is growth”, ossia, alla lettera: “una persona il cui vero nord è la crescita.” In altre parole, una persona la cui stella polare (nord) è la crescita della propria azienda. Ora è più chiaro, no?

Il *growth hacker* in genere è una persona che conosce il marketing online perfettamente, dotato di nozioni di programmazione e di buona immaginazione che gli consenta di sviluppare strategie economiche innovative e di successo.

Fondamentali per il growth hacking sono 1. l'efficienza, ossia la capacità di ottimizzare il processo ottenendo il massimo risultato con un minimo di scarto di spesa, risorse e tempo; e 2. la collaborazione o meglio, intersezione, dato che il *growth hacking* scardina la tradizionale indipendenza tra i reparti, in particolare marketing e sviluppo del prodotto, mirando a creare un team pluri-funzionale per rendere i processi più fluidi, minimizzando interruzioni e perdite d'informazioni.

Inoltre, il *growth hacking* adotta spesso anche strategie non convenzionali, miscelando l'online advertising, i social network, i canali digitali nella loro totalità con attività offline studiate su misura per il cliente.



Gli strumenti del growth hacking

I canali di crescita e gli strumenti del *growth hacking* variano in base alle categorie e alla tipologia del cliente. Due dei canali che avranno un'importanza sempre più rilevante nel futuro delle imprese sono sicuramente Google, per la ricerca, e Facebook.

Per quanto riguarda le tecnologie, sicuramente è utile conoscere gli strumenti per l'automazione delle attività del marketing e il *retargeting*. Entrambe queste tecnologie sfruttano la potenza dei dati per targetizzare l'audience con il giusto messaggio e massimizzare la risposta e la conversione dei potenziali clienti. Per quanto riguarda i prodotti, è importante iniziare ad avere una conoscenza approfondita di strumenti come Google Analytics e HubSpot, entrambi, a uno studio approfondito, piuttosto sofisticati.

Oltre a questi due strumenti ne esistono molti altri a disposizione dei *growth hackers*, sebbene quello principale rimanga la creatività.

Solo a mo' d'esempio riportiamo alcuni dei numerosi strumenti comunemente usati dai *growth hackers*.



Colibri IO e il growth hacking

Colibri IO fornisce una serie di tools di *growth hacking* e *inbound marketing* per migliorare il content marketing, i ranking SEO e la visibilità del brand. Con Colibri IO si possono conoscere le conversazioni dell'audience (partecipando così alle più rilevanti) e sapere quali persone stanno cercando i competitors dell'azienda.

Qualaroo

Qualaroo: creato dall'inventore del *growth hacking*, Sean Ellis, ha nel motto la sua spiegazione: "Le buone aziende sanno cosa stanno facendo i customers, le grandi aziende sanno il perché". Il software aiuta infatti a identificare la modalità di navigazione, i bisogni dell'audience e il motivo di alcune azioni. Ad esempio, mandando una *survey* di uscita nel momento in cui un visitatore abbandona il carrello. Qualaroo è strumento intuitivo e utile per coinvolgere l'audience e far crescere l'influenza d'un'azienda. Il risultato è un miglioramento del *conversion rate*.

AdRoll

AdRoll: ha avuto particolare successo negli Stati Uniti e si basa fundamentalmente sulla tecnica di *retargeting* per aumentare il numero di clienti in maniera esponenziale. Detto con più semplicità, AdRoll "segue" i visitatori dell'azienda mostrandogli la sua pubblicità quando navigano su altri siti.

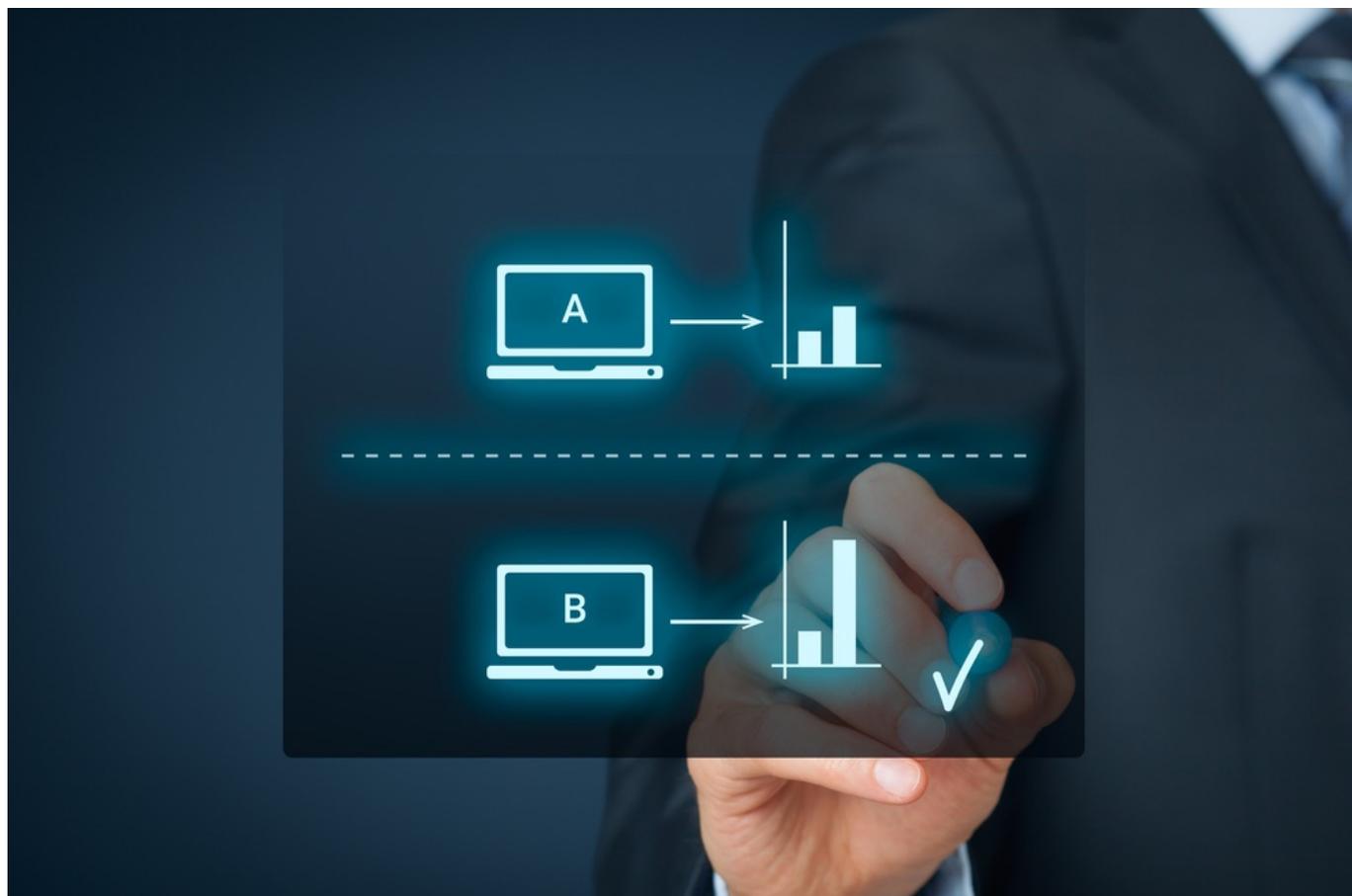
Optimizely

Optimizely: tramite questo strumento è possibile conoscere quale versione del sito, o della App porta più conversioni. È soprattutto utilizzato da *growth hackers* e professionisti del marketing online per eseguire il test A/B.



Leggi anche: [Vuoi aumentare il tasso di conversione dei potenziali clienti? A/B Test ti aiuta](#)





Trakio

Trakio: consente di monitorare i visitatori e fornisce una serie di dati molto interessanti che permettono di aumentare il tasso di conversione.

List Builder

List Builder: è uno strumento per catturare contatti email. Attraverso pop-up che si attivano con click, timer o prima dell'uscita dal sito, invita infatti il visitatore a lasciare la propria mail, accrescendo in tal modo la lista di contatti, al fine di instaurare un rapporto duraturo con il potenziale *customer*.

Per chi è interessato al *growth hacking* consigliamo anche di studiarci bene: List Builder; Click to Tweet; Infusion soft; Crazy Egg; Marketo; BuzzSumo; Unbounce; Zapier; Kissmetrics; Olark; Vero; Clicktale.



Molte imprese tramite mirate strategie di *growth hacking* hanno letteralmente svoltato. Volete sapere come hanno fatto? Ecco alcune dritte che possono esservi utili:

Viral & Paid Acquisition

Viral Acquisition: sfruttare le caratteristiche del prodotto per fare in modo che siano gli utenti stessi a parlarne e a condividerne le informazioni.

Paid Acquisition: ci sono diverse forme di acquisizione a pagamento. Tra queste si distinguono SEM e Facebook advertising. È una delle strategie utilizzate dai growth hackers anche se non rispecchia propriamente la loro filosofia.

Content & Email Marketing

Content Marketing: creazione di contenuti innovativi (notizie, video, e-books ecc.) che si “auto-alimentano” grazie alle condivisioni tramite i Social Network.

Email Marketing: un modo per creare non solo nuovi utenti/consumatori ma anche un rapporto di fiducia e scambio reciproco.



Leggi anche: [Il content marketing ha messo in crisi la vecchia pubblicità. Ma cos'è? E perché?](#)



A/B Testing & SEO

A/B Testing (Split testing): è un metodo d'analisi che consiste nel comparare due diverse versioni di un sito web o di un'App e per determinare quale delle due sia la migliore.

SEO: ottimizzazione dei motori di ricerca per migliorare la visibilità del sito web.

Se è vero che il *growth hacking* si basa su un processo decisionale *data-driven* di test e validazione, Raffaele Gaito - tra i massimi esponenti italiani di questo procedimento - ci ricorda che *"raccogliere dati e valutare quali siano i più adatti all'azienda è un'attività per nulla banale. Se si vuole utilizzare veramente un approccio data-driven sarà necessario infatti superare tre step: sapere quali dati raccogliere, come interpretarli e quali decisioni prendere in base a essi."*



Growth Hacking: 2 case history di successo

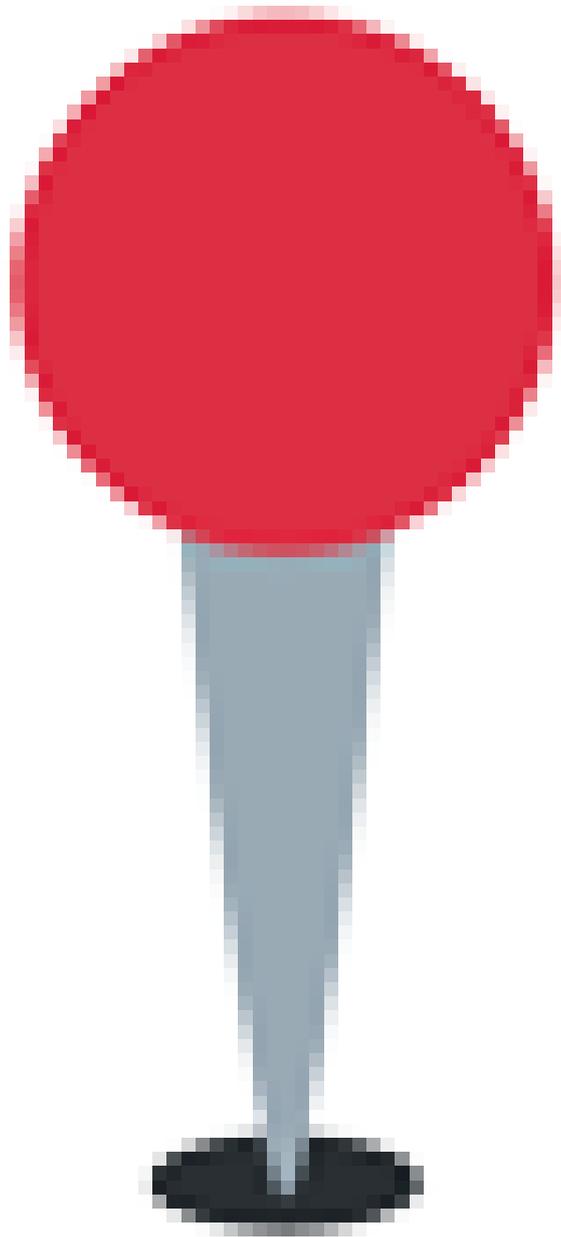
Un paio di storie di *growth hackers* divenuti famosi? Eccole qua.

AirBnB

Tutti conoscono questa piattaforma che collega proprietari e affittuari, *growth hackers* che non avevano paura di sporcarsi le mani, una delle tante iniziative bed and breakfast che attraverso materassi d'aria è cresciuta fino a diventare un'impresa da fare invidia a Marriot e Hilton.

Craigslist

Probabilmente "l'hack" più famoso di AirBnB riguarda Craigslist. Nel 2010 AirBnB trovò un modo per utilizzare gli utenti di Craigslist. Riuscirono infatti a costruire un bot che reindirizzava le persone che visualizzavano gli annunci di appartamenti su Craigslist a AirBnB, col risultato di un aumento vertiginoso dei visitatori. Mica male, no? Forse poco etico ma molto efficace.



PER APPROFONDIRE:





Lead Generation: il primo step del funnel di vendita che porta nuovi clienti





Email marketing: il più efficace sistema di conversione da lead a cliente





9 segreti per un marketing irresistibile: poi non dite che non ve lo avevamo detto

La Toscana è la tua passione? Anche la nostra!

Teniamoci in contatto



