

OFFERTE  SPECIALI



# PORTA I TUOI PRODOTTI/SERVIZI ONLINE IN 1 ORA!

Manuale di utilizzo per mettere **ONLINE** le tue offerte a **TEMPO RECORD**  
+ 3 Strategie Vincenti per vendere **COME NON HAI MAI FATTO!**

POWERED BY



SUPPORTO@321ONLINE.IT

# OFFERTE SPECIALI

---

Il Software che ti permette di portare Online il tuo progetto in **1 ORA.**

Ti è permesso divulgarlo a chi preferisci, ma è severamente vietato alterarne il contenuto o utilizzare queste pagine per scopi di Marketing non collegati alle attività di 321online.

## INDICE DEI CONTENUTI

Disclaimer .....	4
Offerte SPeciali – Vai ONline in 60 Minuti (1 ORA) .....	5
3 Strategie indispensabili nel tuo Business .....	7
Scarsita' .....	8
La qualita' paga .....	9
Scalabilita' .....	11
Abbandona oggi stesso le piattaforme di couponing .....	13
Perche' usare offerte speciali .....	14
Passo 1 - Creare una Campagna.....	16
Impostazioni Generali .....	16
Impostazioni Video .....	17
Imposta gli Sconti.....	18
Impostazioni del Conto alla Rovescia .....	21
Passo 2 - inserisci i contenuti .....	22
Passo 3 - pubblica .....	24
CONTATTI.....	26

## DISCLAIMER

I contenuti di questo Ebook sono frutto di anni di test e pratica quotidiana.

Le strategie esposte, sono state applicate in diversi settori commerciali ed hanno ottenuto sempre importanti risultati in termini di Visualizzazione, Engagement e Conversione.

Ciononostante, non è possibile garantire lo stesso successo o garantire gli stessi risultati.

I risultati sono funzione delle capacità individuali, degli strumenti e del momento storico in cui vengono usati.

Per questi motivi, non ci riteniamo responsabili dei risultati che le stesse strategie porteranno ai tuoi progetti.

Ad ogni modo, ti invitiamo a segnalarci le tue perplessità, o anche i risultati raggiunti (a puro titolo statistico), all'indirizzo Email [supporto@321online.it](mailto:supporto@321online.it) .

BUONA LETTURA

## OFFERTE SPECIALI – VAI ONLINE IN 60 MINUTI (1 ORA)

Perché affidarsi ai metodi di promozione tradizionali che ti fanno perdere un mucchio di tempo e soldi?

La soluzione è promuoversi sul WEB. Oggi una possibilità alla portata di tutti, ma che necessita di varie conoscenze tecniche per essere messa in pratica.

Per eliminare queste diffuse difficoltà, abbiamo creato [Offerte Speciali](#), un software che ti aiuta a promuovere e pubblicare delle pagine WEB semplici ma ad **alta conversione**.

Cosa si intende per “alta conversione”?

Si intende pagine in grado di trasformare i tuoi visitatori, da Ignari Navigatori di siti WEB in **Fedeli Acquirenti**. Offerte che non potranno ignorare!

Continua questa lettura, perché in questo Ebook trovi Strategie Specifiche che ogni venditore dovrebbe applicare (sia ONLINE che OFFLINE), anche se non usi i nostri software. Si tratta di strategie che permettono di ottenere risultati brillanti a prescindere dal settore in cui vengono applicate.

Usare il nostro Software Offerte Speciali ti aiuta a velocizzare questo processo. Se non lo hai ancora preso, corri a farlo. Clicca [QUI](#) e prendi il software prima che termini il numero di licenze disponibili.

Negli anni le abbiamo testate in ogni settore commerciale e possiamo affermare che funzionano alla perfezione nei seguenti settori:

1. Ristorazione.
2. Servizi Professionali (avvocati, commercialisti, ecc...).
3. Organizzazione Eventi.
4. Salute (Dentisti, Psicologi, Esami diagnostici, ecc...).
5. Audiovisivi (Servizi registrazione, fotografia, montaggio, ecc...).
6. Vendita al dettaglio.
7. Vendita all'ingrosso.
8. Intermediazione.

E' probabile che esistano anche altri campi di applicazione, ma preferiamo esporre solo quelli che sono stati da noi testati.

Ci aspettiamo di ricevere la tua testimonianza per aumentare la lista dei Business applicabili. Se volessi essere così gentile, abbiamo pensato di premiare la tua disponibilità, offrendoti un GRADITO REGALO. Contattaci all'indirizzo [supporto@321online.it](mailto:supporto@321online.it)

### 3 STRATEGIE INDISPENSABILI NEL TUO BUSINESS

Comprendiamo quanto sia importante per te mettere a frutto quanto ti abbiamo promesso.

Non conoscendo il tuo Background ci preme sottolineare i motivi che stanno alla base dell'utilizzo di piattaforme come **Groupon, Groupalia** ecc.

Se hai un'attività, un business o un progetto da sviluppare, avrai di sicuro sentito parlare di queste piattaforme. Sono *sistemi di couponing*, ossia sistemi che promuovono Offerte a tempo e con importanti scontistiche.

Noi tutti ne siamo attratti ed in questo capitolo vogliamo spiegarti il perché.

I motivi che sono alla base del largo utilizzo di queste piattaforme da parte degli inserzionisti sono:

- Necessità di Marketing a basso costo.
- Vendita di stock di magazzino.
- Promozione di Startup.

Sebbene questo genere di piattaforme siano strutturate per incontrare sul mercato queste necessità, purtroppo a conti fatti non aggiungono molto al tuo Business.

Possono farti vendere di più nell'immediato, ma non ti rendono più forte, più conosciuto o più SMART. Ti legano al loro sistema, al punto che non potrai più farne a meno, tranne che tu non accolga i nostri consigli e che non cominci ad utilizzare strumenti adeguati.

Leggi al paragrafo Perche' usare offerte speciali i motivi che dovresti approfondire per mettere su un Business Online che duri nel tempo.

Le 3 strategie su cui si basano queste piattaforme, sono:

1. Scarsità.
2. Qualità.
3. Scalabilità.

## SCARSITA'

Il primo dei principi su cui si basa l'attività delle piattaforme di couponing è la scarsità.

È il principio che regola ogni transazione commerciale fin dalla notte dei tempi. E' o stesso principio che attribuisce all'Oro un prezzo decisamente più alto rispetto al Rame o all'Alluminio.

Perché il prezzo dell'Oro è così? Non certo per la sua lucentezza...

Succede perché l'Oro è "scarso" in natura e ciò basta ad aumentare anche considerevolmente il suo valore. Ossia, non ne esiste abbastanza da soddisfare le necessità di tutti gli abitanti. Dunque, se ne hai bisogno, devi pagare quel tanto che basta per accaparrartene la tua porzione.

Ciò si applica a qualunque bene, secondo il meccanismo della Domanda e dell'Offerta. Offre chi vende qualcosa e Domanda chi cerca quel bene (lo vuole acquistare).

## VALE DI PIU' CIO' CHE VIENE PIU' RICHIESTO

Dunque è logico pensare che se c'è molta domanda di Iphone ad esempio, il suo prezzo aumenti.

Il principio di SCARSITA' si applica anche per quei beni disponibili solo in un determinato periodo.

Pensiamo ad esempio alla **frutta di stagione**. Pur di acquistare ciliegie o castagne, siamo disposti a comprare anche ad un prezzo molto superiore a quello degli altri frutti.

Esattamente allo stesso modo funziona nelle piattaforme di Couponing. Dove vengono esposti Prodotti o Servizi in sconto ma non per tutti. Solo per coloro che saranno bravi ad accaparrarseli entro il termine previsto dell'offerta.

Ciò fa sì che si inneschino meccanismi psicologici che ci spingono ad acquistare anche cose che non sono indispensabili nell'immediato.



## VUOI ESSERE IL PRIMO AD AVERLO + NON VUOI CORRERE IL RISCHIO DI PERDERLO

Dunque sei pronto ad acquistare anche cose che non ti servono, per il solo soddisfare il tuo apparente bisogno.

Non devi necessariamente vendere Oro 24 carati, ma serve che la tua offerta sia disponibile solo per un determinato numero di Unità oppure per un determinato numero di giorni.

### LA QUALITA' PAGA

Il primo requisito che ti permette di sopravvivere sul mercato è la qualità dei tuoi Prodotti o Servizi.

Se non riesci ad offrire prodotti qualitativamente elevati, come puoi aspettarti di rivenderli e che chi li ha acquistati ti faccia una buona pubblicità?

Il rischio che corriamo tutti è di promettere questo e quell'altro mondo, pur di rendere più appetibile le nostre Offerte.

Principalmente devi preoccuparti di promuovere le tue Offerte, evitando di fare promesse illusorie. Prometti solo ciò che puoi permetterti, oppure finirai col fare la figura del "peracottaro".

La **prima regola** a riguardo è offrire qualcosa che corrisponda esattamente a ciò che i tuoi utenti riceveranno. Usare anche solo foto altrui o promettere un impiattamento diverso da quello reale, genera delusione e scarsa soddisfazione.

### QUESTO È MOLTO GRAVE

Prima di tutto perché se cerchi di promuoverti hai necessità di innescare un meccanismo che ti porti altri clienti e poi perché i clienti che hanno già pagato, eviteranno come la peste i tuoi servizi ed il tuo "BRAND".

La **seconda regola** riguarda il Prodotto o Servizio che andrai a promuovere. Deve essere il tuo prodotto di punta, il meglio che puoi offrire. Devi lasciare il segno nei tuoi utenti. Lasciarli senza parole...

Purtroppo se non usi [strumenti adeguati](#), può accadere ciò che vendi non sia altro che un prodotto mediocre, “vestito a festa”. Ciò capita per una serie di motivi di cui parleremo più ampiamente nel paragrafo [Perché usare offerte speciali](#) .

Lavorare ispirandosi a principi di qualità come rispettare la promessa, rendere l'esperienza del Cliente il più piacevole possibile e migliorare il servizio di assistenza **è necessario per evitare feedback negativi**.

Anche una segretaria malpagata e che conseguentemente tratta “male” i clienti può generarti feedback negativi.

## OCCHIO ALLE SEGRETARIE...

Inoltre offrire un servizio di qualità ti aiuta anche a comprenderne meglio gli aspetti da migliorare, perché i tuoi clienti saranno più disponibili ad offrirti il loro “sincero feedback” e non quello freddo richiesto dalla piattaforma.

Attenzione, non stiamo parlando del solo feedback sul Prodotto o Servizio che sponsorizzi (di per se ugualmente importante come detto in precedenza), ma su quello reale che eroghi. Devi preoccuparti seriamente di migliorarlo secondo i suggerimenti dei tuoi Clienti, poiché sono loro ad utilizzarlo e sono loro a fare della tua attività un grande SUCCESSO o un grande FALLIMENTO!

Sfrutta il contatto con i Clienti per chiedere loro:

- Delle opinioni sul Prodotto/Servizio.
- Offri loro ulteriori sconti qualora ti compilino un questionario di soddisfazione su quanto offerto.
- Tra quanti giorni torneranno e se hanno voglia di suggerirlo ai loro conoscenti.

E' un'attività non scontata, ma dalle potenzialità inaspettate. Chiedere ai tuoi clienti come migliorarti, darà loro la sensazione di essere parte integrante della tua attività, entrando “empaticamente” in relazione.

## SCALABILITA'

Qualche concetto su come vendere ripetutamente i tuoi Prodotti o Servizi è d'obbligo.

Vendere o promuoverti sul WEB non è mai fine a se stesso. Se ti promuovi, lo fai perché hai un paniere di prodotti pronti da essere venduti, ma che al momento tieni da parte, perché sai di poter *fare breccia nelle tasche altrui* con un prodotto in particolare.

Questo significa che se oggi vendi ed eroghi la tua Offerta (il tuo Cliente viene a consumarla), domani dovrai poterlo ricontattare per vendergli qualcosa di maggior valore o di differente specie.

Abbiamo visto l'importanza di offrire qualcosa di elevata qualità, ora vediamo come **raggiungere i tuoi Clienti anche dopo aver venduto** la tua Offerta principale (Offerta di Front End).

Il primo requisito è avere già pronti dei prodotti pronti da vendere, ma se sei sul mercato, questo non dovrebbe essere un problema. Facciamo qualche esempio per essere più chiari:

- Vendi in Offerta un *mese di abbonamento in palestra* per l'uso incondizionato della sala pesi. In questo caso potresti vendere in abbonamento semestrale l'utilizzo della sala pesi + la sauna + un corso a scelta (tra Spinning e Zumba ad esempio) e magari aggiungendo una borsa con 2 asciugamani a corredo.
- Se promuovi in Offerta un *servizio di pulizia dentale*, puoi vendere uno sbiancamento con inclusa la pulizia successiva.
- Se promuovi in Offerta un *pacchetto di stampa fotografica*, puoi vendere un pacchetto di quantità superiore aggiungendo un gadget, oppure includendo uno sconto superiore.

Il reale problema testato anche personalmente è che **il venditore generalmente non si preoccupa di fare tutto ciò**, restando ancorato all'offerta in promozione sui siti di couponing.

Questo significa che noi tutti possiamo comprare e ricomprare in Offerta lo stesso prodotto anche a distanza di tempo, senza che il venditore si accorga dei soldi che come si dice in gergo “sta lasciando sul tavolo”.

Ora se la cosa non ti ha mai sfiorato prima d’ora, speriamo di **averti aperto gli occhi**. Se invece non aspettavi altro che questa info per smetterla di regalare soldi a queste piattaforme, clicca su [QUESTO LINK](#) e guarda cosa puoi fare.

## IN 321ONLINE SEI NEL POSTO GIUSTO

Tutti questi concetti vengono normalmente osteggiati dalle piattaforme di couponing, che hanno ovviamente interesse a farti vendere presso di loro.

E se ti dicessimo che puoi farlo anche senza il loro contributo?

Scopri nel paragrafo [Perche’ usare offerte speciali](#) i motivi che dovrebbero farti abbandonare queste piattaforme oggi stesso.

## ABBANDONA OGGI STESSO LE PIATTAFORME DI COUPONING

Questo genere di piattaforme nascono *per fare soldi e non per farti acquisire notorietà o migliorare il tuo Brand*.

Dal canto loro però bisogna riconoscere che fanno Marketing al posto tuo e pertanto possono essere un buon punto di partenza. E' chiaro però che dopo aver avviato il tuo Business, dovresti aver compreso che usarle non possa aiutarti nell'espandere la tua attività.

### OSSIA VANNO BENE ALL'INIZIO, MA POI...

Poi devi subentrare tu e le tue capacità imprenditoriale per comprendere che non è economicamente sostenibile quello che ti propongono, tranne che tu sia disposto a rinunciare alla qualità o a buona parte del profitto.

Si, perché in genere queste piattaforme **intascano fino al 60% dell'importo incassato**, riducendo all'osso i tuoi guadagni. In questo contesto diventa semplice per te premiare il cliente abituale (che paga di più), penalizzando chi ha comprato tramite Coupon (ti porta pochi soldi).

Solo in questo modo potrai vendere prodotti come quelli suggeriti nel paragrafo [SCALABILITA'](#).

Dovrebbe essere l'esatto contrario, ma se hai usato almeno una volta questi sistemi sai di cosa parliamo. Essere costretti ad accettare un Cliente quando si è già pieni e dovergli dare anche il 100% delle proprie attenzioni, può essere fastidioso.

Dunque come fare a non ripetere questo errore?

Innanzitutto usando software che automatizzano il tutto, semplici da impostare e che fanno il lavoro delle piattaforme ma ad 1/100 del loro costo.

Successivamente devi preoccuparti di prendere i dati dei Clienti e ricontattarli anche senza quelle piattaforme che te li hanno presentati.

Questa pratica è l'unica utilizzabile per offrire delle Offerte anche dopo aver ricevuto per la prima volta i tuoi Clienti.

## **FAI LO SFORZO LA PRIMA VOLTA E LO CAPITALIZZI**

Chiaro ora?

Se non hai i dati dei tuoi Clienti, come puoi ricontattarli per offrirgli qualcosa di nuovo? Come fai ad offrirgli il pranzo di San valentino o la cena brasiliana, con tanto di cameriere "autoctone"?

Dunque usa un software come quello di seguito indicato, oppure crea uno stampato Ad Hoc per registrarlo su carta.

Se vuoi vedere Offerte Speciali in azione, visita [QUESTA PAGINA](#).

### **PERCHE' USARE OFFERTE SPECIALI**

Converrai con noi che usare queste piattaforme non è la strategia più idonea per riempire il tuo locale o vendere di più. Non sono queste strategie che ti permettono di durare a lungo, poiché non ti consentono il controllo pieno di quello che succede.

Quanto pagheresti per guadagnare il 100% di ciò che pagano i tuoi clienti?

Come migliorerebbe la qualità dei tuoi Prodotti o Servizi se incassassi in anticipo il dovuto?

Come potrebbe contribuire al tuo Business il fatto di poter contattare ogni volta che lo preferisci i tuoi Clienti?

Proprio per rispondere a queste domande abbiamo creato Offerte Speciali, un software, che ti permette di creare delle Offerte a tempo o quantità limitate.

Proprio come fanno le piattaforme di cui abbiamo parlato, ma senza gli odiosi costi ricorrenti delle stesse. Paghi una sola volta e crei tutte le offerte che preferisci, per sempre.

Il tutto senza avere necessità di conoscenze tecniche o di creare siti web, ne pagine di Marketing esterne.

Offerte speciali funziona sul WEB, dunque non va installato sul proprio PC, ne ha bisogno di risorse particolari. Per usarlo ti basta un qualunque dispositivo con un Browser per navigare sul WEB. Puoi usare uno Smartphone o un Tablet, ma è “consigliato” l’uso di un qualunque PC.

Con Offerte Speciali puoi sfruttare le strategie che abbiamo trattato, poiché sono già integrate nel software. Nei prossimi capitoli ti spieghiamo nel dettaglio come funziona.

Esattamente come promesso!!!

60 minuti (1 ora) per andare Online, in 3 passi:

1. Crea una Campagna.
2. Inserisci i Contenuti.
3. Pubblica la tua Offerta Speciale.

## PASSO 1 - CREARE UNA CAMPAGNA

Utilizzare Offerte Speciali è davvero molto semplice, ma per aiutarti vogliamo offrirti questo testo che vuole aiutarti nell'utilizzo del software, al fine di pubblicare le tue offerte nel più breve tempo possibile (anche meno di 1 ora).

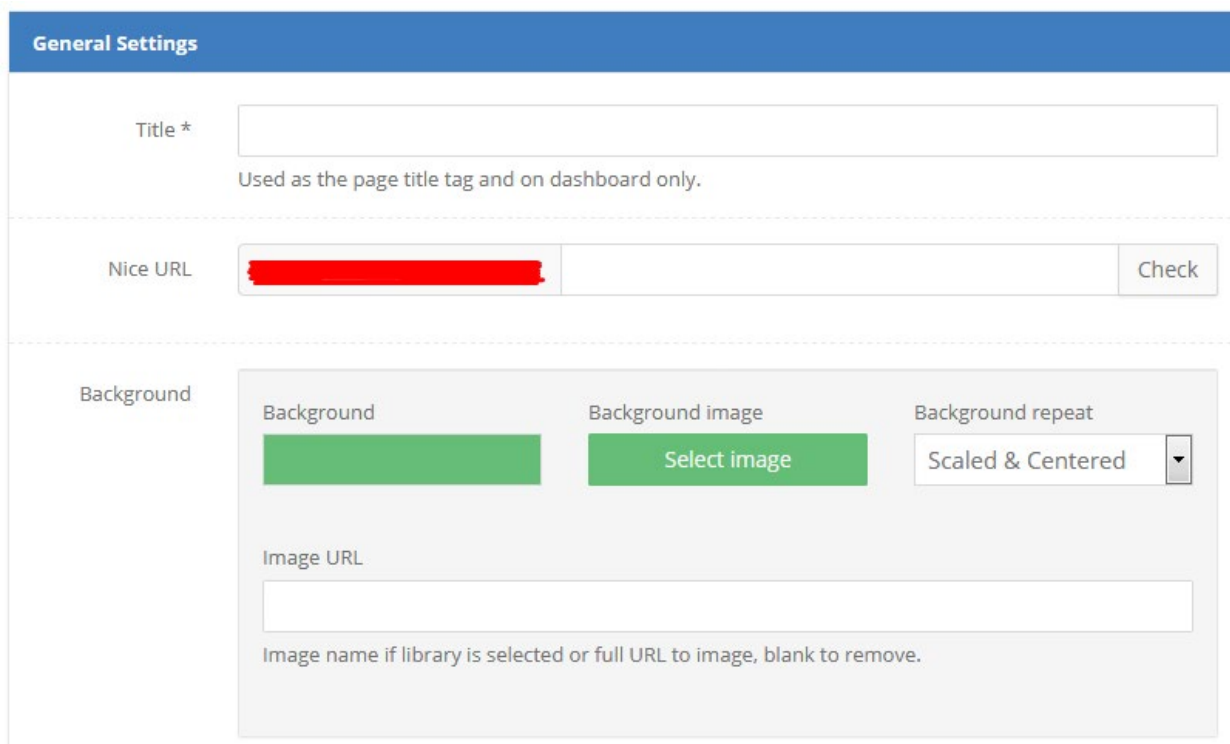
Per accedere all'Area Riservata, dalla quale creare le tue Offerte Speciali ti ricordiamo di partire da [QUI](#). Se invece non hai ancora preso la tua licenza, vai [QUI](#), leggi i dettagli e ricevi via email i dati di accesso.

Se vuoi vedere Offerte Speciali in azione, visita [QUESTA PAGINA](#).

La prima pagina che vedrai dopo l'accesso al Software è la tua **Dashboard**. Se è la prima volta che lo utilizzi, la sezione "Your Campaign" sarà vuota. Nell'angolo in alto a destra, facendo clic sul tuo nome, puoi modificare il tuo profilo o uscire dal Software. Sul lato sinistro della pagina è possibile visualizzare il menu di navigazione. Per iniziare, creiamo una nuova campagna. Fai clic sulla voce di menu "Create campaign" nella parte sinistra.

Il modulo di creazione è diviso in più aree. Ecco come è diviso:

### IMPOSTAZIONI GENERALI



The screenshot shows a 'General Settings' form with the following sections:

- Title \***: A text input field with a note below it: "Used as the page title tag and on dashboard only."
- Nice URL**: A text input field containing a redacted URL, followed by a "Check" button.
- Background**: A section with three sub-areas:
  - Background**: A green color swatch.
  - Background image**: A green button labeled "Select image".
  - Background repeat**: A dropdown menu currently set to "Scaled & Centered".
- Image URL**: A text input field with a note below it: "Image name if library is selected or full URL to image, blank to remove."



Il primo campo è il campo "Titolo" in cui è possibile definire il titolo della campagna. Verrà utilizzato nell'area riservata per differenziare le tue campagne e utilizzato anche nel Front End (Offerta principale) come META titolo.

Nel secondo campo puoi definire un URL a piacimento per la tua campagna. Dopo aver inserito un URL piacevole, usa il pulsante "Check" per verificare la disponibilità del tuo URL (fallo alla creazione di ogni nuova campana, altrimenti non potrai salvarla).

Il terzo set di campi è per lo sfondo. È possibile selezionare un colore di sfondo personalizzato, un'immagine utilizzando la libreria di immagini di sfondo integrata o caricarne una dal proprio computer, e selezionare l'orientamento e la visualizzazione. Se lo desideri, puoi anche inserire un URL personalizzato che punta a un'immagine "hostata" altrove.

---

Background video	YouTube video URL or video ID	Begin at	Mute?
	<input type="text"/>	<input type="text" value="1"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

If background video URL is filled will overwrite background color and image settings when the video is starting. Use your background image as a preload image until the video loads. ("Begin at" is in seconds)

Se vuoi, puoi utilizzare un video di sfondo per la tua campagna. Questo può essere un video qualsiasi di YouTube o Vimeo. È possibile inserire l'intero URL o solo l'ID video (Youtube) e selezionare l'avvio dopo un determinato intervallo. Inoltre è possibile disattivarne l'audio.

## IMPOSTAZIONI VIDEO

### Video Settings

Video URL

Any type of YouTube or Vimeo URL or full URL to .mp4 file including "http". Leave blank to not display.

Video width	Video height	Autoplay	Controls
<input type="text" value="853"/>	<input type="text" value="480"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Border size	Border roundness	Border opacity	Border color
<input type="range"/>	<input type="range"/>	<input type="text" value="0.8"/>	<input type="color" value="black"/>

---

Activate feature list

In questo set di campi puoi definire una Video descrizione che può essere utilizzato per descrivere il tuo prodotto. Puoi utilizzare YouTube, Vimeo o anche un collegamento diretto a un file .mp4 . Dopo aver inserito l'URL del video, appariranno altre impostazioni sotto questo campo.

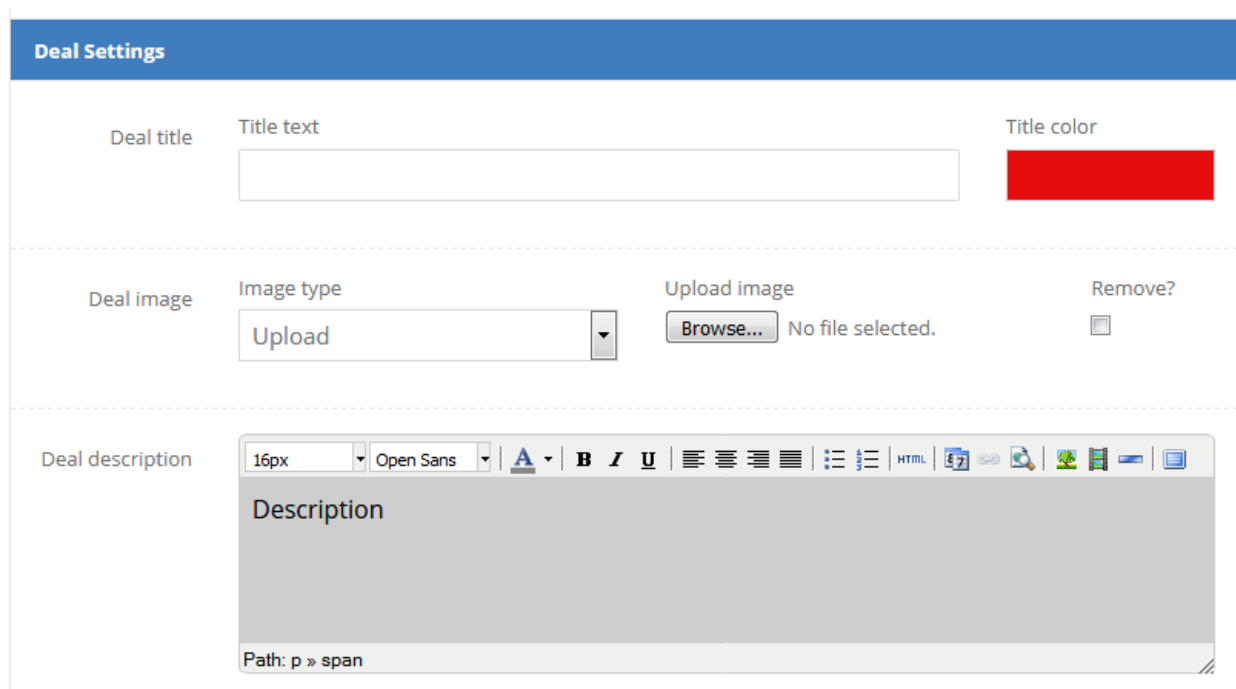
È possibile definire le dimensioni del video, attivare o disattivare la riproduzione automatica, visualizzare i controlli video, i dettagli del bordo video come dimensioni, rotondità degli angoli, opacità e colore.

Puoi attivare un elenco di caratteristiche, che verrà visualizzato sul lato destro del tuo video. Questo elenco di caratteristiche può essere personalizzato anche con il colore di sfondo, il colore del bordo, il colore del testo, il tipo ed il colore del segnaposto, ecc.

L'elenco può essere creato nell'ultimo campo chiamato "List Element", inserendo un elemento per riga (verranno visualizzati uno sotto l'altro).

Se desideri utilizzare un'immagine e non il video e l'elenco delle funzioni opzionali, lascia il campo URL video completamente vuoto e passa al set di campi successivo.

## IMPOSTA GLI SCONTI



The screenshot displays the 'Deal Settings' interface, which is organized into three main sections separated by dashed lines:

- Deal title:** Includes a 'Title text' input field and a 'Title color' color picker currently set to red.
- Deal image:** Features an 'Image type' dropdown menu with 'Upload' selected, an 'Upload image' section with a 'Browse...' button and the text 'No file selected.', and a 'Remove?' button with a trash icon.
- Deal description:** Contains a rich text editor with a toolbar showing options for font size (16px), font family (Open Sans), bold, italic, underline, text color, background color, bulleted list, numbered list, link, unlink, insert image, and insert video. The main text area contains the word 'Description' and the path 'Path: p » span' is visible at the bottom.

Questi campi ti permettono di gestire le funzioni principali del Software.

Nel primo campo è possibile definire il titolo del prodotto ed il colore.

Se non hai utilizzato un video nel passaggio precedente, puoi utilizzare un'immagine, selezionandola tramite il pulsante "Upload", oppure inserire un URL personalizzato. Potrai rimuoverla in seguito spuntando la casella "Remove" prima di salvare la nostra campagna.

All'interno del campo successivo definisci il contenuto principale dell'Offerta. Grazie ad un editor WYSIWYG puoi personalizzare il testo, includere immagini, video o qualsiasi tipo di supporto incorporato o utilizzare HTML e CSS di base.

Pricing	Normal price * <input type="text"/> Numbers only.	Current price * <input type="text"/> Numbers only.	Currency USD - United States Do ▾
Payment type	Custom ▾		
Payment URL *	<input type="text"/>		
Your redirect URL	Please copy the "Payment redirect link" from your dashboard under the "Links" button and add it to your payment processor as the redirect URL after the payment. Do this after you have created this new campaign.		
Delivery URL	<input type="text"/> User will be taken here after the payment is made and is redirected back to the app.		

In questi campi è possibile definire i dettagli dell'Offerta. È possibile definire il prezzo precedente del prodotto che si sta vendendo, quindi il prezzo corrente (il prodotto sarà venduto al prezzo definito nel campo Prezzo corrente). Seleziona la valuta desiderata.

Come tipo di pagamento puoi selezionare PayPal o Custom per utilizzare il processore di pagamento preferito.

Se selezioni PayPal, inserisci il tuo indirizzo email PayPal e la lingua che desideri utilizzare nella pagina di pagamento.

Puoi usare un processore di pagamento personalizzato, selezionando "custom" nel campo "Payment Type" ed inserendo un "Payment URL". Questo dato potrà

essere copiato successivamente dalla dashboard solo dopo aver salvato la campagna.

Il campo “Delivery URL” deve essere compilato Creando una pagina dedicata, dove atterreranno i clienti dopo aver pagato.

The image shows a configuration interface for an offer, divided into three sections:

- Deal box:** Contains four color selection fields: "Main color" (white), "Font color" (dark grey), "Button color" (yellow), and "Button font color" (dark grey).
- Content box:** Contains three settings: "Color" (light grey), "Opacity" (a dropdown menu set to "1"), and "Roundness" (a dropdown menu set to "10").
- Deal type:** A dropdown menu currently set to "Unlimited".

Utilizzando questi campi è possibile definire i colori della propria Offerta in base alle proprie esigenze.

Utilizzando il campo “Deal type” puoi selezionare i limiti della tua Offerta. Puoi scegliere tra “Unlimited”, oppure un qualsiasi numero di prodotti dai tuoi utenti, in modo che l'offerta diventi non disponibile dopo questo numero, oppure un numero minimo di vendite per attivare la campagna. Utilizzando questa ultima opzione, la pagina di ringraziamento dovrebbe spiegare in dettaglio il funzionamento. Ad esempio, se imposti un'offerta di almeno 10 vendite, 10 persone acquisteranno il tuo prodotto, dovrai inviare il prodotto manualmente quando vengono effettuate 10 vendite oppure rimborsare gli utenti che hanno acquistato se il minimo di 10 vendite non sono state raggiunte.

Utilizzando il numero minimo o massimo delle vendite, verrà visualizzata una barra nell'Offerta che mostrerà il numero di **prodotti restanti**.

## IMPOSTAZIONI DEL CONTO ALLA ROVESCIA

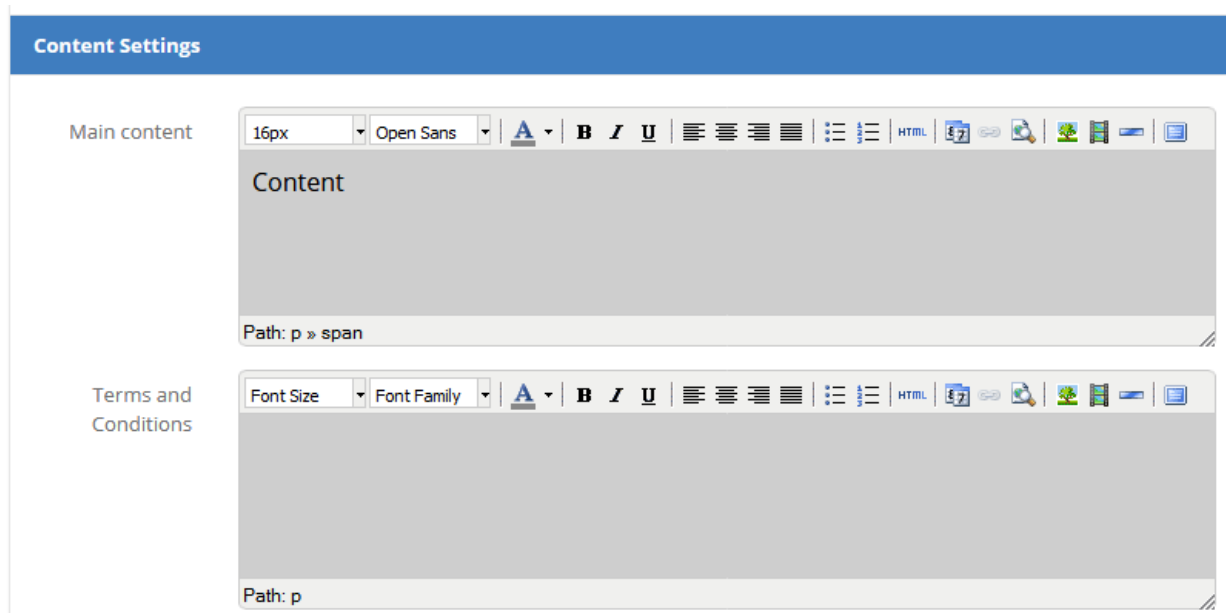
### Countdown Settings

Date/time *	<input type="text"/>
	Server time: 01/23/2018 05:14:54
Background	<input type="color"/>
Countdown	<input type="color"/>
Caption	<input type="color"/>
Expiry event	<input type="text" value="Do nothing"/> ▼
	What to do when the timer hits zero or the maximum limit is hit.

Qui puoi definire le impostazioni del conto alla rovescia per la tua offerta, compresa la data / ora stessa e l'aspetto del conto alla rovescia, in funzione del design del tuo Brand.

L'evento di scadenza (Expiry Event) verrà attivato quando il conto alla rovescia raggiungerà lo zero. Grazie a questa impostazione puoi scegliere di lasciare che la campagna resti così com'è, nascondere il conto alla rovescia e bloccare gli acquisti futuri, reindirizzare verso un URL personalizzato, oppure mostrare un messaggio personalizzato sull'affare che avvisa della fine dell'Offerta. Se selezioni l'ultima opzione, apparirà un editor WYSIWYG in cui puoi utilizzare immagini, video, qualsiasi supporto incorporato o HTML e CSS di base per visualizzare il tuo messaggio di scadenza.

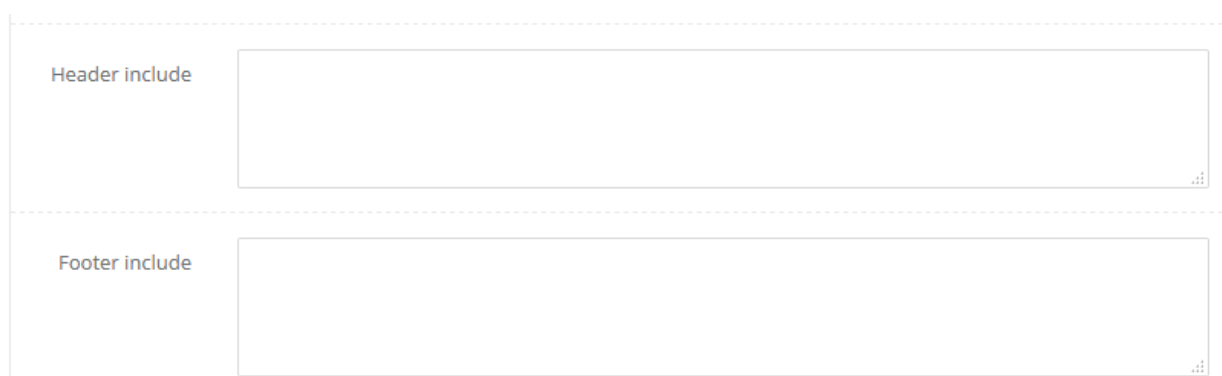
## PASSO 2 - INSERISCI I CONTENUTI



The screenshot shows the 'Content Settings' interface. It features a blue header with the text 'Content Settings'. Below the header, there are two main content areas, each with a WYSIWYG editor. The first editor is labeled 'Main content' and has a toolbar with options for font size (16px), font family (Open Sans), bold, italic, underline, text alignment, list creation, and HTML/CSS editing. The content area below the toolbar is empty and labeled 'Content'. Below the content area, the path is shown as 'Path: p » span'. The second editor is labeled 'Terms and Conditions' and has a similar toolbar. The content area below the toolbar is empty and labeled 'Path: p'.

Il primo campo è il contenuto principale; questo è un blocco che puoi personalizzare e che comparirà sotto l'area dell'offerta. Essendo un'area WYSIWYG è possibile utilizzare immagini, video qualsiasi tipo di media incorporati o HTML e CSS di base.

Il campo successivo riguarda Termini e condizioni che verranno visualizzati dagli utenti grazie ad un POPUP dopo aver cliccato sul collegamento. Lo stesso tipo di editor WYSIWYG è disponibile per questo campo, quindi è possibile utilizzare immagini, video qualsiasi tipo di supporto incorporato o HTML e CSS di base.



The screenshot shows two large, empty text input fields. The first field is labeled 'Header include' and the second field is labeled 'Footer include'. Both fields have a small icon in the bottom right corner, indicating they are rich text editors.

I campi Header e Body includono possono essere utilizzati per includere lo script di tracciamento personalizzato o di retargeting (Pixel Facebook). Basta inserire uno snippet di script di monitoraggio in questi campi prima di salvare la

campagna.

The screenshot shows a configuration interface for a campaign. It is divided into three horizontal sections by dashed lines. The first section, labeled 'Exit popup', contains a dropdown menu with the text 'Show top bar on exit'. The second section contains two elements: a 'Background color' field with a light gray color swatch, and a 'Show' dropdown menu with the text 'Show only once'. The third section, labeled 'Popup content', features a rich text editor with a toolbar containing icons for font size, font family, bold, italic, underline, text color, background color, bulleted list, numbered list, link, unlink, and image. Below the editor is a 'Path' field with the text 'p'.

Utilizzando questo campo puoi far apparire un POPUP o una barra in alto quando il tuo visitatore prova a lasciare la pagina. Selezionando l'opzione POPUP verranno visualizzati più campi per personalizzare il titolo, l'aspetto dell'overlay e il contenuto per esso utilizzando lo stesso editor WYSIWYG e sarà possibile selezionare la frequenza di visualizzazione di questo popup.

Usando l'opzione barra superiore verrà visualizzato un insieme diverso di campi in cui è possibile personalizzare il banner barra superiore.

The screenshot shows a configuration interface for a campaign. It contains a single horizontal section with a dropdown menu labeled 'Custom text' and the text 'Use built in text snippets'.

Usando l'ultimo campo, se lo desideri puoi tradurre o riformulare l'intero testo. Se si attiva il testo personalizzato, verrà visualizzato un insieme di campi da cui è possibile modificare / tradurre tutto il testo.

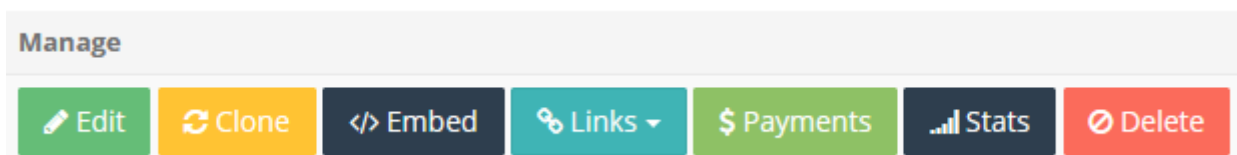
Dopo aver riempito tutti i campi richiesti, puoi salvare la tua campagna. Ricorda che puoi tornare a questa pagina in qualsiasi momento e modificare i dettagli della tua campagna ogni volta che lo desideri.

## PASSO 3 - PUBBLICA

Your campaigns

Created	Title	Status	Stats	Manage
2018-01-22 06:18:29	test 3 - 2018-01-22 06:18:29	Active	0	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Clone</a> <a href="#">Embed</a> <a href="#">Links</a> <a href="#">Payments</a> <a href="#">Stats</a> <a href="#">Delete</a>
2018-01-22 05:06:58	test 3	Active	0	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Clone</a> <a href="#">Embed</a> <a href="#">Links</a> <a href="#">Payments</a> <a href="#">Stats</a> <a href="#">Delete</a>
2018-01-18 04:33:28	test campaign	Active	0	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Clone</a> <a href="#">Embed</a> <a href="#">Links</a> <a href="#">Payments</a> <a href="#">Stats</a> <a href="#">Delete</a>

- La prima colonna nella tua bacheca in grado è la colonna "Created". Questa colonna mostra solo la data di creazione della tua campagna e le tue campagne sono ordinate dal più recente al più recente.
- La seconda colonna è la colonna "Titolo" che mostra il titolo della tua campagna. Usalo per differenziare le tue campagne che controllano questa colonna. È possibile modificare i titoli delle campagne da questa schermata, facendo doppio clic sul titolo e premendo Invio dopo aver apportato la modifica.
- La colonna "Status" verrà visualizzato dell'Offerta (ancora in corso o conclusa).
- La colonna "Stats" mostra il numero di visite ricevute da una campagna.
- L'ultima è la colonna "Manage", che è probabilmente la colonna più importante poiché da qui puoi gestire le tue campagne:



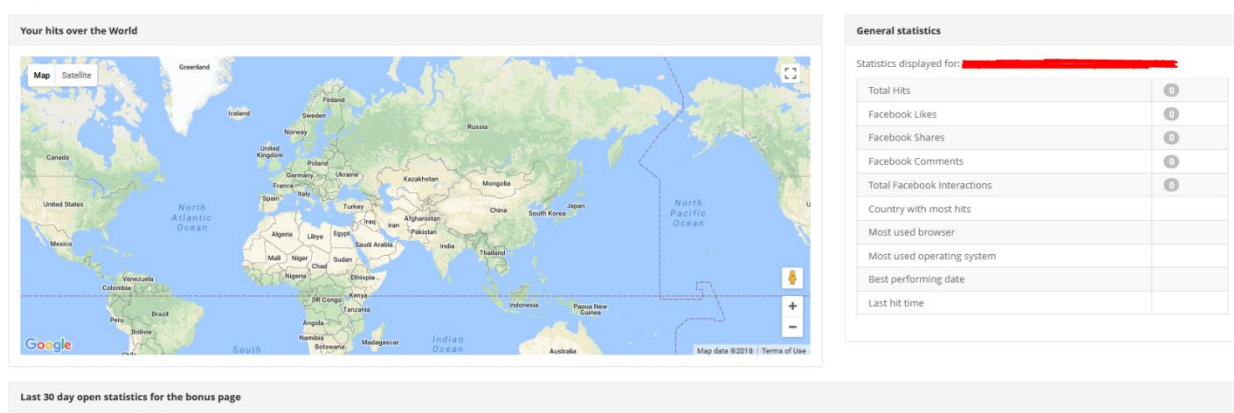
- Il primo pulsante è "Modifica" che, se viene cliccato, porta ovviamente alla stessa pagina della procedura guidata per la creazione della campagna e ti consente di modificarla.
- La funzione "Clone" clonerà la tua campagna e creerà una nuova campagna con le stesse impostazioni della campagna clonata. È davvero utile se hai intenzione di creare una campagna simile a quella che hai già.
- Facendo clic sul pulsante "Embed", verrà automaticamente copiato un codice che potrai incollare nel tuo sito web. Così facendo riuscirai a mostrare la pagina della tua campagna sul tuo sito.
- facendo clic sul pulsante "Link" ti verranno mostrati due possibilità. Facendo clic su "Copy payment redirect link" verrà copiato un URL negli appunti, che viene utilizzato dopo il processore di pagamento come



pagina di ringraziamento/consegna (se si utilizza un processore di pagamento personalizzato).

- "Copy link to Clipboard" copierà il Link dell'Offerta.
  - "Open in new Window" aprirà la pagina dell'Offerta in una nuova finestra del browser.
- Facendo clic sul pulsante "Payments" verrà visualizzata una pagina che contiene statistiche dettagliate sui pagamenti effettuati per la tua campagna
  - Il pulsante "Stats" mostrerà le statistiche dettagliate dei visitatori sull'URL della tua campagna

Stats



- Il pulsante "Delete" ti consentirà di eliminare completamente la tua campagna e tutti i dati ad essa relativi.

## CONTATTI

E' nostro dovere essere **sempre connessi**. A te il compito di spiegarci di cosa ti occupi e come possiamo aiutarti.

Contattaci per darci un'opinione su questo Ebook, oppure per rivolgerci qualunque domanda riguardo il mondo del Marketing Online. Puoi rivolgerci le tue domande:



Nella nostra Gruppo Facebook raggiungibile da [QUI](#) .



Inviandoci una Email all'indirizzo [supporto@321online.it](mailto:supporto@321online.it) .



Visitando la nostra pagina [CONTATTI](#) ([www.321online.it/contatti/](http://www.321online.it/contatti/)), ed usando i campi a disposizione per descrivere meglio possibile le tue necessità.



Scrivendoci su [Whatsapp](#).

[PRENDI LA TUA LICENZA DA QUI](#)