

IL GROWTH HACKING

Alessia Camera

Seguitemi e storyzzatemi [@alessiacamera](#)



Ciao, sono @alessiacamera



- Growth Hacking & Head of Digital 15+ startup e progetti tech
- Digital Marketing Manager per PS4 e PS VR con Sony PlayStation
- Primo talk in Italia sul Growth Hacking nel 2016 al Web Marketing Festival
- Startup Marketing Manager Open Data Institute
- Ho scritto Startup Marketing by Hoepli
- Speaker per eventi & formazione
- *ps: nuovo libro in arrivo!*

Di cosa parleremo oggi?

1. Il Growth Hacking
2. Come sviluppare un approccio di growth
3. Il Growth Hacking nei canali di traction
4. The king is here
5. I 30 tool più importanti nel Growth Hacking



IL GROWTH HACKING



Fondata nel 1985
Clienti: 444M



Fondata nel 2009
Utenti: 1.5Mld

I nuovi utenti
ricevevano \$10
gratis quando si
registravano.



Da 100.000
a 4.000.000
utenti in 15
mesi.



Get up to 16 GB free space by inviting your friends to Dropbox!

For every friend who joins and installs Dropbox on their computer, we'll give you both 500 MB of bonus space (up to a limit of 16 GB)!
If you need even more space, [upgrade your account](#)



Invite your Gmail contacts

OR

Add names or emails

Send

We won't store your password and your contacts are secure.



Airbnb condivideva le stanze
automaticamente su Craigslist



Growth hacking = avere un'idea?



Growth hacking = trucchi e segreti?



6 INSTAGRAM

GROWTH HACKS

Oppure il
growth hacker è
un dio salvatore?



Il growth
hacking fa
decollare il
progetto con
0€?



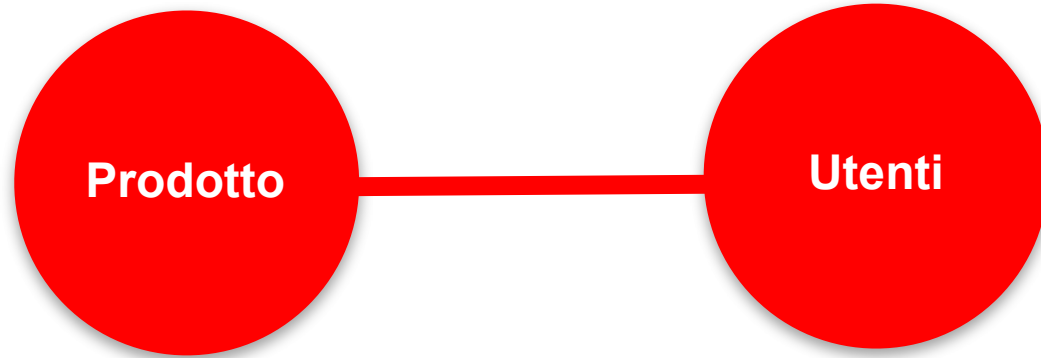
E se fosse
veramente così
semplice
saremmo tutti
ricchi
imprenditori, ma
copiare non basta





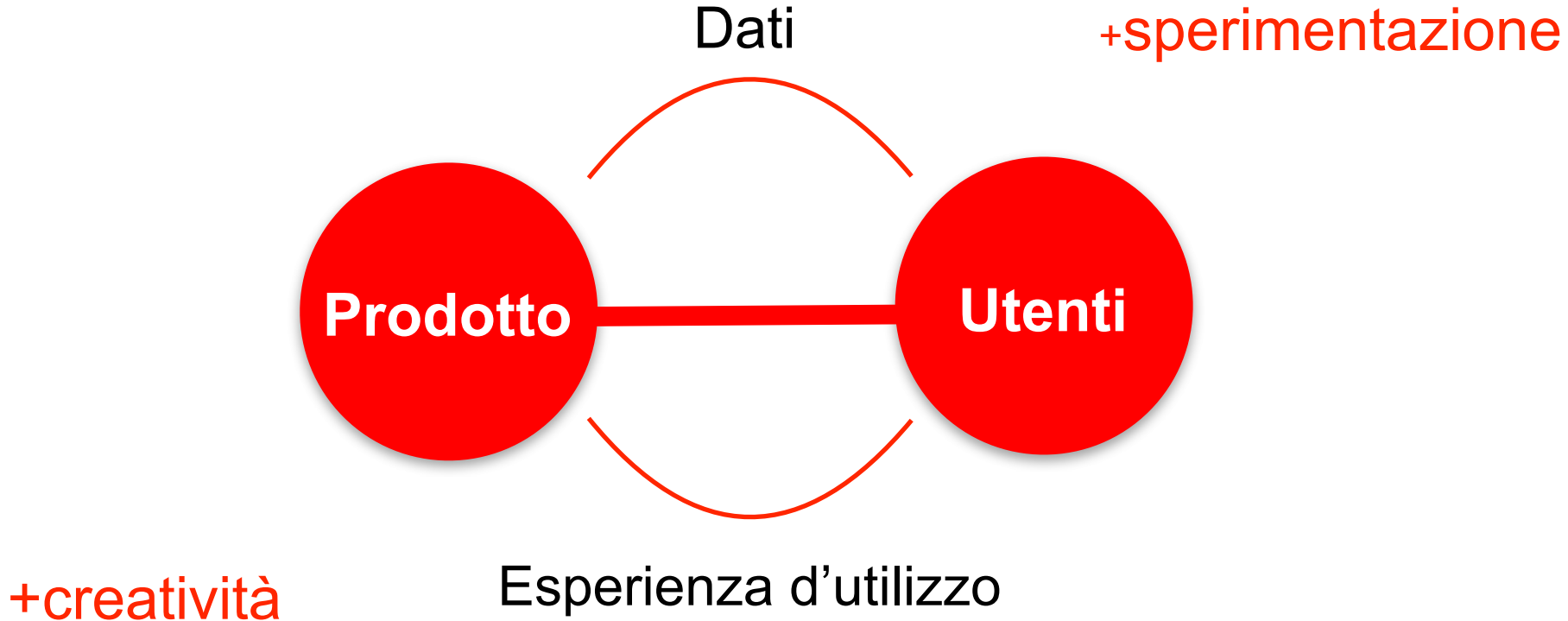
PER ME È NO.

Cos'è il growth hacking?



Un nuovo approccio al marketing

Comunicare non basta più



Il marketing diventa un processo di sperimentazione continua per raggiungere certi obiettivi di crescita



Growth Hacking: una definizione

The background of the slide is a photograph of the Golden Gate Bridge in San Francisco. The bridge's iconic orange-red towers and suspension cables are visible against a clear blue sky. The bridge spans a body of water, with the city of San Francisco visible in the distance on the left side. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

Una tecnica di marketing inizialmente utilizzata dalle **startup** della Silicon Valley che combina **creatività, sperimentazione, obiettivi concreti e dati** per acquisire visibilità, aumentare le conversioni ed incrementare le vendite.

Crescere veloce significa
saper **prevedere quali**
sono le scelte dei nostri
clienti e interpretarne le
preferenze.



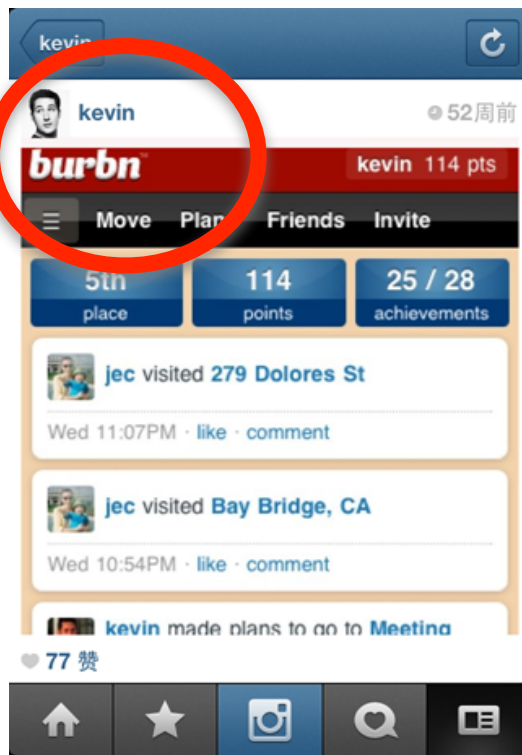
Non ci sono scorciatoie



Le metriche e i dati sono la nostra guida

Nel digitale spesso non ci sono dati storici di riferimento o strade predefinite.

Sperimentare per trovare la via giusta!



COME SVILUPPARE UN APPROCCIO DI GROWTH HACKING

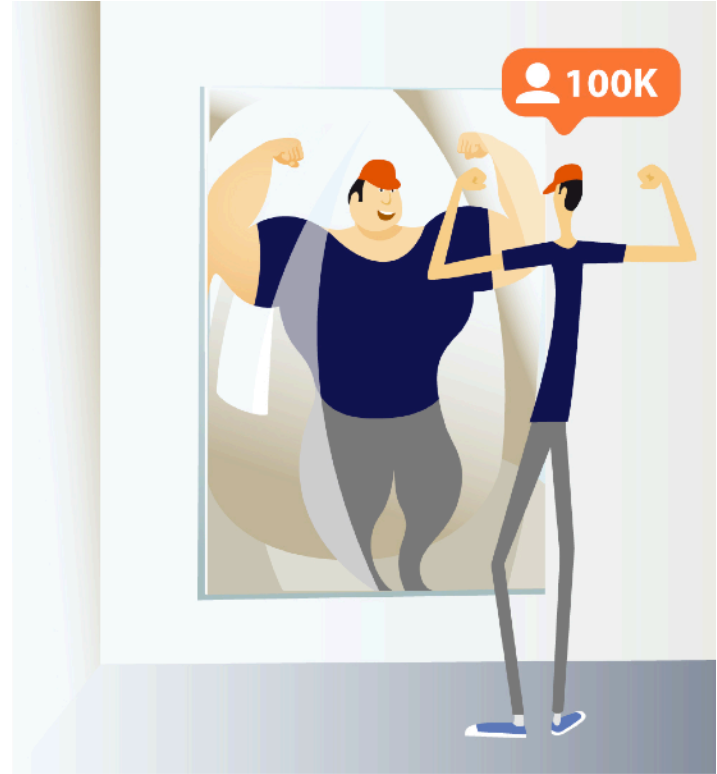
**Il digitale ci permette
di sapere tutto quello
che fa un utente
online**





**A cosa serve monitorare il numero di
like o di followers di una startup?**

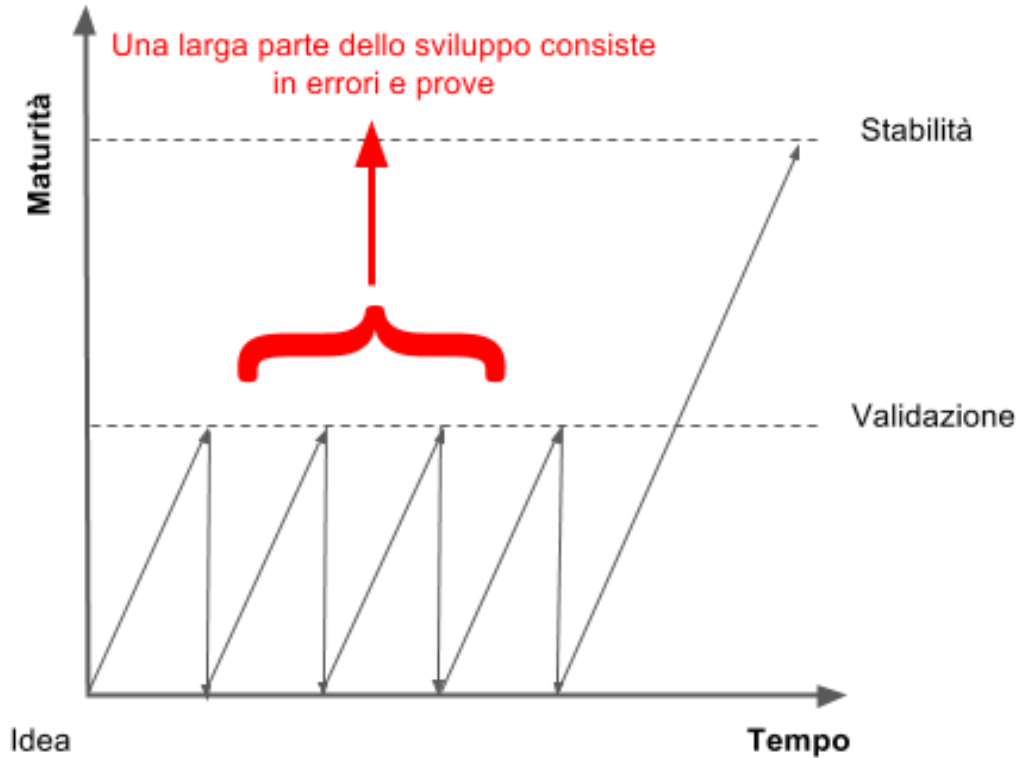
I like e i followers
sono vanity metrics
che **non servono a
definire il successo o
la crescita di una
startup.**



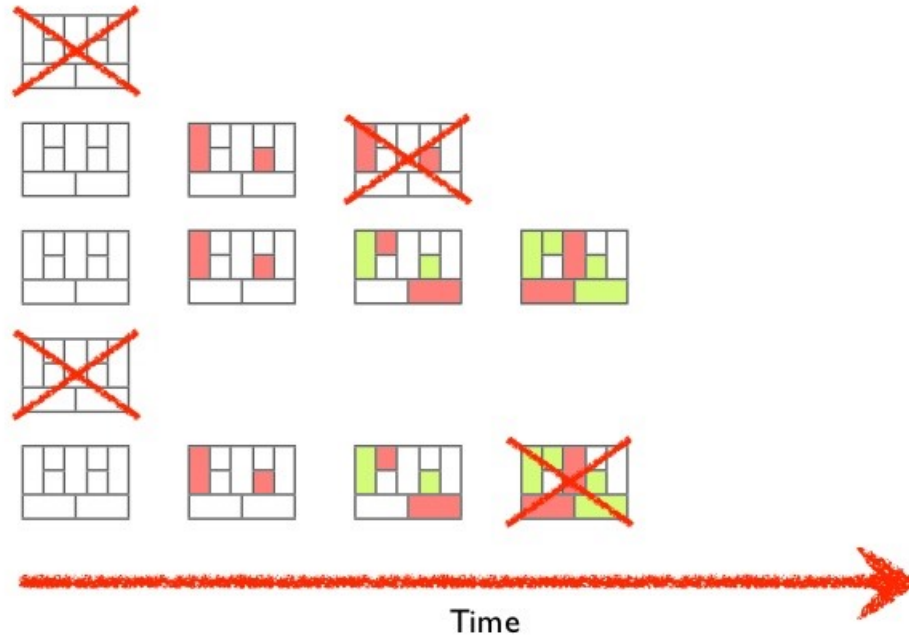
Dobbiamo partire dagli utenti



Utilizzando test che prevedono miglioramenti incrementali



Partendo con ipotesi che vengono continuamente testate e migliorate



Il feedback loop alla base del Growth Hacking

1) Generate Ideas

Canale, strategia, azioni e ipotesi



2) Organize & Prioritize



Confronta, organizza e definisci le priorità e i risultati che pensi otterrai
(ICE Impact, Confidence and Ease)

3) Test

Esegui le idee



4) Analyse results



Confronta i risultati con le ipotesi e chiediti perché

5) Learn & Optimise

Cerca di mettere assieme gli insegnamenti ottenuti per ottimizzare il test dell'idea



6) Repeat or trash

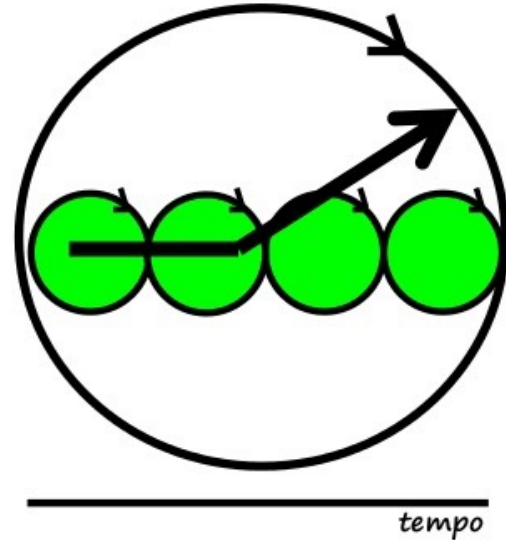


Hai raggiunto gli obiettivi o ipotesi che ti eri posto?
SI, continua a ottimizzare.
NO, cestina e passa al prossimo test

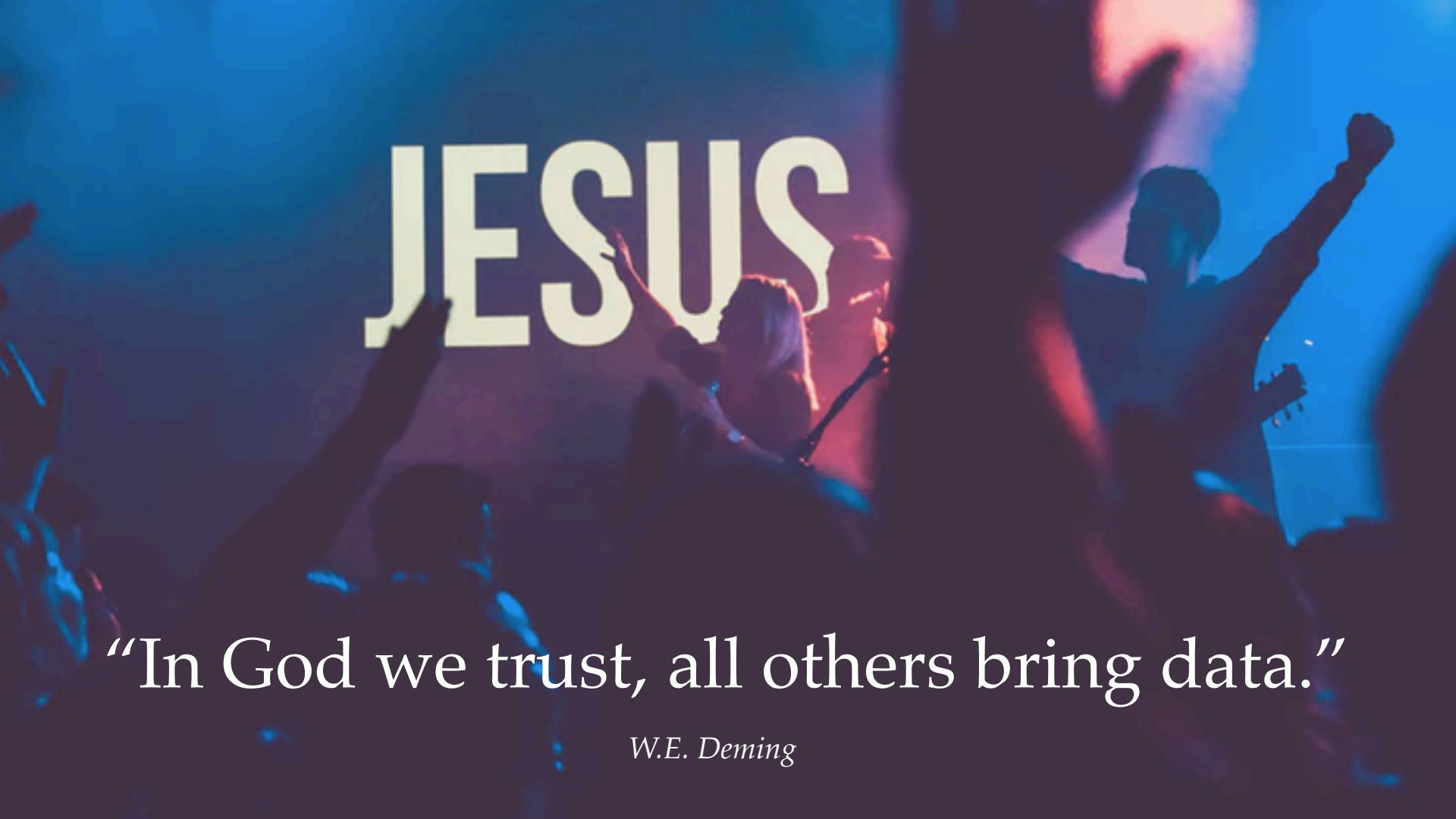
**GROWTH
HACKING**

Per raggiungere gli obiettivi prima di
esaurire le risorse

Per partire da un piano A
e arrivare a **un piano B**
che funzioni, non a un
piano B stabilito a priori



IL GROWTH HACKING NEI CANALI DI TRACTION



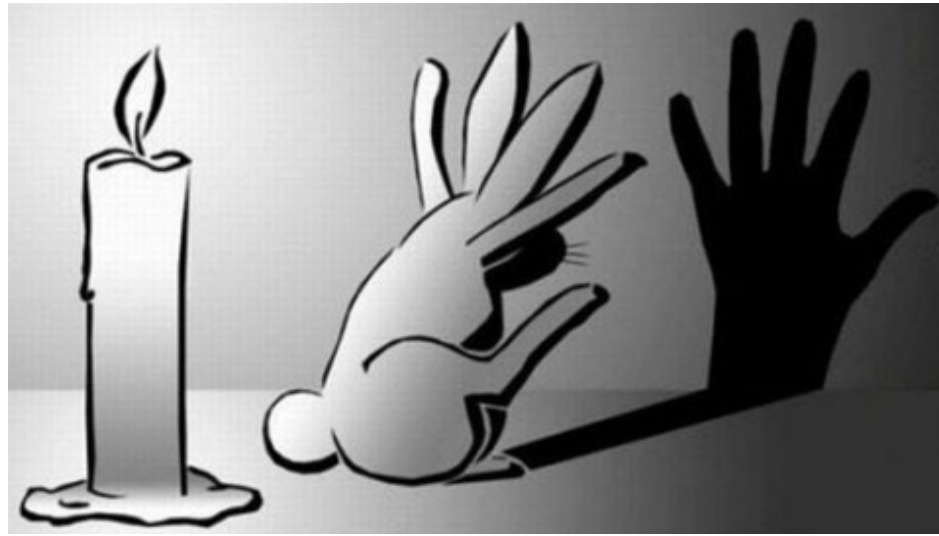
JESUS

“In God we trust, all others bring data.”

W.E. Deming



Cos'è?



“Stiamo andando bene” non è un dato,
ma una percezione

Solo i dati mostrano la situazione reale

Le percezioni devono essere testate e validate attraverso i dati, per non arrivare mai alla situazione di dover mentire a noi stessi.

I dati ci
permettono di
validare il nostro
istinto e di
misurare e
quantificare i **test**.





“Misura ciò che è misurabile e rendi
misurabile ciò che non lo è.”

Galileo

The background is a detailed, green-toned maze. It features a prominent spiral path on the left side that leads to a small, dark circular opening. The rest of the maze consists of various winding paths and dead ends, creating a complex and challenging layout. The colors are shades of green and brown, giving it a natural, perhaps stone or wood, appearance.

Come impostare
il giusto percorso?

1) Quali sono i vostri **obiettivi** di business?



“Diventare la piattaforma europea
per il food delivery”

“L'app più utilizzata per lo scambio
di contatti professionali”

Sono obiettivi di business?

Gli obiettivi devono essere SMART

Specifici e pertinenti per quel tipo di business

Misurabili dal punto di vista quantitativo

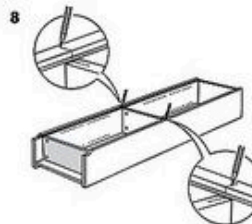
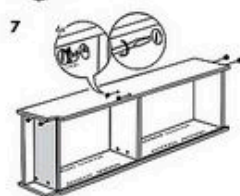
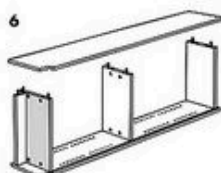
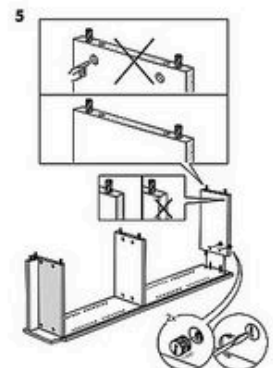
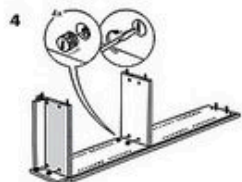
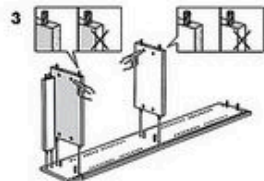
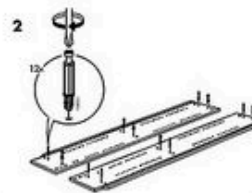
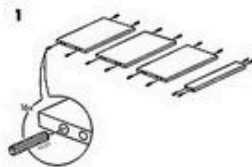
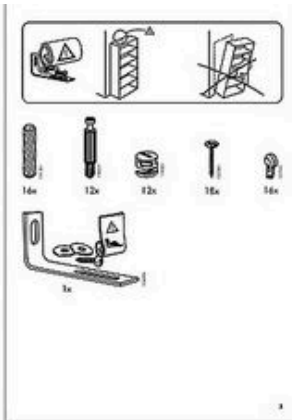
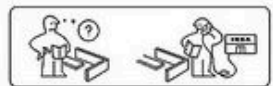
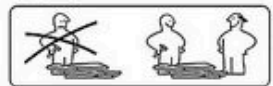
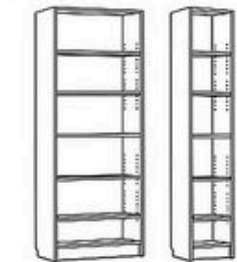
Achievable raggiungibili e realistici

Rilevanti importanti ed essenziali per il progetto

Temporali definiti da un intervallo di tempo specifico

2) Trasformare gli **obiettivi** in KPI

BILLY

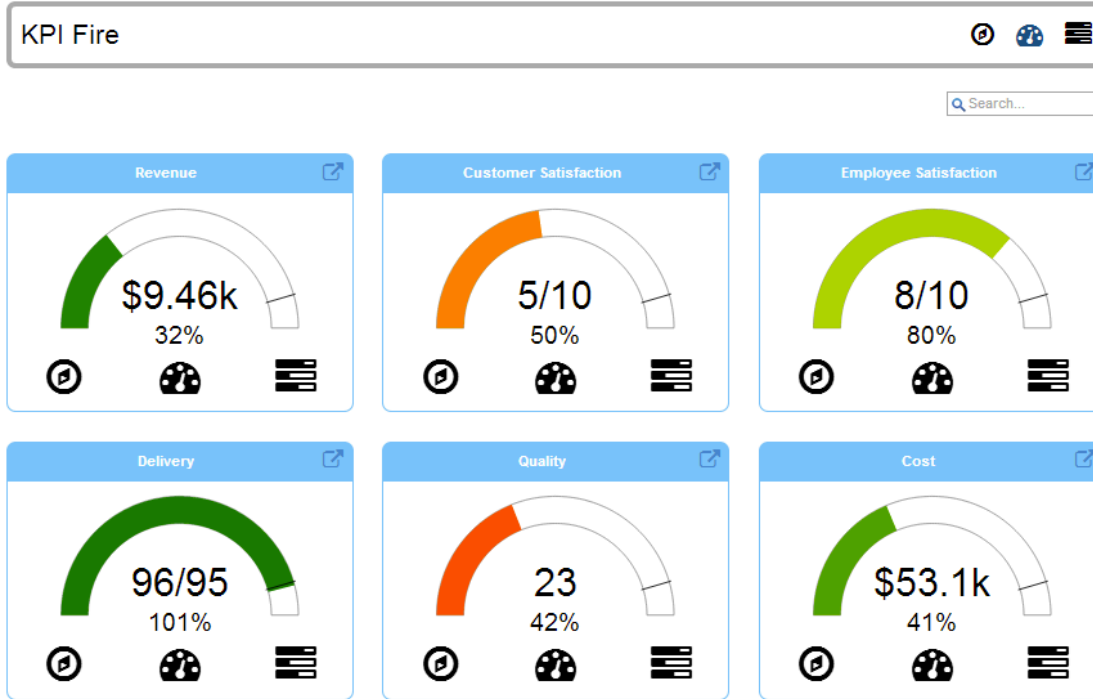


Gli obiettivi
si misurano
con
le KPI.

Le KPI sono dati quantitativi, metriche rilevanti e in linea con l'obiettivo da realizzare.



KPI DASHBOARD

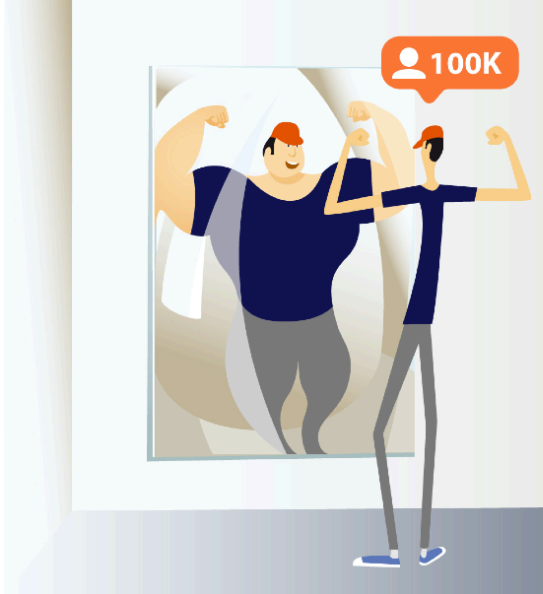


In caso di cambiamento improvviso, le KPI dovrebbero rifletterlo, sia in positivo che in negativo fornendo una fotografia immediata dello stato del progetto.

3) Non usare KPI inutili

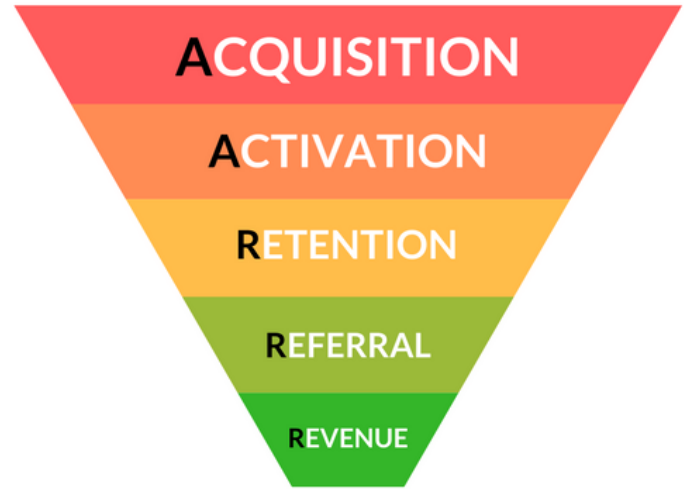


Le **vanity metrics** sono metriche poco significative, che non fanno capire l'andamento reale del business e portano a fare false valutazioni e considerazioni.

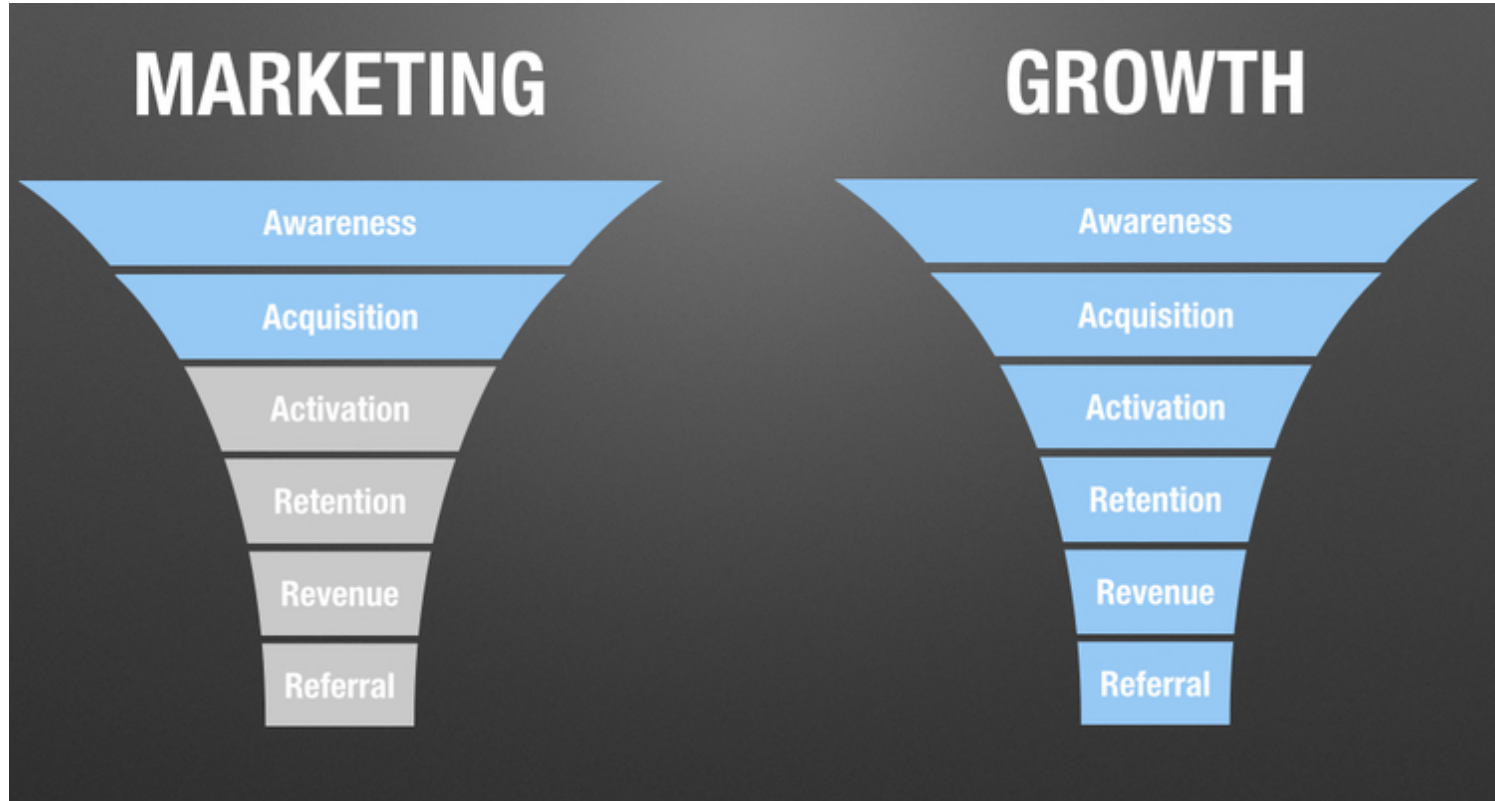


- followers
- page views
- # download di un'app

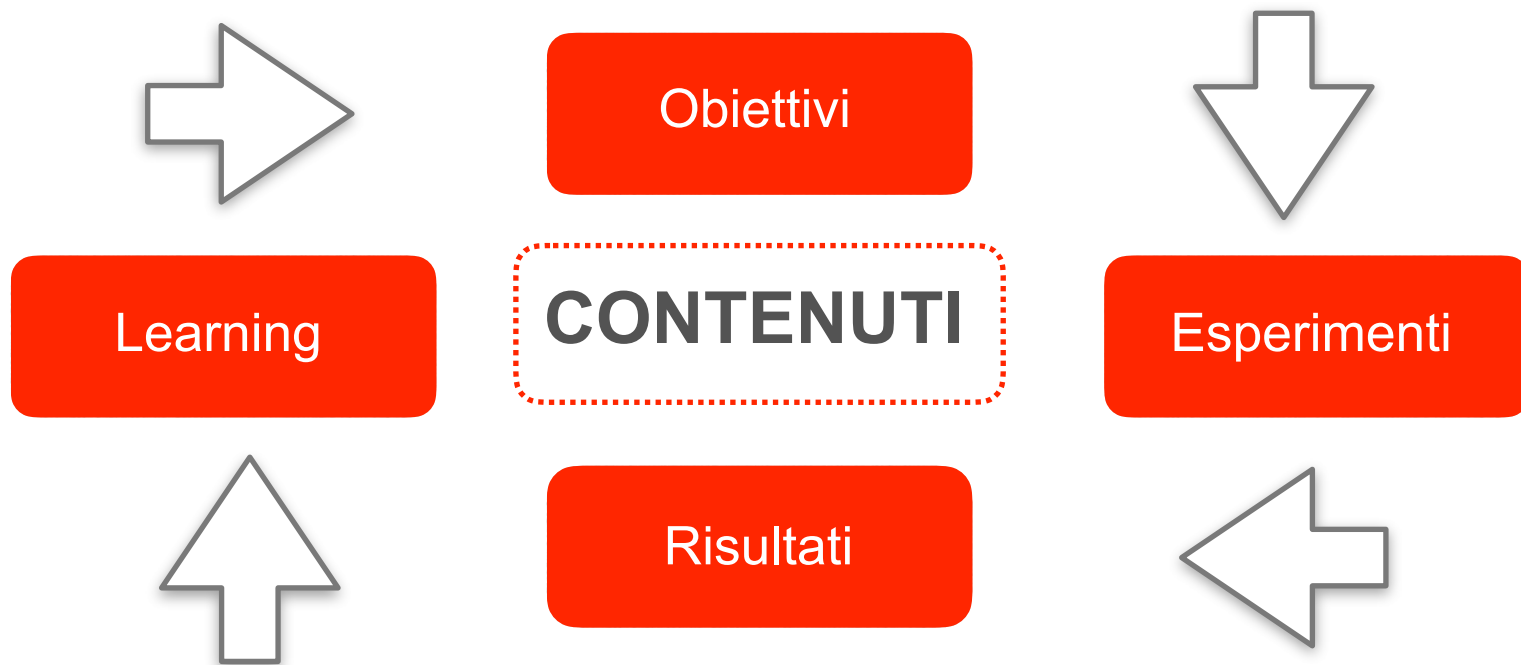
Ogni fase della
customer journey ha
diversi obiettivi.
Dov'è il vostro focus?



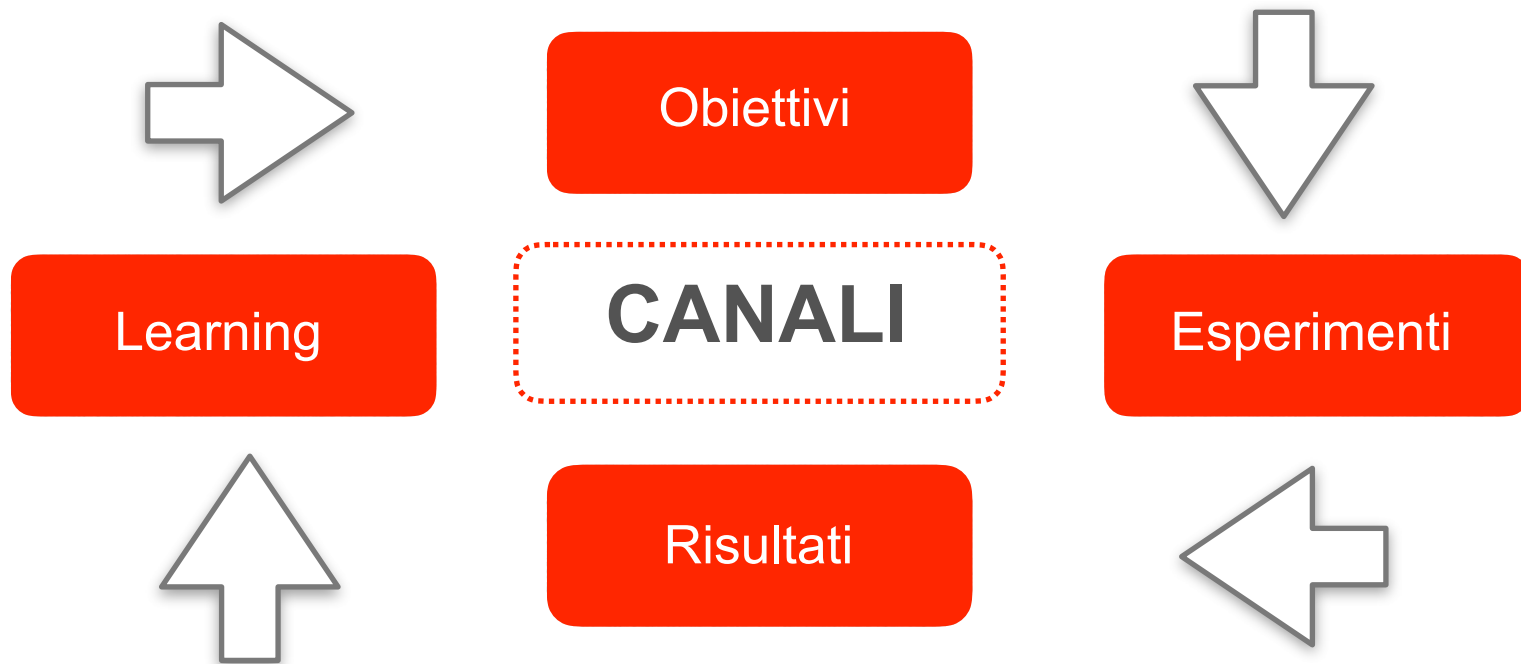
Tutte.



Come si innovano le strategie di digital marketing?



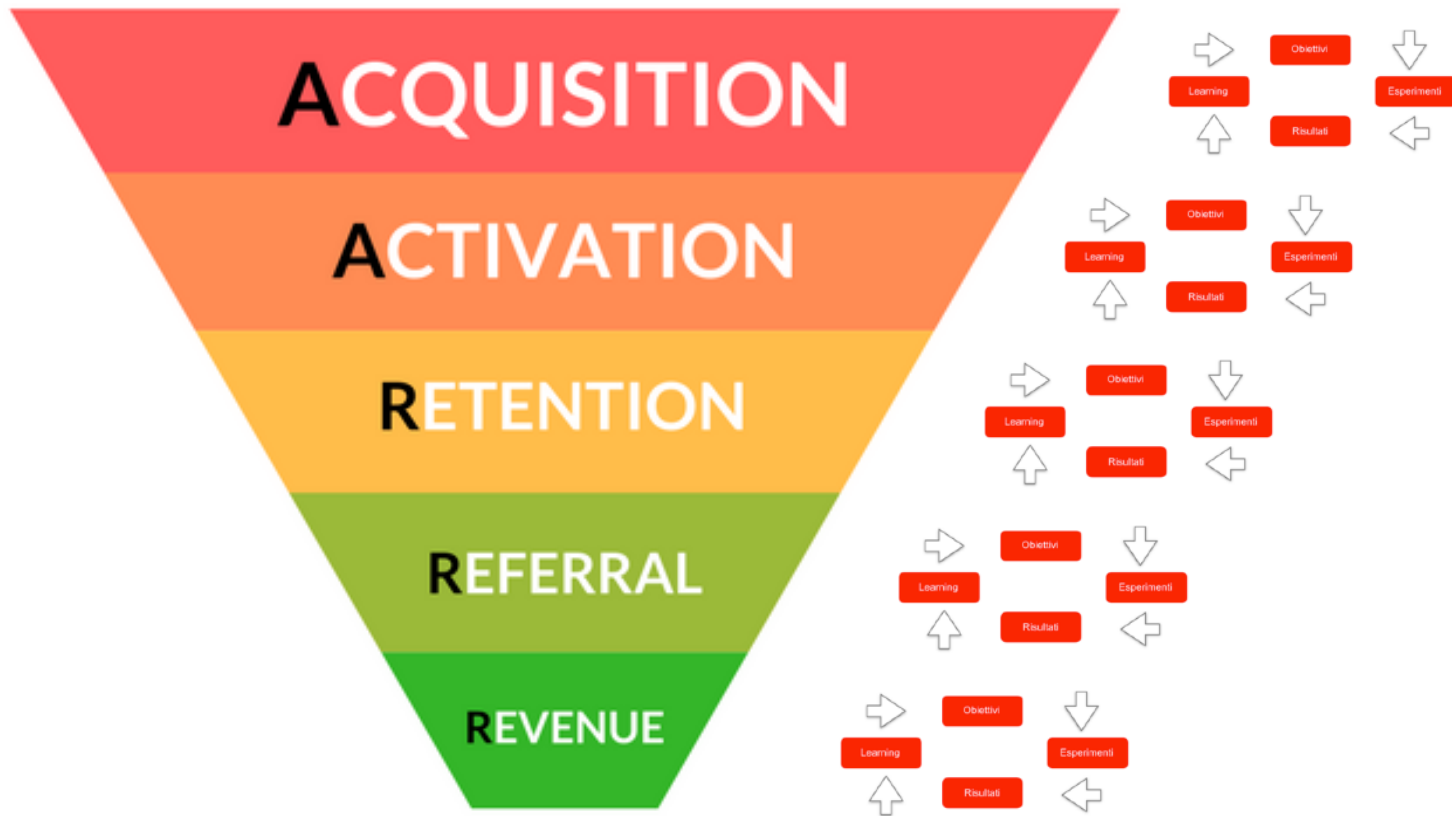
Sviluppando un processo di sperimentazione
che può essere applicato a diversi elementi



Sviluppando un processo di sperimentazione
che può essere applicato a diversi elementi



L'unico vero trucco del GH è il processo



THE KING
IS HERE

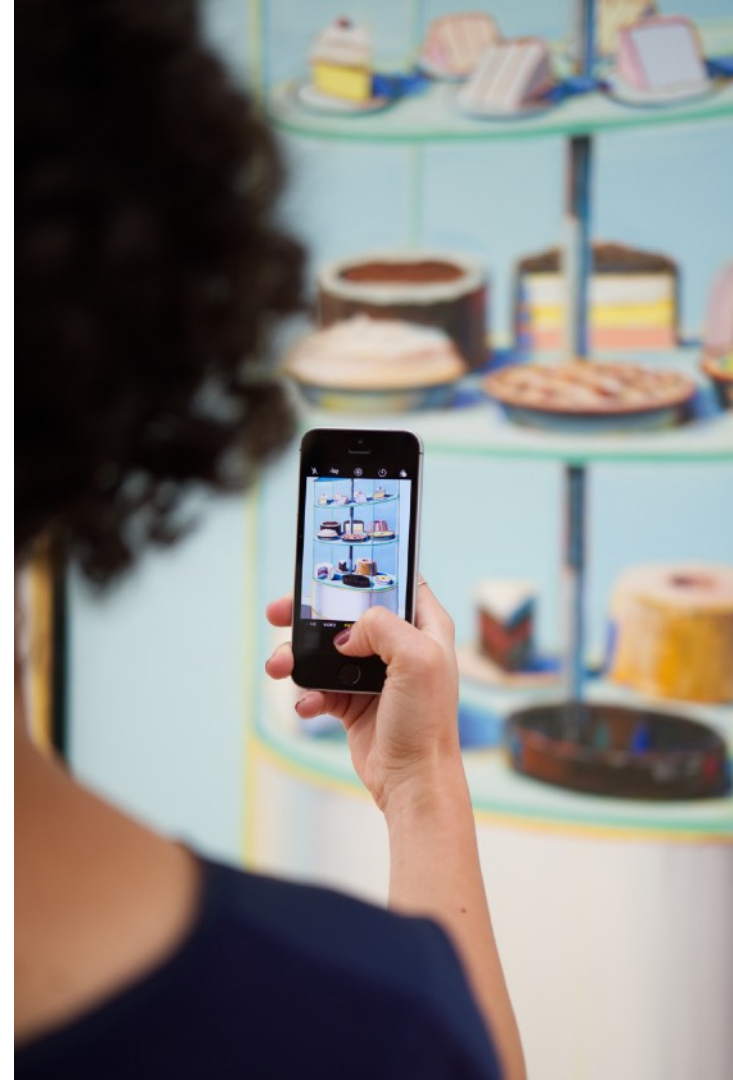
Perché alcuni
prodotti catturano
la nostra attenzione
mentre altri
falliscono
miseramente?



The background is a vibrant green with a textured, painterly appearance. Overlaid on this are several large, overlapping circular and semi-circular shapes in a rust or reddish-brown color. These shapes have a mottled, weathered texture, suggesting rust on a metal surface. The composition is abstract and modern.

Nessun strategia
di marketing
avrà successo
se il prodotto non
è stato progettato
per soddisfare
le esigenze degli
utenti

Il marketing **non serve**
più a persuadere le
masse ma a **crescere**
veloce ottenendo
risultati significativi
misurati con **i dati**.





My favorite horror movie is
watching people use my product.

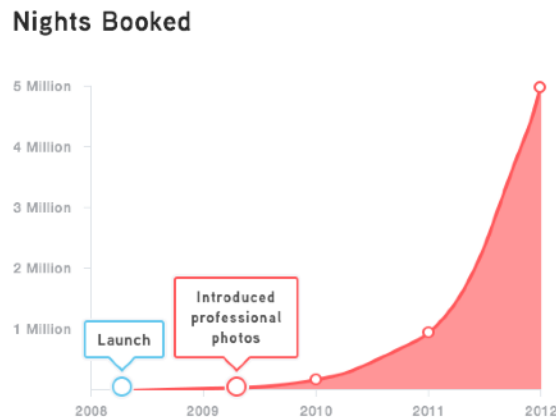
I growth hack aiutano nella velocità ma è il prodotto che spinge la crescita.

1) Il meccanismo di referral di Dropbox ha permesso la crescita esponenziale poiché il prodotto era sensazionale e facile da usare



I growth hack aiutano nella velocità ma è il prodotto che spinge la crescita.

2) Airbnb ha lavorato per due anni sull'ottimizzazione del prodotto, prima di utilizzare il growth hack su Craigslist



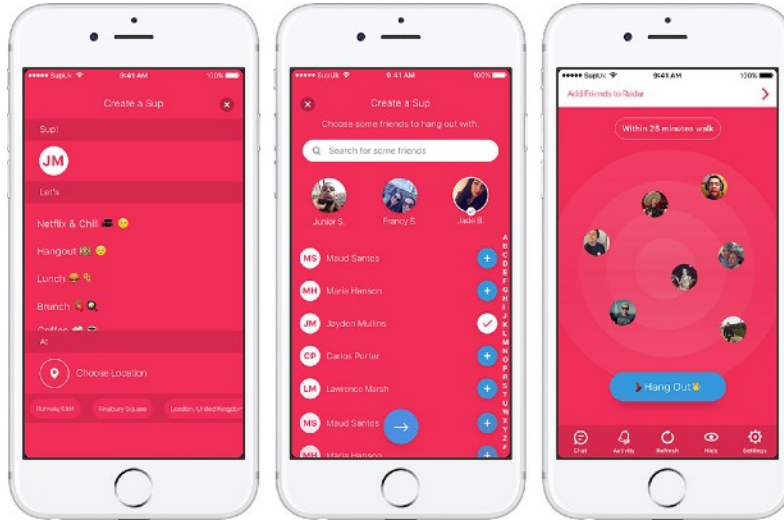
Quindi, riassumendo.

I 3 principi delle strategie di
prodotto.

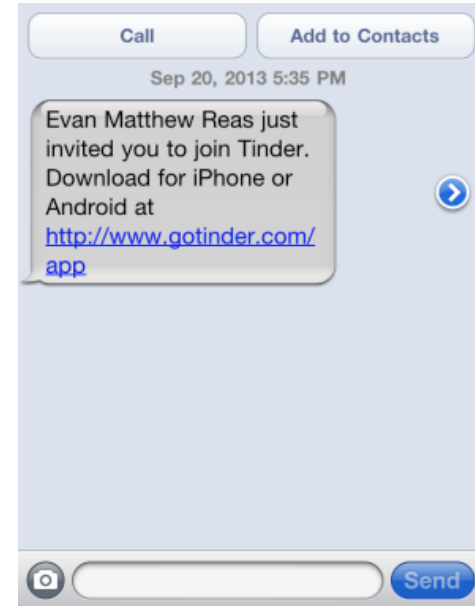
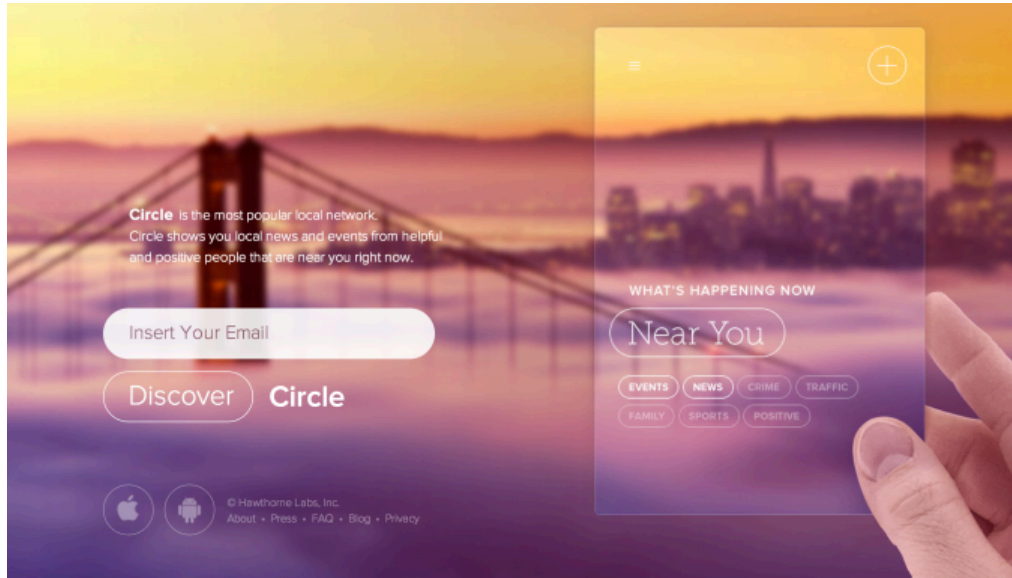
1) Il marketing non è indipendente dal prodotto, sono due lati della stessa medaglia.



2) La brand awareness è funzionale a obiettivi di acquisition, non viceversa.



3) I trucchi non bastano se il prodotto fa schifo.

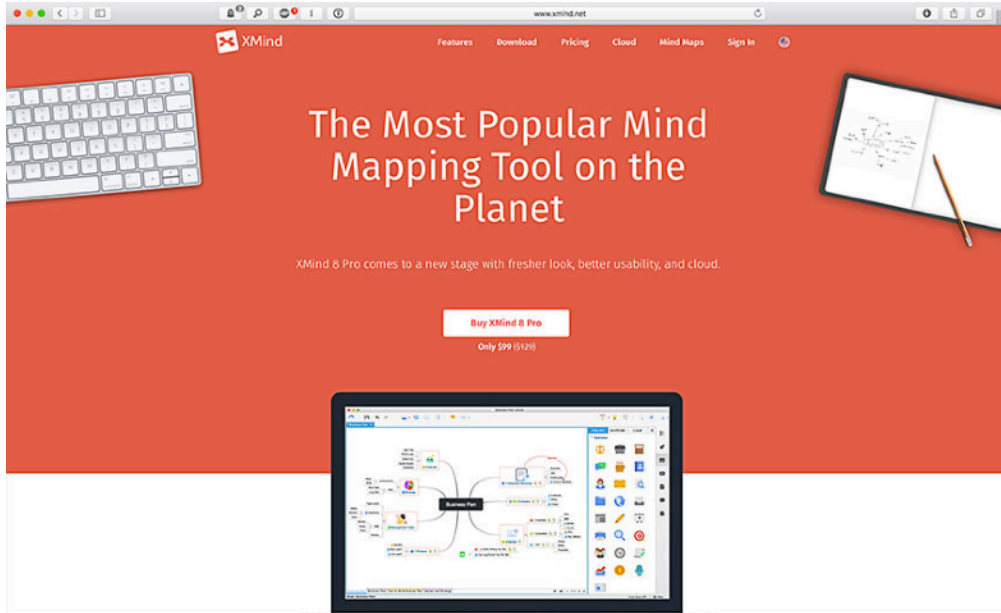


Diventa quindi essenziale focalizzarsi sulle **strategie di prodotto** prima di investire budget su strategie paid, sviluppare una community oppure lanciare un prodotto che presenta frizioni all'utilizzo.



I 30 TOOL DEL GROWTH HACKING

BRAINSTORMING + TEST + ANALISI



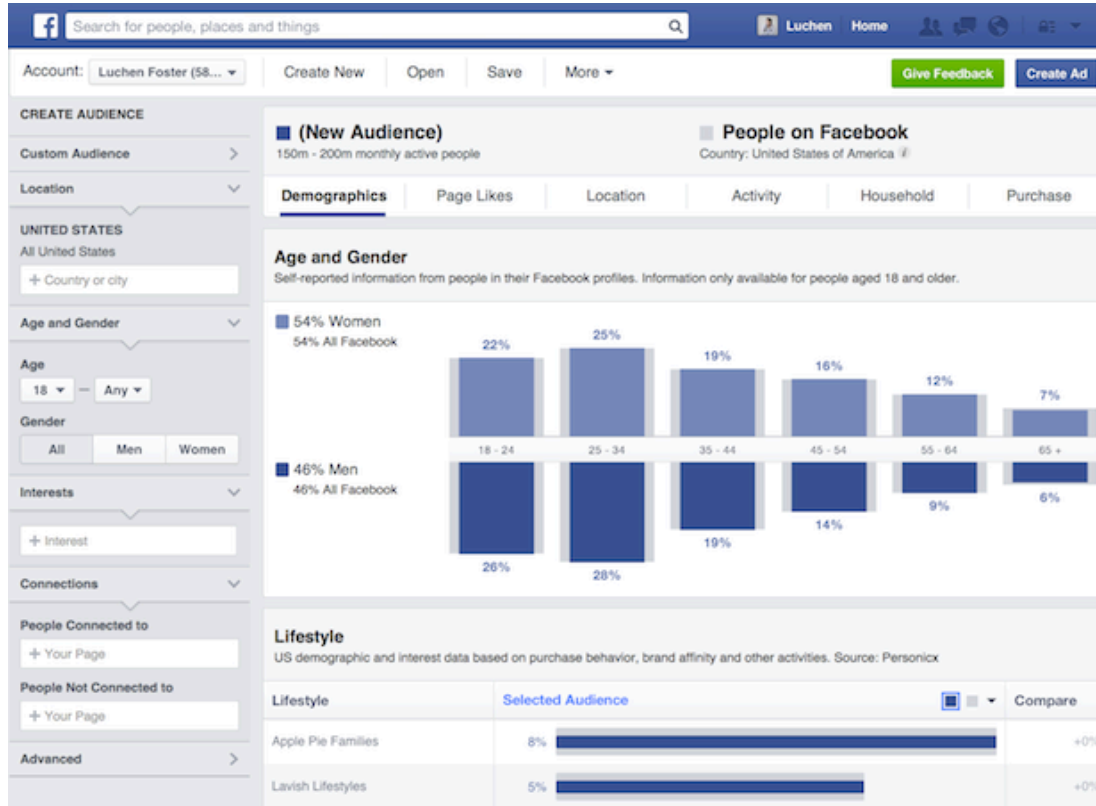
draw.io

ACQUISITION



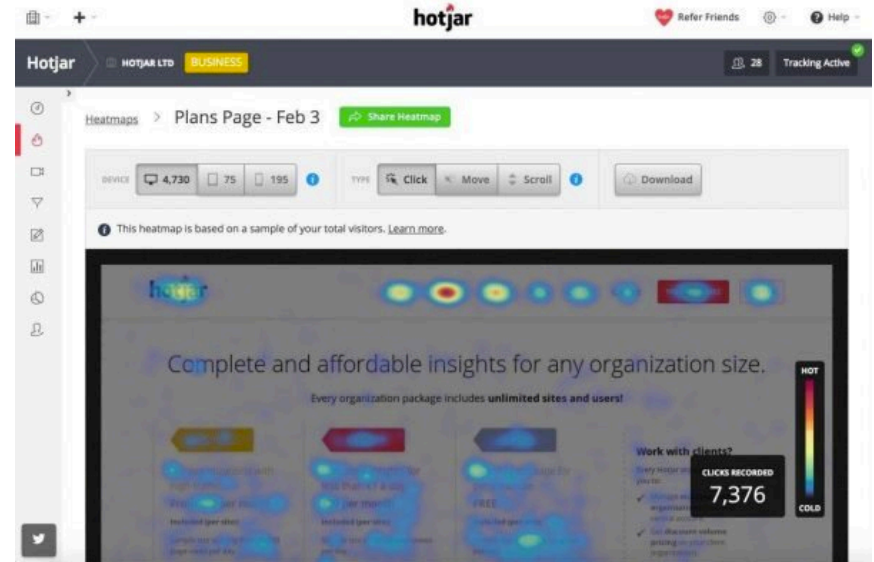
Google Analytics

ACQUISITION

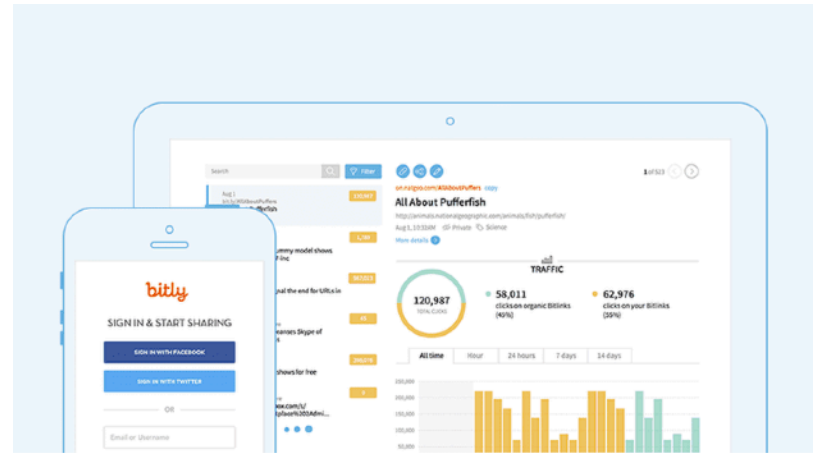
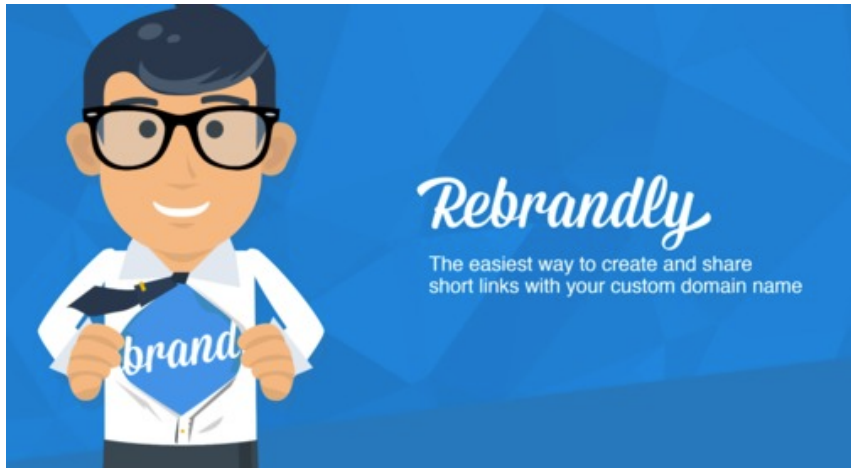


Facebook Audience Insight

ACQUISITION



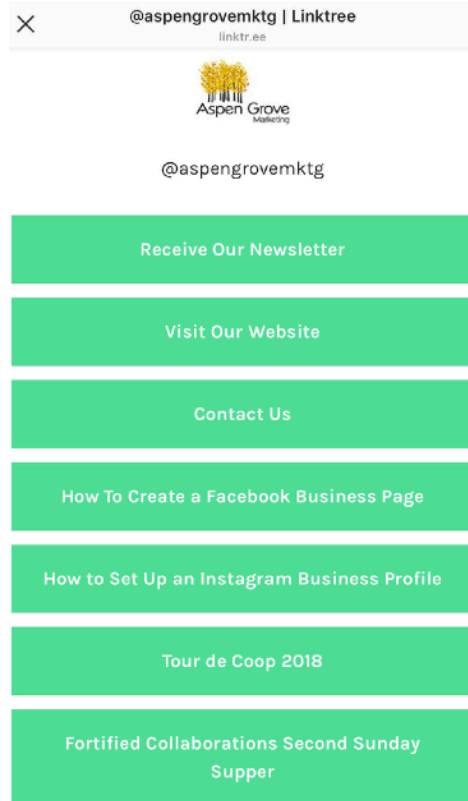
ACQUISITION



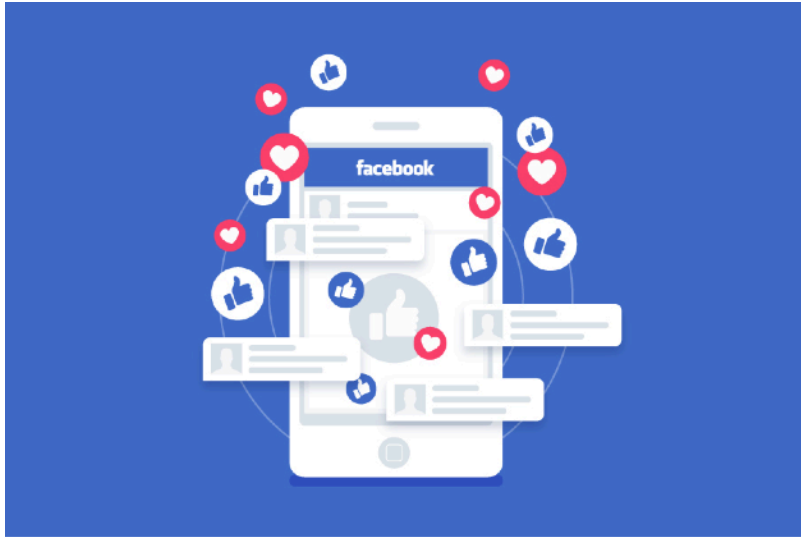
ACQUISITION



Rubric
the_caption_app



ACQUISITION

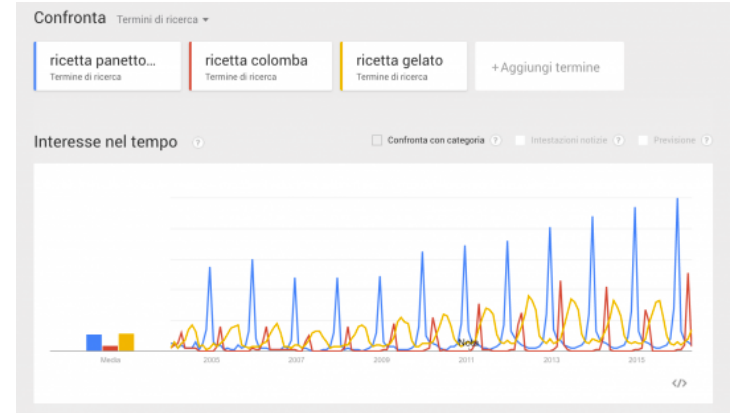


ACQUISITION

Moz Pro
MozBar

Your free all-in-one SEO toolbar for research on the go.

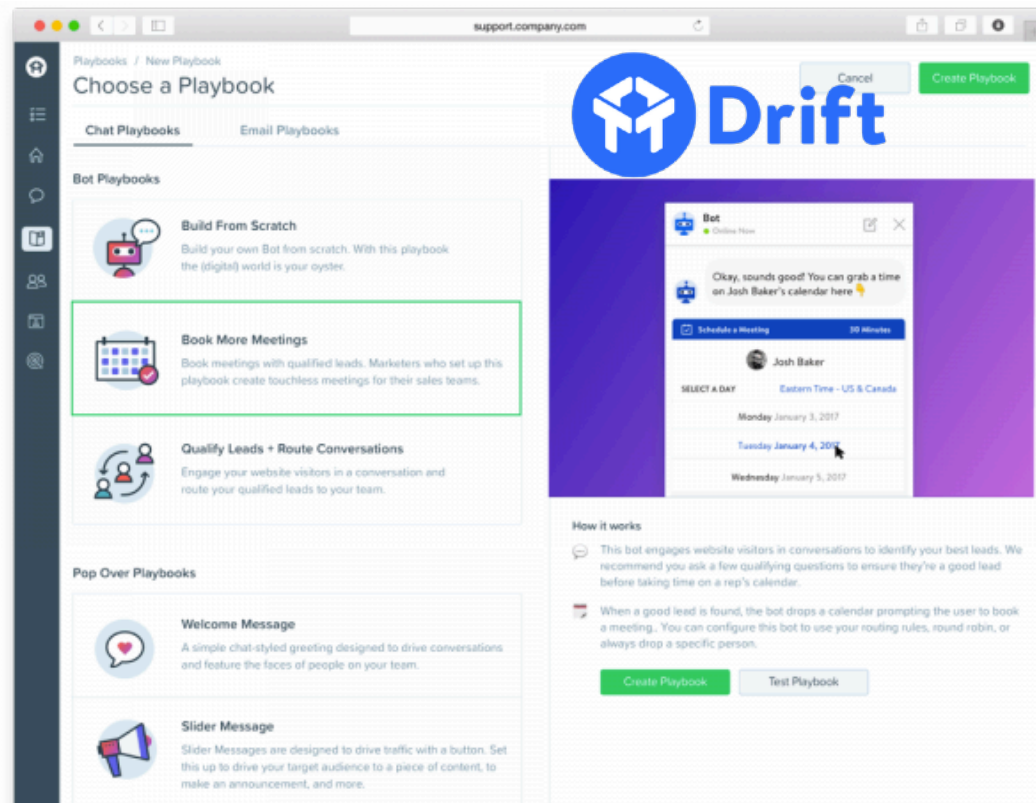
Download MozBar Free



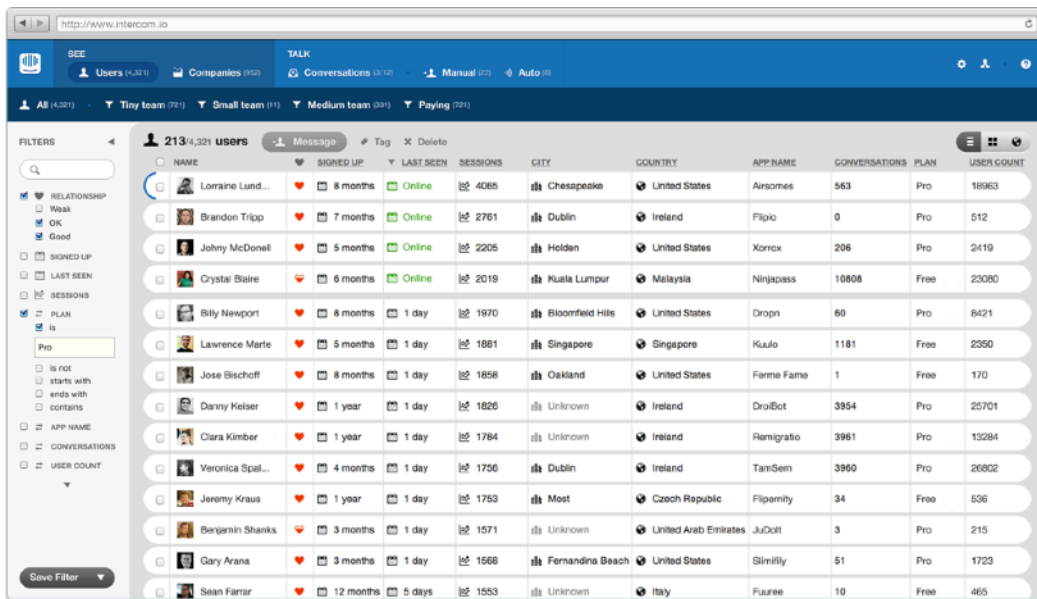
Exclude adult ideas ⓘ Add filter

☐ Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
☐ moz directory listings	10 - 100	Low	—	£2.59	£7.98
☐ moz customer service	10 - 100	Low	—	£0.94	£4.03
☐ moz pricing	1K - 10K	Low	—	£1.85	£6.14
☐ moz pro pricing	100 - 1K	Low	—	£3.51	£9.21
☐ moz pro free trial	10 - 100	Low	—	£5.63	£13.69
☐ moz analytics free	10 - 100	Low	—	£1.09	£6.71
☐ moz pro trial	10 - 100	Low	—	£2.48	£11.96

ACTIVATION



ACTIVATION

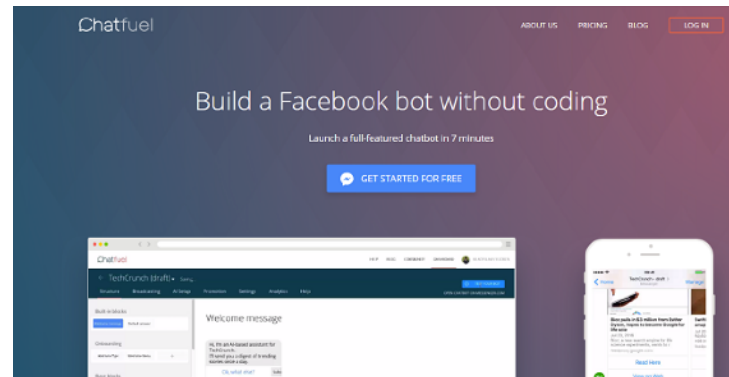


The screenshot shows the Intercom Users list interface. At the top, there's a navigation bar with tabs for SEE, TALK, and a search bar. Below this, there's a filter bar with options like All (4,321), Tiny team (72), Small team (11), Medium team (19), and Paying (20). The main content area displays a table of users with columns for NAME, SIGNED UP, LAST SEEN, SESSIONS, CITY, COUNTRY, APP NAME, CONVERSATIONS, PLAN, and USER COUNT. The table lists 13 users, including Lorraine Lund, Brandon Tripp, Johnny McDonnell, Crystal Beire, Billy Newport, Lawrence Marie, Jose Bischoff, Danny Kelsner, Clara Kimber, Veronica Spal..., Jeremy Kraus, Benjamin Shanks, Gary Arana, and Sean Farrar. Each user row includes a profile picture, a heart icon, a status icon (Online), a session count, a city, a country, an app name, a conversation count, a plan type (Pro or Free), and a user count.

NAME	SIGNED UP	LAST SEEN	SESSIONS	CITY	COUNTRY	APP NAME	CONVERSATIONS	PLAN	USER COUNT
Lorraine Lund...	8 months	Online	4065	Chesapeake	United States	Aisnomes	563	Pro	16963
Brandon Tripp	7 months	Online	2761	Dublin	Ireland	Filpio	0	Pro	512
Johnny McDonnell	5 months	Online	2205	Holden	United States	Xorox	206	Pro	2419
Crystal Beire	6 months	Online	2019	Kuala Lumpur	Malaysia	Ninjaboss	10808	Free	23080
Billy Newport	8 months	1 day	1970	Bloomfield Hills	United States	Drogn	60	Pro	6421
Lawrence Marie	5 months	1 day	1681	Singapore	Singapore	Kuulo	1181	Free	2350
Jose Bischoff	8 months	1 day	1656	Oakland	United States	Farme Fame	1	Free	170
Danny Kelsner	1 year	1 day	1626	Unknown	Ireland	DroBot	3954	Pro	25701
Clara Kimber	1 year	1 day	1784	Unknown	Ireland	Remigrato	3961	Pro	13284
Veronica Spal...	4 months	1 day	1736	Dublin	Ireland	TamSem	3960	Pro	26602
Jeremy Kraus	1 year	1 day	1753	Most	Czech Republic	Fiparity	34	Free	636
Benjamin Shanks	3 months	1 day	1571	Unknown	United Arab Emirates	JuSoft	3	Pro	215
Gary Arana	3 months	1 day	1566	Fernandina Beach	United States	Stimilly	51	Pro	1723
Sean Farrar	12 months	5 days	1553	Unknown	Italy	Fuuree	10	Free	465



INTERCOM



ACTIVATION

×

Your feedback is important to us!

Tell us what you think about this page by taking our quick Survey.

Yes, I will give feedback

No thanks

Not using [Hotjar](#) yet?

hotjar

Qualaroo
Customer Decision Analysis

Do you find the Event & Property columns in search results helpful?

☐ Always.

☐ Sometimes.

☐ Never.

What information would be most helpful to show you along with Person ID in each row of these search results?

SEND

ACTIVATION



SurveyMonkey interface showing a survey titled "I Love Cars". The interface includes a left sidebar with navigation options: QUESTION BANK, BUILDER, THEMES, LOGIC, and a settings menu with options like Advanced Branching Logic, Page Randomization, Question Randomization, Block Randomization, Quota, and Custom Variables. The main area displays the survey questions:

I Love Cars

1. What type of automobile do you like most?

- ☐ Sedan
- ☐ Sports car
- ☐ SUV
- ☐ Truck

2. Are you a parent?

- ☐ Yes
- ☐ No





RETENTION

SniPLY in action!

BUSINESS INSIDER BI INTELLIGENCE EVENTS

Tech Finance Politics Strategy Life Sports Video All

TECH More: [Uber](#) [Travis Kalanick](#)

Uber Just Raised Another \$1.6 Billion – And It's Raising \$600 Million More

ALYSON SHONTELL JAN. 21, 2015, 2:18 PM 4,679

FACEBOOK LINKEDIN TWITTER GOOGLE+ PRINT EMAIL

In December, Uber announced a \$1.6 billion fundraising at a \$4 billion valuation.

ANTON SEPETOV

Don't forget to check out my new website! [Click here](#)

BUSINESS 2 COMMUNITY HOME PAGE DIGITAL & SOCIAL SALES & MARKETING

B2C is proud to bring you this article as part of our featured series

BrandViews by AWeber

AWeber helps more than 120,000 businesses, entrepreneurs, and marketers grow their businesses. To learn more, visit [aweber.com](#), subscribe to the AWeber newsletter, and follow us on Twitter.

[Learn more about AWeber](#)

Web Analytics 101: Beginners

55 SHARES

Kristen Dunleavy

Create SniPLY

You are currently using the free version of SniPLY. You can always upgrade for access to all SniPLY's great features!

[Infinite Prospects](#)

Page URL
<http://www.business2community.com/brandviews/aweber/web-analytics-101-beginners>

Action Type ☐ Link ☒ Button ☐ Form ☐ Image

Message
Need help getting started with Analytics? Let 48 Hour Website help!

Button Text
Analytics Help!

Button URL
<http://48hour.website>

[Customize](#) [Create](#)

INFINITE PROSPECTS

Need help getting started with Analytics? Let 48 Hour Website help! [Analytics Help!](#)

Ricordate che
i tool
non sono la
vostra spada



Il growth hacking
è un obiettivo di
team,
le KPI e i tool ci
aiutano a non
perdere tempo,
il prodotto a
remare sulla
giusta barca





ALESSIA
CAMERA

LONDON-BASED DIGITAL STRATEGIST & STARTUP MARKETING CONSULTANT



www.alessiacamera.com

<https://tinyletter.com/alessiacamera>

Grazie per essere sopravvissuti

Domande?



Rimaniamo in contatto!



@alessiacamera