



FIRENZE 9-10 LUGLIO 2014

WEB MARKETING

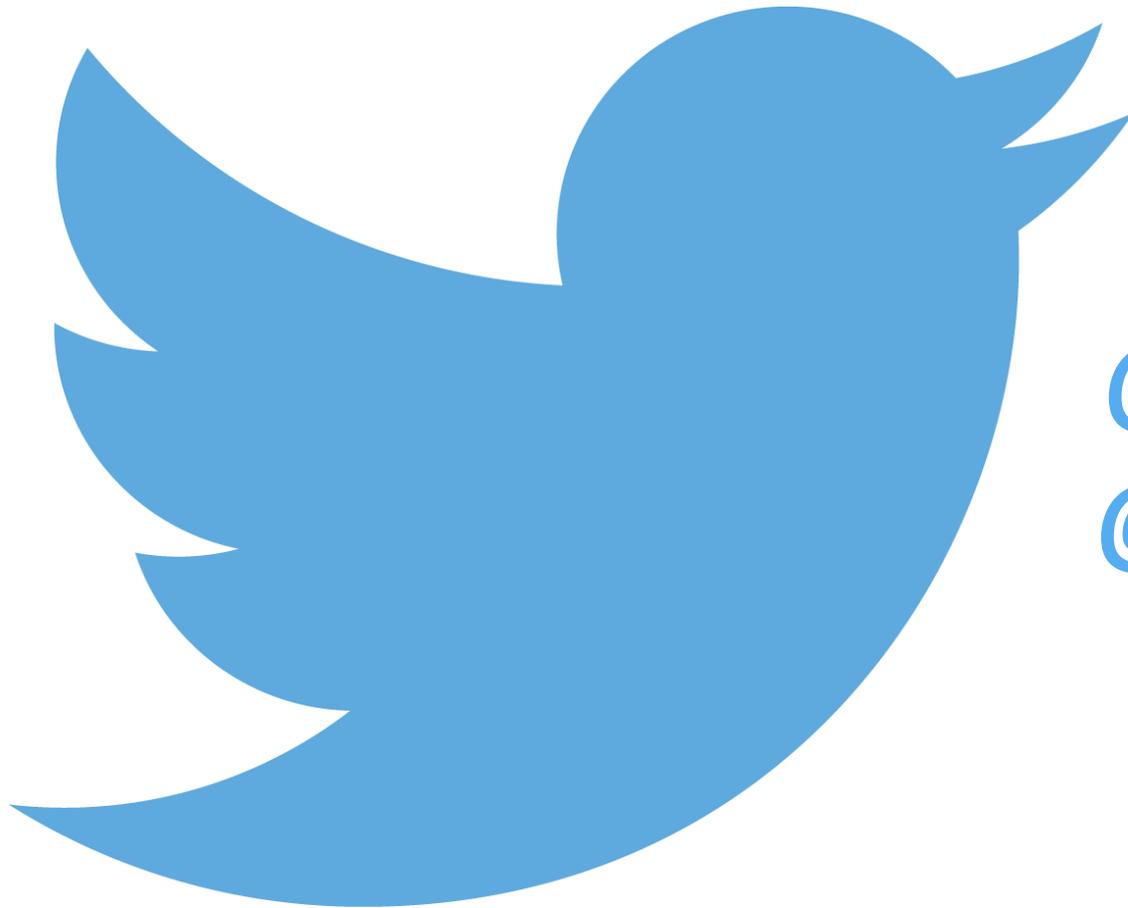
Una opportunità per le
PMI in tempo di crisi



Marco Mosti



Firenzefiera
Congress and Exhibition Center



#Smau

@mmarco84

@smaunotes

@AISM



AIMS

Associazione Italiana Marketing

<https://www.youtube.com/watch?v=QqEu45FTSTI>



AIMS – Associazione Italiana Marketing

- AISM, Associazione Italiana Marketing, è l'Associazione senza fini di lucro che per prima in Italia si è impegnata a **sviluppare la cultura e la professionalità del Marketing**.
- Fondata nel 1954 da Guglielmo Tagliacarne, pioniere della ricerca sugli orientamenti dei consumatori, AISM è diventata il **punto di riferimento per la cultura del Marketing** per Imprenditori, Docenti Universitari, Manager, Consulenti e Ricercatori interessati al marketing professionale.



AIMS – Associazione Italiana Marketing

- Opera su tutto il territorio nazionale con il supporto di **Delegazioni Regionali**.
- I **Dipartimenti di Studio** garantiscono il focus su specifiche discipline del Marketing orientate alle imprese, ai manager e ai consulenti.
- La diffusione di una «sana» cultura di marketing è un obiettivo oggi imprescindibile per l'economia del sistema Paese, che deve fronteggiare un regime di competitività sempre più incisiva, aggressiva ed estesa, sia nel mercato interno che esterno.



AIMS – Dipartimenti (5)

- **Dipartimento di Marketing Bancario & Finanziario**
Coordinatore Giancarlo Cervino
- **Dipartimento di Marketing Farmaceutico**
Coordinatore Giuseppe Venturelli
- **Dipartimento di Neuromarketing**
Coordinatore Francesco Gallucci
- **Dipartimento di Green Marketing**
Coordinatrice Antonia Santopietro
- **Dipartimento di Marketing Turistico & Territoriale**
Coordinatore Massimo Giordani



AIMS – Delegazioni territoriali (8)

- Delegazione Basilicata (Alessandro Martemucci)
- Delegazione Campania (Raffaele Crispino)
- Delegazione Emilia Romagna (Daniele Ganapini)
- Delegazione Friuli Venezia Giulia (Giuseppe Carlini)
- Delegazione Lazio (Maria Carla Rodomonte)
- Gruppo Regionale Piemonte (Massimo Giordani)
- Delegazione Puglia (Luisa Fasanella)
- Delegazione Toscana



Premessa e outline



Premessa

Il web marketing può aiutare la mia PMI a fare marketing anche in questo periodo in cui le risorse disponibili sono limitate?

- Quali differenze tra web marketing e marketing tradizionale?
- Quali opportunità offre il web marketing rispetto al marketing tradizionale?



Il web marketing può aiutare la mia PMI a fare marketing anche in questo periodo in cui le risorse sono limitate?

Sì, a patto di non pensare che:

1. Il web marketing sia gratis: quando non costa soldi, costa tempo
2. Si ottengano risultati miracolosi in poco tempo
3. Possa farlo chiunque sia appassionato di informatica
4. Si possa improvvisare procedendo senza strategia
5. Funzioni con il «pilota automatico»
6. La facciamo perché lo fanno gli altri/tutti



Il web marketing può aiutare la mia PMI a fare marketing anche in questo periodo in cui le risorse sono limitate?

1. Stabilire obiettivi, budget e tempo/risorse dedicate
2. Stabilire un orizzonte temporale sufficiente
3. Reperire le giuste competenze interne ed esterne
4. Iniziare inserendo il web marketing nella strategia complessiva di marketing (ma ce l'abbiamo?)
5. Darsi checkpoint periodici di verifica, avere qualcuno costantemente sulla linea
6. Lo facciamo se realmente ci serve



Quali differenze tra web marketing e marketing tradizionale?

Il marketing è guidato dalla cosiddette “quattro P” :
Product, Price, Place (distribution), **Promotion**
(McCarthy, 1960).

La differenza si gioca soprattutto sulla Promotion,
ovvero: Advertising, Sales Promotion, PR, Direct
Marketing, Sponsorship, Personal Selling.

Anche se tutte le P sono collegate (pensiamo a Price in
funzione di Place/Distribution)



Quali differenze tra web marketing e marketing tradizionale?

Marketing tradizionale

Giornali, radio, TV, affissioni, volantinaggio, merchandising, packaging, vendita personale e public relations faccia a faccia.

Web marketing

Motori di ricerca, social network, email marketing, advertising online, mobile.



Quali differenze tra web marketing e marketing tradizionale?

1. Possibilità di intercettare l'utente giusto al momento giusto → investimenti più mirati
2. Interattività realtime
3. Budget di ingresso inferiore
4. ...

Tutto questo però non mi esonera dai ragionamenti di Product, Price, Place...che a volte saranno gli stessi che offline, a volte diversi



Quali opportunità? Nel breve tempo a disposizione...

- Faremo una panoramica delle **opportunità** offerte dalle tecnologie web alle PMI per fare marketing in tempo di crisi
- Parleremo dei principali **strumenti** della strategia di web marketing per una PMI, con accenni ai costi delle differenti attività
- Accenneremo ai social media e alle **tecniche per acquisire contatti** dentro e fuori il web



Quali opportunità? Nel breve tempo a disposizione...

Accenneremo ai social media e alle **tecniche per acquisire contatti** dentro e fuori il web

Il principio fondamentale è che dobbiamo pensare al web marketing come **uno strumenti che deve produrre ritorni**, troppo spesso si fa un sito, un blog, una pagina FB perché bisogna averla!



Opportunità offerte dalle nuove tecnologie



Opportunità offerte dalle nuove tecnologie

- Target raggiungibile elevato
- Segmentazione (da one-to-many a one-to-one)
- Contestualizzazione (tempo e luogo) della comunicazione
- Budget iniziale richiesto < media tradizionali
- Opportunità di monitoraggio offerte dagli strumenti di analytics



Target internet (Italia)

- **39 mln** di persone in Italia possono accedere a internet (**82%** della popolazione tra gli 11 e i 74 anni)
- **13,6 mln (+1mln su 2012)** di utenti online nel giorno medio
- **22 mln** (16mln nel 2012) accedono a internet da smartphone e **7 mln** (2,4 mln nel 2012) da tablet

Dati Audiweb (dicembre 2013)



Target internet (Mondo)

- **2.925** mld di utenti (+7.9% su 2013) pari al **40.4%** della popolazione 7.243 mld (+1.14%)
- In 1 second
 - **7.110 Tweets** sent
 - **1.080 Instagram photos** uploaded
 - **44.198 Google searches**
 - **83.812 YouTube videos** viewed

Dati www.internetlivestats.com



Segmentazione

- **La comunicazione web può essere mirata al singolo individuo** (nel caso dei social media o dell'e-mail marketing) o essere targettizzata e contestualizzata di più rispetto ai canali tradizionali.
- Possiamo conoscere per nome clienti e potenziali tali, averne dati di profilazione e analisi comportamentali molto dettagliati.



Segmentazione (giugno 2013)

Scegli il tuo pubblico

[Ulteriori informazioni sulla definizione dei destinatari](#)

Luogo: [?]

Italia x

Paese

Città

Bologna x

Includi città entro 10 miglia

Pubblico

360,000 persone

- che vivono in: Italia
- che vivono entro un raggio di 16 chilometri da Bologna
- che non sono ancora connessi a Videoarts Webdesign di Fabio Mosti

Età: [?] 13 - Età massima non definita Richiedi corrispondenza esatta dell'età [?]

Sesso: [?] Tutte

Uomini

Donne

Interessi precisi: [?]

Categorie ampie: [?]

- | | | |
|----------------------|--------------------------|----------------------------------|
| Attività | <input type="checkbox"/> | Via dalla famiglia |
| Business/tecnologia | <input type="checkbox"/> | Via da casa |
| Ethnic | <input type="checkbox"/> | Nati negli anni del baby boom |
| Eventi | <input type="checkbox"/> | Fidanzati ufficialmente (1 anno) |
| Situazione familiare | <input type="checkbox"/> | Fidanzati ufficialmente (6 mesi) |
| Giochi | | |
| Interessi | | |

Segmentazione (giugno 2014)

Luoghi ⓘ

Italia, Emilia-Romagna

Bologna + 50 km

Aggiungi un Paese, una provincia, una città o un CAP

Età ⓘ

13 ▼

-

-- ▼

Sesso ⓘ

Tutti

Uomini

Donne

Lingue ⓘ

Inserisci una lingua...

Orientamento sessuale ⓘ

Tutti

Uomini

Donne

Uomini e donne

Non specificato

x

Situazione sentimentale ⓘ

Single

x

x

Scegli situazione sentimentale

Sfoggia

Livello di istruzione ⓘ

Scegli livelli di istruzione

Sfoggia

x

Ambiti di studio ⓘ

Aggiungi un'area di studio...

x

Scuole o università ⓘ

Aggiungi scuola/università...

x

Anni dell'università ⓘ

1980 ▼

-

2018 ▼



Tutti gli anni di maturità/laurea

x

Datori di lavoro ⓘ ×

Titoli professionali ⓘ ×

Settori ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Affinità di etnia ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Generazione ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Tutti i genitori ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Politica (USA) ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Avvenimenti importanti ⓘ | [Sfoglia](#) ×

Altri dati demografici ▼

Interessi ⓘ | [Suggerimenti](#) | [Sfoglia](#)

Comportamenti ⓘ | [Sfoglia](#)



Contestualizzazione

- Possiamo **comunicare all'utente contestualmente** a ciò che sta facendo, sia a livello di contenuti sia di momento in cui il messaggio è portato alla sua attenzione. Ad esempio l'ADV collegato a:
 - parole chiave cercate sui motori di ricerca
 - contenuto delle e-mail su Gmail
 - preferenze, amicizie, "Mi piace" su Facebook



Contestualizzazione





[Web](#)
[Immagini](#)
[Maps](#)
[Shopping](#)
[Blog](#)
[Più contenuti ▾](#)
[Strumenti di ricerca](#)

Circa 1.130.000.000 risultati (0,22 secondi)

Annunci relativi a **email marketing** ⓘ

[Email marketing - MailUp.it](#)

www.mailup.it/ 

Prova gratis MailUp per 30 Giorni Oltre 4000 aziende lo usano già

[Emailmarketing](#) 049 981 7360

e-businessconsulting.it/Emailmarketing

Sconti su Database Email Marketing Acquista Oggi. Trova nuovi clienti

Mobile Marketing - Email Marketing - Lead Generation

[Campagne Email Marketing](#) 0422 272198

www.foryouweb.it/

120 Milioni di Contatti Email Da 5 € CPM - Ritorno Garantito!

Database Email - Database SMS - Database Estero

[Email marketing - Wikipedia](#)

it.wikipedia.org/wiki/Email_marketing ▾

L'E-mail marketing è un tipo di marketing diretto che usa la posta elettronica come

Annunci ⓘ

[Marketing con Google](#)

www.google.it/AdWords

800 930 804

Trova Nuovi Clienti Online.

Fai Marketing con Google AdWords.

[Free Email Marketing](#)

www.verticalresponse.com/Free-Trial

Design, Send and Track Bulk Emails.

Effective & Easy, Try Us Risk Free!

[Email Marketing](#)

www.totalconnect.it/

Il più potente strumento di invio
testa gratis la nostra piattaforma

[software email marketing](#)

www.trustmailer.com/



Contestualizzazione

Google

Gmail

SCRIVI

 [Linear.it - Fino al -40% sull'RCAuto](#) - Graziana R. spende 172€ di Rc Auto e tu? Scopri quanto puoi risparmiare su Linear.it!

Posta in arrivo

Speciali

Importanti

Posta inviata

Bozze (3)

Spam

Cerchie

Mailbox

Vodafone - Recapito Elettronico Fattura nr. AE06922848

 **Vodafone** <fattura@vodafone.com>
a me



Recapito Elettronico Fattura



Contestualizzazione

Cerca persone, luoghi e oggetti

Marco Home



www.smau.it

- SMAU BARI 12-13 FEBBRAIO 2014
- SMAU ROMA 19-20 MARZO 2014
- SMAU PADOVA 16-17 APRILE 2014
- SMAU TORINO 14-15 MAGGIO 2014
- SMAU BOLOGNA 4-5 GIUGNO 2014
- SMAU FIRENZE 9-10 LUGLIO 2014
- SMAU MILANO 22-23-24 OTTOBRE 2014
- SMAU NAPOLI 11-12 DICEMBRE 2014



Smau

6.775 "Mi piace" · 242 ne parlano

Mi piace Segui Messaggio

Computer/Tecnologia
L'evento di riferimento nei settori dell'innovazione e dell'ICT per le imprese e i professionisti italiani. Smau Roadshow --> Bologna 4- 5 Giugno 2014



Foto

6.775

Persone a cui piace



Eventi



SmauTV

Crea una Pagina

Recenti

- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009

Sponsorizzata Crea un'inserzione

Stampa Pieghevoli On Line

pressup.it



35,00 € Preventivo e Spedizione in 24H. Ordina Ora!

Cerchiamo Venditori

futuro.vezza.it



Lavora in Vezza. Cerchiamo rappresentanti per la provincia di Bologna. Fissa il colloquio

In evidenza

Pubblica Foto/video

Scrivi qualcosa su questa Pagina...

8 amici hanno indicato "Mi piace" per Smau



Entità dell'investimento richiesto

- L'investimento minimo per avviare una strategia di web marketing di base è **contenuto e può essere aumentato con progressività**.
- Fino a qualche anno fa occorreavano alcune migliaia di euro per avere un'inserzione sulle Pagine Gialle nel formato cartaceo, con un budget simile si può avviare tranquillamente una strategia pilota di web marketing.

Amici delle connessioni: [?] Rivolgiti alle persone i cui amici sono connessi a

Offerta consigliata

€ 0.08—€ 0.28 EUR

[Visualizza opzioni avanzate per la definizione dei destinatari](#) ▾

Campagna, prezzi e programmazione

[Maggiori informazioni](#)

Valuta dell'account:

EUR ▾

Paese dell'account:

Italy ▾

Fuso orario dell'account:

Europe/Rome ▾

Campagna e budget

Nome nuova campagna: [?]

Videoarts Webdesi...-"Mi piace" sulla Pagina-IT-13-65

Budget della campagna: [?]

10,00

EUR

Al giorno

▾

[?]

Programmazione campagna: [?]

- Attiva la mia campagna continuativamente a partire da oggi
- Imposta una data di inizio e di fine

Ottimizzazione

- La tua offerta verrà ottimizzata per fare in modo che più persone clicchino su "Mi piace" sulla tua Pagina
- Ottimizza per i clic
- Ottimizza automaticamente il mio budget in modo da ricevere più clic
 - Offerta manuale per clic
 - Ottimizza per le visualizzazioni



Dove reperire il budget?

Ponendo ad esempio che l'avvio di una strategia di web marketing per una PMI richieda un investimento di alcune migliaia di euro. Dove li possiamo reperire?

- Pubblicità cartacea/radio/TV
- House organ, carta di varia natura
- Sponsorizzazioni
- Eventi
- Ma abbiamo già tagliato tutto...



Analytics

- **Conoscere il costo di un lead** su internet, nel caso ad esempio di una pubblicità banner o SEM (Search Engine Marketing) è immediato: € 0,50 oppure € 1,00 oppure € 10,00?
- È anche facile sapere **quanto speso per realizzare a una vendita.**



Analytics

- Facilmente inoltre si possono verificare le campagne che hanno un **miglior rendimento**, gli annunci che generano **maggiori «conversioni»** all'obiettivo, gli oggetti delle campagne di e-mail marketing **più efficaci**, e così via.



Riassumendo

- Target raggiungibile elevato
- Segmentazione (da one-to-many a one-to-one)
- Contestualizzazione (tempo e luogo) della comunicazione
- Budget iniziale richiesto < media tradizionali
- Opportunità di monitoraggio offerte dagli strumenti di analytics



Strategia di web marketing per una PMI



Strategia di web marketing

- Spesso si inizia a ragionare di web marketing **partendo da uno o più strumenti** (sito, blog, search engine optimization, advertising sui motori di ricerca, Facebook, Twitter, etc.) senza considerare preliminarmente l'**inevitabile interazione** fra gli strumenti e la necessità dunque di una **pianificazione strategica preliminare**.



A cosa serve un sito web se non porta clienti?

- La domanda è corretta e ha origine nella scarsa pianificazione di quel progetto web per il quale **non sono stati definiti** gli obiettivi, i valori degli indicatori prima e dopo l'implementazione della strategia, per il quale in definitiva, **si è proceduto senza un approccio strategico complessivo.**



Definire gli obiettivi

- Consolidamento del brand
- Coinvolgimento dei consumatori
- Incremento delle vendite
- Espansione del database di contatti
- Qualificazione e segmentazione del database di contatti
- Follow-up commerciale
- Customer care
- ...



Definire gli obiettivi

Obiettivo delle politiche di web marketing per il 2013 è **incrementare il totale delle vendite dell'e-commerce del 25%**

- Quante vendite vengono effettuate sull'e-commerce?
- Quale il loro valor medio?
- Quale frequenza di acquisto e il tasso di riacquisto degli utenti?
- Quale tasso di nuovi clienti?



Definire gli obiettivi

Per raggiungere l'obiettivo possiamo ad esempio:

- aumentare il numero di clienti che acquistano (**acquisizione**)
- aumentare il numero di transazioni per cliente (**fidelizzazione**)
- aumentare il valor medio dell'acquisto (**upselling**)

Sito web, blog, contenuti

SEO

Advertising

Mail MKTG

Social

Analytics



Strumenti del web marketing

Strumento	Investimento €	Tempo
SEO	Basso	Medio
Advertising	Alto	Basso
Email marketing	Medio/Alto	Medio
Social media	Basso	Alto



Strumenti del web marketing

Strumento	Focus	Lead generation
SEO	Branding	Medio
Advertising	Lead generation	Alto
Email marketing	Fidelizzazione	Basso
Social media	Fidelizzazione	Medio



Strumenti del web marketing

- SEO: i MdR, posizionamento (scelta KW, ottimizzazione contenuti, linking, monitoraggio)
- Web advertising: tipologie, primi passi, tariffazione
- Email marketing: database dei contatti, creazione messaggio, invio campagna, tracciatura ritorni
- Social media marketing: FB, TW, Linkedin, YT
- Analytics: metriche per sito web, adv, email marketing



Social media e tecniche per acquisire contatti dentro e fuori il web



Online. Landing page

Pagina di atterraggio sulla quale arrivano i visitatori portati da ADV, Social, Mail MKTG, SEO con l'obiettivo di «convertirli» in contatti (leads) attraverso un form.

Caratteristiche:

- testo coinvolgente (meglio una storia)
- call to action chiara e immediata, ben posizionata, grafica e messaggio che invitano all'azione
- form minimale (a volte solo nome e email)
- regalo di valore

Conversion optimization for smart people.

Your Website Is Like A Leaky Bucket. And It's Leaking Money.

Learn 13 ways to increase your conversion rate right now
(by plugging some of the biggest holes).

Get the Conversion Guide

 Like 4,008 people like this. Be the first of your friends.

 Follow @peeplaja 11.9K followers

Which Profit Optimization Guide

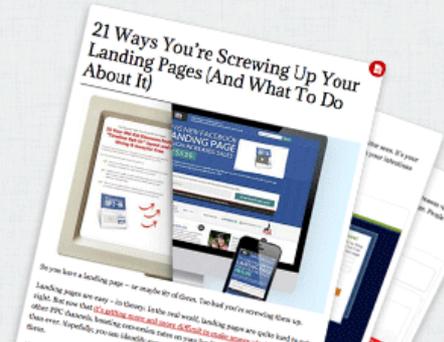
will you choose for

FREE



Recover Baskets of
Money by Reducing
Cart Abandonment

OR



21 ways You're Screwing
Up Your Landing Page
(and what to do about it)



Offline. Cartoline e schede rilascio dati

Caratteristiche:

- form minimale (a volte solo nome e email)
- regalo di valore
- ingresso nella community / benefici futuri

Esempi:

- cartolina lasciata sul tavolo del ristorante
- cartolina che propone uno sconto/regalo in negozio
- moduli sconto fiera/evento

Hai la GromCard?



Ricevi i biscotti di Grom!!



Registra la tua GromCard:
al momento della registrazione e ad ogni primo
acquisto nel corso di ogni mese riceverai
in regalo un pacchettino di biscotti di Grom!

Da tempo stiamo pensando a come rendere speciale la GromCard e a come "coccolare" i suoi possessori. Per questo abbiamo scelto come regalo i biscotti della nostra bakery, confezionati in un pacchettino preparato apposta per i più golosi: realizzati solo con le migliori materie prime, facilmente digeribili perché senza glutine e senza additivi... i frollini perfetti da sgranocchiare quando si sente il bisogno di viziarsi un po'!





Sfide successive

- se non sono clienti convertirli in
 - prospect
 - customers
- se già sono clienti
 - fidelizzazione
 - riacquisto
 - upselling



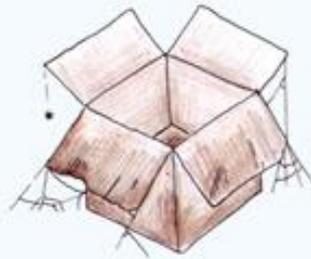


...ma soprattutto...

Non ci scordiamo di loro!



Dropbox



BEFORE



AFTER

Hi Marco,

Recently your **Dropbox** has been feeling kind of lonely :-{

As a reminder, **Dropbox** lets you:

- Get to all your files from any computer or phone.
- Share documents, photos and entire folders easily.
- Restore your stuff in a snap even if your computer melts down.

If you need a refresher course, check out [our tour](#).

We hope you come back to **Dropbox**!

- The **Dropbox** Team



...ma soprattutto...

Non ci scordiamo di loro!

Non possiamo far passare tempo senza contattarli proponendo contenuti di valore, né inondarli soltanto di proposte e offerte commerciali



Grazie per l'attenzione!

scrivimi@marcomosti.it

<http://it.linkedin.com/in/marcomosti/>