smau

FIRENZE 9-10 LUGLIO 2014

WEB MARKETING

Una opportunità per le PMI in tempo di crisi

Marco Mosti

AISM ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING

AISM 60 ANNI

Firenzefiera Congress and Exhibition Center

#Smau

@mmarco84
@smaunotes
@AISM

AISM
Associazione Italiana Marketing

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

AISM – 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.

AISM – 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.

AISM – 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

AISM – 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 targettizzazata 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 ×
Paese
Città
Bologna ×
Includi città entro 10 miglia

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

Sesso: [?]
Tutte
Uomini
Donne

Interessi precisi: [?] Inserisci un interesse...

Categorie ampie: [?]
- Attività
- Business/tecnologia
- Ethnic
- Eventi
- Situazione familiare
- Giochi

- Via dalla famiglia
- Via da casa
- Nati negli anni del baby boom
- Fidanzati ufficialmente (1 anno)
- Fidanzati ufficialmente (6 mesi)

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

PUBBLICO

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

Situazione sentimentale Single
Scegli situazione sentimentale | Sfoglia

Livello di istruzione Scegli livelli di istruzione | Sfoglia

Ambiti di studio Aggiungi un'area di studio...

Scuole o università Aggiungi scuola/università...

Anni dell'università 1980 - 2018 ☑ Tutti gli anni di maturità/laurea

Datori di lavoro | Aggiungi il nome di un datore di lavoro...

Titoli professionali | Aggiungi una professione...

Settori | Scegli settori | Sfoglia

Affinità di etnia | Scegli affinità di etnia | Sfoglia

Generazione | Scegli generazione | Sfoglia

Tutti i genitori | Scegli genitori | Sfoglia

Politica (USA) | Scegli orientamento politico | Sfoglia

Avvenimenti importanti | Scegli avvenimenti importanti | Sfoglia

Altri dati demografici

Interessi | Cerca interessi | Suggerimenti | Sfoglia

Comportamenti | Cerca comportamento | 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

Google

email marketing

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 - **Mail**Up.it
www.**mail**up.it/ +1
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

Contestualizzazione

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 occorrevano 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

Inserisci il nome della tua Pagina, applicazione o evento...

Visualizza opzioni avanzate per la definizione dei destinatari

Offerta consigliata

€ 0.08–€ 0.28 EUR

Campagna, prezzi e programmazione

Maggiori infor

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

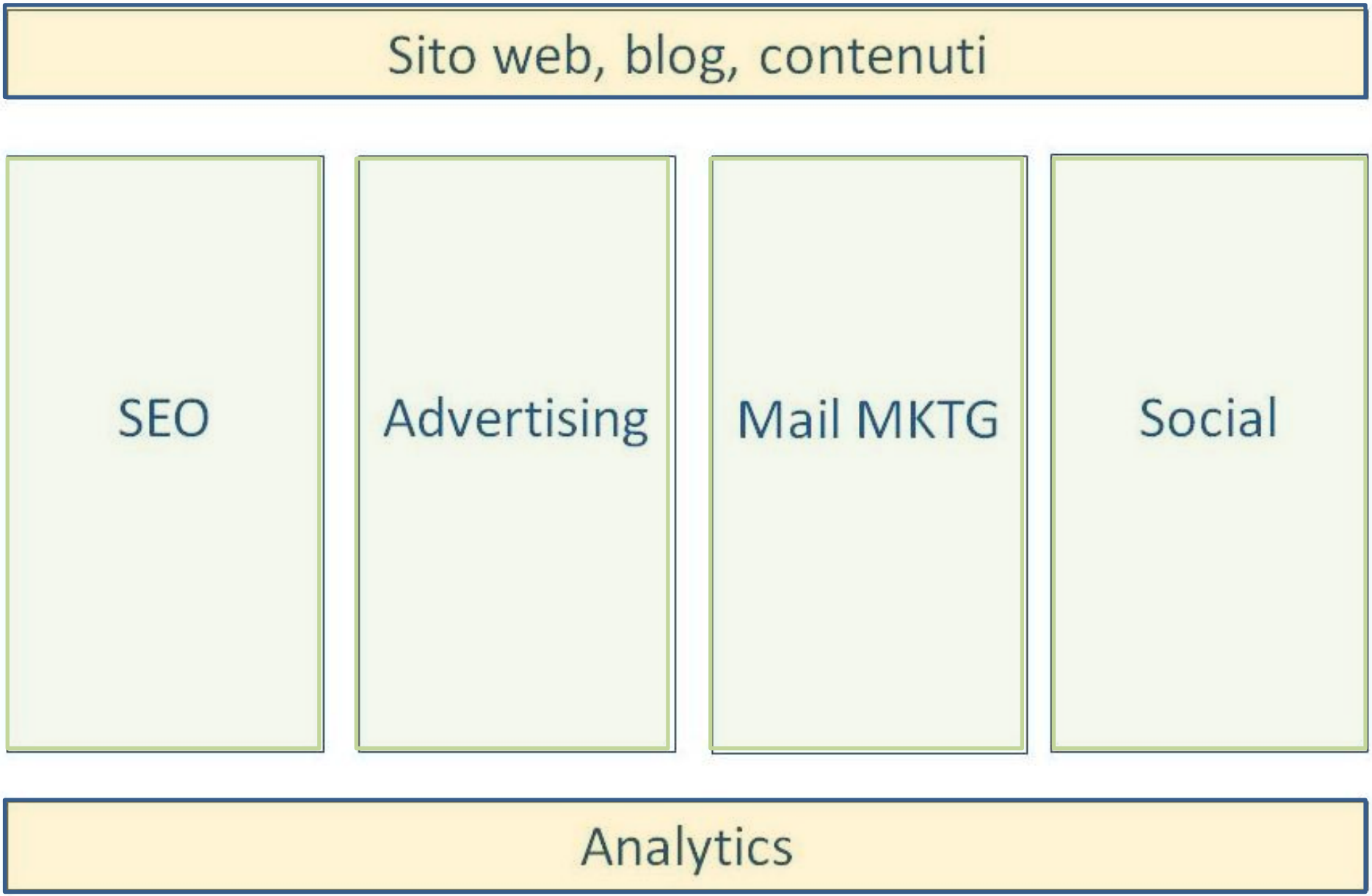
Obiettivo delle politiche di web marketing per il 2013 è **incrementare il totale delle vendite dell'e-commerce del 25%**

- 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).

Email

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

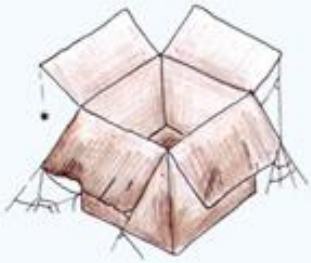
- se non sono clienti convertirli in
  - prospect
  - customers

- se già sono clienti
  - fidelizzazzione
  - 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/