

L'abc del web marketing *proviamo a fare chiarezza*

Da Wikipedia (la grande enciclopedia libera presente su internet):

"Online marketing is the marketing and promotion of products or services over the Internet... a form of promotion that uses the Internet and World Wide Web to deliver marketing messages to attract customers."



di Paolo Barracano - INTEMPRA



È il web marketing l'insieme di tutte le attività di marketing che un'azienda mette in atto sul canale internet per studiare il mercato e sviluppare i rapporti commerciali (promozione/pubblicità, distribuzione, vendita, assistenza alla clientela, etc.) con il proprio mercato.

La grande genericità di questa definizione è frutto della vastità delle azioni ed attività che rientrano nell'ambito del web marketing, amplificata inoltre dal fatto che si pone in essere in un ambiente in perenne evoluzione quale è il web.

Con questo articolo vogliamo provare a fare il punto della situazione provando a rappresentare quale è la base delle attività minime ed indispensabili che una azienda dovrebbe mettere in atto per essere presente sul web, rispondendo sia alla costante azione dei propri concorrenti, sia alle sempre più impegnative esigenze.

Il vantaggio competitivo/differenza sull'advertising tradizionale

Una delle prime differenze è data dall'**immediatezza** della realizzazione di una azione sul web. Richiede tempi mini-

mi di attuazione, dall'idea all'esecuzione, è aggiornabile velocemente e non ha costi elevati di impianto.

L'altro aspetto significativo è la **multimedialità**, e cioè la possibilità di utilizzare più "canali sensoriali" per comunicare con maggiore efficacia il messaggio al proprio target: audio, video, testi.

Ed è proprio **l'interazione con il proprio target** di riferimento a rendere sempre più evidente la superiorità dell'azione di comunicazione. La capacità di ricevere un immediato feedback e di instaurare una comunicazione bidirezionale cliente-azienda.

Di conseguenza, la possibilità di **segmentare il target** con una sempre maggiore precisione e la relativa **personalizzazione della comunicazione** garantiscono una azione più accurata e puntuale. Questa maggiore specificità nella comunicazione inoltre può tenere conto della possibilità di **geo-localizzare il cliente** (ad es. in ufficio, per strada, nel punto vendita), adeguando il messaggio o l'azione di marketing in funzione della sua "**mobilità**", ossia la possibilità di dialogare con il cliente in ogni momento ed ovunque egli sia grazie a smartphone e tablet.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Che cos'è

Il Social Media Marketing è quella branca del marketing che si occupa di generare visibilità sulle comunità virtuali. Il Social Media Marketing racchiude una serie di pratiche come la gestione dei rapporti online, la promozione pubblicitaria all'interno dei social network, l'ottimizzazione delle pagine web fatta per i social media.

Alcuni Social Media Network

Facebook, Google+, LinkedIn, YouTube, Twitter, Pinterest, Flickr, Slideshare, Instagram, etc. ...

Vantaggi

- Miglioramento dei rapporti con i propri clienti: fidelizzazione
- Incremento esponenziale della visibilità dell'azienda
- Incremento del numero dei contatti che possono trasformarsi in potenziali clienti
- Acquisizione di un canale preferenziale, economico e privilegiato per veicolare la comunicazione aziendale e per ascoltare e rilevare i trend di mercato



BANNER ADVERTISING

Che cos'è

La parola inglese banner significa bandiera, vessillo o striscione. L'immagine che solitamente compare in alto o sullo sfondo di una pagina web e che riporta il messaggio pubblicitario è comunemente detto banner.

Questa forma di messaggio promozionale consiste nell'inserire un annuncio su una pagina web. Un banner può essere statico (quando va fruito così com'è) oppure attivo o interattivo (quando consente, una volta cliccato, di raggiungere un'altra pagina web).

Vantaggi/Obiettivi

- Aumento del numero dei visitatori sul nostro sito
- Ampliamento copertura mercato
- Espansione delle aree geografiche di affluenza dei clienti, potendosi concentrare sulla generazione di afflusso da determinati Paesi e/o settori in funzione della tipologia di sito che ospita il banner.

L'**integrazione della strategia tra web ed altri media** come quotidiani, riviste, radio e TV, consente di ampliare esponenzialmente l'efficacia dell'azione di marketing, sfruttando la diffusione degli altri media ed invitando il target ad avviare l'interazione con l'azienda via internet.

Le principali strategie del Web Marketing

Tra le prime strategie di marketing nate sul web troviamo il **Banner Advertising**: una o più immagini, in molti casi anche animate, ospitate su un altro sito web, per promuovere il proprio messaggio agli utenti o visitatori del sito ospitante.

La strategia sempre più citata, conosciuta e diffusa, in quanto *prima attività fondamentale ed imprescindibile nella realizzazione di un sito web*, è invece il **SEO - Search Engine Optimization** (ottimizzazione del sito sui motori di ricerca). Oggi, a causa dell'enorme numero di pagine presenti in rete, un

I Vantaggi del Web Marketing in confronto all'advertising tradizionale

Immediatezza

Multimedialità

Interazione con il target

Segmentazione del target e personalizzazione

Geo-localizzazione

Accesso Mobile

Integrazione dell'azione con altri media

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Che cos'è

SEO è l'insieme delle attività e dei processi finalizzati ad aumentare e migliorare la cosiddetta 'visibilità' del nostro sito web nei risultati di ricerca di un qualsiasi motore di ricerca (es.: Google). E' una delle attività strategiche e insostituibili di marketing su internet pertanto è una attività fondamentale che va effettuata almeno una volta all'anno.

Vantaggi/Obiettivi

- Conquista di nuovi clienti
- Aumento del numero dei visitatori sul nostro sito, non generici, ma specializzati in funzione del prodotto/servizio ricercato. Di fatto significa aumento esponenziale dei potenziali clienti interessati alla nostra offerta.
- Ampliamento selettivo della copertura di mercato per paesi e/o lingue straniere.

sito web non ottimizzato per i motori di ricerca è come se non esistesse sul web: *non appare tra i risultati del motore di ricerca.*

Subito successiva al SEO, la seconda attività di web

SEARCH ENGINE MARKETING

Che cos'è

Il SEM è quel ramo del web marketing che si applica ai motori di ricerca, ovvero che comprende tutte le attività atte a generare traffico qualificato verso un determinato sito web grazie al posizionamento sui motori di ricerca. Lo scopo è portare al sito, tramite i motori di ricerca, il maggior numero di visitatori realmente interessati ai suoi contenuti.

Vantaggi/Obiettivi

- Nuovi clienti, nuovi leads, incremento esponenziale di visite e traffico sul sito
- Messaggi promozionali illimitati e specifici per target, tipologia prodotto ed area geografica
- Investimenti mirati e spesa contenuta con risultati tangibili ed immediati
- Espansione delle aree geografiche di affluenza dei clienti, potendosi concentrare sulla generazione di afflusso da determinati Paesi e/o lingue straniere.

Le principali strategie di Web Marketing

Banner Advertising

SEO

SEM

Social Media Marketing

Email Marketing

Inbound / Content Mktg

Viral Marketing

Mobile Marketing

marketing per importanza è **il SEM – Search Engine Marketing** (promozione del sito sui motori di ricerca). L'altissimo numero di concorrenti, la democratizzazione del web, i costi relativamente bassi dei servizi di marketing e la capacità di monitorare l'efficacia delle proprie azioni, hanno reso indispensabile condizionare i risultati di ricerca, utilizzando messaggi pubblicitari specifici, invece dei semplici risultati automaticamente elencati, per **indurre gli utenti a visitare la pagina specifica del proprio sito che risponde ai loro bisogni.**

Insieme a queste due attività, pertinenti esclusivamente il mondo dei motori di ricerca, il **social media marketing, e cioè ogni attività promozionale e di comunicazione con il proprio bacino di utenti presenti nei vari social media**, negli ultimi anni ha preso il sopravvento. Infatti si è portato alla pari o addirittura ha superato il marketing tradizionale sui motori di ricerca.

A concludere l'elenco delle prime fondamentali azioni di marketing del web, c'è l'**email marketing**, l'invio di newsletter periodiche agli utenti/clienti strumento essenziale per comunicare aggiornamenti e novità su azienda e prodotti.

In questo numero presentiamo le caratteristiche di base delle strategie di web marketing fondamentali utilizzando delle semplici schede riepilogative. Nei prossimi numeri analizzeremo in dettaglio il SEO, il SEM, il social media marketing e la newsletter, spiegandone in modo più approfondito caratteristiche, modalità di attuazione, fornendo spunti e cercando di evidenziare esempi di buona pratica specifica per il settore della ferramenta.

Gli Obiettivi tipici dell'azione di Marketing

Conquista di clienti

Acquisizione nuovi clienti o mercati

Vendita di prodotti o servizi

Lead generation / offline sales (eBusiness)

Online sales (eCommerce)

Marketing mix

Informazione / lancio nuovi prodotti e servizi

Posizionamento di più tipologie prodotto servizio

Customer care & redemption

Loyalty management

Customer satisfaction