

CORSO DI WEB MARKETING

Web marketing e social media specialist



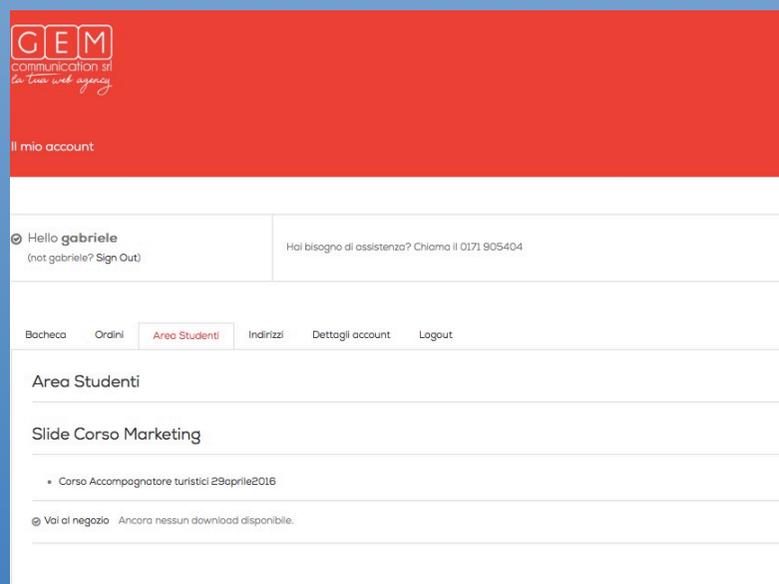
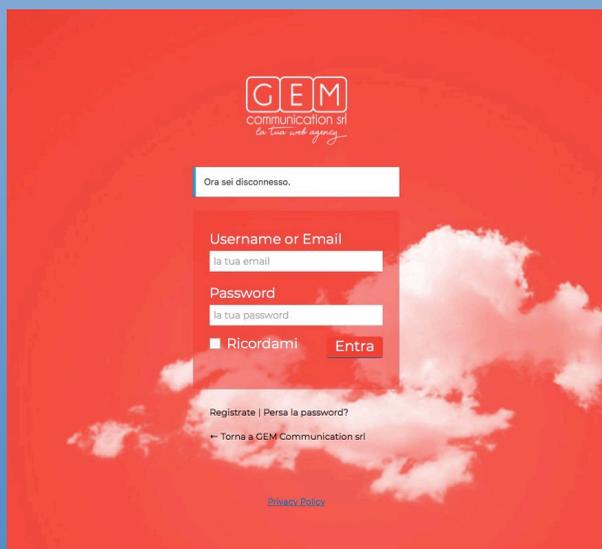
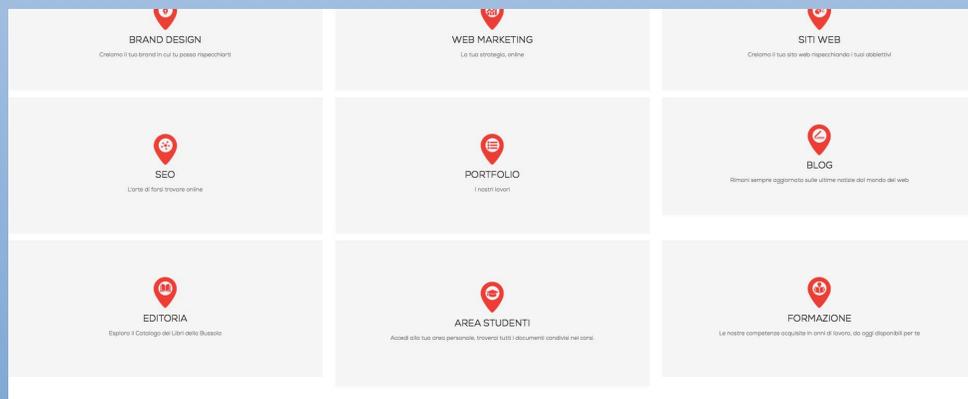
ing. Gabriele Polla Mattiot

(rev. 19/10/18)

20 e 27 ott 2018

Dove potete trovare il materiale?
su: www.gemcommunication.com

andate su AREA STUDENTI E logatevi





- incominciò come libreria on line nel 1994 (vasta scelta di titoli maggiore di qualsiasi altra realtà), poi si ampliò;
- per i primi 4-5 anni fu in perdita e la società crebbe alla fine degli anni novanta più lentamente di molte altre "Internet company"; questa lenta crescita fece lamentare molti azionisti.
- Alcuni plus di Amazon:
 - Recensione prodotti
 - market place x terzi (grande vetrina) (garante x vendita)
 - servizio logistica e magazzino
 - dal 2015 consegna anche con Droni in USA (30 min).
 - Amazon prime (consegne gratuite in 1 giorno)
 - Amazon prime now (test nell'area milanese x vedere attraverso APP recapito a casa merce prenotata)
 - ...
- Ebay denuncia Amazon: ci ruba i venditori migliori

The image shows a composite of three screenshots from the SportPursuit website. The left screenshot displays a promotional banner for ISOBAA Merino Apparel, offering a 65% discount. The center screenshot shows a login form with fields for email and password, a 'LOGIN' button, and a 'CONNECT WITH FACEBOOK' button. The right screenshot shows the top navigation bar with links for 'Help', 'Blog', and 'Share with Friends & GET €10 CREDIT', along with a shopping cart icon and a 'Quick Delivery Out' notification.

ecommerce che punta su: SCARSITA' ... X pezzi a condizioni eccezionali...
tali offerte sono spinte sui social, se interessato, per accedere al sito ti devi logare

l'importanza di fare lead generation utilizzando grandi marchi

Case history di idee e strategie vincenti

https://www.zalando.it/orologi-donna/

Se è vero che il tempo vola, meglio farlo scorrere con stile. Come? Con un orologio da donna di indiscussa eleganza o dalla forte personalità. Un accessorio irrinunciabile, da annoverare anche tra le belle **idee regalo** da fare e da farsi fare. Come scegliere quello più adatto a te? Parti dal tuo polso: se hai un braccio molto piccolo, per esempio, non puntare su modelli dalle casse enormi, quanto piuttosto su orologi con quadranti regolari o mignon e cinturini sottili. Per quanto riguarda invece la tipologia, su Zalando potrai scegliere tra orologi da donna analogici, modelli digitali o cronografi. Una volta fatta chiarezza sulla categoria, non perdere altro tempo e punta dritto allo stile. Perché anche l'orologio, come un qualsiasi altro accessorio, deve essere in sintonia con il tuo stile e con i tuoi look.

In acciaio o con cinturini in cuoio: scopri la vasta gamma di orologi da donna!

L'idea più osé su come scegliere il tuo prossimo modello? Immagina di doverlo abbinare alla **lingerie**: ed ecco che con la biancheria in pizzo starà benissimo un orologio femminile, magari con ghiera tempestata di cristalli o in oro rosa. Ma se sei una sportiva, pronta a sfoggiare bra tecnici e completini da atleta, coordinati con un orologio leggero in gomma, magari iper colorato, da indossare anche durante lo sport. Per prendere i tuoi tempi migliori, senza rinunciare alla moda!

Giulia Pacella - Giornalista di moda e regular contributor di elle.it

I nostri consigli per te:

- [Gioielli da donna](#)
- [Borse e accessori donna](#)
- [Borse bauletto](#)
- [Borse a mano](#)
- [Occhiali da sole](#)

I nostri top brand: abbigliamento, scarpe e accessori

adidas	Asics	Banana Republic	Benetton	Billabong
Calvin Klein	Cheap Monday	Clarks	Converse	Desigual

Grande brand on line attento a tutti i **dettagli** (SEO): Felix Kreyer, il Regional Manager della zona Sud Europa di Zalando, ha dichiarato che l'azienda è stata vincente nel saper attirare i suoi clienti e ad incentivare sempre di più i loro acquisti **tramite accurate ricerche di mercato, e lavorando sia sotto l'aspetto economico e finanziario e sia sotto l'aspetto persuasivo con adeguate strategie di comunicazione e marketing**. Il sito di Zalando risulta essere adeguatamente ottimizzato, potenzialmente intuitivo e dotato di una eccellente user experience. Inoltre Kreyer confida che il cliente più affezionato alla piattaforma tedesca risulta essere la donna di età compresa tra i 25 e i 45 anni.



Tamola (country manager) ha spiegato che per quanto riguarda il successo del mercato italiano, Zalando ha saputo escogitare **tre strategie** molto efficaci che riguardano la fidelizzazione del cliente.

La prima strategia è il **servizio pre-vendita**, con cui il cliente può reperire molte informazioni sul capo di abbigliamento da acquistare che lo aiuterebbero in modo esauriente alla decisione finale dell'acquisto.

La seconda trovata del sito Zalando.it è la possibilità di **acquistare un prodotto anche telefonicamente**, poiché è stato constatato che l'Italia, a differenza di altri paesi europei, è ancora un paese incerto di fronte alle dinamiche del commercio on line. La terza mossa vincente di Zalando è stata una **buona selezione delle risorse umane**, Zalando Italia vanta un personale altamente qualificato nei settori E-commerce, On line Marketing e Fashion Made in Italy.

Tra le ultime novità di Zalando, vi è il **Partner Program con cui i brand italiani locali potranno diventare clienti della piattaforma**, che non venderà solo capi le cui marche godono di una distribuzione nazionale e internazionale, ma anche capi meno noti dall'identità più artigianale. Zalando si è espansa in ben 14 paesi europei e con la notizia che l'azienda sarà quotata in Borsa, per i prossimi tempi si prevede una capitalizzazione di almeno 5 – 7 miliardi di euro.

Marketing=fare mercato

Web marketing è prima di tutto marketing, quindi è fondamentale:

- idea
- conoscenza contesto
- dinamismo
- strategia
- monitoraggio
-

Web marketing

Definizione: il web marketing è la branca delle attività di marketing dell'azienda che sfrutta il canale ON LINE per studiare il mercato e sviluppare i rapporti commerciali, attirando utenti di internet interessati ai suoi prodotti/servizi

Fonte: wikipedia

Come ci muoviamo?

- **analisi di mercato** (google trends), capire in che contesto ci si va a muovere; capire come si muove la concorrenza, storia e prospettive, analisi eventuale saturazione di mercato
- **strategia complessiva**: abbiamo individuato il nostro plus?, cosa ci rende differenti dalla concorrenza? qual'è il percorso di conoscenza che l'utente dovrà fare per arrivare a fidarsi di noi?
- **pratica/operatività**: quali sono le azioni che prevediamo di fare per farci conoscere ...

- Individuiamo i target

a proposito di individuazione di target



<https://youtu.be/MzQllgo6EYQ>

- Individuiamo obiettivi (3 caratteristiche definiscono gli obiettivi: misurabile, realizzabile, con arco temporale definito):

- Visitatori

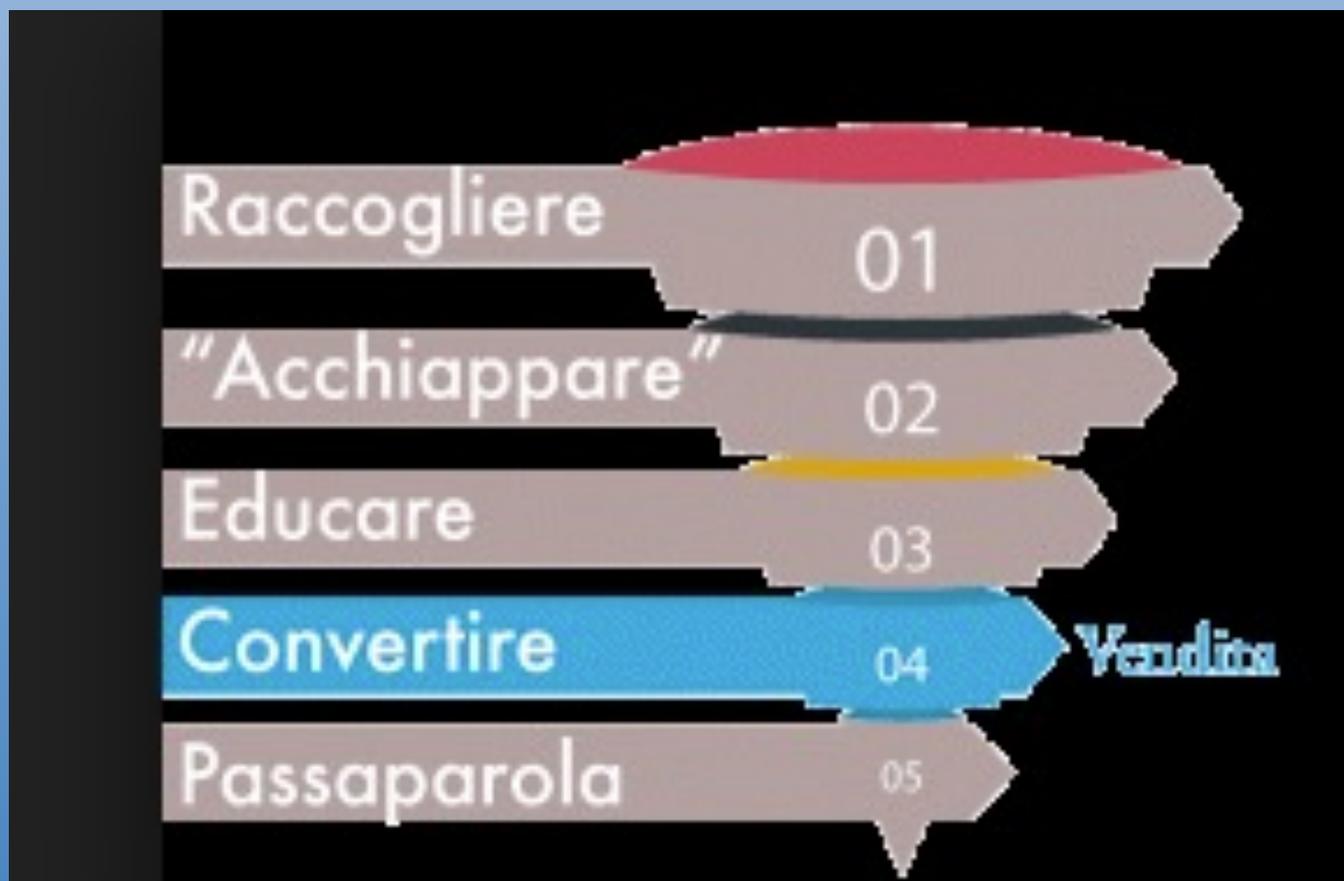
- Contatti

- Clienti

Quale sarà il nostro tasso di conversione? ... “è la percentuale di visitatori che hanno effettuato l'operazione desiderata“

Diamoci una strategia che ci permetta di raggiungere gli obiettivi prefissati

- Costruiamo il nostro Funnel di vendita



– Funnel di vendita



Affrontiamo una fase alla volta, analizzando target obiettivi,
azioni da sviluppare

A: Come attirare utenti/visitatori?

- **domanda consapevole:** ricerca mirata, “ho rotto la macchina,
cerco un meccanico”

- **domanda latente:** “sto passeggiando per la città e vedo
l’immagine di un nuovo modello di auto, ... un domani, forse,
durante l’acquisto mi ricorderò ...”

con quali strumenti? google, le vecchie pagine gialle ... TV,
fb, ln, pubblicità su giornali

A: Come attirare utenti/visitatori?

con quali strumenti sul web?

social

siti generalisti/blog

adv

SEO

B: Come convertire utenti?

- credibilità web



- es neg. ostacolo della pubblicità in tv (inbound marketing)

B: Come convertire utenti?

Facciamo alcune precisazioni: l'importanza del nostro sito
Il nostro sito è il punto di riferimento

Le azioni di comunicazione devono essere finalizzate
a portare gli utenti sul sito

Come facciamo a mantenere gli utenti sul sito?

Facciamo una parentesi su come fare un sito

Come vengono fatti i siti: linguaggi di programmazione

aspx

php

wordpress

joomla

HTML non è propriamente un linguaggio di programmazione, in quanto non prevede alcuna definizione di variabili, strutture dati, funzioni, strutture di controllo, ma piuttosto è solamente un linguaggio di markup che descrive le modalità di impaginazione, formattazione o visualizzazione grafica o layout del contenuto, testuale e non, di una pagina web attraverso tag di formattazione.

Facciamo una parentesi su come fare un sito

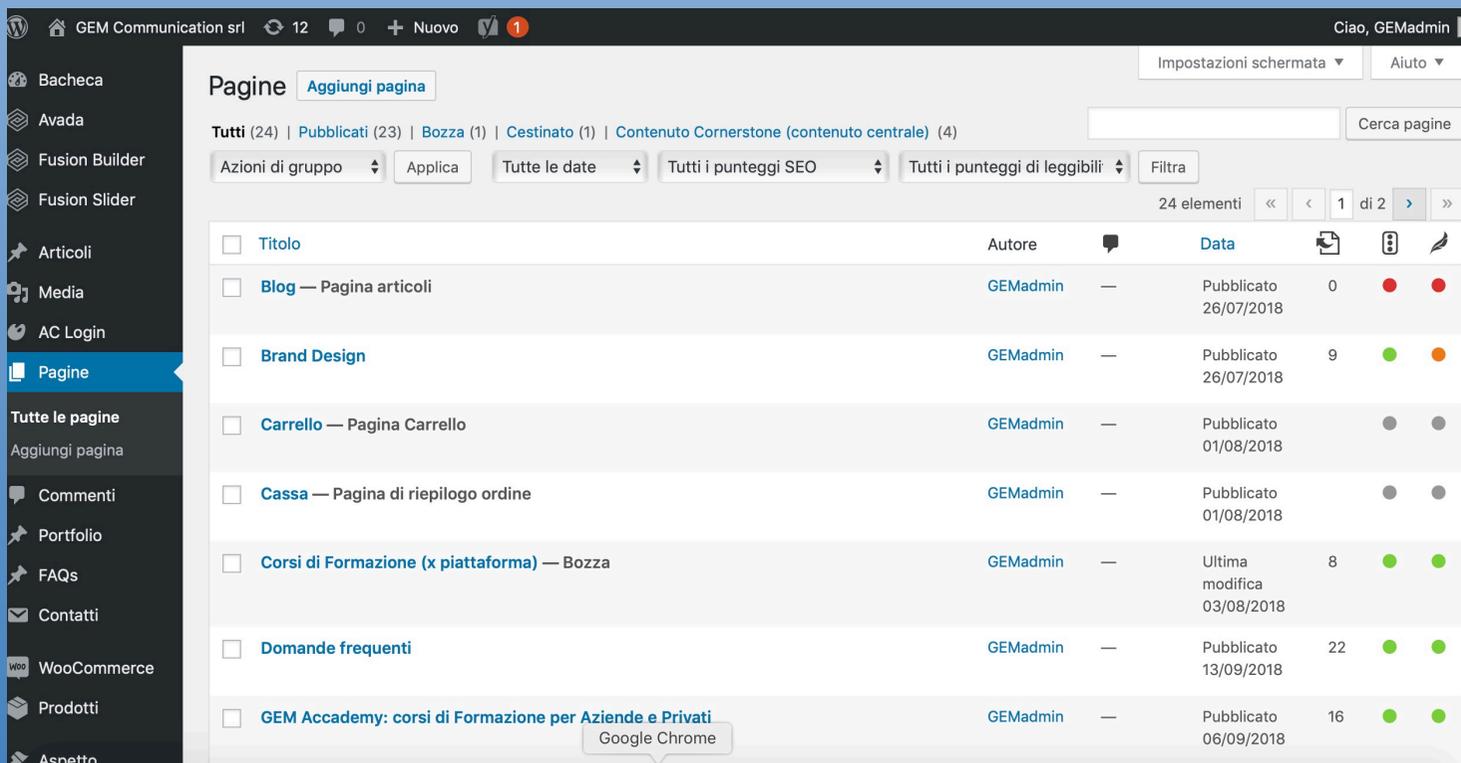
simulazione modifica sito

<https://www.gemcommunication.com/.....>

Creazione Pagine

Preazione Articoli

Woocommerce



The screenshot shows the WordPress admin interface for managing pages. The left sidebar contains navigation menus for 'Bacheca', 'Avada', 'Fusion Builder', 'Fusion Slider', 'Articoli', 'Media', 'AC Login', 'Pagine', 'Tutte le pagine', 'Commenti', 'Portfolio', 'FAQs', 'Contatti', 'WooCommerce', 'Prodotti', and 'Aspetto'. The main content area is titled 'Pagine' and includes a search bar, filters for 'Azioni di gruppo', 'Tutte le date', 'Tutti i punteggi SEO', and 'Tutti i punteggi di leggibili', and a 'Filtra' button. Below the filters is a table of pages with the following data:

<input type="checkbox"/>	Titolo	Autore	Data			
<input type="checkbox"/>	Blog — Pagina articoli	GEMadmin	0 Pubblicato 26/07/2018	—	0	● ●
<input type="checkbox"/>	Brand Design	GEMadmin	9 Pubblicato 26/07/2018	—	9	● ●
<input type="checkbox"/>	Carrello — Pagina Carrello	GEMadmin	01/08/2018	—		● ●
<input type="checkbox"/>	Cassa — Pagina di riepilogo ordine	GEMadmin	01/08/2018	—		● ●
<input type="checkbox"/>	Corsi di Formazione (x piattaforma) — Bozza	GEMadmin	8 Ultima modifica 03/08/2018	—	8	● ●
<input type="checkbox"/>	Domande frequenti	GEMadmin	22 Pubblicato 13/09/2018	—	22	● ●
<input type="checkbox"/>	GEM Accademy: corsi di Formazione per Aziende e Privati	GEMadmin	16 Pubblicato 06/09/2018	—	16	● ●

B: Come convertire utenti?

quando mai avete lasciato la vostra mail a un sito?

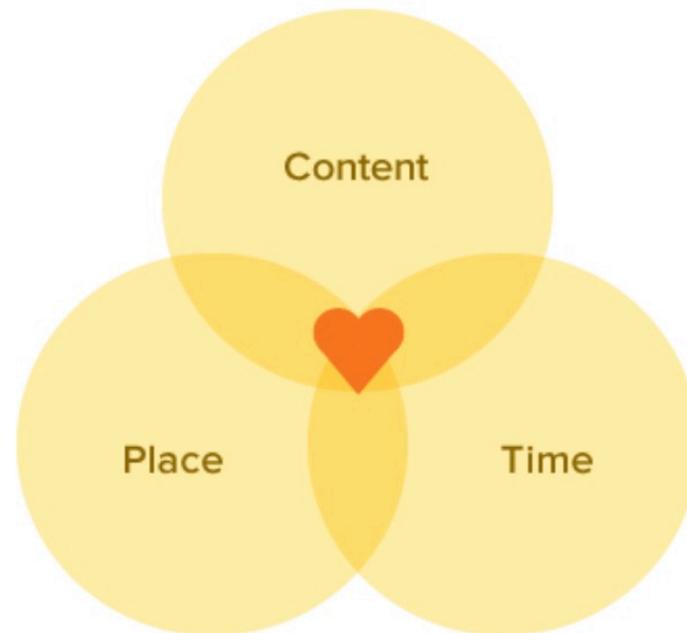
MERCE di SCAMBIO

sempre qualcosa di valore!!! (quando restituite un favore ...)

Inbound marketing

Inbound marketing è quindi:

CONTENUTO+CONTESTO



C: trasformarli in contatti

VACANZE ●●●● GRUPPI

E' fondamentale stabilire budget economici realistici, budget di tempo impiegato congruenti con la nostra attività quotidiana.

Portiamo qualche esempio: " domanda ricorrente quando si parla di comunicazione è: quanto tempo devo dedicare ai socialnetwork? ... ma prima ancora di questa domanda? .. rispondiamo al telefono quando mi chiamano? ... in quanto tempo diamo una risposta ai nostri potenziali clienti che vogliono conoscere la disponibilità del mio residence casa per ferie? ci preoccupiamo per le mail che spediamo? arrivano ai nostri interlocutori? ... abbiamo esposto i prezzi presso l'ufficio turistico del paese?... i nostri vicini sanno che cosa facciamo e che cosa offriamo? ... abbiamo inserito un'insegna davanti alla nostra struttura e/o ci siamo ricordati di posizionare un'indicazione al bivio della statale che porta al nostro comune ?... prima ancora di partire a costruire altre azioni di comunicazione e marketing è fondamentale domandarsi se sui fondamentali siamo in regola!. Fatto questo e **stabilito un budget per i fondamentali, iniziamo a pianificare il resto!** "

Ecco una valida check list che ti permetterà di valutare tua comunicazione:

★ Scarica la check list

Proviamo a simulare un caso studio dove andiamo a stabilire a priori le caratteristiche della nostra struttura ricettiva, individuiamo un target, il nostro plus (quella caratteristica che ci rende unici o che spinge i nostri clienti a venirci a trovare) e proviamo costruire la nostra strategia di comunicazione e marketing coerente con budget economici e temporali

Ricevi altri consigli su come ricevere più prenotazioni

Inserisci qui la tua Mail (*)

RICEVI CONSIGLI X PIANO MARKETING

Call to action e Landing page

C: trasformarli in contatti

Call to action e Landing page

Vuoi avere maggiori informazioni sulla data, luogo e costo? Lascia il tuo nome e la tua email e verrai contattato il prima possibile.

Il tuo nome

La tua email

INVIA

- Ho letto l'informativa sulla Privacy e accetto il trattamento dei dati personali
 Si voglio iscrivermi alla newsletter per ricevere email di notizie, corsi, e promozioni !

Perché studiare con noi?

Sei un imprenditore ambizioso

Sei un imprenditore ambizioso e desideroso di crescere e conoscere nuovi mercati e strumenti?

Gli amici ti hanno parlato della web economy, ma non sai come pianificare il tuo business? Ecco dove trovare tanti consigli!

Risparmia soldi facendolo da solo!

I nostri corsi sono erogati da professionisti con una grande esperienza del settore e vi daranno sia le nozioni teoriche per farvi apprendere i concetti chiave del corso ma anche spunti di riflessione e casi più pratici per darvi esempi concreti di quello che stanno spiegando. **Tutta la nostra esperienza e professionalità, ad un prezzo accessibile a tutti.**

Impara quando vuoi, dove vuoi!

Un vantaggio dei nostri corsi è che, oltre ad essere disponibili in aula (dove avremo la possibilità di conoscerli direttamente), possono anche essere erogati online: possono essere seguiti da ogni dispositivo (tablet, computer, smartphone) e ovunque voi vi troviate, permettendovi di avere il massimo del comfort e della tranquillità della vostra casa per frequentare i nostri corsi e sfruttarli al meglio. L'unico requisito è una connessione internet.

Iscriviti per avere informazioni!

Qui puoi ricevere ulteriori informazioni sui nostri corsi che offriamo. Inserisci i tuoi dati di contatto e ti invieremo il nostro programma!

Scrivi il tuo nome

Scrivi la tua email

- Ho letto l'informativa sulla Privacy e accetto il trattamento dei dati personali.
 Si voglio iscrivermi alla newsletter per ricevere email di notizie, corsi, e promozioni !

INVIA

D: trasforma i contatti in clienti



mail marketing

F: fidelizza

Recensioni

Passaparola

2 recensioni per MANZO 51%



Elena - 16 aprile 2018

Ottimo prodotto. Ho due meticci, uno di taglia piccola (10 kg) ed uno di taglia media (25 kg) ed entrambi adorano il pellettato al manzo. Non devo più acquistare cibi differenti! E' molto appetibile. Le feci sono perfette ed il pelo lucido. Il cane di taglia media doveva perdere un pò di peso e lo stavo alimentando con un cibo light. Ho iniziato con la linea bianco line sperando che non ingrassasse ed ho notato che con le dosi corrette si è "sgonfiato" ed è in ottima forma. Ho sempre fatto molta attenzione all'alimentazione dei miei cani tant'è che in precedenza utilizzavo la linea Acana e, negli ultimi periodi, la Now Fresch. Ora non tornerò indietro. Complimenti. Qualità e cruelty-free.



Rosanna. - 18 agosto 2018

Prodotto ottimo la mia cagnolina di due anni era inappetente da circa un mese mangia manzo 51% ed è un piacere vederla mangiare !
Grazie

RICORDATI
di
MISURARE
i
RISULTATI

**Proseguiamo simulazione agriturismo
alla luce dell'esperienza di oggi**