

 **CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Ciclo di Seminari: Come usare bene INTERNET per VENDERE

**Strumenti e strategie per avviare
efficaci azioni d'incremento delle
vendite e del fatturato**



 **wave**
WITH YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it

 **CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**QUAL È IL TRUCCO
PER TAGLIARE DRITTO?**

- Guardare la punta della forbice

 **wave**
WITH YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it

 **PIANIFICARE**


- **Focalizzare** sull'obiettivo finale, non sugli step intermedi
- **Mirare** è la strategia. **Colpire** il bersaglio è la **tattica**
- **Azioni** strutturate, concatenate, consequenziali, complementari



 www.wavemarketing.it

 **PERCHE' ...**

**Non c'è nulla di peggio
di una grande spinta
nella direzione sbagliata!**

 www.wavemarketing.it




PARTIAMO DAL SITO

- **8 utenti su 10** effettuano ricerche online prima di un acquisto
- **il 45% da smartphone**




 www.wavemarketing.it



NAVIGANDO...

Il vostro potenziale cliente chi trova durante la sua ricerca?

I VOSTRI prodotti o quelli della concorrenza?

 www.wavemarketing.it



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE WEB



 www.wavemarketing.it



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE WEB

I canali online e offline **devono** essere utilizzati in **simultanea** e con **azioni sinergiche**



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

L'IMPORTANZA DEL MESSAGGIO

PERCHE' SCEGLIERE I VOSTRI PRODOTTI?

- individuare il valore aggiunto del prodotto ed i vantaggi da presentare
- creare **un'offerta accattivante e ben formulata**



www.wavemarketing.it

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

AZIONI SINERGICHE



Creare il giusto mix di azioni
che siano in sinergia fra loro
AMPLIFICANDO il risultato



www.wavemarketing.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

MARKETING MULTICANALE

- Sempre più una **necessità**, perché è il consumatore stesso ad esser diventato **multicanale**
- Consente di **promuovere** un'azione di marketing su **più mezzi di comunicazione** in modo coordinato e univoco
- Obiettivo: **creare un'esperienza univoca, declinata su più media**

wave
WAVE YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it



BENEFICI

- **Aumenta l'interazione** con il cliente
- Influisce sulla **predisposizione** all'acquisto
- **Aumenta le occasioni** d'acquisto
- **Aumenta la conoscenza** del marchio
- **Migliora l'immagine** del marchio



 www.wavemarketing.it






CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Occorre dotarsi degli strumenti giusti...



...per affrontare il percorso

 www.wavemarketing.it


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Un approccio possibile

Essere presenti nei momenti della vita che un potenziale cliente trascorre sul web



 www.wavemarketing.it

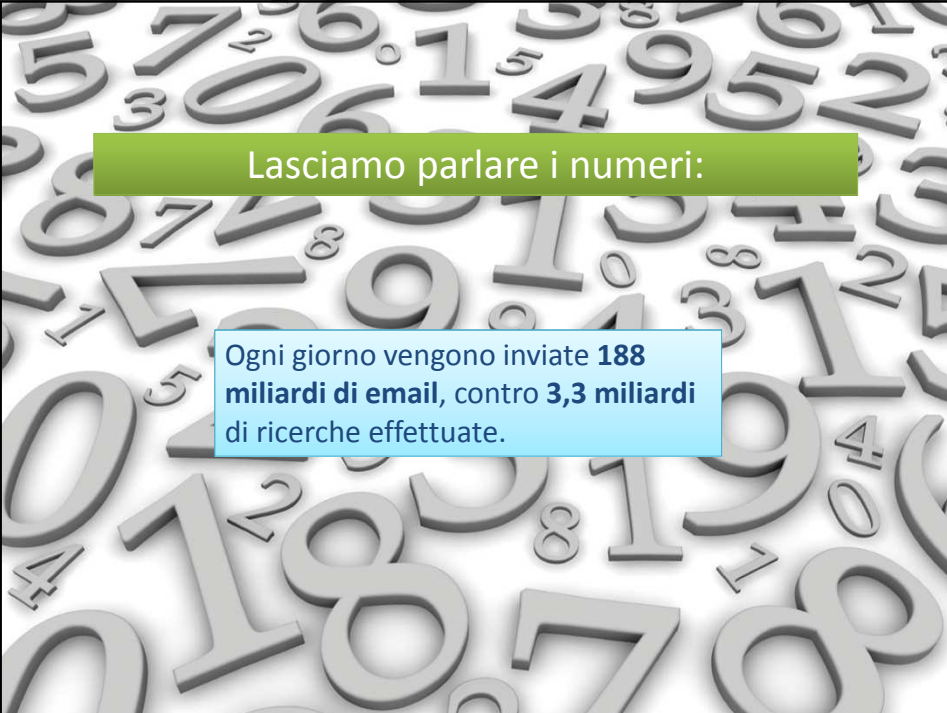


CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

...ed in particolare



www.wavemarketing.it



Lasciamo parlare i numeri:

Ogni giorno vengono inviate **188 miliardi di email**, contro **3,3 miliardi** di ricerche effettuate.





CHE COS'E' LA E-MAIL MARKETING

L'E-mail marketing è un tipo di **marketing diretto** che usa la posta elettronica come **mezzo** per comunicare messaggi **commerciali (e non)** al pubblico.


www.wavemarketing.it





CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

A COSA SERVE L'E-MAIL MARKETING?

- Acquisire nuovi clienti
- Generare traffico targetizzato ad un sito internet
- Generare traffico targetizzato ad un e-commerce
- Fidelizzare i propri clienti
- Promuovere nuovi prodotti
- Veicolare clienti presso il punto vendita
- Agevolare l'up-selling ed il cross-selling
- Raccogliere informazioni sui clienti
- Informare

 **wave**
HOW YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it



MA...

Il Data Base dei destinatari?



La Legge sulla Privacy?



 www.wavemarketing.it



L'invio delle E-Mail?



La misurazione dei risultati?



 www.wavemarketing.it





**Per vincere la gara ...
... occorre avere il giusto
COACH**

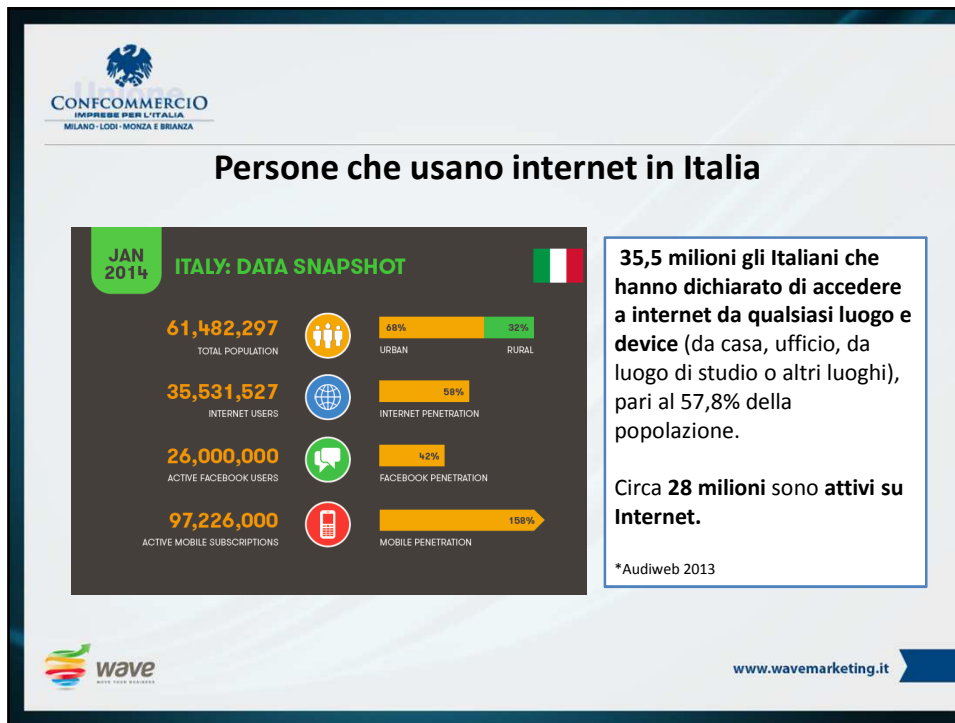
 www.wavemarketing.it

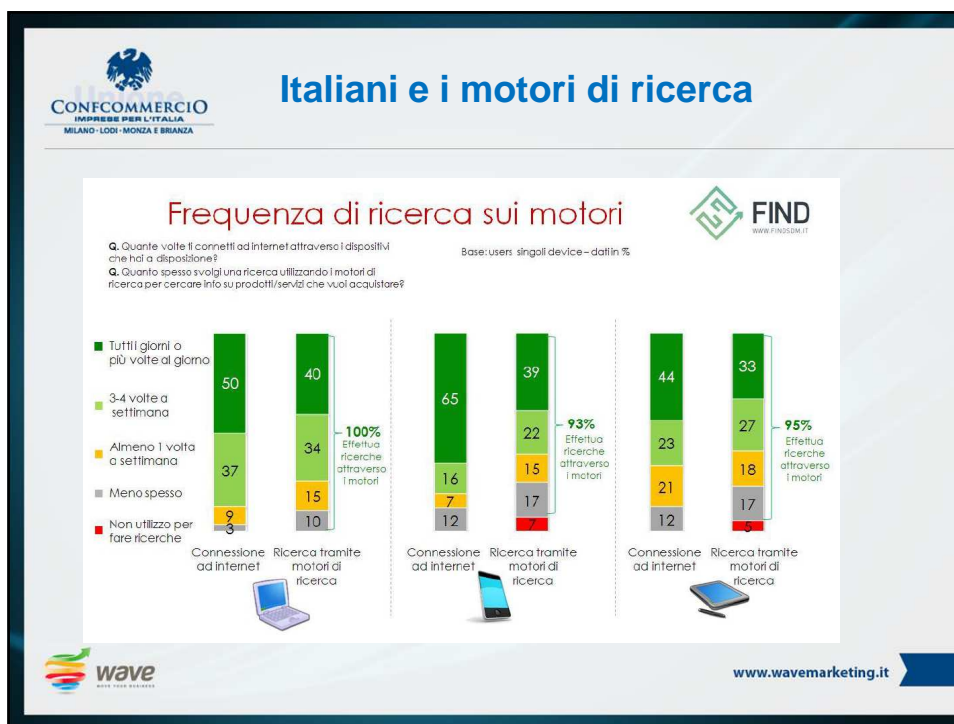




**Visibilità?
EMERGI DALLA MASSA!**

 www.wavemarketing.it






CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Perché essere visibili sul web?

- ✓ Sempre più persone si collegano al web quotidianamente
- ✓ E' molto alta la percentuale di persone che prima di effettuare un acquisto cercano sul web informazioni sui prodotti e servizi desiderati
- ✓ Se non entrate in internet (consapevolmente) è probabile che i vostri potenziali clienti si rivolgano ad un vostro concorrente che è visibile online



 www.wavemarketing.it



Ma soprattutto...

Sarete trovati solo quando il navigatore sta cercando un vostro servizio/prodotto

 www.wavemarketing.it



MA...

Il mio sito è adeguato a ricevere traffico?





Posizionamento o visibilità?

 www.wavemarketing.it


CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA


Riesco a misurare il ROI?




La misurazione dei risultati?




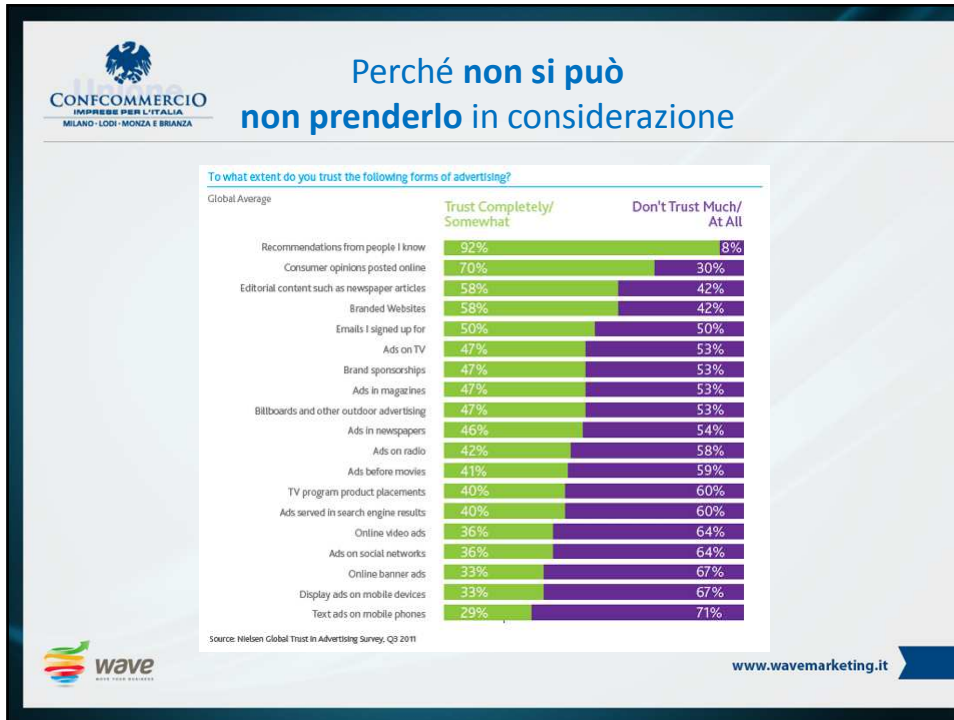
 wave
www.wavemarketing.it


CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA



Per **vincere la gara** ...
... occorre avere il giusto
COACH

 wave
www.wavemarketing.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

MA PERCHE' FACEBOOK?



wave
WAVE YOUR RESEARCH

www.wavemarketing.it


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

2008 → 2012

Facebook era complementare con altre azioni di marketing sul web

SEO DEM SEARCH SITO

Questo poteva essere vero negli anni scorsi...ma oggi?

 wave
www.wavemarketing.it

41


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

→ 2014

Facebook è un canale autonomo

 wave
www.wavemarketing.it


Facebook per il Business?

- 1) **Passaparola:** Su Facebook la gente passa parola anche quando non decide di farlo e spesso in maniera del tutto inconsapevole.
- 2) **Viralità:** il marketing diventa virale...se ho qualcosa da dire! Facebook non rende VIRALE un prodotto che non lo è!
- 3) Incrementare il **traffico del proprio sito** (o le visite al nostro negozio offline)
- 4) Incrementare il **tasso di conversione** del nostro sito (o del nostro negozio offline)
- 5) Incrementare il **passaparola positivo** tra i clienti (online ed offline)
- 6) Far **crescere il proprio brand** e l'autorevolezza/popolarità del proprio nome/marchio
- 7) **Ascoltare** ciò che si dice di noi, dei nostri prodotti, del nostro settore
- 8) Implementare un **nuovo canale di supporto ai clienti** (e ridurre i costi di quello esistente)
- 9) **Fidelizzare i clienti acquisiti** (instaurare rapporti ed intrattenere conversazioni)
- 10) Acquisire **nuovi clienti/contatti**
- 11) Lanciare **nuovi prodotti/eventi/iniziative/progetti**


www.wavemarketing.it





Per **vincere la gara** ...
... occorre avere il giusto
COACH


www.wavemarketing.it





L'UNIVOCITA' DEL MESSAGGIO

- Un **unico messaggio** divulgato attraverso molteplici canali
- **Grafica unica**, accattivante e che distingue il prodotto rispetto agli altri
- **Call to action** (lead generation e/o vendita in ogni mezzo utilizzato)

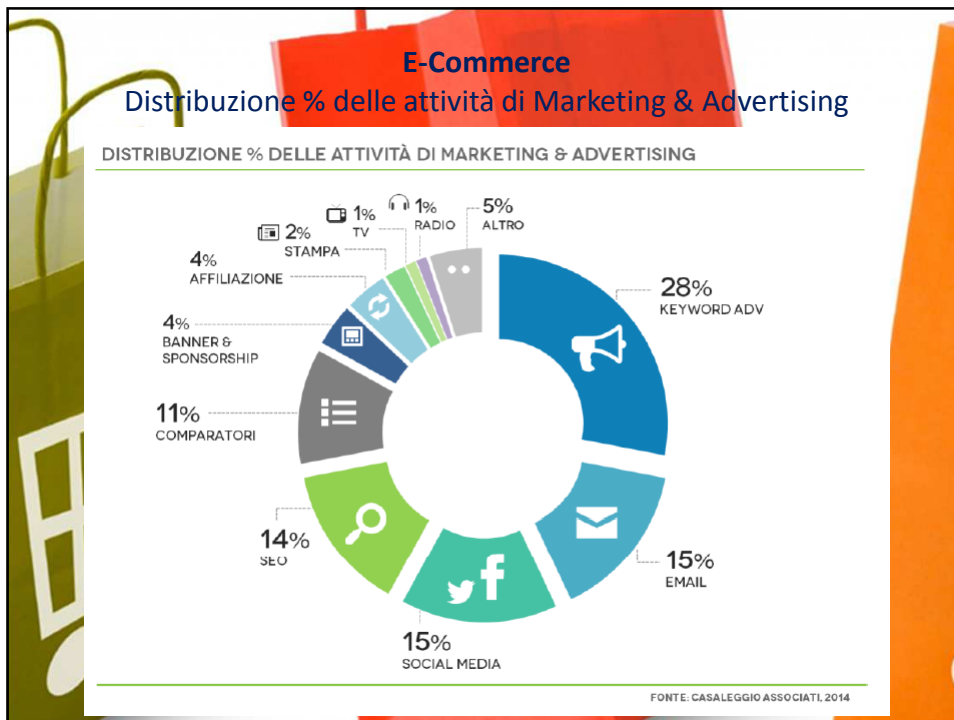


Lo sapevi che...

Il **valore** dell'e-commerce B2C a livello globale ha raggiunto nel 2013 la cifra complessiva di **1.250 miliardi** di dollari, con un **incremento del 18,3%** sul 2012.

Il **mercato** e-commerce mondiale crescerà nel 2014 di un ulteriore **20,2%**.









PERCHE' PIANIFICARE?

- > **Identificare** e definire obiettivi specifici, quantificati e misurabili
- > **Identificare** le risorse necessarie per il raggiungimento degli obiettivi
- > **Ridurre** il livello di incertezza
- > **Minimizzare** i rischi
- > **Guidare** l'azione



 www.wavemarketing.it


CONFCOMMERCIO
 IMPRESE PER L'ITALIA
 MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

IL R.O.I.?

ROI= risultato operativo/capitale investito

- Indice di **redditività** del capitale investito in un progetto/azione marketing
- È il **rapporto** tra costi e benefici
- Esprime, cioè, **quanto rende 1€ di capitale investito** in qualsiasi azione intrapresa
- È possibile calcolarlo per **qualsiasi attività marketing**, anche se per alcune è molto più complesso

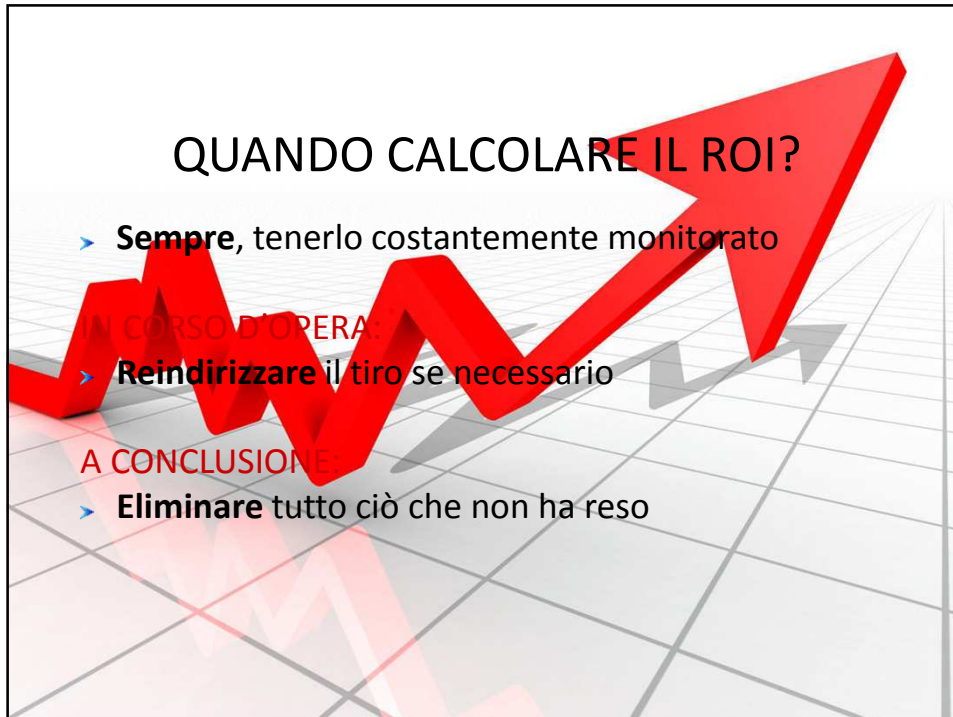



www.wavemarketing.it

COME OTTENERE UN ROI POSITIVO?

- > Scegliere azioni che consentano d'incrementare i **contatti commerciali utili**
- > Prediligere il **Direct Marketing (Marketing a Risposta Diretta)**
- > Definire azioni **monitorabili**
- > Scegliere fornitori che sappiano dare una risposta alla domanda:
"Che ritorni potrei avere da questa iniziativa?"





QUANDO CALCOLARE IL ROI?

- > **Sempre**, tenerlo costantemente monitorato

IN CORSO D'OPERA:

- > **Reindirizzare** il tiro se necessario

A CONCLUSIONE:

- > **Eliminare** tutto ciò che non ha reso



QUALE STRATEGIA?

Strategie finalizzate a supportare le **VENDITE**

- > **Ottimizzare** i costi
- > **Supportare** l'attività dei commerciali
- > Generare **leads (contatti commerciali utili)**
- > **Facilitare** il primo contatto
- > Destare **interesse**
- > **Fidelizzare**

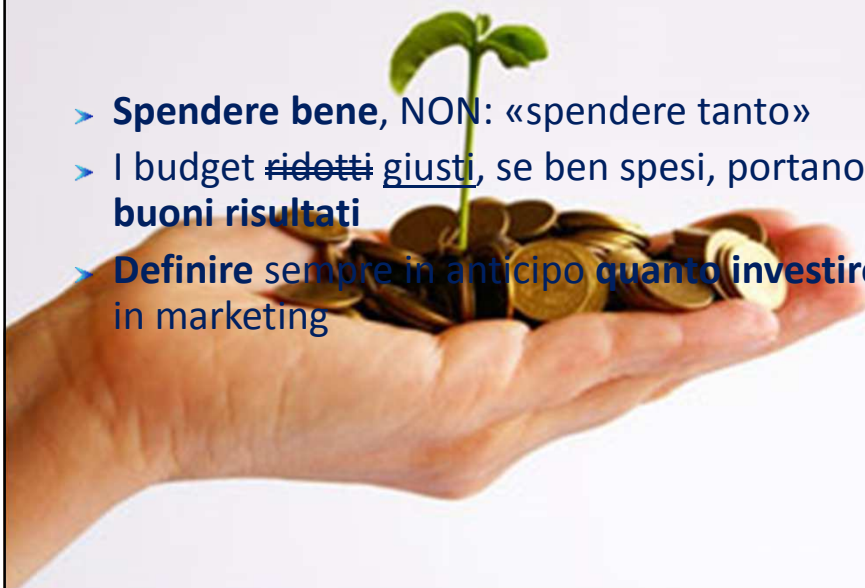
QUALE MARKETING?

- > **Azioni capillari**, che consentano di dialogare con il cliente/consumatore
- > **Risultati a breve/medio** termine
- > **Ritorni quantificabili** e verificabili in qualsiasi momento



DEFINIRE IL BUDGET

- > **Spendere bene**, NON: «spendere tanto»
- > I budget ~~ridotti~~ giusti, se ben spesi, portano a **buoni risultati**
- > **Definire sempre in anticipo quanto investire** in marketing






CONFCOMMERIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Mainardi Sistemi S.r.l.
Case history

Prezi

wave
www.wavemarketing.it




CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Prossima Puntata:
6 Ottobre h. 11.00 – 13.00
E-Commerce o non e-Commerce? Questo è il problema

Paolo Abbiati
Email: paolo.abbiati@wavemarketing.it
FB: <https://www.facebook.com/paolo.abbiati>
Skype: morse26

Wave S.r.l.
Via Bice Cremagnani 16 – Vimercate (MB)
Tel. 039.5967390
Email: info@wavemarketing.it

 **wave**
WAVE YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it