



Digital Marketing
Social Media Marketing

Digital Marketing e Social Media Marketing



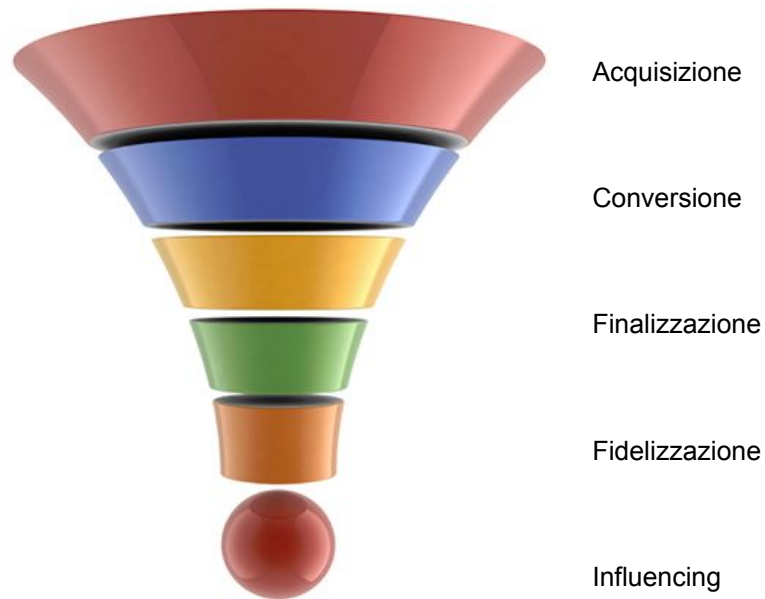
Il Processo sintetico del Digital Marketing

Il mondo del marketing aziendale sta cambiando con l'avvento del digitale. Oggi le aziende non possono prescindere dal far riferimento al Marketing Digitale per collocare i propri prodotti sul mercato.

A differenza del processo di marketing tradizionale, l'approccio digitale impone un ripensamento dei canali con i quali interagire per l'acquisizione di nuovi contatti e per convertire gli stessi da semplici contatti a clienti fidelizzati.

L'imbuto del Marketing Digitale ben rappresenta il divenire del processo durante il quale un consumatore da semplice contatto diventa cliente fidelizzato e poi influencer.

Nel prosieguo di questo documento affronteremo singolarmente ogni fase di questo strategico processo aziendale che tende ad acquisire nuovi clienti per poi farli diventare dei vettori di messaggi promozionali per nuovi clienti.



Digital Marketing: la Fase di Acquisizione

L'acquisizione di contatti è il punto di partenza del processo che tende a collocare i prodotti sul mercato. Dobbiamo far sì che i consumatori vengano a conoscenza dei nostri prodotti e del nostro marchio.

Nel Digital Marketing il processo di acquisizione è veicolato attraverso i principali canali promozionali digitali: Social Network e Search Engine.

Il social network per eccellenza è Facebook che consente di pubblicare inserzioni capaci di generare contatti verso il sito web. Le campagne specifiche di FB consentono di veicolare moltissimi utenti verso il sito web dell'Azienda consentendo un'acquisizione basata sugli interessi degli utenti e su target geografico.

Il motore di ricerca Google oggi risponde all'80% delle ricerche che gli utenti fanno su Internet. Il programma di marketing AdWords consente la visibilità a pagamento nei risultati di ricerca visualizzando l'annuncio specifico basato sui termini che l'utente ha ricercato. La sottosezione Rete Display consente invece la pubblicazione di annunci su riviste digitali del settore specifico.



Digital Marketing: la Fase di Conversione

Una volta acquisito il contatto dalle campagne di marketing, occorre tentare la conversione da contatto a cliente attraverso la visualizzazione di annunci specifici verso contatti che hanno visitato il sito dell'Azienda. Questo processo passa per un meccanismo che in gergo si definisce "Conversione".

Un utente arriva sul sito e clicca su di un prodotto oppure fa una ricerca oppure invia il modulo di contatto. Da qui in poi egli verrà seguito da un annuncio promozionale anche quando andrà via dal sito. L'annuncio sarà un vero e proprio promemoria che lo seguirà su altri siti aderenti ai circuiti AdSense e Facebook Audience Network imprimendo nella mente del consumatore il marchio in modo indelebile affinché egli associ in modo certo l'attività al marchio.

Quando egli avrà necessità di un prodotto visto sul sito, i meccanismi di associazione mentale gli daranno un'unica risposta: il Sito Aziendale!

Il processo di conversione include l'utilizzo di una campagna parallela a quelle di brand awareness di cui alla pagina precedente. Le conversioni vanno monitorate ed i dati vanno analizzati per identificare i tassi di conversione da contatti a clienti.



Digital Marketing: la Fase di Finalizzazione

La finalizzazione è quella fase dove il consumatore effettua l'acquisto e diventa da contatto a cliente. La conversione ha funzionato ed egli ha acquistato il nostro prodotto.

Questa fase è gestita nel canale principale del sito web Aziendale opportunamente configurato per l'eCommerce.

La scelta del software di eCommerce non può prescindere da un'analisi delle effettive potenzialità commerciali dell'Azienda.

Il Sito di eCommerce va ottimizzato e configurato per evitare attese dei consumatori mentre navigano le pagine.

Un aspetto molto importante della relazione digitale con i consumatori è il tempo di risposta del sito sul quale invitiamo i clienti a connettersi. Il tempo di attesa dell'utente è il nostro peggior nemico in quanto il cliente abbandona il sito in caso di attese lunghe nella navigazione. Il problema è ancora maggiore nel mondo degli smartphone dove la rete non aiuta.



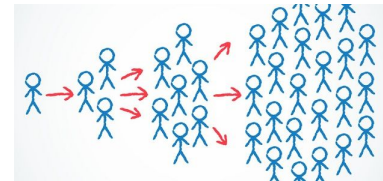
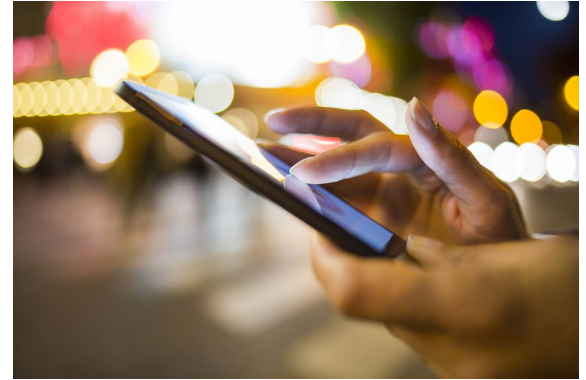
Le Fasi di Fidelizzazione ed Influencer

Dopo l'acquisto il consumatore va fidelizzato ovvero bisogna instaurare un continuo contatto con delle proposte di nuovi prodotti e buoni sconto per invogliarlo ad un nuovo acquisto.

Il Digital Marketing ci consente anche di coinvolgere il consumatore in modo attivo chiedendo allo stesso di veicolare messaggi promozionali ai suoi contatti dietro ricompensa di punti fedeltà; questo meccanismo incluso nel Social Media Marketing, trasforma il consumatore da cliente ad influencer ovvero un soggetto che propone nostri prodotti ai suoi amici sui social network.

Per fidelizzarli e convincere i consumatori a diventare influencer, bisogna regalare loro qualcosa, la scelta più logica è quella di assegnare dei punti fedeltà da totalizzare per ottenere buoni sconto per i prossimi acquisti. Ad ogni azione social di condivisione o like, assegneremo un punteggio premiante per il consumatore per invogliarlo ad eseguire tale azione.

Strumento principe per tale tipologia di coinvolgimento attivo è l'utilizzo di una **App Aziendale** per smartphone per il Mobile Marketing. Tale App Aziendale è un vettore promozionale sia da parte nostra verso il consumatore che da parte del consumatore verso i suoi contatti.



La Nostra Startup Innovativa: dbi.srl

Digital Business Innovation Srl in breve D.B.I. Srl è una Startup Innovativa riconosciuta ai sensi della Legge 221/2012 di conversione del DL 179/2012 Decreto Crescita 2.0, che nasce con l'intento di accompagnare le Aziende nel processo di Trasformazione Digitale del Modello di Business con la Consulenza per l'Innovazione Digitale, il Digital Marketing e lo sviluppo di Progetti per App Aziendali.

www.dbi.srl

Digital Business Innovation Srl
Centro Direzionale is G/2
80143 - Napoli
P.IVA 08280231211
Iscrizione sezione speciale Startup Innovative NA 945395

Numero Verde Commerciale 800.589.889

