

Sei un Professionista della Stampa?

Vuoi acquisire nuovi clienti o generare più vendite online?

Grazie alle strategie più efficaci di Digital Marketing,
ti aiutiamo a sviluppare il tuo Business in modo Redditizio.



Indice

Introduzione	5
Analisi strategica	10
Marketing Planning	14
Posizionamento SEO	18
CRO	26
Content Marketing	30
Google Ads	36
Facebook Marketing	42
E-mail Marketing	48



Ti sveliamo un Approccio che cambierà per sempre il tuo modo di vendere online.

Se lo seguirai, i Risultati sono assicurati.

I FATTORI CHE RENDONO UN BUSINESS REDDITIZIO SONO 3.

- **Primo, è fondamentale avere un prodotto da vendere o un servizio da offrire.**
Ma se stai leggendo questa pagina, sicuramente è una condizione che hai già soddisfatto.
- **Secondo, è indispensabile abbattere la barriera economica “spazio-temporale”.**
Questo è un limite superato grazie all'avvento di Internet e del commercio elettronico, che permette alla tua azienda di vendere 24/7 e in qualsiasi parte del Mondo.
- **Terzo, è necessario massimizzare le vendite approfittando opportunamente del web.** Il web è un canale che offre **opportunità** incredibili per lo sviluppo della tua azienda. Può incrementarne i **fatturati** e garantirti **guadagni** certi grazie a marginalità elevate.

Ma avere un prodotto o servizio da vendere online, non è sufficiente per il successo del tuo e-commerce (ergo: **non basta per far aumentare i fatturati della tua azienda**).

Il successo del tuo business online ha anche bisogno di strategie e azioni di digital marketing efficaci, che sappiano cogliere le opportunità che il web offre, in particolar modo quelle legate alle ricerche dei tuoi potenziali clienti.



3 Principi che rendono Efficace il nostro Digital Marketing.

Correlati ai tre fattori che rendono un business redditizio, ci sono 3 principi che costituiscono la base per realizzare strategie efficaci di digital marketing.

UNICITÀ

Se i prodotti/servizi della tua azienda rappresentano un enorme potenziale, ancora di più lo sono gli elementi distintivi che la rendono **unica**, offrendole un vantaggio competitivo nei confronti della concorrenza. Elementi da cui partire per impostare strategie in grado di avere **successo**.

ESPERIENZA

L'**esperienza** "sul campo" è essenziale. Essere verticali nel settore "web to print", ci permette di conoscere perfettamente il mercato, i suoi clienti e come soddisfare i loro bisogni o risolvere i loro problemi. Consentendoci di sviluppare soluzioni in grado di produrre **risultati** misurabili.

PROFESSIONALITÀ

L'efficacia del digital marketing dipende infine dalla **professionalità** dei nostri marketer. Conoscono le "regole del gioco" e sanno intercettare, analizzare e sfruttare le opportunità del mercato online. Focalizzando sempre il loro lavoro su obiettivi chiari: **traffico di visitatori e conversioni**.



La ricetta per un Digital Marketing Efficace:

molti la conoscono, pochi la sanno usare, ma tu con noi vedrai solo i Risultati.

Ci occupiamo dello sviluppo del tuo business online a 360°, curando l'intera strategia di Digital Marketing, a partire dall'analisi, procedendo con la pianificazione delle attività, proseguendo con la fase operativa, monitorando e ottimizzando continuamente le performance.

Ogni attività si concluderà con una reportistica focalizzata sull'aspetto fondamentale: i **Risultati**.

8 BENEFICI CHE PUOI OTTENERE DAI NOSTRI SERVIZI DI DIGITAL MARKETING.

1. Parti dall'**Analisi Strategica** per massimizzare l'efficacia del tuo digital marketing.
2. Pianifica l'offerta promozionale con il **Marketing Planning** e rendi il tuo business redditizio.
3. Acquisisci visibilità online con il **Posizionamento SEO** e attrai nuovi visitatori.
4. Realizza contenuti di valore con il **Content Marketing** e acquisisci visibilità su Google.
5. Ottimizza il tasso di conversione con il **CRO** e trasforma più visitatori in clienti.
6. Intercetta le ricerche degli utenti con **Google Ads** e fai decollare subito il tuo business.
7. Aumenta la visibilità con il **Facebook Marketing** e raggiungi nuovi potenziali clienti.
8. Personalizza le comunicazioni con l'**E-mail Marketing** per vendere di più e fidelizzare la clientela.

1

Analisi strategica

Parti dall'analisi per massimizzare l'efficacia del tuo digital marketing.

- ✓ Affidati alla consulenza di Roberto Serra
- ✓ Definisci chiaramente la tua offerta online
- ✓ Scopri come differenziarti dalla concorrenza
- ✓ Raggiungi il tuo target online
- ✓ Converti i visitatori in clienti

Il web è una grandissima fonte di opportunità per lo sviluppo del tuo business online.

L'utilizzo del digital marketing ti permette di cogliere queste incredibili opportunità.

Ma la sua efficacia si basa su un presupposto essenziale: l'analisi.

Ti piacerebbe massimizzare l'efficacia del tuo digital marketing?

Allora devi necessariamente partire da una corretta Analisi Strategica.

Cosa è l'Analisi Strategica

Si tratta di una consulenza che ha come obiettivo di analizzare e definire la comunicazione e il posizionamento digitale della tua azienda, in relazione ai suoi punti di forza, al target e alla concorrenza.

La finalità di questa attività è duplice:

- Definire in maniera chiara l'offerta della tua azienda, ovvero su quali prodotti puntare per la vendita online, in relazione a quelle che sono le opportunità del mercato web (opportunità = ricerche; ergo, cosa cercano i tuoi clienti online) e al livello della concorrenza.
- creare le basi per rendere più efficace ogni campagna, promozione o attività di comunicazione online, portata avanti dalla tua azienda negli anni a venire.

Come funziona

I 4 obiettivi da perseguire per il successo del tuo sito e-commerce sono:

- **Offerta** chiara e definita;
- **Differenziazione** dalla concorrenza;
- **Traffico** di visitatori;
- **Conversione** da visitatori in clienti.

Per questo le aziende che intendono massimizzare l'efficacia della loro presenza digitale, non possono più prescindere da 4 concetti chiave:

- Portare online tutta l'offerta di prodotti è spesso controproducente, perché si rischia di sprecare tempo, risorse ed energie, ritrovandosi a fare la battaglia del "prezzo" o scontrandosi contro i grossi "player".

Meglio scovare le opportunità delle **nicchie di mercato**, rappresentate dalle ricerche online dei tuoi potenziali clienti, e puntare sulla vendita dei relativi prodotti.

- Per differenziarsi dalla concorrenza è necessario sfruttare gli **elementi distintivi** della tua azienda e la **personalizzazione** dei prodotti.
- Per generare traffico è fondamentale avere **visibilità** online.
- La **persuasione** digitale delle persone è altrettanto importante che raggiungerle.

Alla luce di tutto ciò, il nostro **metodo** di lavoro basa il suo sviluppo su 4 semplici, quanto fondamentali presupposti:

- Partendo dall'offerta di prodotti che la tua azienda è in grado di proporre online, la prima cosa da fare è un **indagine di mercato**. Permette innanzitutto di quantificare il mercato potenziale attraverso **l'analisi delle keyword di ricerca**, consentendoti di sapere quali dei tuoi prodotti vengono cercati dal tuo cliente target. In seconda battuta, attraverso **l'analisi della concorrenza**, consente di conoscere il livello del contesto competitivo. Basandosi sui dati relativi alle ricerche e alla concorrenza, sarà più chiaro e semplice definire su quali prodotti puntare e quali scartare.
- Definire cosa rende la tua azienda **unica** è indispensabile per differenziarsi, ovvero per mettere in risalto gli elementi di maggior interesse per il tuo **target** in relazione ai tuoi marchi, prodotti o servizi.
- Il **posizionamento** nei primi risultati dei motori di ricerca, è ancora un requisito sine qua non per garantire visibilità (e di conseguenza visite) al tuo sito web.
- Comunicare efficacemente e in maniera persuasiva le peculiarità oggettive e differenzianti del tuo marchio, prodotto o servizio, rappresenta la più importante chance nell'epoca della **comunicazione digitale**.

Grazie ad uno strumento come l'analisi strategica, potremo finalmente rispondere con successo e in maniera oggettiva, nonché altamente differenziata, a domande chiave quali ad esempio:

- Su quali prodotti puntare per la vendita online?
- Come differenziarsi dalla concorrenza?
- Quanti potenziali clienti ci sono online?
- Come acquisire maggiore visibilità sul web?
- Quanto costa raggiungere i clienti e veicolarli sul sito?
- Per quale motivo i clienti dovrebbero preferirti?
- Quali sono i punti di reale valore percepito dal cliente nell'offerta?
- Perché comprare proprio ora e da te?
- Quali sono le strategie per garantire risultati in relazione al budget?
- Come verificare i risultati a breve, medio e lungo termine?

Come approfittare di questa opportunità

Durante una serie di **consulenze** "one to one" via Skype o telefonica di circa 1:30H, traceremo insieme a te un quadro dello stato attuale dell'offerta e immagine aziendale.

Avrai la possibilità di ricevere la consulenza da parte di **Roberto Serra**, un professionista che, grazie alle sue **strategie**, ha lanciato sul web oltre 70 aziende.

Nel corso degli incontri, i punti chiave analizzati, valutati e definiti insieme saranno i seguenti:

1. ANALISI COMUNICAZIONE

- Chi è l'azienda;
- Valore del brand, del prodotto o del servizio;
- Punti di forza;
- Target di riferimento.

2. ANALISI DI MERCATO

- Traffico di ricerche online (analisi keyword di ricerca);
- Traffico di visite (sito vs competitor);
- Posizionamento organico (sito vs competitor);
- Annunci in SERP e Top Keyword;
- Backlinks (sito vs competitor).

3. STRATEGIE DI MARKETING

Verrà definita un'efficace proposta verso il proprio target di riferimento, in particolare, verranno suggerite azioni di Marketing online e offline.

4. RELAZIONE RIASSUNTIVA

Al termine delle consulenze, riceverai un documento riassuntivo, che avrà l'obiettivo di massimizzare l'efficacia di ogni campagna, promozione o attività di comunicazione portata avanti dall'azienda negli anni a venire.

Attività svolta da: Roberto



2

Marketing Planning

Pianifica la tua offerta promozionale e rendi il tuo business più redditizio.

- ✓ Affidati alla consulenza di Roberto Serra
- ✓ Definisci la tua offerta di marketing
- ✓ Individua la strategia promozionale più efficace
- ✓ Pianifica le tue offerte
- ✓ Rendi il tuo business più redditizio

Vendere online è una grossa opportunità per la tua azienda.
Ma la vendita su internet non è il fine, ma il mezzo con cui esprimere le potenzialità della tua azienda anche sul web.
Il tuo e-commerce non deve essere fine a se stesso: deve essere fonte di reddito.

Ti piacerebbe rendere il tuo e-commerce altamente redditizio?

Il segreto è realizzare un Marketing Planning ad hoc.

Cosa è il Marketing Planning

Si tratta di un'attività che parte dalla definizione del marketing della tua azienda e prosegue nell'individuazione della **strategia promozionale** più efficace, al fine di pianificare le tue offerte annuali e rendere il tuo business più redditizio.

Come funziona

Il Marketing Planning è un'attività realizzata da Roberto Serra, a seguito e in correlazione dell'Analisi Strategica.

Integra i punti chiave analizzati, valutati e definiti nella precedente analisi, con ulteriori dati aziendali di marketing relativi ai tuoi prodotti, al loro prezzo e altre info utili.

Il **Piano di Marketing** permette di individuare la strategia promozionale più efficace per il tuo business online, sfruttando ad esempio la promozione dei best seller stagionali. Grazie a questo strumento, potrai finalmente pianificare le tue offerte annuali e rendere il tuo business più **redditizio**.

| 15



Come approfittare di questa opportunità

Durante una serie di consulenze, traceremo insieme a te un quadro dello stato attuale del marketing aziendale, finalizzato ad individuare la strategia promozionale più efficace e le offerte più redditizie per l'azienda.

Avrai la possibilità di ricevere la preziosa consulenza di **Roberto Serra**, un professionista che ha contribuito a lanciare sul web oltre 70 aziende.

Nello specifico, l'approccio prevede i seguenti step:

1. ANALISI MARKETING AZIENDALE

I punti chiave analizzati, valutati e definiti negli incontri saranno i seguenti:

- I prodotti e il loro pricing;
- La stagionalità dei prodotti;
- L'andamento dei best seller (prodotti più venduti).

2. STRATEGIA PROMOZIONALE

Sulla base dell'analisi, verranno individuati:

- Le tipologie di offerte/promozioni da ideare;
- Le aree di ottimizzazione della vendita/promozione dei best seller;
- La pianificazione annuale delle offerte;
- Potenziali strategie d'integrazione tra offline e online, affinché uno sia il volano dell'altro.

3. PIANO DI MARKETING A 6/12 MESI

Al termine delle consulenze, riceverai un documento che avrà l'obiettivo di massimizzare l'efficacia dell'offerta promozionale della tua azienda.

Attività svolta da: Roberto



3

Posizionamento SEO

Acquisisci Visibilità su Google per attrarre nuovi potenziali clienti.

- ✓ Sfrutta le opportunità di Google
- ✓ Posizionati nei primi risultati per keyword ricercate
- ✓ Acquisisci maggiore visibilità sui motori di ricerca
- ✓ Favorisci le visite di potenziali clienti
- ✓ Affidati alla competenza di Michael Vittori

Gli utenti che cercano un prodotto o servizio, utilizzano il web e nello specifico i motori di ricerca come Google, per trovare la risposta alle loro esigenze.

Forse non lo sai, ma il volume di ricerche mensile correlate a keyword del settore "web to print", è di diverse centinaia di migliaia. Questa quantificazione del mercato online rappresenta un'enorme Opportunità.

Vuoi sfruttare questa opportunità per acquisire nuovi clienti?

Allora è fondamentale per il tuo sito web "farsi trovare" ma soprattutto essere visibile all'interno dei motori di ricerca come Google.

Noi possiamo aiutarti con il Posizionamento SEO.

Cosa è il Posizionamento SEO

Di sicuro ti sarà capitato di cercare qualche prodotto o servizio su Google.

Quando inserisci la parola chiave (keyword), il motore di ricerca restituisce una lista di **risultati** distribuiti su più pagine, che nel complesso prendono il nome di SERP (Search Engine Ranking Page).

Il Ranking è la classifica dei **risultati organici** (non a pagamento) rispetto ad una determinata chiave di ricerca (query) da parte dell'utente; sono ordinati dall'algoritmo di Google secondo una serie di parametri che vedremo in seguito.

Essere indicizzati sui motori di ricerca, significa comparire nelle classifiche dei risultati organici (quelli non a pagamento).

Volendo alzare l'asticella, parliamo invece di **visibilità** su Google riferendoci al posizionamento entro le prime 2 pagine.

Se il **posizionamento** del tuo sito web non è tale da renderlo visibile, la possibilità che venga trovato da chi cerca online i tuoi prodotti o servizi è minima: di conseguenza non ci sono condizioni per generare visite di potenziali nuovi clienti.



ESEMPIO

Stimando il volume di ricerca medio del mercato "web to print" in 500.000 ricerche al mese, se un sito web è posizionato nelle prime 3-5 posizioni per 2 sole parole chiave, la sua % di Visibilità risulta inferiore allo 0,1%: in grado dunque di intercettare meno di 500 ricerche al mese.

Se l'azienda arrivasse a posizionare bene almeno 25 tra le parole chiave più ricercate, la % di Visibilità potrebbe salire al 10%; a questo punto sarebbe in grado di intercettare oltre 50.000 ricerche al mese da parte di potenziali nuovi clienti.

La conseguenza naturale sarà un incremento del traffico di visitatori verso il sito web, in particolare sulle pagine dove si concretizza il vantaggio competitivo dell'azienda (ovvero dove è maggiore la possibilità di vendita e/o redditività).

Come funziona

Posizionare organicamente un sito e i suoi contenuti sui motori di ricerca è indispensabile per il successo del tuo business online, ed è uno dei risultati che si ottiene attraverso l'attività di SEO, acronimo di **Search Engine Optimization**.

La **SEO** consiste nell'ottimizzazione del sito, delle sue pagine e dei relativi contenuti, affinché questi possano essere indicizzati al meglio dai motori di ricerca come Google, facendoli poi comparire nei primi risultati della SERP.

Google nel corso degli ultimi anni ha apportato diversi aggiornamenti al suo famoso **algoritmo**, ovvero il sistema di calcolo con cui decide il posizionamento dei risultati di ricerca nella sua SERP.

I principali parametri con cui l'algoritmo di Google decide in che posizione indicizzare un risultato (pagina) sono i seguenti:

- Specificità delle keyword utilizzate: meglio usare **long tail keyword**, ovvero parole chiave "a coda lunga", che soddisfino maggiormente la ricerca degli utenti;
- Struttura del sito e delle pagine "**SEO friendly**" ma non sovra ottimizzata;
- **Contenuti di valore** per l'utente: devono stimolare l'intera lettura della pagina di destinazione e/o favorire la navigazione sulle altre pagine del sito;
- Velocità e **usabilità** (soprattutto **mobile**) del sito;
- **Sicurezza** del sito web;
- **Aggiornamento** continuo delle pagine web;
- **Velocità** di lettura di sito e pagine da parte del software Googlebot;
- **Autorevolezza** del sito web.

Chi si occupa di SEO come noi, deve tenere in considerazione tutti (e altri) questi parametri nello svolgimento dell'attività di **posizionamento**.

Nello specifico l'attività di Posizionamento SEO si sviluppa lungo tre direttive:

- SEO Content;
- SEO Tecnica;
- Link Building.



SEO Content

Consiste nell'**ottimizzazione** dei contenuti delle pagine del sito. Nello specifico prevede attività come le seguenti:

- **ANALISI KEYWORDS**
Ricerca e analisi delle parole chiave (keyword) inerenti alla tipologia del sito e selezione delle più ricercate dagli utenti, quelle che portano più visite, con un potenziale di conversione (vendita, richiesta contatto, ecc.) maggiore.
- **OTTIMIZZAZIONE CAMPI SEO**
Per le pagine del sito in base alle keyword ricercate e selezionate.
- **SEO COPYWRITING**
Scrittura di testi pensati per l'utente e ottimizzati per i motori di ricerca.
- **PRETTY URL**
I percorsi delle pagine (URL) devono essere 'puliti' e corrispondere al contenuto presente nelle stesse.
- **ALT IMMAGINI**
Le immagini del sito nella home page devono essere corredate di titolo "alt" e ottimizzate in base alle parole chiave selezionate.

SEO Tecnica

Consiste nell'**ottimizzazione del sito** generale, al fine di rendere più facile la lettura delle sue pagine da parte dei motori di ricerca.

Prevede interventi come la creazione della **Sitemap**, ovvero la realizzazione della mappa del sito con l'elenco delle pagine presenti e la loro segnalazione ai principali motori di ricerca.

La finalità è **velocizzare l'indicizzazione** di tutte le pagine del sito: meno tempo impiega il software Google a "leggere" il sito, maggiore è l'indicizzazione delle pagine (dunque la possibilità di posizionamento e di conseguente visibilità).

Link Building

Consiste nello studio e nell'impiego di strategie per ottenere **link in entrata** di qualità, autorevoli e tematici.

Uno dei principali fattori di posizionamento su Google è rappresentato dalla capacità di un sito web di "attrarre" e ricevere **backlinks** (collegamenti ipertestuali) da altri siti della rete, meglio se autorevoli e contestualmente tematici.

Questi link in entrata possono essere ottenuti attraverso l'attività di **Article Marketing**.

L'obiettivo di questa attività consiste proprio nel miglioramento di questa metrica, affinché il sito web riceva più backlinks di qualità, aumenti così il suo trust e migliori il **posizionamento** per le parole chiave desiderate.

Come avrai capito, il Posizionamento SEO è una grande opportunità per il tuo business online; ma è anche un'attività complessa, che richiede di essere svolta da **professionisti** con abilità e competenze sopra la media.

Come approfittare di questa opportunità

Avrai la possibilità di affidarti alle competenze di **Michael Vittori**.

Un professionista che nel corso degli anni ha contribuito a rendere visibili su Google decine di aziende (PMI proprio come la tua), garantendo loro significativi incrementi di traffico di visite, e di conseguenza rendendo più **redditizio** il loro business online.

Di seguito i nostri 4 **servizi** per il Posizionamento SEO:

3.1 - Ottimizzazione SEO

La finalità è l'ottimizzazione tecnica e dei contenuti delle pagine del sito web a più alto potenziale, ovvero quelle in cui l'azienda è più competitiva e dove c'è maggiore potenziale di conversione.

Nello specifico gli interventi previsti saranno i seguenti:

- **ANALISI KEYWORDS**

Ricerca e analisi delle parole chiave (keyword) in relazione alla tipologia di prodotti del sito, e selezione delle più opportune, ovvero quelle più ricercate dagli utenti, che

portano più visite, con un maggiore potenziale di conversione (vendita, richiesta contatto, ecc.).

- **OTTIMIZZAZIONE CAMPI SEO**

Per le pagine del sito in base alle keyword ricercate e selezionate.

- **PRETTY URL**

I percorsi delle pagine (URL) saranno "puliti" e corrisponderanno al contenuto presente nelle stesse.

- **ALT IMMAGINI**

Le immagini del sito nella home page saranno corredate di titolo "alt" e ottimizzate in base alle parole chiave selezionate;

- **SEO COPYWRITING**

Scrittura di testi pensati per l'utente e ottimizzati per i motori di ricerca.

- **CREAZIONE SITEMAP**

Verrà realizzata la mappa del sito con l'elenco delle pagine presenti e la loro segnalazione ai principali motori di ricerca per velocizzare l'indicizzazione di tutte le pagine del sito;

- **QUERY CONTROL**

Monitoraggio posizionamento delle parole chiave e dati di Search Console relativi alle ricerche effettuate dagli utenti;

- **WEB ANALYSIS**

Attivazione account per il servizio di Google Analytics e analisi delle statistiche del sito dove è possibile monitorare personalmente le statistiche delle visite al sito. Ogni mese, per un periodo di 12 mesi, verrà inviato via e-mail un report dettagliato automatico sulle statistiche.

- **REPORT POSIZIONAMENTO**

A lavoro ultimato, invio di un report sul posizionamento ottenuto dal sito con le keyword selezionate.

Pacchetti disponibili:

- **START-UP:** Fino a 5 pagine ottimizzate

- **PLUS:** Fino a 10 pagine ottimizzate

- **ADVANCE:** Fino a 20 pagine ottimizzate

Attività svolta da: Michael



3.2 - Article Marketing

Ogni articolo parlerà genericamente di tematiche di settore e conterrà 1 link verso il sito web del cliente, allo scopo di migliorare il posizionamento delle pagine/url linkate e delle keyword in esse contenute.

Pacchetti disponibili:

- Nr. 6 Articoli all'anno
- Nr. 12 Articoli all'anno
- Nr. 24 Articoli all'anno

Il servizio non è da intendersi come campagna di publiredazionali o comunicati stampa tipico degli uffici stampa, bensì ha valore unicamente in ottica SEO.

Attività svolta da: Michael



3.4 - Posizionamento SEO Annuale

- OTTIMIZZAZIONE SEO INTEGRALE
Ottimizzazione SEO integrale del sito web.
- QUERY ANALYSIS
Monitoraggio posizionamento delle parole chiave e dati di Search Console relativi alle ricerche effettuate dagli utenti ed ottimizzazioni in corso d'opera.
- ARTICLE MARKETING
Nr. 24 Articoli all'anno

Attività svolta da: Michael



3.3 - Check up Annuale

- CHECK UP KEYWORDS
Monitoraggio posizionamento delle keyword ogni 6 mesi e invio di relativa reportistica semestrale. Eventuale inserimento di nuove parole chiave (fino a 5) in presenza di nuovi prodotti/servizi.
- WEB ANALYSIS
Invio automatico delle statistiche mensili di Google Analytics per 12 mesi.

Attività svolta da: Michael



4

CRO

Ottimizza il tasso di conversione e trasforma più visitatori in clienti.

- ✓ Scopri se il tuo website è user friendly
- ✓ Analizza il comportamento degli utenti
- ✓ Migliora l'usabilità del tuo sito
- ✓ Converti più visitatori in clienti
- ✓ Affidati alla competenza di Davide Magnani

Se (come pensiamo) hai intenzione di utilizzare il web per fare business concretamente, il traffico di visitatori fine a se stesso non è sufficiente.

Alle visite devono seguire azioni specifiche da parte dei tuoi visitatori. Queste azioni (vendita, preventivo, ecc.), prendono il nome di conversioni.

L'equazione è semplice: più conversioni uguale più reddito.

Ti piacerebbe ottimizzare il tuo sito e convertire più visitatori in clienti?

Allora segnati bene questa parolina: CRO.

Cosa è la CRO

La CRO è una tecnica che consiste nell'**ottimizzazione del tasso di conversione**, ovvero il rapporto tra i visitatori di una pagina e quelli che compiono l'azione desiderata dall'azienda.

La finalità della CRO, acronimo di **Conversion Rate Optimization**, è rendere massima la possibilità che l'utente compia questa azione indispensabile per il tuo business online (richiesta preventivo, acquisto, registrazione, ecc.).

Come funziona

Il nostro approccio, come sempre, parte dall'analisi. In particolare dallo studio:

- dell'**usabilità** del sito web, tramite strumenti come le survey online, ovvero questionari rivolti agli utenti in relazione all'esperienza d'uso del sito;
- del **comportamento** dell'utente, ad esempio tramite heatmap, ovvero mappe di calore che indicano le zone dove ricade maggiormente l'attenzione dell'utente all'interno del sito.

Il passo successivo, conseguente a quanto emerso dalla fase di analisi, è apportare migliorie mirate al sito web, volte a garantirne una maggiore usabilità, capacità persuasiva e in grado di favorire la **fiducia** da parte dei visitatori.

Ottimizzando il tasso di conversione, potrai finalmente sfruttare in pieno le potenzialità della tua azienda e le opportunità del web, trasformando più visitatori in veri e propri **clienti**.



Come approfittare di questa opportunità

Avrai la possibilità di affidarti alle competenze di **Davide Magnani**, che analizzerà la **user experience** all'interno del tuo sito web.

Un professionista con in testa un solo obiettivo: trovare le soluzioni più efficaci per aumentare i fatturati del tuo e-commerce.

Nello specifico, l'approccio prevede i seguenti step:

1. ANALISI USABILITA' SITO WEB

Verrà analizzato il sito web nel suo complesso, con particolare attenzione alle pagine in cui si concretizza il vantaggio competitivo, ovvero dove è previsto che l'utente compia l'azione desiderata dall'azienda.

2. ANALISI COMPORTAMENTO UTENTE

Verrà analizzato il comportamento dell'utente "tipo" del tuo sito, tramite utilizzo di heatmap.

3. INTERVENTI MIRATI SITO WEB

Verranno apportate migliorie mirate al sito web, in particolare sulle pagine dove è previsto che l'utente compia l'azione desiderata dall'azienda.

* Servizio non vendibile una tantum e attivabile solamente per progetti di web marketing completi

Attività svolta da: Davide



5

Content Marketing

Realizza contenuti di valore per gli utenti e acquisisci visibilità su Google.

- ✓ Tieni aggiornato il sito con contenuti di valore
- ✓ Intercetta le ricerche di potenziali clienti
- ✓ Acquisisci visibilità sui motori di ricerca
- ✓ Favorisci il traffico di visite organico
- ✓ Crea interazioni attraverso i social network

Content is King! Avrai già letto o sentito questa frase diverse volte, in particolar modo quando si fa riferimento ai fattori più determinanti per avere successo in Rete.

L'appellativo "king" si deve al fatto che sono così tanti i vantaggi nel produrre contenuti online di valore, che è difficile elencarli tutti.

Allora te ne diciamo solo uno (per il momento): Visibilità.

Ti piacerebbe vincere la "battaglia" della visibilità sul web?

Noi possiamo aiutarti curando il tuo Content Marketing.

Cosa è il Content Marketing

Il Content Marketing consiste nella pianificazione, creazione e pubblicazione di più articoli e contenuti all'interno di un **blog** tematico.

Un valido esempio potrebbe essere un blog con un **piano editoriale** basato sulla scrittura di guide "How To" in risposta a quello che cercano online gli utenti (es. "Come montare una casetta da giardino").

Ovviamente le tematiche saranno in linea con la tipologia di prodotti/servizi presenti all'interno del sito web a cui è collegato il blog. Nell'esempio appena citato, il website "madre" venderà, tra le altre cose, "casette da giardino".

Altri esempi di contenuti di valore sono i tutorial, le case studies, i webinar, le infografiche, le checklist, i video, i toolkit, ecc..
Ma perché i **contenuti** di valore sono così importanti?

Perché con gli ultimi aggiornamenti del suo algoritmo, Google ha deciso che il **posizionamento** delle pagine del tuo sito dipende soprattutto da 4 parametri:

- Aggiornamento continuo;
- Specificità degli argomenti trattati;
- Contenuti di valore per l'utente;
- Autorevolezza.

Dunque ti farà piacere sapere che attraverso un unico strumento, il Content Marketing, puoi mantenere sempre aggiornato il blog collegato al tuo sito con contenuti **autorevoli** e di **valore**.

Questo non solo renderà il blog (e di conseguenza il tuo sito web) più appetibile per gli utenti, intercettando le loro ricerche correlate ai tuoi prodotti/servizi, ma favorirà anche la **visibilità** del sito su Google grazie al posizionamento organico.

Come funziona

La base di partenza è l'analisi delle ricerche che i tuoi potenziali clienti effettuano online, in modo da scegliere le **parole chiave** (keyword) più ricercate.

Questo ci permette inoltre di definire le tematiche editoriali del blog, incrociando le parole chiave con la tipologia di prodotti/servizi del tuo sito web principale.

Fatto ciò, creiamo un **lead magnet**: ci diamo l'obiettivo di risolvere un problema

specifico (e ricorrente) degli utenti, facendolo attraverso un contenuto di valore (es. spieghiamo "Come montare una cassetta da giardino").

A questo punto spezziamo l'argomento del lead magnet in 8-10 sotto-domande e rispondiamo ad ogni domanda con un **articolo** del blog.

La scrittura di un **post** è un piacere ma anche una grossa responsabilità, che richiede metodo, capacità di scrittura e ottime doti di **persuasione**.

Ecco come noi approcciamo il **copywriting** di un blog post.

Caratteristiche del testo

Rendiamo il testo "user friendly", facendo particolare attenzione che sia:

- Comprensibile (no ad inutili tecnicismi);
- Leggibile (formattazione ok);
- Scorrevole (non abusiamo di verbi e aggettivi);
- Semplice (vicinanza di soggetto, verbo e complemento);
- Paragrafato (1 concetto per paragrafo, paragrafi corti di max. 3 righe);
- Strategico (inseriamo le parti più importanti all'inizio e alla fine).

Fasi della scrittura

La scrittura del testo passa necessariamente da 4 step fondamentali quali:

- 32 |
- Pre-writing (momento in cui si "buttano" giù le idee);
 - Re-writing (qui riordiniamo i concetti in paragrafi);
 - Revisione;
 - Ottimizzazione SEO.
- | 33

Tono della voce

Solitamente utilizziamo un tono che sia nel suo insieme:

- Positivo;
- Informale;
- Simpatico;
- Autoritario.



Formula A.I.D.A.

Realizziamo contenuti che rispettino la formula A.I.D.A., una particolare forma di scrittura persuasiva volta a suscitare nel lettore:

- Attenzione (facendo leva sul bisogno dell'utente);
- Interesse (giocando sulla sfera emozionale);
- Desiderio (mettendo in campo l'offerta di valore);
- Azione (invitando l'utente a prendere un impegno).

Struttura del Contenuto

Per quanto riguarda la struttura dell'articolo, ti vogliamo svelare (in parte) la ricetta del nostro post perfetto. Per ognuno dei 10 punti ti diamo anche un indizio (tra parentesi) che stimoli la tua curiosità:

- Titolo (Formula Lenka)
- Intro persuasiva (retorica)
- Sottotitolo (promessa)
- Connessione (emozione)
- Call to action (impegno, reciprocità)
- Secondo sottotitolo (vantaggi)
- Contenuto How-To di valore (autorevolezza)
- Call to action (necessità, scarsità)
- Riprova sociale (commenti)
- Immagini (branding)

Come approfittare di questa opportunità

Ti garantiamo un Content Marketing completo, basato su 2 servizi integrabili tra loro:

5.1 - Creazione Blog

Il servizio prevede un totale di 10 ore tra creazione, set up, inserimento contenuti e formazione. Nello specifico, ci occuperemo di:

- **HOSTING**
Inserimento blog su un dominio di terzo livello (blog.ilmiosito.it) o un dominio a scelta del cliente (diverso da quello della piattaforma VG7).
- **ACCOUNT**
Creazione di uno o più account a seconda delle esigenze del cliente, al fine di renderlo indipendente nel successivo inserimento dei contenuti editoriali.
- **PERSONALIZZAZIONE**
Scelta di uno dei Temi proposti come base di partenza del blog, e successiva personalizzazione di colori, loghi, tipografia, header e footer (comuni a tutte le pagine del blog).
- **PAGINE STATICHE**
Creazione delle pagine statiche / istituzionali seguendo il tema scelto con i widget (blocchi) a disposizione (Accordion, Slideshow, Galleria, Testo, Pannello etc).
- **ELEMENTI DINAMICI**
Inserimento, nelle pagine statiche / istituzionali, di eventuali elementi dinamici che fanno riferimento al blog (per esempio gli “articoli più recenti”).
- **WIDGET**
Eventuale inserimento dei widget (blocchi) in alto ed in basso nelle pagine non istituzionali. I widget inseriti saranno comuni alle pagine relative al blog.
- **CONTENUTI**
Inserimento dei contenuti delle pagine statiche / istituzionali su richiesta del cliente (da lui forniti).

Attività svolta da: Irene, Annalaura



5.2 - Piano Editoriale

Pianificazione, creazione e pubblicazione di 24/48 articoli all’anno sul blog, secondo un approccio editoriale che prevede i seguenti step:

- **ANALISI QUERY DI RICERCA**
Ricerca e analisi delle parole chiave (keyword) inerenti alla tipologia di prodotti/servizi del sito web “madre” e selezione delle più ricercate dagli utenti.
- **DEFINIZIONE TEMATICHE**
In base alla tipologia di prodotti/servizi del sito web “madre” e correlate alle ricerche degli utenti online.
- **SEO COPYWRITING**
Ideazione e scrittura di testi in ottica SEO, secondo il piano editoriale.
- **OTTIMIZZAZIONE CAMPI SEO ARTICOLO**
Titolo + Descrizione + H1 + Pretty URL + Alt Immagini

Attività svolta da: Vanina, Adriana



Pacchetti disponibili:

- Installazione Blog + Nr. 24 Articoli all’anno
- Installazione Blog + Nr. 48 Articoli all’anno
- Nr. 24 Articoli all’anno
- Nr. 48 Articoli all’anno

Servizio non vendibile u.t. e attivabile solo per progetti di web marketing completi.

6

Google ADS (ex Adwords)

Intercetta le ricerche su Google e fai decollare il tuo business.

- ✓ Intercetta le ricerche su Google
- ✓ Posizionati subito nei primi risultati di ricerca
- ✓ Veicola potenziali clienti sul tuo sito
- ✓ Dai un boost al tuo business in tempi rapidi
- ✓ Affidati alla competenza di Michael Vittori

Può capitare di non riuscire a posizionarsi organicamente (o in tempi rapidi), per determinate parole chiave ricercate dai tuoi potenziali clienti. Questo può essere un problema per la visibilità del tuo sito e-commerce (e dunque per i tuoi affari online).

Hai bisogno di raggiungere in breve tempo una visibilità “top” su Google?

Ti possiamo aiutare con uno strumento che fa al caso tuo: Google Ads.

Cosa è Google Ads

Quando un utente effettua una ricerca su Google, il motore di ricerca oltre a restituire una lista di risultati organici, fa comparire in alto nelle prime 4 posizioni degli **annunci a pagamento**.

Google Ads è la piattaforma che consente di acquistare questi annunci. Questa eccezionale visibilità, dovuta al posizionamento nelle primissime posizioni, permette alle aziende che utilizzano questo tipo di annunci pubblicitari di intercettare tempestivamente le ricerche degli utenti con un **forte intento d'acquisto**.

Ciò favorisce la possibilità che l'utente, dopo aver cliccato sull'annuncio, si trasformi in visitatore del tuo sito web: stiamo parlando di un potenziale nuovo cliente qualora trovasse nel sito la risposta alle sue esigenze.

Quindi investire in annunci Ads è conveniente non soltanto in termini di profitto, ma anche perché una campagna può dare **risultati immediati**.

È inoltre importante sottolineare, che una delle peculiarità di questa tipologia di campagne pubblicitarie (**Pay Per Click**), è che l'inserzionista paga solo se l'utente clicca sul suo annuncio.

| 37

Come funziona

Esistono due **reti pubblicitarie Google**: Rete di Ricerca e Rete.

La **Rete di Ricerca** consente la visualizzazione degli annunci nei risultati di Google Search, in Google Shopping, in Google Maps e in Google Play oltre ad altri motori di ricerca partner di Google.

Le **inserzioni** vengono mostrate e organizzate in base a due fattori: il budget che l'inserzionista ha deciso di investire e la coerenza dell'annuncio con il contenuto che l'utente visualizza quando apre l'annuncio.

Gli **annunci** sono di tipo testuale: è possibile inserire un titolo, una descrizione e la URL a cui punta l'annuncio. Inoltre, grazie alle estensioni, possiamo aggiungere ulteriori dettagli per rendere gli annunci più utili e interessanti.

La **Rete Display** consente la visualizzazione degli annunci (testuali, banner, video) in siti di Google come Youtube, Gmail e in milioni di altri siti partner.

Scegliere l'una o l'altra rete è fondamentale per i **risultati della campagna**: occorre

analizzare e comprendere il target da raggiungere, per scegliere il canale migliore.

Per far rendere al meglio le campagne e permettere che risultino efficaci per il tuo business, è necessario un elevato livello di **competenza**.

In particolare, risulta fondamentale:

Organizzare l'account

Account, Campagne e Gruppi di Annunci sono i tre elementi fondamentali di Google Ads. Una corretta organizzazione deve rispettare 4 regole basili:

- Ogni inserzionista deve avere un suo **account** (azienda);
- Ad ogni campagna deve corrispondere una sola **tipologia** di prodotto o servizio (es: se ti occupi di stampa di biglietti da visita e stampa di calendari, vanno attivate due campagne distinte tra loro);
- Ogni campagna deve avere almeno due **gruppi di annunci** attivi;
- Ogni gruppo di annunci deve avere **parole chiave correlate** tra loro (es: la campagna "calendari" avrà un gruppo "stampa calendari" ed un altro "calendari personalizzati").

Definire strategia e obiettivi

Vuoi aumentare la brand awareness? Generare più traffico di visite sul tuo sito? Generare nuovi contatti per il tuo business? Effettuare più vendite online?

Qualunque sia il tuo **obiettivo**, ogni Campagna deve averne uno solo!

In base al tuo obiettivo, verrà scelta la tipologia di campagne più adatta, ad esempio:

- Rete Display per la brand **awareness**;
- PPC sulla Rete di Ricerca per generare **traffico**;
- Shopping se vuoi **vendere** i tuoi prodotti online.

Selezionare le Keyword per gli annunci

Come per il posizionamento organico, anche Ads sfrutta le **keyword**, ovvero le parole che vengono digitate sul motore di ricerca di Google.

Questo comporta campagne mirate, per cui gli annunci verranno visualizzati solo da chi cerca specifiche informazioni su Google, e quindi da **target** definiti.

Uno dei fattori che comporta la pubblicazione degli annunci è il **CPC** (costo per click) che l'inserzionista è disposto a pagare affinché il suo annuncio appaia in una delle 4 posizioni dedicate agli annunci.

Anche se il sistema si basa sull'asta, non basta pagare la cifra più alta per assicurarsi il primo posto sugli annunci Google: ecco perché occorre puntare a parole chiave non troppo sature e concorrentiali, per non andare incontro a costi molto alti.

Per questo la **scelta delle keyword** è determinante nella riuscita delle campagne: sono necessari studi specifici di mercato, test, analisi dei risultati.

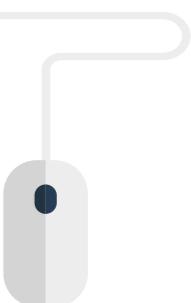
Il principio comune tra gli altri parametri che determinano la pubblicazione del tuo annuncio su Google, è la **coerenza** tra la keyword scelta e l'offerta dell'annuncio.

Infatti Google attribuisce un valore a ogni annuncio, fino ad una valutazione TOP quality, in grado di determinare la **posizione** degli annunci rispetto alla concorrenza.

Realizzare creatività efficaci

Scegliere i formati giusti e creare annunci dal copy che favorisca la **persuasione**: sono due elementi essenziali per convincere gli utenti a cliccare sulle inserzioni e veicolare traffico di visitatori sul tuo sito.

Intercettare gli utenti senza convincerli della tua offerta, sarebbe un inutile spreco di **tempo e risorse**.



Scegliere il Target giusto

Definire il **target** di destinazione dei tuoi annunci è una componente essenziale: Ads consente il targeting per diverse opzioni, come la lingua e le località geografiche.

Ma uno degli aspetti più interessanti sono le campagne Ads display di **remarketing**.

Questo tipo di campagne sfrutta i cookie nel browser del visitatore, che se visualizza una specifica pagina del tuo sito, si vedrà **riproposto** il tuo prodotto o servizio anche all'interno di altri siti web. In questo modo hai una possibilità in più di provare a convertire il visitatore in **cliente**.

Gestire il Budget per migliorare il CPA

Nelle campagne Pay per Click, ogni volta che un utente clicca su un annuncio, il **budget** giornaliero che abbiamo deciso di destinare alla campagna scalà, fino all'esaurimento.

Ecco perché vanno sviluppate strategie che massimizzino al massimo i **risultati**, per evitare di bruciare denaro inutilmente, cercando invece di ottimizzare il CPA (costo per azione utente): in pratica garantire più azioni dei clienti (es: conversioni) a parità di costo per click.

Ottimizzare le campagne

Per massimizzarne la loro efficacia, le inserzioni vanno gestite seguendo alcune **best practice** di ottimizzazione delle performance, che solo un professionista con alle spalle migliaia di campagne di Google Ads può avere.

Piccoli ma fondamentali accorgimenti che permettono di migliorare il punteggio degli annunci, o l'esperienza sulla pagina di destinazione, o ancora la pertinenza tra gli annunci e le ricerche degli utenti, solo per citare qualche esempio.

Tutto per garantire ai tuoi annunci una maggior probabilità di essere cliccati, e di convertire il click (visita) in azione (acquisto).

Come approfittare di questa opportunità

Avrai la possibilità di affidarti alle competenze di **Michael Vittori**, un professionista con all'attivo centinaia di campagne Ads, che lo rendono uno dei maggiori **esperti** italiani. Ti garantiamo un servizio completo, basato su un approccio che prevede:

1. SETTING INIZIALE

- Apertura e organizzazione account pubblicitario Google Ads;
- Installazione tag per il tracking delle conversioni;
- Creazione feed xml per Google Shopping.

2. PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- Definizione strategica delle promozioni;
- Scelta del tipo di campagne in base agli obiettivi (PPC, Shopping, Display).

3. IMPOSTAZIONE CAMPAGNE

- Creazione campagne Ads (max. 3 al mese);
- Pubblicazione annunci (selezione keyword per gruppi di annunci, scelta dei formati, ideazione e creazione annunci con copy persuasivo, definizione target di destinazione);
- Determinazione tipo di offerta e impostazione budget;
- Gestione Campagne.

4. VALUTAZIONE CAMPAGNE

- Monitoraggio Performance;
- Ottimizzazioni tramite utilizzo best practice;
- Tracking Conversioni e comportamento utente.

5. REPORTISTICA

Ti terremo costantemente aggiornato sulla cosa più importante: i Risultati. A seconda dei tuoi obiettivi, alcune tra le principali metriche che terremo in considerazione saranno:

- Numero di click verso il sito e CTR (rapporto tra visualizzazioni annunci e click verso il tuo sito web);
- Numero di conversioni e Tasso di conversione (rapporto tra visite e conversioni).

Attività svolta da: Michael



7

Facebook Marketing

Aumenta la visibilità del tuo brand e ottieni nuovi potenziali clienti.

- ✓ Aumenta la visibilità del tuo brand
- ✓ Raggiungi nuovi potenziali clienti
- ✓ Promuovi la tua azienda e i suoi prodotti
- ✓ Crea relazioni con i tuoi clienti
- ✓ Affidati alla competenza di Michael Vittori

Aumentare la visibilità, l'autorevolezza e la reputazione del tuo brand.
Raggiungere nuovi potenziali clienti.

Convincerli della tua offerta promuovendo la tua azienda e i suoi prodotti/servizi.
Rimanere in contatto con loro creando relazioni durature.

Ti piacerebbe inventassero un canale unico dove poter sfruttare tutte queste possibilità?
C'è già. Si chiama Facebook.

Cosa è il Facebook Marketing

Il **Facebook Marketing** è l'insieme di attività che ti consentono di sfruttare al massimo questo canale straordinario per il tuo business.

Nello specifico Facebook ti fornisce la possibilità di:

- Aumentare la **visibilità** della tua azienda raggiungendo nuovi potenziali clienti;
- Incrementare l'**autorevolezza** del tuo brand;
- Creare **campagne pubblicitarie** per promuovere la tua azienda e i suoi prodotti;
- Instaurare **relazioni** durature con i clienti;
- Tenere sotto controllo la **reputazione** del tuo brand;
- Monitorare la **concorrenza**.

Come funziona

Il segreto per avere **successo** su Facebook è dato principalmente da due fattori:

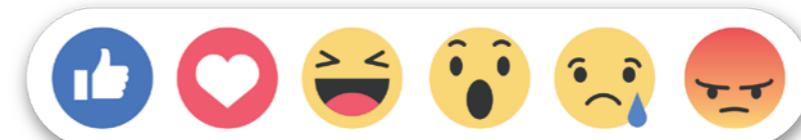
- Visibilità;
- Involgimento.

La visibilità dei contenuti pubblicati (in gergo "**reach**", portata) si riferisce al numero di utenti Facebook che visualizzano un determinato post pubblicato dalla tua Pagina.

Il coinvolgimento (in gergo "**engagement**") dei post sta nella loro capacità di catturare l'attenzione, suscitare interesse e far compiere all'utente una determinata azione (click, condivisione, commento, reazione, like, visualizzazione).

Dunque gli obiettivi del Facebook Marketing sono sostanzialmente due:

- realizzare **contenuti coinvolgenti**, che invitino e convincano l'utente a compiere una determinata azione utile al tuo business;
- **raggiungere** il maggior numero possibile di utenti in "target".



Il Piano Editoriale

Il primo obiettivo può essere raggiunto partendo dall'elaborazione di un **Piano Editoriale** di post, coerenti con la comunicazione della tua azienda. Questo ti darà la possibilità di incrementare la reputazione e l'autorevolezza del tuo brand.

Realizzare un Piano Editoriale di **post efficaci** non è da tutti, bisogna conoscere le "regole del gioco" di Facebook, per evitare che i propri contenuti finiscano nel dimenticatoio della Rete.

Solo per farti qualche esempio, bisogna sapere che con l'ultimo aggiornamento dell'algoritmo di Facebook:

- l'utente visualizza più spesso i post delle Pagine con cui interagisce di più;
- viene premiata la visualizzazione di post che (nell'ordine), stimolano i click, le conversazioni (commenti), condivisioni, reazione, like e visualizzazioni;
- vengono visualizzati maggiormente i post che uniscono immagini emozionanti, testi stimolanti e nuovi formati Facebook (canvas, carousel, video, 360°, ecc.).

Questo per dire che Facebook è sempre in aggiornamento, dunque è utile affidare la sua gestione a **professionisti** costantemente aggiornati.

Ora che abbiamo realizzato il tuo bel piano editoriale, non ti farà piacere sapere che la **portata organica** (quella non a pagamento) dei post delle Pagine non supera mediamente il 5%.

Questo significa che se la tua **Pagina Facebook** ha 10.000 fan, per quanto siano efficaci i tuoi post mediamente verranno visualizzati solo da 500 utenti.

Le Campagne Pubblicitarie

Per ovviare a questa limitazione e raggiungere un maggior numero di utenti, Facebook fornisce la possibilità di creare campagne pubblicitarie di **Facebook Ads**.

Le **campagne Facebook** consentono di espandere la portata di visualizzazioni dei post della tua Pagina, ma anche la promozione di novità e/o prodotti, del tuo sito web in generale o del tuo brand.

Per ottimizzare al meglio le campagne e far sì che risultino efficaci per il tuo business, è però necessario un certo livello di **competenze**.

In particolare, risulta fondamentale:

- **Definire chiaramente gli Obiettivi della Campagna**
Vuoi aumentare la notorietà e la visibilità del tuo brand? Veicolare più traffico sul tuo sito? Generare nuovi contatti per il tuo business? Effettuare più vendite online? Tutti obiettivi possibili con il **Facebook Advertising**, ma ogni Campagna deve averne uno solo!

- **Intercettare il Target più proficuo dei Gruppi di Annunci**
Regola n°1: la prima cosa che facciamo per i nostri clienti è sempre quella di installare sul loro sito il **Pixel di Facebook** per il tracciamento dei dati.

Ciò permette di registrare i dati degli utenti che visitano il website e compiono determinate azioni (acquisti, registrazioni, ecc.), consentendo di utilizzare questi dati per le campagne di "remarketing" e "retargeting".

Il **Remarketing** consente di indirizzare gli annunci sugli utenti che hanno visualizzato determinati prodotti sul tuo sito, ma che non hanno completato l'acquisto, utenti che si vedranno "raggiunti" dal tuo prodotto anche in Facebook.

Il **Retargeting** utilizza i dati forniti dal Pixel per consentire di ricreare il tuo "target" ideale anche su Facebook.

È la prova di quanto sia sbagliata la frase "la mia azienda non è su Fb perché il mio target non c'è": **la possibilità di raggiungere il proprio cliente ideale su Facebook c'è sempre**.

Basta partire dalla costruzione tecnica dei propri **pubblici personalizzati**, integrando ad esempio i dati del Pixel con i contatti e-mail del tuo database (e da tante altre opzioni e "trucchi" che Facebook consente).

- **Scegliere il Posizionamento adatto per i Gruppi di Annunci**
Per garantire l'efficacia degli annunci, bisogna prestare attenzione al tipo di dispositivi (desktop e/o mobile) e alle piattaforme (Facebook e/o Instagram) nei quali si desidera vengano pubblicate le inserzioni.

Anche qui seguiamo degli accorgimenti e dei "trucchi del mestiere" che consentono la scelta migliore in base agli obiettivi precedentemente stabiliti.

- **Realizzare una Creatività che renda efficace le Inserzioni**
Se raggiungere il target è essenziale, realizzare una **creatività** che favorisca la **persuasione** è fondamentale. Intercettare gli utenti senza convincerli della tua offerta, sarebbe un inutile spreco di tempo e risorse!

Ecco perché i contenuti delle inserzioni devono rappresentare il giusto compromesso tra immagini emozionanti e ispirazionali, testi persuasivi e stimolanti e

i nuovi formati privilegiati da Facebook (canvas, carousel, video, 360°, ecc.).

- **Gestire il Budget per migliorare il CPA**

Per evitare di bruciare denaro inutilmente, è necessario affidarsi ad una corretta **gestione del budget**.

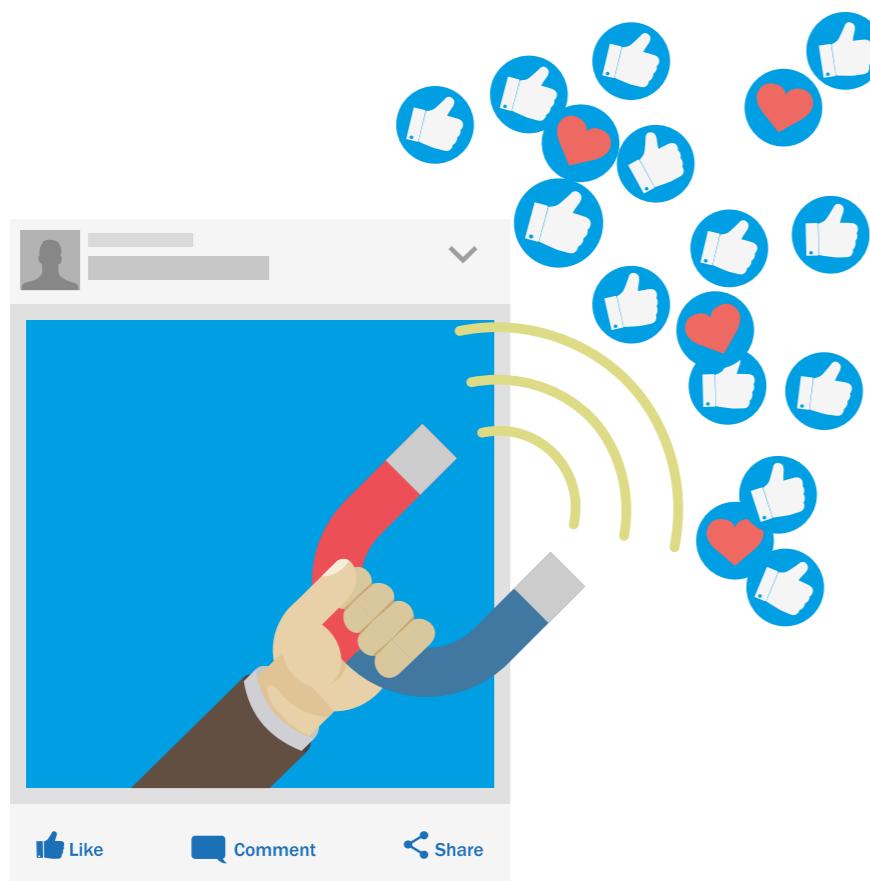
In particolare è utile adottare tutta una serie di accorgimenti che hanno come obiettivo quello di migliorare il **CPA** (costo per azione utente): in pratica garantire più azioni dei clienti (es: conversioni) a parità di costo per click.

- **Utilizzare le Best Practice per ottimizzare le performance**

Ok, fino ad ora abbiamo visto la teoria.

Ma se c'è un campo in cui a fare la differenza sono le **best practice**, questo è il Facebook Marketing.

A chi affideresti la tua campagna? Ad una risorsa senza esperienza "sul campo" o ad un **professionista esperto** con alle spalle oltre migliaia di campagne di Facebook Advertising.



Come approfittare di questa opportunità

Avrai la possibilità di affidarti alle competenze di **Michael Vittori**, un professionista con al suo attivo oltre 1.300 campagne di **Facebook Marketing Ads**, che lo rendono uno dei maggiori esperti italiani in materia. Ti garantiamo un servizio di Facebook Marketing completo, basato su un approccio che prevede i seguenti step:

1. ANALISI

- Pagina Facebook;
- Target;
- Concorrenza.

2. SETTING INIZIALE

- Ottimizzazione Pagina;
- Installazione Pixel di tracciamento Facebook sul sito web;
- Apertura account pubblicitario Business Manager.

3. PIANO EDITORIALE

- Ideazione, creazione e pubblicazione di 12 post mensili sulla Pagina (3 post a settimana).

4. PIANIFICAZIONE CAMPAGNE FACEBOOK ADS (max. 1/mese)

- Definizione e impostazione obiettivi;
- Definizione target e posizionamenti;
- Ideazione e creazione annunci;
- Ottimizzazione performance;
- Gestione budget.

5. MONITORAGGIO E REPORTISTICA

Ti terremo costantemente aggiornato sulla cosa più importante: i Risultati. A seconda dei tuoi obiettivi, le principali metriche che terremo in considerazione saranno:

- **CAMPAGNE DI NOTORIETÀ E COPERTURA**

Numero di fan acquisiti dalla Pagina;
Numero di interazioni con i post della Pagina (click, commenti, condivisioni, reazioni, like e visualizzazioni).

- **CAMPAGNE DI CONSIDERAZIONE (TRAFFICO)**

Numero di click verso il sito e CTR (rapporto tra visualizzazioni e click verso il tuo sito web).

- **CAMPAGNE DI CONVERSIONE**

Numero di conversioni e Tasso di conversione (rapporto tra visite al sito e conversioni).

Servizio non vendibile una tantum
e attivabile solamente per progetti
di web marketing completi.

Attività svolta da: Michael



8

E-mail Marketing

Personalizza le tue comunicazioni per vendere di più e fidelizzare i clienti.

- ✓ Personalizza la comunicazione con i clienti
- ✓ Automatizza i flussi delle e-mail
- ✓ Pianifica DEM e newsletter
- ✓ Massimizza il ritorno in termini di vendite
- ✓ Fidelizza i tuoi clienti

Vuoi massimizzare il ritorno di vendite del tuo e-commerce?

Allora affidati alle nostre competenze di E-mail Marketing.

Cosa è l'E-mail Marketing

L'E-mail Marketing rimane ancora oggi lo strumento numero uno di vendita e fidelizzazione della clientela.

Nello specifico ti fornisce la possibilità di:

- **Personalizzare** al 100% le comunicazioni con i clienti;
- Rendere **automatici** i flussi delle e-mail (newsletter, transazionali, ecc.);
- Raggiungere i clienti con **DEM** promozionali e/o **newsletter** informative.

Come funziona

I principali obiettivi di una campagna di e-mail marketing sono 2:

- Massimizzare il ritorno in termini di vendite;
- Fidelizzare i clienti acquisiti.

Per raggiungere gli obiettivi, le due "P" da tenere assolutamente in considerazione sono: **Personalizzazione e Pianificazione**. Per rendere più "personale" la comunicazione con i tuoi clienti, il fattore chiave è la **Creatività**, ovvero l'ideazione e la realizzazione dei contenuti grafici e testuali delle tue comunicazioni e-mail.

Una grafica accattivante è essenziale per catturare l'**attenzione** dell'utente, mentre il **copywriting persuasivo** è fondamentale per suscitarne l'**interesse** e favorire l'**azione** desiderata (click e conversione).

Pianificare le campagne significa non utilizzare lo strumento quando capita, ma impostare una vera e propria **strategia** di E-mail Marketing, pensata ad hoc per il tuo business online.

Una pianificazione strategica che preveda un calendario editoriale delle **campagne e-mail**, e il conseguente invio ai tuoi clienti di DEM commerciali/promozionali e/o newsletter informative (ad esempio 24/48 all'anno).

I **risultati** di una campagna di e-mail marketing sono altamente misurabili.

Le principali **metriche** da tenere monitorate sono:

- Numero mail consegnate e Tasso di rimbalzo (rapporto tra mail inviate e mail non consegnate);
- Numero di aperture e Tasso d'apertura (rapporto tra mail inviate e mail aperte);
- Numero click e CTR (rapporto tra mail recapitate e/o aperte e click verso il tuo sito web);
- Numero di conversioni e Tasso di conversione (rapporto tra email recapitate e conversioni);
- Numero disiscrizioni e Tasso di disiscrizione (rapporto tra mail inviate e numero di utenti disiscritti).

Il monitoraggio dei **KPI (Key Performance Indicator)** è fondamentale per avere un riscontro sulle attività svolte e per valutare il **successo** delle campagne e-mail.

Come approfittare di questa opportunità

Ti garantiamo un servizio di E-mail Marketing completo e studiato ad hoc per la tua azienda, basato su un approccio che prevede i seguenti step:

1. SETUP INIZIALE

- Creazione template grafico;
- Impostazione automatismi di E-mail marketing.

2. PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- DEM commerciali e/o promozionali;
- Newsletter informative.

3. CREATIVITÀ

- Ideazione grafica e copywriting delle E-mail.

4. MONITORAGGIO E REPORTISTICA

Ti terremo costantemente aggiornato sulla cosa più importante: i Risultati. In particolare sulle principali metriche relative alle tue campagne, ovvero:

- Numero mail consegnate e Tasso di rimbalzo;
- Numero di aperture e Tasso d'apertura;
- Numero click e CTR;
- Numero di conversioni e Tasso di conversione;
- Numero disiscrizioni e Tasso di disiscrizione.

Pacchetti disponibili:

Nr. 12 Mail all'anno
Nr. 24 Mail all'anno
Nr. 48 Mail all'anno

* Servizio non vendibile una tantum e attivabile solamente per progetti di web marketing completo.

Attività svolta da: Davide, Irene, Annalaura





— —

Via San Marco, 11/c - interno 60 - 4° piano
35129 - PADOVA - IT

Tel. +39 049 88 76 757

Web www.vg7.it

E-mail info@vg7.it