Il web marketing e’ diventato estremamente importante per le aziende di ogni tipo e dimensione.

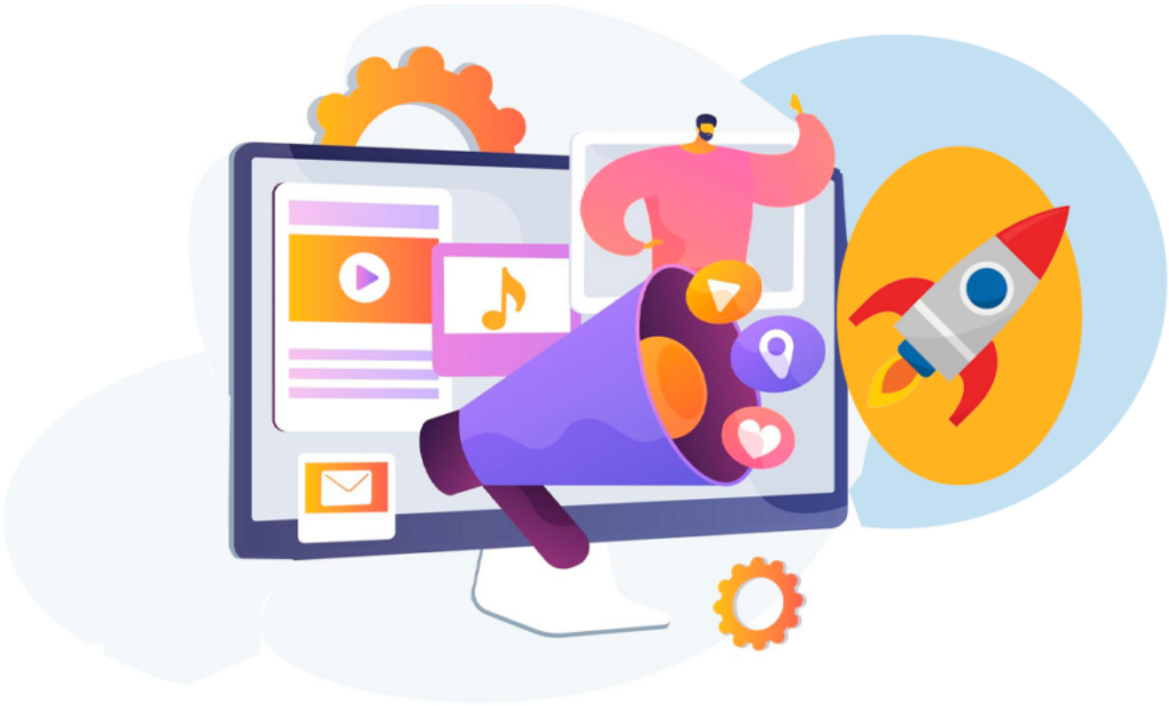
Indice dei contenuti

- Cosa ha fatto diventare importante il web marketing
- Le regole per l’online marketing
- Quale canale scegliere per il web marketing
- Il remarketing e la privacy dell’utente
- Perché oggi diventa fondamentale usare il web marketing ?

In un mondo sempre piu’ digitale, le imprese devono essere presenti online per raggiungere il loro pubblico di riferimento e rimanere competitive sul mercato.

Visto come una grande opportunità anche per nuove aziende e start up, che all’inizio del proprio percorso, non hanno molto budget per investimenti pubblicitari.

Cosa ha fatto diventare importante il web marketing



Ecco perche’ il web marketing e’ diventato fondamentale:

- **1. Raggiungere un pubblico globale**: Internet consente alle aziende di raggiungere un pubblico globale, senza limitazioni geografiche. Attraverso il web marketing, le imprese possono promuovere i loro prodotti e servizi in tutto il mondo e accedere a un numero illimitato di potenziali clienti.
- **2. Targeting preciso**: Il web marketing consente alle aziende di utilizzare strumenti di segmentazione avanzati per identificare il proprio pubblico di riferimento e promuovere i loro prodotti o servizi solo a persone che potrebbero essere interessate. Questo permette di massimizzare il ritorno sull’investimento e di ottenere risultati piu’ efficaci.
- **3. Misurazione dei risultati**: Una delle caratteristiche piu’ importanti del web marketing e’ la possibilita’ di misurare e analizzare i risultati in modo preciso. Le aziende possono raccogliere dati sulle visite al sito web, le conversioni, l’interazione dei visitatori e molti altri parametri per valutare l’efficacia delle proprie campagne di marketing e apportare eventuali miglioramenti.
- **4. Costo conveniente**: Rispetto alle forme tradizionali di marketing, il web marketing e’ generalmente più conveniente. Ad esempio, l’annuncio online puo’ essere molto piu’ economico rispetto a una pubblicita’ televisiva o cartellonistica. Cio’ consente alle aziende di raggiungere un vasto pubblico senza spendere una fortuna.
- **5. Engagement e interazione con il pubblico**: Il web marketing consente alle

aziende di interagire direttamente con il proprio pubblico attraverso i social media, i blog o i forum online. Questo tipo di coinvolgimento può aiutare le imprese a costruire relazioni solide con i clienti, guadagnare la loro fiducia e ottenere feedback preziosi.

Le regole per l'online marketing

Chiarito a cosa serve ed i motivi che lo rendono importante per qualsiasi attività, diventa necessario conoscere alcune **regole di base** per la sua applicazione.

Ecco alcune regole che puoi seguire :

- **imposta la strategia** : decidi cosa vuoi ottenere dalla promozione online, definisci gli obiettivi da raggiungere , potrebbero essere le vendite, far conoscere un nuovo prodotto , oppure migliorare l'immagine della tua azienda
- **individua il target** : quale è il pubblico che vuoi raggiungere, definisci le caratteristiche che lo individuano, uno dei vantaggi del web marketing risiede proprio nel poter individuare in ***modo preciso il target*** a cui rivolgere i propri annunci
- **definisci i canali** : ci sono diverse tipologie di canali su cui puoi esporre la tua pubblicità online, il canale deve essere scelto in modo che si integri a pieno con la tua strategia di marketing

Quale canale scegliere per il web marketing



Abbiamo parlato nel paragrafo precedente della strategia alla base delle tue campagne di web marketing, ora cerchiamo di capire quali sono i canali su cui puoi esporre gli annunci.

Motori di ricerca

Tutti i motori di ricerca, google, bing, etc … ti permettono di inserire gli annunci pubblicitari. Questo tipo di annunci deve essere studiato per **intercettare le ricerche degli utenti**. Gli annunci nei motori di ricerca sono esposti nei risultati di ricerca, utilizzando il sistema delle aste e normalmente consumano budget se ottengono click. Per il motore Google, questo tipo di annuncio è definito con il termine "Campagne Seach". Ogni annuncio esposto deve essere collegato con una "**landing page**", ossia una pagina del proprio sito internet, che contiene le informazioni per completare l'acquisto del prodotto/servizio, o per l'iscrizione ad un corso, etc …

Campagne Display

Il "**display advertising**", fa riferimento all'esposizione di banner su siti, portali di informazione, etc … Sono diversi i formati dei banner , divisi principalmente per grandezza. In questo caso il budget pubblicitario può essere consumato per click ricevuto o per numero di esposizione del banner.

Campagne Video

Anche i video possono essere utilizzati per le campagne pubblicatarie online. I video sono esposti sia in siti verticali dedicati solo ai video , come ad esempio youtube, vimeo, etc … oppure sono esposti in siti generici o di informazione, proprio come i banner.

Campagne sui social network

Tutte le piattaforme di social network permettono di creare delle campagne pubblicitarie, da esporre nei confronti dei propri utenti.
Ogni piattaforma, da LinkedIn, a Facebook, Instagram, etc … consente di creare campagne con annunci formati da immagini e/o video, che rimandano a landing page esterne al social network, oppure per raccogliere dati direttamente dal social.

La scelta del canale da impiegare dipende dalla strategia di marketing online che stai adottando. Una differenza tra i diversi canali esiste, la più evidente è quella tra le campagne “**search**” e le altre. Infatti nelle campagne esposte sui motori di ricerca, si intercetta un’esigenza da parte dell’utente che sta cercando qualcosa, mentre nel caso delle altre tipologie di campagne, l’esposizione pubblicitaria è “**passiva**”, l’utente riceve il messaggio mentre sta svolgendo un’altra attività.

Il remarketing e la privacy dell’utente



Per anni, tutte le grandi aziende tech hanno utilizzato la promozione online, basandosi sul remarketing e sulla conoscenza approfondita dell'utente che naviga. Il fenomeno del vedersi proporre banner pubblicitari di "cucine", proprio dopo aver cercato i prezzi per una nuova cucina, è ormai noto a tutti, ed è proprio basato sulle tecniche di tracciamento e di remarketing.

Da qualche anno si è alzato il livello di consapevolezza da parte dell'utente, e questo ha portato ad un'attenzione maggiore nella gestione del livello del rispetto della privacy.

Gli sforzi dei grossi player in questo senso sono tutti rivolti a dimostrare che non "**rubano**" i dati, che questi non vengono venduti o ceduti a terzi per fini commerciali. La verità è nel mezzo, in un modo o nell'altro i dati servono per conoscere al meglio l'utente, il quale è contento se riceve un'offerta mirata e tagliata sulle proprie esigenze.

Alla base di questo tipo di gestione, ci sono i cookie, ossia i file che memorizzano, in maniera anonimizzata, i dati degli utenti che navigano sul web.

Le nuove misure sulla gestione della privacy puntano ad eliminare i “**cookie di terze parti**”, ossia i file memorizzati da siti esterni a quelli in cui stiamo navigando.

E’ facile comprendere che Google è l’entità che più ha usato questo tipo di tecnica, infatti poteva memorizzare informazioni incrociandole tra i diversi siti visitati dall’utente, profilare i “gusti” dell’utente e proporre il giusto tipo di pubblicità.

Negli ultimi anni si sta cercando di indirizzare le aziende ad utilizzare cookie gestiti in maniera diretta, da impiegare poi per le proprie campagne di web marketing.

Il rispetto della privacy non va considerato come una limitazione nell’applicazione delle regole del web marketing, ma bensì come fonte di maggiore flessibilità dei prodotti che possono essere proposti assieme ad una gestione diretta dei consensi espressi dai propri clienti.

Perché oggi diventa fondamentale usare il web marketing ?

> “Invece di un’interruzione a senso unico, il web marketing consiste nel fornire contenuti utili nell’esatto momento in cui l’acquirente ne ha bisogno.”
> *David Meerman Scott*

La risposta è semplice : è necessario usare il web marketing, integrandolo con tecniche di content e social marketing, perchè non basta “solo” produrre contenuti da usare sui social, per aiutare i propri prodotti e/o servizi, occorre necessariamente “sponsorizzarli” per dargli maggiore risalto.

In conclusione, il web marketing è diventato fondamentale per le aziende perché permette di raggiungere un pubblico globale, di mirare in modo preciso, di misurare i risultati, di risparmiare sui costi e di interagire con il pubblico.

Le imprese che ignorano questa forma di marketing online rischiano di essere superate dai concorrenti e di non raggiungere il proprio potenziale di crescita.

Implementare una strategia di web marketing efficace può fare la differenza nel successo di un’azienda nel panorama digitale di oggi.

[mailup_form]