

A photograph of a man and a woman in a modern office setting. The man, on the right, is wearing a light blue button-down shirt and is leaning over the woman, pointing at a laptop screen. The woman, on the left, is wearing a white blouse and is also looking at the laptop. They are both smiling. The background shows a modern office with plants, shelves, and a desk. A teal diagonal graphic element is overlaid on the top left and bottom right of the image.

# MARKETING BUSINESS

CREATO DA:  
ANDREA PIFFERI

# COS'E



Oggi, un'azienda che non investe nel marketing digitale non ha alcuna possibilità di successo.

Il 2020 e i suoi sconvolgimenti hanno dimostrato che è un errore non utilizzare gli strumenti del web per promuovere il proprio progetto commerciale, artistico o altro.

Ma anche quando i punti vendita fisici non sono chiusi, e ormai imperative implementare una campagna di marketing digitale.

Tuttavia per molti il concetto di marketing digitale rimane oscuro e a volte viene associato al solo invio

delle tue email. Ecco perché ho preparato una guida completa sull'argomento.

## FORME DI MARKETING

- SEO, ottimizzazione dei motori di ricerca
- SEA, pubblicità SU Google
- Content marketing e blogging
- Marketing affiliato
- Social media marketing
- Email marketing



# SEO

Il SEO (Search Engine Optimization) è l'insieme delle strategie e delle tecniche volte a migliorare la visibilità e il posizionamento di un sito web sui motori di ricerca, come Google e Bing, per le parole chiave più rilevanti per il suo pubblico di riferimento. L'obiettivo del SEO è di aumentare il traffico organico, ovvero quello non pagato, verso il sito web e di convertire gli utenti in clienti o fan.

Il SEO si basa su due pilastri principali:

- l'ottimizzazione on-page
- l'ottimizzazione off-page.

Vediamo in cosa consistono e perché sono importanti.

## Ottimizzazione on-page

L'ottimizzazione on-page riguarda tutti gli interventi che si possono effettuare direttamente sul sito web, sia a livello tecnico che di contenuto. Alcuni degli aspetti più importanti da considerare sono:

- La **keyword research**, ovvero la ricerca e l'analisi delle parole chiave più pertinenti per il proprio settore, il proprio target e i propri obiettivi. Le parole chiave devono essere inserite in modo naturale e coerente nel testo, nel titolo, nella meta description, nell'URL e nell'alt text delle immagini.
- La **qualità e l'originalità dei contenuti**, che devono essere utili, interessanti, aggiornati e ben scritti per il proprio pubblico. I contenuti devono rispondere alle domande e ai bisogni degli utenti e offrire loro valore aggiunto rispetto alla concorrenza.
- La **struttura e il design del sito web**, che devono essere chiari, intuitivi, responsive e veloci. Il sito web deve essere facile da navigare, da leggere e da usare su tutti i dispositivi e i browser. Il tempo di caricamento delle pagine deve essere il più basso possibile, per evitare che gli utenti abbandonino il sito.
- La **user experience e l'accessibilità**, che devono garantire una buona esperienza di navigazione agli utenti e ai motori di ricerca. Il sito web deve essere sicuro, privo di errori, di link rotti e di contenuti duplicati. Deve inoltre seguire le linee guida per l'accessibilità web, per rendere il sito fruibile da tutti, anche da persone con disabilità o con limitazioni.



L'ottimizzazione on-page è fondamentale per il SEO perché permette di comunicare ai motori di ricerca di cosa tratta il sito web e di come lo fa. In questo modo, i motori di ricerca possono indicizzare e classificare il sito web in modo appropriato e mostrare le sue pagine nei risultati di ricerca più pertinenti per le query degli utenti.

### Ottimizzazione off-page

L'ottimizzazione off-page riguarda tutte le attività che si svolgono al di fuori del sito web, ma che influenzano la sua reputazione e la sua autorità online.

Alcuni degli aspetti più importanti da considerare sono:

- Il link building: la creazione e l'acquisizione di link in entrata (backlink) da altri siti web di qualità e rilevanti per il proprio settore. I link in entrata sono considerati dai motori di ricerca come segnali di fiducia e di popolarità del sito web e contribuiscono a migliorare il suo posizionamento.
- Il social media marketing: la presenza e l'attività del sito web sui principali social network, come Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn. I social media sono utili per diffondere i contenuti del sito web, interagire con il proprio pubblico, aumentare la visibilità e il traffico verso il sito web e creare una community di fan e di influencer.
- Il content marketing: la produzione e la distribuzione di contenuti di valore per il proprio pubblico, attraverso diversi canali e formati, come blog, video, podcast, ebook, webinar e newsletter. Il content marketing serve a educare, informare, intrattenere e persuadere gli utenti, a creare una relazione di fiducia e di fidelizzazione con loro e a generare lead e conversioni.

L'ottimizzazione off-page è importante per il SEO perché permette di aumentare la notorietà e la credibilità del sito web online e di creare una rete di relazioni con altri siti web e con il proprio pubblico. In questo modo, il sito web può beneficiare di maggiori referral, di maggiori condivisioni sociali e di maggiori segnali di qualità per i motori di ricerca.



## Conclusioni

Il SEO di un sito web è una disciplina complessa e in continua evoluzione, che richiede competenze, strumenti e aggiornamenti costanti. Tuttavia, è anche una disciplina fondamentale per il successo di un sito web online, perché permette di raggiungere il proprio pubblico in modo organico, efficace e duraturo.

Per fare una buona SEO di un sito web, è necessario curare sia l'ottimizzazione on-page che l'ottimizzazione off-page, tenendo sempre conto delle esigenze e delle aspettative degli utenti e dei motori di ricerca. Solo così si potrà creare un sito web di qualità, che offra valore e che si distingua dalla concorrenza.

# SAM

Il SAM (Sito Accessibile Multicanale) è un modello di progettazione e realizzazione di un sito web che garantisce l'accessibilità, l'usabilità e l'interoperabilità dei contenuti e dei servizi offerti da un'organizzazione, sia pubblica che privata, a tutti gli utenti, indipendentemente dal dispositivo, dal canale e dalle abilità di fruizione.

L'obiettivo del SAM è di rendere il sito web un punto di riferimento per i propri utenti, in grado di soddisfare le loro esigenze e aspettative, di facilitare la comunicazione e l'interazione, di migliorare l'immagine e la reputazione dell'organizzazione e di contribuire al raggiungimento dei suoi obiettivi strategici.

Il SAM si basa su quattro principi fondamentali:

- l'accessibilità
- l'usabilità
- l'interoperabilità
- la multicanalità.

Vediamo in cosa consistono e perché sono importanti.



## Accessibilità

L'accessibilità è la capacità di un sito web di essere fruibile da tutti gli utenti, anche da quelli con disabilità sensoriali, motorie, cognitive o con limitazioni tecnologiche, come una connessione lenta o un browser obsoleto.

L'accessibilità si realizza seguendo le linee guida internazionali per l'accessibilità dei contenuti web (WCAG), che definiscono i requisiti e i criteri di verifica per garantire che il sito web sia percepibile, operabile, comprensibile e robusto.

L'accessibilità è importante per il SAM perché permette di:

- Rispettare i diritti e le esigenze di tutti gli utenti, senza discriminazioni o esclusioni
- Ampliare il bacino di utenza e raggiungere nuovi segmenti di mercato
- Migliorare l'efficacia e l'efficienza dei contenuti e dei servizi offerti
- Rispettare le normative vigenti in materia di accessibilità, sia a livello nazionale che internazionale

## Usabilità

L'usabilità è la capacità di un sito web di essere facile da usare, da apprendere e da ricordare da parte degli utenti, in modo da consentire loro di raggiungere i propri obiettivi in modo soddisfacente e piacevole.

L'usabilità si realizza seguendo le linee guida e le buone pratiche per la progettazione e la valutazione dell'interfaccia, della navigazione, dei contenuti e delle funzionalità del sito web, tenendo conto del contesto, del profilo e delle aspettative degli utenti.



L'usabilità è importante per il SAM perché permette di:

- Aumentare la soddisfazione e la fidelizzazione degli utenti
- Ridurre i costi e i tempi di apprendimento e di utilizzo del sito web
- Aumentare la produttività e la qualità dei risultati ottenuti dagli utenti
- Migliorare la credibilità e la fiducia dell'organizzazione

### **Interoperabilità**

L'interoperabilità è la capacità di un sito web di scambiare informazioni e servizi con altri sistemi, applicazioni e piattaforme, in modo da creare una rete di cooperazione e di integrazione tra diverse organizzazioni e utenti.

L'interoperabilità si realizza seguendo gli standard e le specifiche tecniche per la codifica, la strutturazione, la trasmissione e la validazione dei dati, dei metadati e dei protocolli di comunicazione, in modo da garantire la compatibilità, la sicurezza e la qualità delle informazioni e dei servizi scambiati.

L'interoperabilità è importante per il SAM perché permette di:

- Creare sinergie e opportunità di collaborazione tra diverse organizzazioni e utenti
- Arricchire e aggiornare i contenuti e i servizi offerti dal sito web
- Semplificare e automatizzare i processi e le procedure
- Favorire l'innovazione e lo sviluppo tecnologico

### **Multicanalità**

La multicanalità è la capacità di un sito web di essere fruibile attraverso diversi canali e dispositivi, come il web, il mobile, la tv, la stampa, il telefono, il fax, l'email, il social, in modo da offrire agli utenti una maggiore scelta e flessibilità di accesso e di interazione.



La multicanalità si realizza seguendo le linee guida e le buone pratiche per la progettazione e la realizzazione di contenuti e servizi adattabili e personalizzabili in base al canale e al dispositivo di fruizione, in modo da garantire la coerenza, la continuità e la qualità dell'esperienza utente.

La multicanalità è importante per il SAM perché permette di:

- Soddisfare le preferenze e le abitudini degli utenti
- Aumentare la copertura e la visibilità del sito web
- Migliorare la relazione e la comunicazione con gli utenti
- Sfruttare le potenzialità e le opportunità di ogni canale e dispositivo

## **Conclusioni**

Il SAM di un sito web è un modello di eccellenza e di qualità, che richiede competenze, strumenti e metodologie specifiche per la progettazione e la realizzazione di un sito web accessibile, usabile, interoperabile e multicanale.

Il SAM di un sito web è un modello di vantaggio competitivo e di valore aggiunto, che permette di creare un sito web in grado di soddisfare e fidelizzare gli utenti, di migliorare l'immagine e la reputazione dell'organizzazione e di contribuire al raggiungimento dei suoi obiettivi strategici.



# Content marketing e blogging

Il content marketing è una strategia di marketing che consiste nel creare e distribuire contenuti di valore per il proprio pubblico, con l'obiettivo di attrarre, coinvolgere e fidelizzare i potenziali clienti. Il blogging è una forma di content marketing che consiste nel pubblicare articoli su un sito web o su una piattaforma online, con lo scopo di condividere informazioni, opinioni, esperienze o storie.

Il content marketing e il blogging sono due attività complementari, ma non sinonime. Il content marketing può assumere diverse forme, come video, infografiche, podcast, ebook, webinar, newsletter, ecc. Il blogging è solo una di queste forme, ma non l'unica. Inoltre, il content marketing richiede una pianificazione, una produzione, una distribuzione e una misurazione dei contenuti, in base agli obiettivi, al target e al canale di comunicazione. Il blogging, invece, è più spontaneo, personale e informale.

Il content marketing e il blogging hanno entrambi dei vantaggi e delle sfide. Il content marketing può aiutare a migliorare la visibilità, la reputazione, la fiducia e la conversione di un'azienda. Il blogging può aiutare a creare una relazione con il proprio pubblico, a dimostrare la propria competenza, a generare traffico e a ottimizzare il posizionamento sui motori di ricerca. Tuttavia, il content marketing richiede tempo, risorse, competenze e strumenti specifici. Il blogging richiede costanza, originalità, qualità e aggiornamento dei contenuti.



# Marketing affiliato

Il marketing affiliato è una forma di marketing digitale che si basa sulle prestazioni e sui risultati. Consiste nel promuovere e vendere i prodotti o i servizi di un venditore (inserzionista) attraverso il proprio sito web o il proprio canale online (affiliato), ricevendo una commissione per ogni azione compiuta dagli utenti (acquisto, registrazione, clic, ecc.).

Il marketing affiliato è una strategia vantaggiosa sia per il venditore che per l'affiliato, in quanto permette di:

- Ampliare il proprio mercato e raggiungere nuovi clienti
- Aumentare la propria visibilità e reputazione online
- Generare entrate passive e scalabili
- Risparmiare sui costi di pubblicità e di gestione

Per fare marketing affiliato, è necessario:

- Scegliere una nicchia di mercato e un target di riferimento
- Creare un sito web o un canale online di qualità e con traffico
- Scegliere i prodotti o i servizi da promuovere in base alla propria nicchia e al proprio pubblico
- Iscriversi a un programma di affiliazione o a una rete di affiliazione che metta in contatto venditori e affiliati
- Ottenere i link o i banner di affiliazione da inserire nel proprio sito web o nel proprio canale online
- Promuovere i link o i banner di affiliazione attraverso contenuti utili, interessanti e persuasivi
- Monitorare le proprie performance e ottimizzare le proprie strategie

# Social media marketing



Il social media marketing è una forma di digital marketing che sfrutta i social network e le piattaforme di networking per promuovere i prodotti e i servizi di un'azienda, di un professionista o di un'organizzazione.

Il social media marketing ha come obiettivi principali:

- Aumentare la visibilità e la notorietà del brand
- Creare e coinvolgere una community di utenti e clienti
- Generare traffico verso il sito web o il canale online
- Stimolare le conversioni e le vendite
- Migliorare la reputazione e la fiducia del brand

Per fare social media marketing in modo efficace, è necessario seguire alcuni passaggi:

- Definire gli obiettivi e le metriche di successo
- Conoscere il proprio pubblico di riferimento e le sue preferenze
- Scegliere le piattaforme social più adatte al proprio settore e al proprio target
- Creare e pubblicare contenuti di qualità, originali, utili e interessanti
- Interagire con la propria community e ascoltare il suo feedback
- Monitorare e analizzare i risultati e ottimizzare le strategie

Il social media marketing offre diversi vantaggi, tra cui:

- Raggiungere un ampio e variegato pubblico a basso costo
- Creare una relazione diretta e personalizzata con i propri utenti e clienti
- Aumentare la fidelizzazione e la soddisfazione dei clienti
- Sfruttare il potere del passaparola e delle condivisioni sociali
- Differenziarsi dalla concorrenza e creare valore aggiunto

# Email marketing



L'email marketing è una forma di digital marketing che consiste nell'invio di email a una lista di contatti, con lo scopo di informare, promuovere o fidelizzare i propri utenti o clienti.

L'email marketing ha come vantaggi:

- La possibilità di personalizzare e segmentare i messaggi in base alle caratteristiche e alle preferenze dei destinatari
- La capacità di raggiungere un ampio e variegato pubblico a basso costo e con un alto ritorno sull'investimento
- La facilità di misurare e monitorare le performance e i risultati delle campagne email
- La possibilità di integrare l'email marketing con altre strategie e canali di digital marketing

Per fare email marketing in modo efficace, è necessario seguire alcuni passi:

- Definire gli obiettivi e le metriche di successo delle campagne email
- Creare una lista di contatti qualificata e consenziente, rispettando le normative sulla privacy e sul trattamento dei dati personali
- Scegliere una piattaforma o un software di email marketing che offra funzionalità e servizi adeguati alle proprie esigenze
- Progettare e realizzare email attrattive, originali, utili e persuasive, curando l'oggetto, il testo, le immagini, i link e le call to action
- Testare e ottimizzare le email per garantire la loro corretta visualizzazione e funzionamento su tutti i dispositivi e i client di posta
- Programmare e inviare le email al momento più opportuno per il proprio pubblico
- Analizzare e valutare i dati e i feedback raccolti dalle email, per migliorare le proprie strategie e le proprie performance



# I MIEI SERVIZI

Ora che conosci le principali forme di marketing digitale, diamo un'occhiata ad alcuni degli strumenti che utilizzo per creare le tue campagne.

E impossibile fare una lista esaustiva di tutti gli strumenti di marketing digitale, ma eccone alcuni per cominciare:



## GOOGLE SEARCH CONSOLE PER IL SEO

Permette di controllare lo stato di indicizzazione e gli aspetti del tuo sito web fornendo dati sul traffico organico di ricerca Google



## MARKETING AFFILIATO

Attività per l'acquisizione di nuovi mercati online attraverso un vasto network di siti ben targetizzati. Questa banca marketing riguarda le strategie di vendita prodotti ed è definita anche performance-driven



## SOCIAL MEDIA MARKETING

Uso di piattaforme e siti web di social media come Facebook Instagram YouTube Twitter ecc. per promuovere un'azienda e/p i suoi prodotti o servizi



## ANNUNCI GOOGLE PER SEA

Fissare un budget per gli annunci. Ottimizzare le landing page per le pubblicità. Collocarli e valutare i dati per ottimizzare il marketing



# I MIEI SERVIZI



## CONTENT MARKETING E BLOGGING

Il content marketing prevede la creazione di contenuti che forniscono valore al cliente



## EMAIL MARKETING

L'email marketing è uno degli strumenti del web marketing più datati ma rimane lo strumento digitale più redditizio oltre che un'efficace leva di marketing digitale

Per definire il marketing digitale, dobbiamo prima di tutto parlare di marketing nel senso più ampio.

In passato, le aziende facevano pubblicità stampando volantini o comprando spot televisivi. Da allora, il mondo è cambiato e ora c'è una vasta gamma di tecniche e strategie per promuovere un prodotto o un servizio.

Per farla breve, il marketing è un insieme di metodologie che permettono a un'organizzazione di promuovere i propri prodotti e rendere visibile il suo brand. Il marketing digitale è semplicemente la sua controparte online.

# GRAZIE MILLE

Spero ora di aver fatto chiarezza su cosa sia a cosa serve e perchè va' utilizzato per migliorare, pubblicizzare e promuovere la propria azienda.

Non esitare a contattarmi per migliorare la tua visibilita sul web  
+39 333 38 83 156    [TECSVIL.SOFT@LIBERO.IT](mailto:TECSVIL.SOFT@LIBERO.IT)

