CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

INDUSTRY 4.0
#PREPARATIALFUTURO

Digital Marketing
perchè farlo e come

Chiara Mauri

Marketing Manager IAB Italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Gestire la complessità

- **Complessità** ➔ Quello della comunicazione digitale è un mondo multisfaccetato
- **Accelerazione** ➔ molte cose sono cambiate nel giro di pochi anni
- **Obiettivo** ➔ capire le opportunità che il digitale offre per far crescere il proprio business

iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Digital marketing: che cos’è?

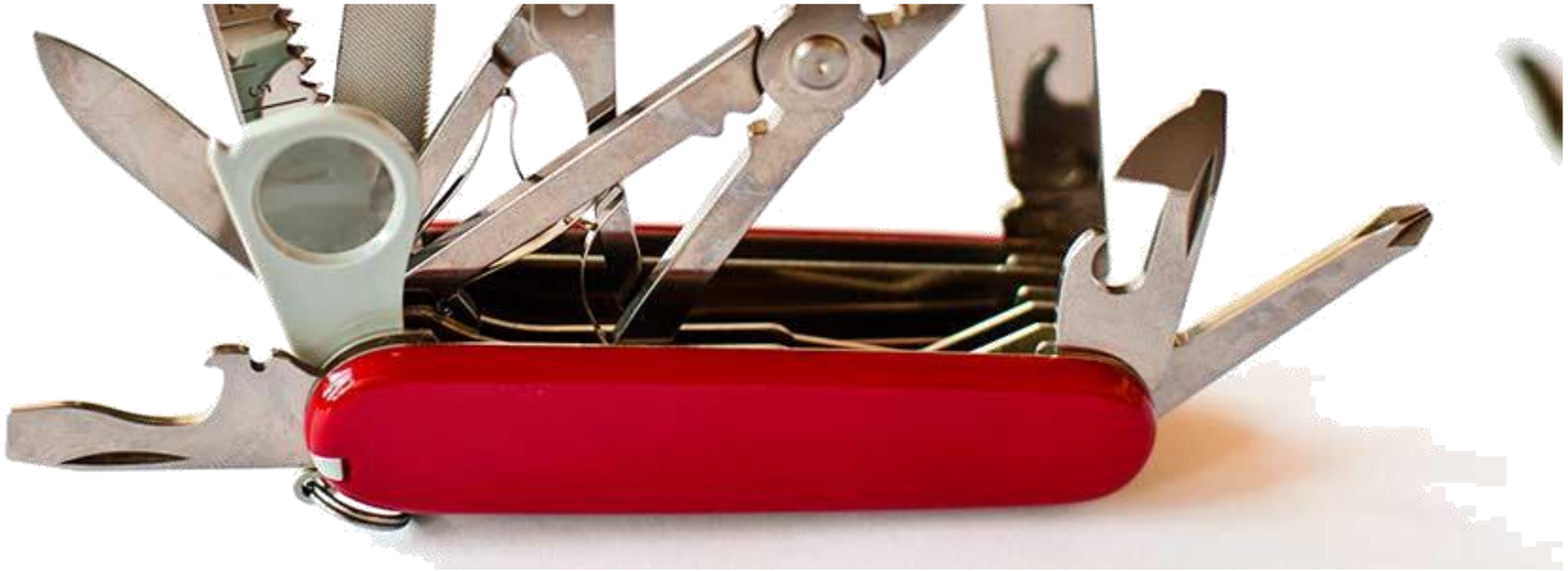
- Ogni azione di comunicazione, promozione, vendita che viene effettuata attraverso i canali digitali.
- Il digital marketing comprende un insieme eterogeneo di attività, strumenti, tecniche utilizzate per la promozione e la commercializzazione di beni e di servizi via web

iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Perché fare digital marketing?

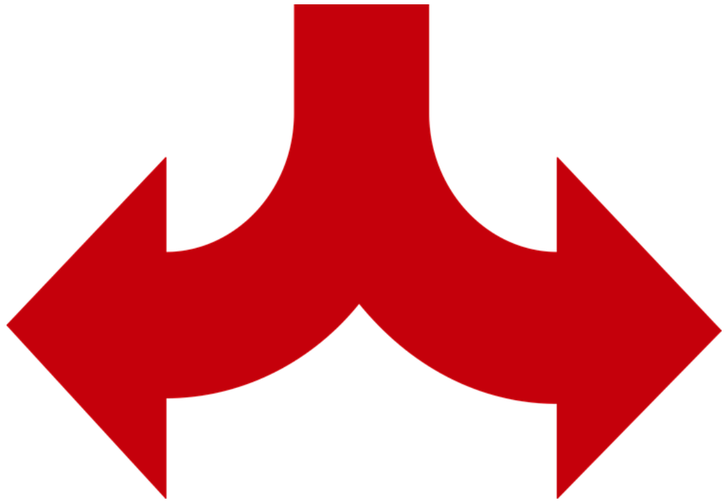
1. Per **far conoscere** la propria offerta di prodotti/servizi alle persone potenzialmente interessate
2. Per trovare **nuovi clienti/potenziali clienti** ed eventualmente vendere direttamente online prodotti e servizi
3. Per mantenere un canale di comunicazione e di **relazione** con clienti e prospect



iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Tipologie di attività di digital marketing



1.OUTBOUND MARKETING

Raggiungere le persone con attività di comunicazione per far conoscere un brand, un prodotto, un servizio

2. INBOUND MARKETING

Farsi trovare da persone potenzialmente interessate al brand, al prodotto, al servizio offerto

iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Canali e strumenti del digital marketing

Le attività di digital marketing sono raggruppabili in 4 grandi tipologie:

1. Social media
2. Motori di ricerca
3. Display e video advertising
4. Email

Le possibili declinazioni sono tante e diverse:

- Viral
- Content
- Native
- Mobile
- …

iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Il funnel del digital marketing

- L'imbuto del marketing digitale è una **rappresentazione ideale del "viaggio"** che le persone che non conoscono la nostra offerta compiono partendo dalle prime informazioni che ricevono su un brand, un prodotto, un servizio **fino all'atto di acquisto**
- Il marketing funnel consente di **progettare** un processo di acquisizione dei clienti, trasformandoli **da prospect** (cioè da consumatori che ancora non ti conoscono) **in lead** (cioè in contatti "caldi") e infine in **clienti** veri e propri
- Una volta acquisito, il cliente fedele può a sua volta diventare un ottimo '**ambasciatore**' del brand

iab italia

CONFINDUSTRIA DIGITALE
#IMPRESEDIGITALI

Digital marketing: funziona?

Strumenti e canali possono essere utilizzati con modalità differenti, a seconda del settore merceologico, del modello di business, degli Obiettivi

La cosa importante è:

- **Scegliere** ➔ sulla base della definizione degli obiettivi è possibile capire gli strumenti che meglio rispondono a quegli obiettivi
- **Selezionare** ➔ sulla base del budget a disposizione, fare una scelta in base a una scala di priorità
- **Sperimentare** ➔ una delle caratteristiche fondamentali del digitale è la scalabilità: non esistono soglie di ingresso, è possibile cominciare ad investire soglie contenute e poi incrementare i propri investimenti in funzione degli obiettivi di comunicazione e sulla base dei risultati ottenuti

Proprio per questo è fondamentale stabilire i

KPI

Key Performance Indicator, metriche da misurare, secondo una scala di priorità fatta in base agli obiettivi, che aiutano a capire se le attività implementate stanno portando dei risultati

iab italia