

“CRESCERE IN DIGITALE” PER ESSERE COMPETITIVI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

Le Opportunità del Web: come
coglierle e massimizzarle

Daniele Spadoni & Sara Bari

Digital Promoter

Ferrara: 27 Novembre 2018



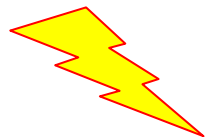
UNIONCAMERE

in collaborazione con

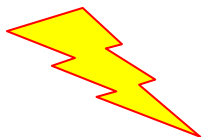


Camera di Commercio
Ferrara

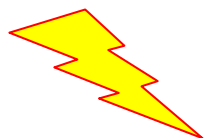
Parleremo di



BRAND



CONSUMATORE



STRATEGIA MULTICANALE

Benvenuti



IL BRAND

Che cosa è il brand?

Il brand differenzia il tuo prodotto/servizio da quelli della stessa categoria.
E lo differenzia rendendolo più interessante e più pertinente alle esigenze del tuo target.

Una battaglia di percezioni nella mente dei consumatori



Che cos'è brand positioning?

La capacità di una marca di farsi percepire diversa e migliore rispetto ai suoi concorrenti per il target/mercato di riferimento (all'interno di una categoria di prodotto/servizio).

Un brand è:

1. Nome

2. Proposta di valore

3. Sistema comunicativo di marketing

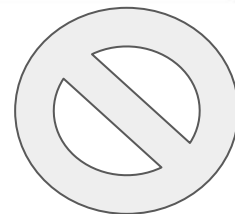


Le idee differenzianti

- green
- packaging
- storia
- edizione limitata
- processo produttivo rivoluzionario



- qualità
- rapporto qualità/prezzo
- azienda giovane e dinamica
- attenzione al cliente
- servizio

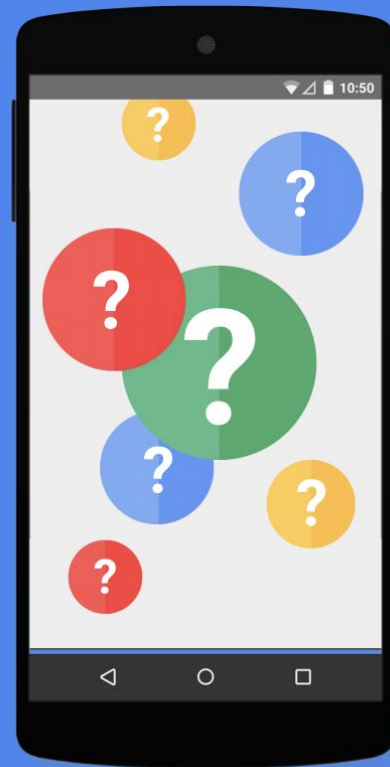


IL CONSUMATORE

Come usi il tuo dispositivo mobile?

Quali attività svolgi dal tuo dispositivo mobile ogni settimana?

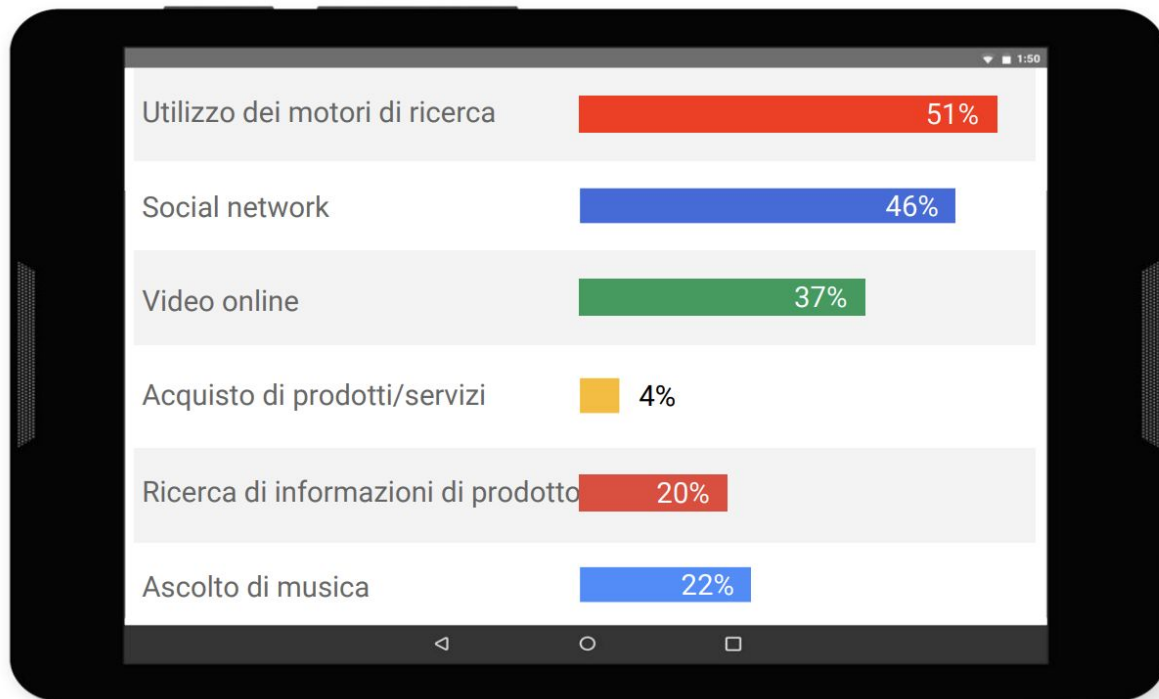
1. Consulto i motori di ricerca
2. Accedo ai social network
3. Ascolto musica
4. Guardo video
5. Faccio acquisti



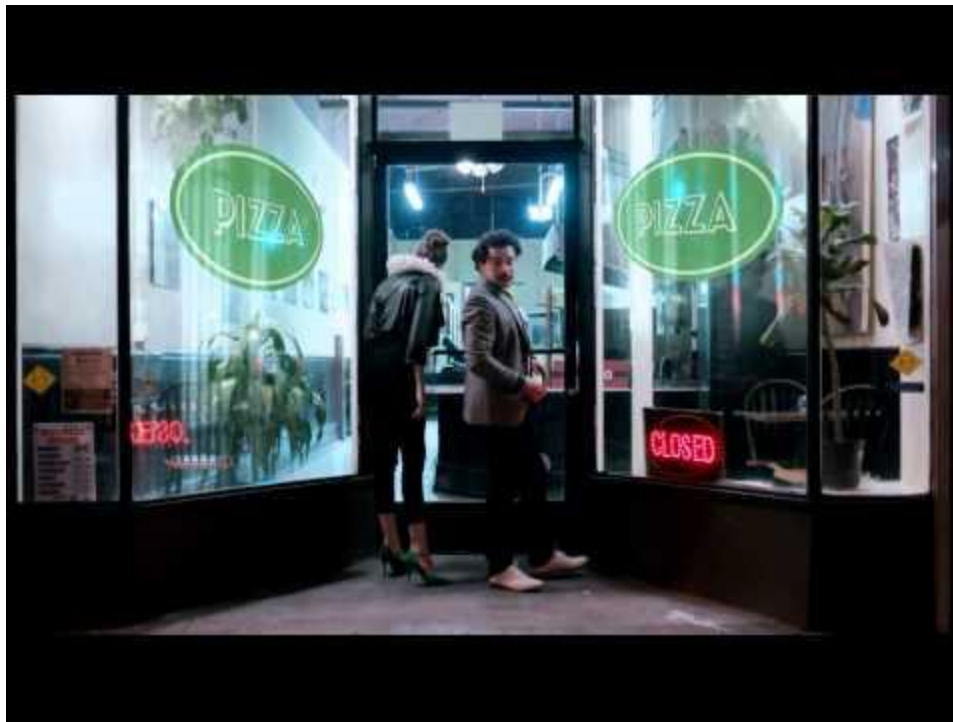
Attività che le persone svolgono sul proprio smartphone ogni settimana

Utilizzo settimanale degli smartphone in Europa

Consumer Barometer - Google, 2015-2016



Tutto il valore del mobile



Cosa fa il consumatore?

Cerca/Trova
Si informa/Valuta
Interagisce/Acquista

Com'è fatto il consumatore?

Curioso
Intelligente
Informato
Esigente
Cauto

I nuovi consumatori



Aspirante



Inesplorato



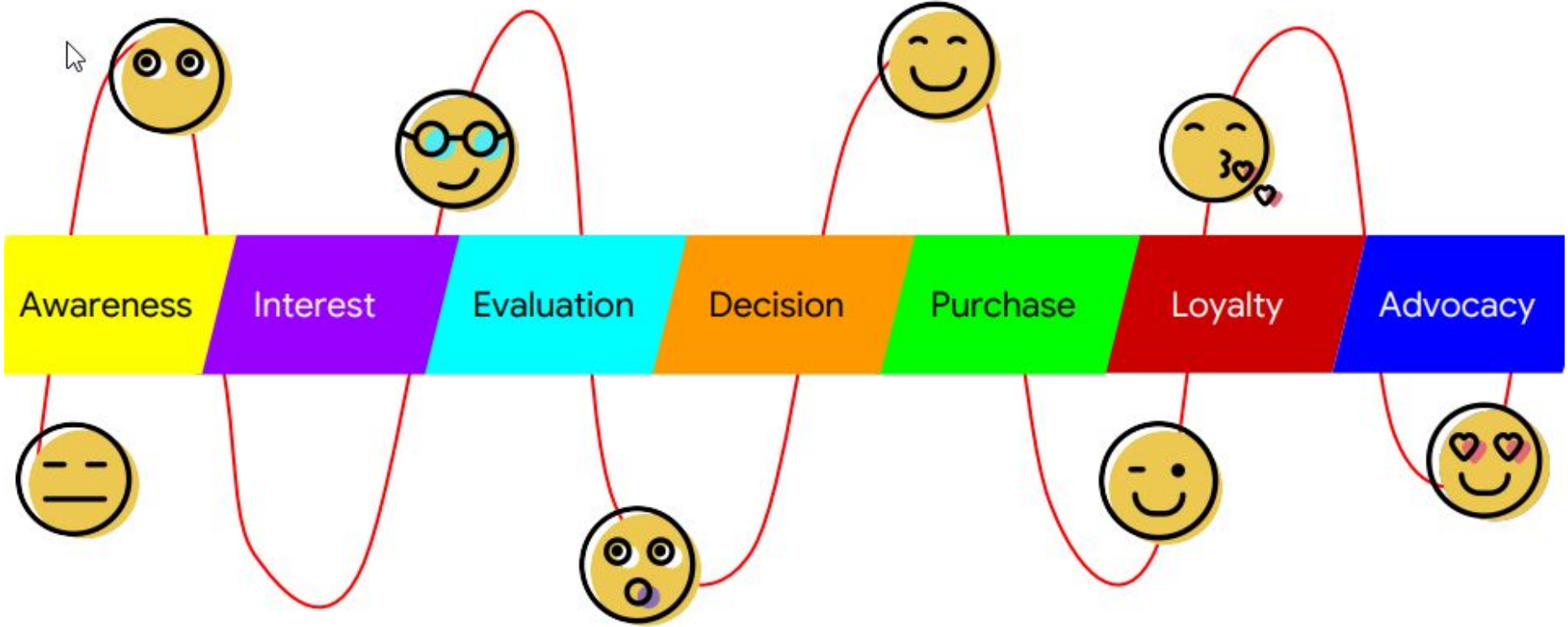
Insoddisfatto



Refrattario

Clienti e non clienti - Marc Sniukas - Business Design per le PMI - M. Fusco, M. Spagnolo, C. Pinna

I nuovi consumatori



STRATEGIA MULTICANALE

Marketing 4D: l'approccio multicanale



Omnichannel Marketing via kount.com

Omnichannel, Customer, Touchpoints



Omnichannel Customer Journey via coredna.com

COME IMPOSTARE UNA STRATEGIA MULTICANALE

CONOSCI IL TUO UTENTE

CONOSCI IL TUO PRODOTTO

PENSA FUORI DAGLI SCHEMI

COME UTILIZZARE I SOCIAL IN UNA STRATEGIA MULTICANALE

IL CLIENTE È RE.
IL CONTENUTO È PRINCIPE

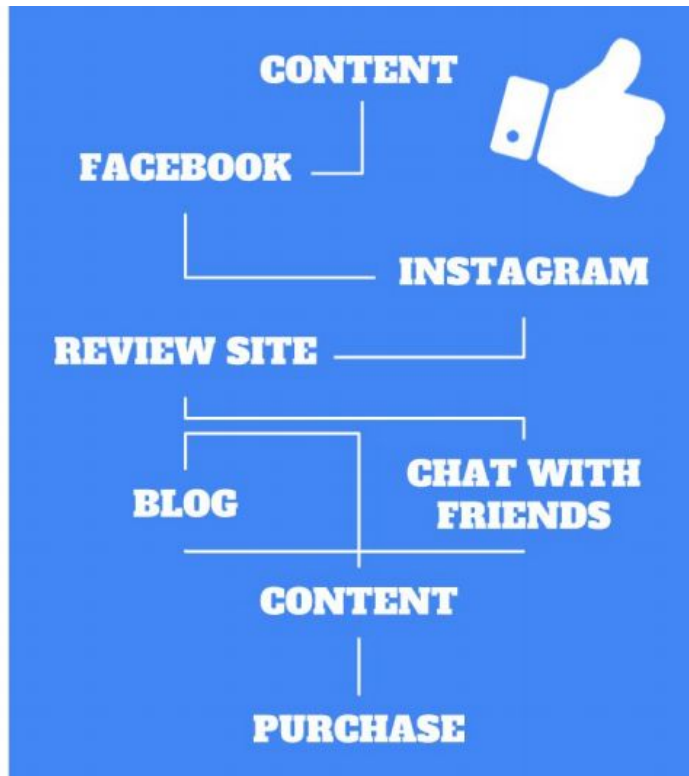
3 REGOLE D'ORO



CONTENT



PURCHASE



LA CHIAVE STA NELLA CONVERSAZIONE

3 REGOLE D'ORO



PORTA L'ONLINE OFFLINE

3 REGOLE D'ORO



DOMANDE?

Restiamo in contatto

sara.bari@icoutsourcing.it

daniele.spadoni@icoutsourcing.it



Camera di Commercio
Ferrara