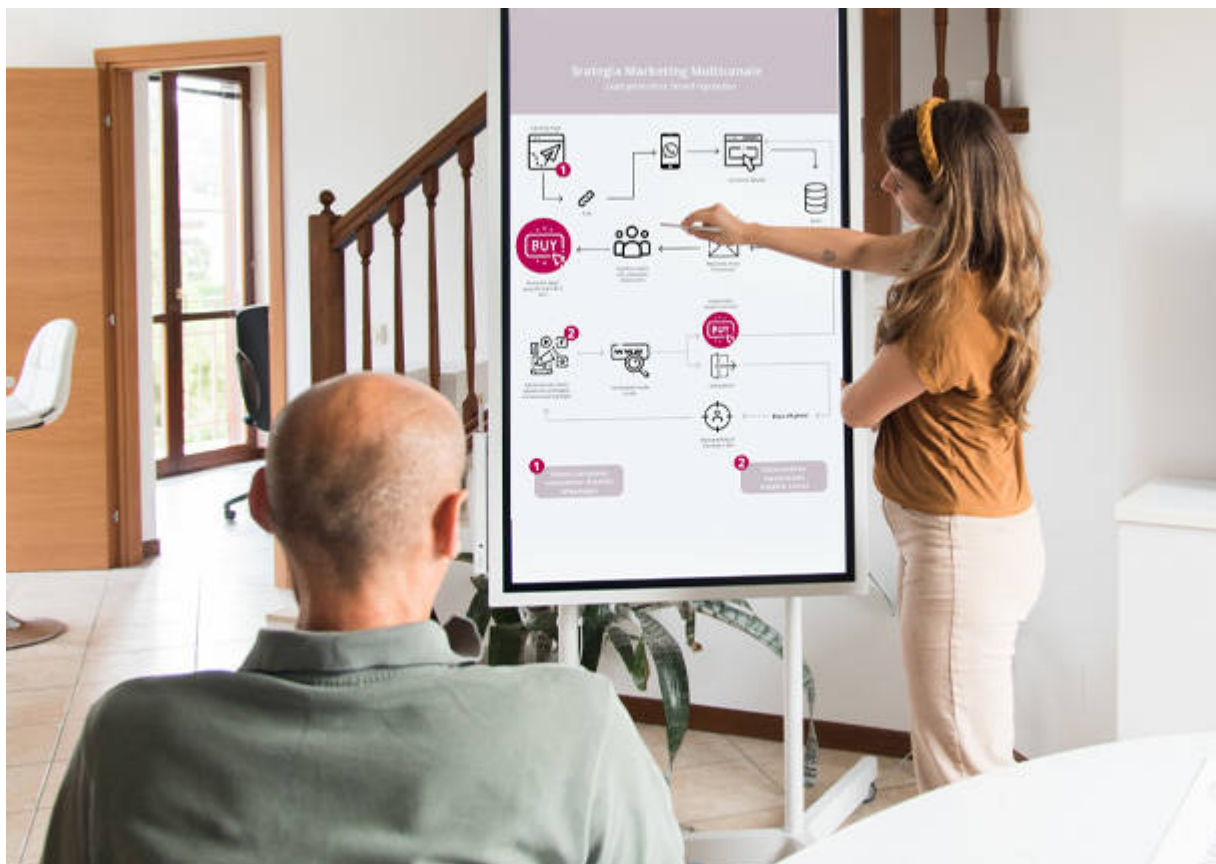


Web Marketing: la chiave per un business di successo

Pubblicato: Lunedì 8 Novembre 2021



Il digitale è entrato nella vita di ognuno di noi e la presenza online è diventata fondamentale per tutte le aziende che vogliono competere sul mercato. La pandemia da Covid 19 ha oggi esasperato questa esigenza. Essere presenti on line non è però sufficiente: è fondamentale infatti impostare una buona strategia di **web marketing** affinché questa presenza contribuisca al successo del business.

Il web marketing costituisce una grande opportunità e offre molteplici risorse per lo sviluppo del business, ma richiede una gestione basata sulla chiara definizione dei target, degli obiettivi, dei format e dei canali adeguati. Occorrono poi le competenze e le professionalità necessarie per ideare la giusta strategia, implementare le diverse azioni e verificarne i risultati.

Ancora oggi, ci dice Davide Posteri della [Delta Marketing](#), troviamo imprenditori che fanno realizzare il sito o gestire i canali social dal nipote solo perché 'sa usarli', ma una cosa è saper pubblicare un contenuto sui social e un'altra è saperlo fare a scopo di business e in maniera professionale

Ogni azione sul web deve essere attentamente progettata e pianificata in un piano marketing che non può essere improvvisato. La sua implementazione richiede l'analisi di vari elementi, la pianificazione di una serie di azioni, la conoscenza di varie tecniche e la capacità di amalgamare il tutto in un piano strategico. Tutte competenze non sempre presenti all'interno delle aziende e che possono essere fornite da un consulente.

Ci sono molte aziende cui la concorrenza sta rubando grandi fette di mercato perché il loro approccio a

questa strategia é casuale con effetti che determinano perdite sotto il profilo economico e reputazionale. Aziende ad esempio che hanno sì un proprio sito web ma che non è ottimizzato, performante anche su mobile e costantemente aggiornato.

Questi aspetti vengono spesso sottovalutati dalle imprese, un po' perché non molto avvezze alle nuove tecnologie e alle loro dinamiche, un po' perché implementare una strategia digitale richiede un investimento di tempo; già stilare un progetto e definire gli obiettivi che si vogliono raggiungere richiede un certo impegno che però sarà ampiamente ripagato.

In questi casi un consulente esterno può apportare diversi vantaggi:

- **Prospettiva:** un punto di vista esterno, non influenzato da preconcetti interni all'azienda, in grado di fornire una visione più obiettiva e chiara.
- **Specializzazione:** il supporto di un team altamente qualificato che conosce a fondo gli strumenti digitali ed è in grado di integrarli tra loro per rendere operativa la strategia di vendita elaborata.
- **Riduzione di tempi e costi:** perché l'esperienza nell'utilizzo delle piattaforme digitali permette di raggiungere risultati in minor tempo e in maniera più efficiente.
- **Approccio data driven:** con la misurazione costante dei risultati e i continui affinamenti per rendere più efficiente la strategia e migliorare il ROI del piano di comunicazione.

Il contributo di un'agenzia specializzata o di un consulente si rivela fondamentale per supportare l'azienda nell'analisi dei diversi elementi, aiutare nella scelta dei migliori strumenti e ottimizzare la loro gestione.

In particolare può contribuire nel:

Piano di marketing: con la definizione e la pianificazione condivisa di un progetto chiaro di azioni, tempi, costi e obiettivi che indirizzi la scelta e l'utilizzo degli strumenti digitali per massimizzare ed ottimizzare i risultati della comunicazione.

Sito internet: con un'attenta analisi della sue funzionalità per attrarre visitatori, trasformarli in lead e quindi in clienti attraverso adeguate azioni di SEO e di web marketing.

Applicazioni web: per adattarsi alle aspettative del mondo mobile, sempre più importante, e portare i propri beni e servizi a diretta portata di smartphone;

Social network: per suscitare l'interesse dei potenziali clienti attraverso la creazione di contenuti differenziati.

Blog: un utile complemento al sito internet per supportare la comunicazione e valorizzare l'immagine aziendale.

Newsletter: per fornire comunicazioni dirette e personalizzate ai potenziali clienti.

Tutte azioni che devono far parte di un unico **PROGETTO WEB** con un sistema integrato di consulenza, soluzioni e strumenti operanti in un processo continuo e condiviso.

Solo attraverso un **processo di comunicazione** efficace e incisivo, frutto di una strategia precisa, è possibile raggiungere risultati concreti in termini di **Brand image** e di sviluppo delle vendite, obiettivo di ogni imprenditore.

Delta Marketing

Via E. Montale 34/4, Travedona Monate

Tel. 0332 977728

Email: info@deltamarket.com

Sito internet | Facebook | Instagram | LinkedIn

di VareseNews Business – marketing@varesenews.it