



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

DIGITARE VENETO

**Digitalizzazione e sviluppo delle competenze digitali
nei sistemi produttivi**

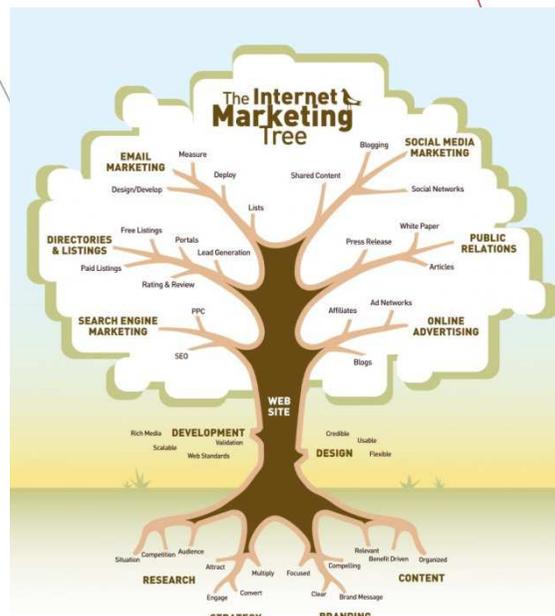
Fabio Sutto – sutto@performancebased.com



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso



Corretto utilizzo dei canali del web marketing

Fabio Sutto – sutto@performancebased.com



Camera di Commercio
Treviso



<http://www.linkedin.com/in/sutto>

<http://twitter.com/#!/fsutto>

<http://www.facebook.com/fsutto>



BE-WIZARD!
webmarketingrevolution

Fabio Sutto ha iniziato a lavorare nel web nel 1998 come sviluppatore server-side.

Dal 2004 al 2007 è stato web marketing specialist in alcune tra le più note web agency italiane e straniere.

Dal 2007 è uno dei SEM specialist più noti in Italia, opera in settori ad alta competizione come il turismo e l'automotive ed è relatore nei principali eventi formativi per gli specialisti del web. Dal 2011 percorre l'Italia per seguire in coaching diverse web agency e curare le performance di numerosi e-commerce.

Dal 2014 è Digital Marketing Strategist di Performance Based – Result Oriented Marketing





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Di cosa parleremo?

1. **Le domande fondamentali da porsi prima di intraprendere un progetto di web marketing**
2. **Le fasi di un progetto di web marketing**
3. **I canali del web marketing**
4. **Quale canale per quale settore?**
5. **Case Studies significativi**



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

**Le domande fondamentali da
porsi prima di intraprendere un
progetto di web marketing**

**Non iniziare neppure se prima
non te le sei poste!**





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

A chi è rivolto il mio prodotto e servizio? Chi sono i possibili target di riferimento?





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

***Sono un'azienda B2B, al B2C o
"ibrida"?***





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

***I miei attuali clienti per cosa mi
conoscono? Come mi vedono?
A quale prodotto o servizio
associano prevalentemente il mio
brand?***



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

***Chi sono i miei competitor?
Cosa stanno facendo online?***





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

*Quali risultati voglio ottenere
REALISTICAMENTE
a breve, medio e lungo termine?*





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

***Quanto budget sono disposto a investire (mensilmente... annualmente...) per questo progetto di web marketing?
In quanto tempo posso permettermi di ammortizzarne i costi?***





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Conclusioni

- **Spesso le stesse web agency non si/vi pongono queste domande**
- **Le web agency tendono a proporre quello che sanno fare, non quello di cui il cliente ha bisogno**
- **Conoscere davvero la propria azienda (e le possibilità concrete per il nostro business online) è il primo passo verso il successo (o comunque per “cadere senza farsi male”)**



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Le fasi del web marketing





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Le fasi del web marketing

- Analizzare (sè stessi, i clienti, i competitor, il mercato...)
- **Concentrarsi su poche cose alla volta:** solo i prodotti/target più remunerativi, oppure solo quelli più innovativi, oppure solo quelli per cui siamo maggiormente conosciuti...
- Selezionare **i canali di promozione** più promettenti coerentemente con la scelta di cui sopra
- Distribuire altrettanto coerentemente il budget definito
- Avviare **campagne pilota** con **budget controllati**
- Web Analytics e ottimizzazione





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Web Marketing: i canali di promozione

- E-mail marketing
- Search Engine Marketing: SEO e SEA
- Social Media Marketing: PR & Advertising
- Affiliation
- Marketplace
- Display Advertising "ottimizzato" e D.A.
"generico"



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Web Marketing: branche strategiche

- Web Analytics
- Online Reputation Management



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

E-Mail Marketing

Antico ma irrinunciabile dato l'ottimo rapporto costo/risultato

- **E-Mail marketing su proprio CRM coltivato nel tempo**
 - Ottimo rapporto costo/risultato: nessuno sarà propenso a lavorare con noi più di chi già ci conosce (in positivo 😊)
 - Il segreto del successo sta nella profilazione progressiva
- **E-Mail Marketing su database esterni (es. DEM)**
 - Utile per popolare il CRM
 - Efficace se si utilizzano DB molto profilati e specifici
 - Buon rapporto costo/risultato specie se remunerato a performance



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

SEARCH ENGINE MARKETING

Andiamo incontro all'utente nel momento in cui manifesta un bisogno specifico, ma funziona solo se l'utente sa cosa cercare...

- **SEO (search engine optimization – risultati non a pagamento)**
 - Risultati in tempi lunghi ma costi che si ammortizzano nel tempo.
 - Va sempre tenuto presente ma non sempre deve essere una priorità, nei settori competitivi può assorbire in tempi rapidi budget che sarebbe meglio utilizzare altrove.
- **SEA (search engine advertising – risultati e inserzioni a pagamento)**
 - Immediato e preciso
 - Costi che non si ammortizzano nel tempo
 - Sempre utile come “indagine di mercato”





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

SOCIAL MEDIA MARKETING

- **Content, Storytelling e Pubbliche Relazioni**
 - Fondamentale per il branding e la credibilità
 - Tempi lunghi e risultati poco misurabili
- **Social Advertising**
 - Minore competizione rispetto ad altri canali advertising
 - Ottime capacità di profilazione progressiva
 - Oggi irrinunciabile nel performance marketing

I social sono luoghi, se frequentiamo i luoghi giusti e interagiamo con le persone giuste il successo è assicurato. Nel b2b l'efficacia può essere ridotta se non si scelgono social molto specifici o non ci si dà il giusto tempo per isolare i profili.





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Web Marketing: i canali di promozione

- E-mail marketing
- Search Engine Marketing: SEO e SEA
- Social Media Marketing: PR & Advertising
- Affiliation
- Marketplace
- Display Advertising "ottimizzato" e D.A.
"generico"



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Branche strategiche

○ Web Analytics

- Risponde alle domande fondamentali: da dove arrivano gli utenti sul mio sito? Da quale fonte? Cosa fanno quando arrivano sul mio sito? Quanto mi costa la loro “conversione”?

○ Online Reputation Management

- Senza credibilità non si ottengono risultati: l'utente online è diffidente, ha tempo di selezionare ed è pieno di alternative. Senza branding e reputazione il web marketing è debole e spreca budget
- Chi non ha investito in branding e reputazione oggi soffre





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Fatturato per fonte di traffico

Sorgente/Mezzo ?	Sessioni ? ↓	% nuove sessioni ?	Nuovi utenti ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?	Tasso di conversione e-commerce ?	Transazioni ?	Entrate ?
	74.559 % del totale: 100,00% (74.559)	67,76% Media per vista: 67,67% (0,13%)	50.522 % del totale: 100,13% (50.455)	32,95% Media per vista: 32,95% (0,00%)	10,69 Media per vista: 10,69 (0,00%)	00:03:14 Media per vista: 00:03:14 (0,00%)	0,40% Media per vista: 0,40% (0,00%)	296 % del totale: 100,00% (296)	33.965,83 € % del totale: 100,00% (33.965,83 €)
1. google / organic	19.827 (26,59%)	47,20%	9.359 (18,52%)	19,59%	20,28	00:05:27	0,54%	108 (36,49%)	12.654,66 € (37,26%)
2. (direct) / (none)	9.743 (13,07%)	68,88%	6.711 (13,28%)	35,62%	10,48	00:03:32	0,41%	40 (13,51%)	4.379,52 € (12,89%)
3. google / cpc	9.596 (12,87%)	78,71%	7.553 (14,95%)	42,94%	7,05	00:01:50	0,05%	5 (1,69%)	572,05 € (1,68%)
4. trovaprezzi.it / referral	9.047 (12,13%)	74,74%	6.762 (13,38%)	37,31%	5,81	00:02:28	0,51%	46 (15,54%)	4.621,80 € (13,61%)
5. ecs-it.kelkoo.it / referral	7.198 (9,65%)	83,43%	6.005 (11,89%)	45,03%	4,43	00:01:37	0,25%	18 (6,08%)	2.823,71 € (8,31%)
6. Facebook / CPC	4.682 (6,28%)	81,18%	3.801 (7,52%)	10,00%	7,91	00:01:22	0,17%	8 (2,70%)	934,60 € (2,75%)
7. domodi.it / referral	3.162 (4,24%)	69,51%	2.198 (4,35%)	40,89%	6,15	00:02:52	0,44%	14 (4,73%)	1.366,30 € (4,02%)
8. shopalike.it / referral	1.517 (2,03%)	80,49%	1.221 (2,42%)	50,43%	5,97	00:02:21	0,73%	11 (3,72%)	1.251,90 € (3,69%)
9. t.shopalike.it / referral	1.284 (1,72%)	75,23%	966 (1,91%)	50,08%	4,32	00:02:03	0,70%	9 (3,04%)	995,95 € (2,93%)
10. m.domodi.it / referral	1.059 (1,42%)	78,75%	834 (1,65%)	62,32%	3,62	00:01:59	0,28%	3 (1,01%)	331,00 € (0,97%)



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Conversioni indirette

<input type="checkbox"/> Raggruppamento di canali canalizzazione multicanale ?	Conversioni indirette ↓	Valore delle conversioni indirette	Conversioni attribuite all'ultimo clic o dirette	Valore della conversione attribuita all'ultimo clic o diretta	Conversioni indirette/Conversioni attribuite all'ultimo clic o dirette
<input type="checkbox"/> 1. Diretto	174	11.428,45 €	250	15.740,16 €	0,70
<input type="checkbox"/> 2. Referral	146	9.116,51 €	143	9.475,30 €	1,02
<input type="checkbox"/> 3. Ricerca organica	103	6.973,62 €	106	7.417,50 €	0,97
<input type="checkbox"/> 4. Ricerca a pagamento	28	1.705,32 €	13	807,05 €	2,15
<input type="checkbox"/> 5. (Altro)	2	68,92 €	—	—	—
<input type="checkbox"/> 6. Social network	2	175,00 €	2	105,82 €	1,00
<input type="checkbox"/> 7. Display	—	—	1	64,50 €	—



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Interazioni prima della conversione

Lunghezza percorso in interazioni	Conversioni	Valore conversioni	Percentuale del totale	
			Conversioni	Valore conversioni
1	222	14.729,72 €	43,11%	43,82%
2	112	7.059,34 €	21,75%	21,00%
3	52	3.235,13 €	10,10%	9,63%
4	42	3.119,25 €	8,16%	9,28%
5	25	1.097,77 €	4,85%	3,27%
6	12	922,50 €	2,33%	2,74%
7	6	491,90 €	1,17%	1,46%
8	2	173,00 €	0,39%	0,51%
9	13	975,20 €	2,52%	2,90%
10	4	246,30 €	0,78%	0,73%
11	4	237,80 €	0,78%	0,71%



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Giorni per arrivare alla conversione

Tempo alla conversione in giorni	Conversioni	Valore conversioni	Percentuale del totale	
			Conversioni	Valore conversioni
0	332	21.765,23 €	64,47% 64,76%	
1	23	1.447,95 €	4,47% 4,31%	
2	17	925,14 €	3,30% 2,75%	
3	18	868,14 €	3,50% 2,58%	
4	7	631,40 €	1,36% 1,88%	
5	7	556,50 €	1,36% 1,66%	
6	9	723,42 €	1,75% 2,15%	
7	5	313,23 €	0,97% 0,93%	
8	3	217,00 €	0,58% 0,65%	
9	10	774,80 €	1,94% 2,31%	
10	6	482,00 €	1,17% 1,43%	
11	6	318,70 €	1,17% 0,95%	
12-30	72	4.586,82 €	13,98% 13,65%	



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Piccolo case study di successo

Serramenti in PVC

Offriamo le **migliori** soluzioni presenti sul mercato.



Realizziamo, forniamo e installiamo serramenti di qualità con la certezza di soddisfare il nostro cliente.

Richiedi ora un
PREVENTIVO GRATUITO

Nome e Cognome

Telefono

Città

E-mail

Messaggio

Acconsento al trattamento dei miei dati personali

Rispettiamo la tua privacy

<http://serramenti-in-pvc.technoserramenti.it/prolux>





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Serramenti: le difficoltà

- Settore molto competitivo
- Ambito regionale molto ristretto
- I canali più "ragionevoli" stanno avendo risultati scarsi e a costi eccessivi
- Il cliente "pretende" Facebook
- Difficile individuare il target



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Serramenti: le soluzioni adottate

- Profilazione minimale del target in Facebook Adv.
- Landing page, molto completa e "da manuale".
- Utilizzo progressivo dei lookalike.
- Rotazione frequente della proposta per aggirare la saturazione del target (pvc, alluminio, porte blindate).
- Budget: €40/gg



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Serramenti: risultati

Media giornaliera di 2 preventivi al costo medio
di 20€/preventivo



trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Perchè è significativo?

- Perchè di solito abbiamo clienti che investono decine di migliaia di €/mese e qui invece stiamo lavorando con 40€/gg
- Perchè è un cliente piccolo che investe un budget per lui “importante”
- Perchè è un settore per il quale, razionalmente, non avremmo mai pensato a Facebook Advertising
- Perchè ci ha chiesto più volte di chiudere le campagne per “eccesso di lavoro” 😊





trasferimento tecnologico e innovazione



Camera di Commercio
Treviso

Grazie!



<http://www.linkedin.com/in/sutto>

<http://twitter.com/#!/fsutto>

<http://www.facebook.com/fsutto>

