SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Concetti base del digital marketing parte 4

CAMERA DI COMMERCIO
FERRARA RAVENNA

SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Il sito web
I social network

CAMERA DI COMMERCIO
FERRARA RAVENNA

Manca la cultura digitale

Nell’era del “sempre connessi”, del commercio elettronico, dei social network è interessante apprendere che il 78% delle Pmi italiane possiede un computer ma **appena il 36% ha un proprio sito e solo 3 piccole e medie aziende su 10 utilizzano il commercio elettronico**

9 PMI su 10 hanno un canale social

Gli aggiornamenti di molti social network, in particolar modo Facebook e IG e delle loro pagine aziendali, sono davvero sufficienti a **sostituire completamente le opportunità offerte da un sito web per piccole imprese?**

cosa affidiamo al motore

- Ogni giorno vengono effettuate circa 8.5 miliardi di ricerche in tutto il mondo

- Ogni utente ne effettua circa 3/4 al giorno

- il 57% delle prime ricerche online è seguito da almeno una seconda ricerca con parole chiave più specifiche per ottimizzare i risultati della ricerca stessa

- 15% di tutte queste ricerche non è mai stato cercato prima su Google

Crescono le ricerche locali

la ricerca di attività commerciali locali sta vivendo uno slancio "straordinario", con un numero di ricerche fino a 350 volte superiore rispetto a soli 10 anni fa per "local" + "vicino a me".

Acquisti locali

● **L'81%** degli acquirenti **effettua ricerche informative online sul prodotto prima di acquistarlo**.

● l'80% delle persone effettua ricerche sull'azienda prima di effettuare un acquisto con essa (anche offline).

● Il 97% dei consumatori naviga online per trovare un'attività locale o servizi locali.

● **L'86% delle persone cerca la posizione di un'attività commerciale su Google Maps e spesso attiva il navigatore o fa partire una chiamata**

Website vs Social Media
OR
Website & Social Media

Website	Social Media

Strutturare la Strategia

Sebbene ci siano molti motivi per aggiungere Facebook o altre piattaforme social alle proprie iniziative di marketing digitale, **ciò non significa che debba esservi una contrapposizione tra una pagina Facebook e un sito web, al contrario entrambe le strategie fanno parte di una strategia più ampia e lungimirante.**

Opportunità e Vantaggi

È l'unica piattaforma **realmente proprietaria: il sito web** è di proprietà di chi acquista il dominio, quindi **lo sono anche i contenuti su questo pubblicati**; i contenuti che vengono invece **pubblicati sui social, ad esempio sulla pagina Facebook o LinkedIn, non sono controllabili al 100% in quanto proprietà di soggetti terzi.** Elemento piuttosto rischioso da un punto di vista aziendale; proviamo a immaginare **cosa succederebbe se il social network che state utilizzando e su cui avete investito decidesse di chiudere i battenti.** Cosa ne sarebbe dei contenuti e di tutti i dati raccolti con impegno negli anni? Sarebbero persi e non più recuperabili!

Opportunità e Vantaggi

Il sito, È l'unica piattaforma che dà la "certezza" di comparire in SERP (tra i risultati di un motore di ricerca) quando gli utenti sono alla ricerca di prodotti o servizi che proponiamo:

ogni giorno milioni di utenti cercano informazioni online prima di acquistare prodotti e servizi. **Non avere il sito web quindi, è come essere totalmente invisibili in questo mercato,** e nel 2023 non è più accettabile e sostenibile, soprattutto tenuto conto dell'elevatissimo numero di utenti, che al tempo stesso sono anche potenziali clienti.

Sito VS altre Piattaforme

Sito web

- Controllo su brand e contenuti
- Opzioni di funzionalità avanzate
- Più complesso da creare

Piattaforme Social

- Configurazione rapida
- Gratuite
- Limitata personalizzazione e controllo

CAMERA DI COMMERCIO
FERRARA RAVENNA