
Digital Marketing

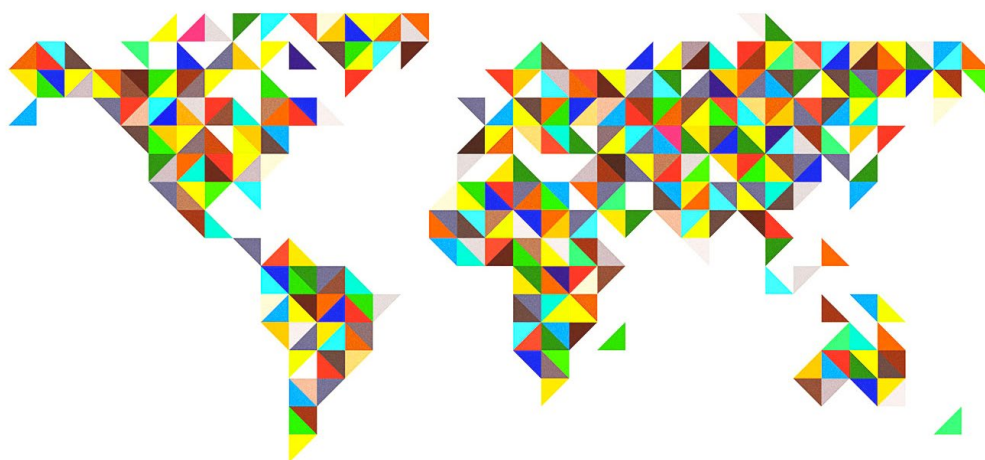
Strategie digitali per la creazione di engagement in rete attraverso la gestione di campagne social e la costruzione di communities.

Internet è l'unico canale in grado di realizzare bilanci positivi dal punto di vista della pubblicità e della sua riuscita. Il web è un punto di forza da sfruttare quando si tratta di pubblicizzare il proprio prodotto o la propria azienda, o aumentarne la visibilità. La Rivoluzione Digitale, che da pochi anni ha travolto anche l'Italia, ha completamente modificato il modo di vivere di milioni e milioni di persone. Sono radicalmente cambiate le abitudini di acquisto dei consumatori, le modalità di interazione sociale, le metodologie e gli strumenti per l'apprendimento. La comunicazione. La tecnologia mobile insieme ad internet, rende disponibile e alla portata di tutti - sempre e ovunque - qualsiasi tipo di informazione. Il sistema economico italiano ha subito gli effetti di tale cambiamento e sta cercando di utilizzare i nuovi strumenti a proprio vantaggio. In base agli ultimi rapporti del *Boston Consulting Group*, internet è a capo di un'enorme crescita economica, creando non solo nuovi metodi, ma anche nuovi posti di lavoro e nuove figure professionali. In tale scenario è necessario che le aziende rafforzino la loro presenza sul web e il suo utilizzo. "Every business needs to go digital", ogni business deve digitalizzarsi: questo è l'inizio del Digital Manifesto del BCG.

Il marketing digitale fa uso di dispositivi elettronici come personal computer, smartphone, cellulari, tablet ecc, e applica tecnologie o piattaforme come i siti web, e-mail, applicazioni e i social network. Una sua componente importante è il *Digital Brand Engagement*, cioè il processo di riconoscimento e attaccamento emotivo e razionale tra le persone e il marchio. Grazie al digital marketing è possibile sfruttare in pieno tutte le potenzialità del web, delle nuove tecnologie, dei canali di comunicazione virtuali, come i social network e i blog.

Per ottenere risultati dagli investimenti sul web, è tuttavia necessario utilizzare gli strumenti in modo integrato, cioè all'interno di una strategia di marketing e comunicazione generale, *online e offline*. Un vantaggio dell'online è la *misurabilità* di tutte le iniziative: sono misurabili le campagne pubblicitarie, l'andamento dei siti web, i risultati delle azioni di retargeting, è misurabile l'incisività di certe parole chiave piuttosto che altre. E il dato più rilevante è rappresentato dalla possibilità di raccogliere informazioni di dettaglio sul target di interesse per l'azienda, sulle sue abitudini, gusti, consumi e tracciarne in modo costante il comportamento. I marketers, attraverso le strategie e la programmazione digital, riescono a indirizzare e monitorare molti aspetti tra cui il ritorno sugli investimenti (ROI), in modo più accurato rispetto ad altri canali di marketing tradizionali. Il *Social Media Marketing* è un segmento del marketing digitale. È il processo che consente di ottenere traffico sul sito web e visibilità attraverso i social media.

Soltanto grazie alla redazione di contenuti di qualità, le aziende catturano l'interesse degli utenti (potenziali clienti), spingendoli alla condivisione. Tale coinvolgimento dell'audience e la circolazione di opinioni provenienti da fonti terze considerate attendibili (i cosiddetti influencers), innescano l'effetto virale, cioè la diffusione veloce e ramificata delle informazioni. Grazie a questi processi il brand riesce a costruirsi la propria net reputation o reputazione on-line.



ANITA FALCETTA
Marketing & Communication Player

Ho maturato negli anni un'esperienza specifica nella pianificazione e gestione di attività di marketing per aziende, enti, organizzazioni B2B e B2C, di diversi segmenti di mercato (Corporate, Retail, Turismo, Entertainment, Real Estate, Beni di Lusso). Attraverso la consulenza strategica e la pianificazione operativa, supporto il cliente nel posizionamento del Brand, con l'obiettivo di costruire la sua awareness e net reputation. Mi occupo di comunicazione offline e online, social media e costruzione di digital communities. Completano il mio profilo le PR istituzionali, il networking commerciale, l'assistenza per la progettazione e l'organizzazione di eventi corporate. Sono convinta che la preparazione di base, la lungimiranza nella visione, l'umiltà, la capacità di adeguarsi al mercato in continuo cambiamento, il coraggio di proporre soluzioni non convenzionali, siano gli elementi essenziali per la costruzione del successo proprio e dei propri clienti.