2015-1-IT02-KA204-014787

Proposals and Strategies for Women Entrepreneurs

Internet Marketing

Prepared by: Eurosuccess Consulting

June 2016

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Contenuti

Introduzione: che cosa è l'Internet Marketing?..... 3

Componenti di Internet Marketing 4

Contenuti di Marketing..... 5

Social media marketing 6

SEO 11

Web design..... 14

Sintesi del modulo 18

Esercizi 19

Riferimenti 20

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Introduzione: che cosa è l'Internet Marketing?

Internet marketing, o comunemente chiamato, Marketing Online o Marketing Digitale, si riferisce alle attività di pubblicità e marketing attraverso l'utilizzo del Web e delle e-mail ciò con lo scopo di guidare le vendite tramite il commercio elettronico, oltre che a vendere direttamente da i siti web o attraverso le e-mail.

La differenza tra marketing tradizionale e marketing online varia, le differenze sono elencate in dettaglio nella seguente tabella.

Marketing Tradizionale	**Internet Marketing**
È difficile avere un quadro. Non si può sapere quante persone leggono la tua pubblicità e la loro reazione in merito.	E' misurabile. È possibile conoscere il numero di persone che hanno visto la pubblicità on line, e il numero di quelli che hanno acquistato il prodotto.
Non è conveniente.	E' più conveniente.
Non è molto buono per la costruzione del marchio.	E' veloce ed efficiente per la costruzione del marchio.
In qualche modo, interrompe le normali attività degli utenti: come la pubblicità interrompe il programma che si sta guardando in TV, o come i cartelloni deviano l'attenzione del conducente, etc.	Non si interrompe. L'utente può vedere la pubblicità on-line in base alle sue preferenze e convenienza.
Può lasciare domande poste dagli utenti senza risposta, come la stampa o fornire complete informazioni riguardo il prodotto o il servizio potrebbe non essere sempre possibile.	Può fornire informazioni complete sul prodotto o sul servizio, sulle offerte, e sulle transazioni.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Tenendo in considerazione una percentuale enorme di clientela target al giorno d'oggi, che trascorrono un bel po' di tempo online, siamo in grado di evidenziare la necessità di un marketing online che si oppone a quello tradizionale.

Componenti di Internet Marketing

Il marketing online potrebbe sembrare semplice, ma in realtà esso richiede dedizione, costanza e un sacco di tempo al fine di condurre una azienda al successo. Per una strategia di successo di marketing on-line, l'azienda dovrebbe definire chiaramente il suo target di clienti, i suoi obiettivi e dovrebbe avere una forte conoscenza del mercato. Internet marketing è formato dai seguenti componenti:

- Content Marketing

- Siti di vendita al dettaglio

- Mobile marketing

- Social media marketing

- Marketing via email

- SEO[1]

- Clienti

- Web design

Analizzeremo le quattro parti più importanti in seguito.

[1] Search Engine Optimization, in acronimo SEO) nel linguaggio di internet si intendono tutte quelle attività volte ad ottenere la migliore rilevazione, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca attraverso i loro spider, al fine di migliorare (o mantenere) un elevato posizionamento nelle pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti del web. Tratto da https://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_(motori_di_ricerca)

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Marketing Content

Non importa che tipo di attività voi abbiate, una tendenza che si è velocizzata in questi ultimi due anni, ed è diventato un modo efficace di fare mercato online, è il Marketing Content. Fa parte di una strategia di mercato in ingresso, come una falena che va verso la fiamma. In altre parole, è necessario fornire contenuti di qualità (la fiamma) che interessino i consumatori (falena) che potranno così gravitare verso il vostro business alla ricerca di una luce metaforica. Il primo passo è quello di creare contenuti richiesti dai consumatori.

Questa è quella parte di strategia che differirà da industria a industria, tuttavia, ci sono alcuni tipi di Marketing Content che si possono applicare su qualsiasi settore e risultano efficaci nell'attrarre i consumatori. Quando ci si concentra sul tipo di contenuto da creare adatto alla propria attività, ci si dovrebbe mettere nei panni del consumatore e pensare quali argomenti del proprio settore potrebbe interessarli . Poi ci si dovrebbe concentrare sul tipo di argomentazione da trattare, il messaggio dell'argomento scelto dovrebbe arrivare al consumatore in maniera facile.

La commercializzazione dei contenuti si trova nelle seguenti forme:

Content marketing can be found in the following forms:

Blog

I blog sono pagine web create da un individuo o un gruppo di individui. Essi vengono aggiornati su regolarmente. È possibile scrivere i blog per la promozione delle imprese.

Banner

un banner (web banner o banner ad) è una forma di pubblicità che consiste in una immagine a striscia, spesso posta all'inizio di una pagina web. Questa forma di messaggio promozionale consiste nell'inserire un annuncio su una pagina web.

Ci sono banner internet in parallelo con strisce tangibili per la pubblicità.

Internet Forum

I forum non sono altro che bacheche di discussione online sui siti web, dove le persone pubblicano messaggi, e si intraprendono delle conversazioni.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Social media marketing

"I media sociali non sono solo un'attività; si tratta di un investimento di tempo e risorse preziose. Circondatevi di persone che non solo vi sostengono e stanno con voi, ma mostrate alla vostra mente i modi per stupire con la vostra presenza online. "

SEAN GARDNER

Una strategia socio mediatica è molto più di una pagina di Facebook o di Twitter. Quando la strategia viene messa in atto correttamente, i social media diventano una potente macchina che si accaparra un gran numero di clienti e genera un traffico nel web. Il panorama dei social media si è evoluto in modo significativo negli ultimi anni, dato che internet è diventato il nuovo potente strumento che possono utilizzare tutti.

Come per qualsiasi strategia di marketing, l'approccio è semplice:

- Identificare i canali sociali in cui il pubblico di destinazione si intrattiene

- Consolidare il tuo marchio con messaggi- quali informazioni risuoneranno di più ad un pubblico social?

- Comprendere attraverso i canali social, come meglio completare il processo di ottimizzazione di conversione del tuo sito web. In ultima analisi, il vostro obiettivo è quello di creare un flusso costante di acquirenti.

Cosa considerare quando si attuano strategie sui social:

Raccogliere le reti giuste per voi

No Facebook? Nessun problema. Sviluppate una presenza sui social media, sulle reti che più si allineano con i vostri potenziali di clienti e il vostro marchio. Non sentire il bisogno di lasciare segni della tua presenza su facebook, dove i tuoi clienti stanno trascorrendo parte del loro tempo.

Ricordate che i social media non sono altro che un canale di distribuzione. Per diffondere il vostro marchio, per cui è assolutamente necessario un pubblico.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Inizia dai clienti

Affinché le persone inizino a seguirti, è necessario che tu segua i tuoi clienti. È importante scegliere reti sociali che si allineano più fortemente con i clienti con cui già sei in contatto. Se si sta avviando una organizzazione B2B, per esempio, la partecipazione su LinkedIn Gruppi di discussione può essere d'aiuto.

Se si sta avviando un sito web di pubblicizzazione, è fondamentale agire allo stesso tempo anche su Twitter, dal momento che il pubblico in modo coerente tweetta e retweetta attraverso questo canale.

Un sito di e-commerce, d'altra parte, può vedere i risultati più forti su Facebook (vale a dire, a meno che la vostra base di clienti non sia attiva prevalentemente su Twitter). Dipende molto dalle preferenze dei clienti, dal tipo di navigazione internet, dagli schemi , e dalla demografia. Per Woot.com, per esempio, ha senso seguirlo su Twitter in quanto il sito è specializzato in offerte giornaliere.

Investire nella costruzione di una comunità

Le comunità online aggiungono valore sotto forma di esposizione e distribuzione. Una parte dei tuoi fan e seguaci sono suscettibili ai cambiamenti. Quando si investe nella costruzione del proprio social media, allo stesso tempo si sta investendo nel settore della distribuzione.

Concentrarsi nella costruzione di quella che sarà la base dei vostri fan, chiedendo al pubblico di diventare fan o seguace, in modo tale che essi leggano i contenuti proposti.

Proprio come l'email marketing, è importante costruire un organico di fan. Quando il pubblico sceglie di diventare vostro fan, sono più propensi ad impegnarsi con il vostro marchio su base continuativa.

Siate rispettosi nel momento in cui reclutate fan e seguaci. Alcune persone semplicemente non hanno voglia di diventare vostri fan. Assicurarsi che ci sia la possibilità di scegliere anche di uscire fuori dal gruppo. Includere un link con "no grazie". Dovresti anche fare in modo che i tuoi lettori dopo aver visto l'invito, una volta, non lo vedano più.

Questa strategia può aiutare a raddoppiare i seguaci sulla tua pagina – che possono facilmente migliorare del 30% al 40% il traffico complessivo sul sito web.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Orari per postare

Ovviamente, un post su Facebook alle 02:00 di mattina è improbabile che venga visto. Al di là dell'ovvietà, tuttavia, è importante prestare attenzione agli orari in cui posti i tuoi messaggi. Utilizzare strumenti gratuiti dei social, come aggiornare lo stato o postare , dev'essere fatto tenendo in considerazione gli orari dei vostri tweet.

Sincronizza con grandi contenuti

I Social e i contenuti di marketing vanno di pari passo. Quando le persone stanno visitando Facebook e/o Twitter, non sono necessariamente in vena di comprare. Loro sono li per socializzare, uscire con gli amici, stare in contatto con la famiglia, per sfogliare le immagini, e rilassarsi.

Più cerchi di vendere, e meno riuscirai nell'intento. La chiave è costruire delle relazioni con il pubblico. Le persone hanno bisogno di ridere. Devi catturare il loro interesse. Essere un marchio significa anche essere un amico. Bisogna condividere contenuti, non prodotti. Ricorda che le persone sono emotivi e vogliono essere intrattenute.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Bisogna promuovere i contenuti oltre il proprio marchio. Curare il contenuto dalla comunità, e condividere ciò che è più rilevante per i tuoi amici e seguaci.

Cattura l'attenzione con le immagini

La gente non vuole leggere blocchi di testo. Vogliono, immagini accattivanti di facile analisi. Siate creativi, e non abbiate paura di essere divertenti - anche se è fuorviante rispetto al vostro marchio. L'importante è non essere noiosi.

Ulteriori suggerimenti:

- Scegli canali social che si allineano con il tuo pubblico.

- Non si sentirti obbligato a lanciare profili social che non si allineano con il vostro marchio.

- monitorate i risultati in modo da poter effettuare ottimizzazioni e migliorare continuamente le prestazioni.

- Monitora le metriche relative alla viralità, coinvolgimento, conduzione , conversioni, e costi.

- Condivisione e re-tweets sono estremamente utili perché generano visibilità gratuita per la tua azienda.

- Incoraggiare gli utenti a condividere i contenuti implementando (così da testare il posizionamento dei widget) la condivisione sui social.

- Essere il più visibile il più possibile. Alle persone non piace leggere giganteschi blocchi di testo.

Ricordate che le persone sui social media non sono necessariamente propensi a fare acquisti. Essi sono lì per connettersi con gli amici, per collegarsi con le loro famiglie, per sfogliare le foto, e per essere intrattenuti.

- Integrate la vostra strategia di marketing sui social con un programma di contenuti della vostra marca. I contenuti sono un potente strumento di presentazione.

- Ascoltate quanto viene trasmesso. Utilizzate i social media per conoscere la vostra clientela.

SEO

Search engine optimization ovvero strategia dell' Ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO)

Search engine optimization (SEO) è una metodologia strategica, dove si usano tecniche e tattiche per aumentare la quantità di visitatori in un sito web per ottenere un posizionamento di alto

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

livello nella pagina, nei risultati di ricerca, e nel motore di ricerca (SERP) - tra cui Google, Bing , Yahoo e altri motori di ricerca.

È stato così fin dai primi giorni di Internet, e l'obiettivo è sempre stato lo stesso – raggiungere, quanto più possibile, un livello alto nei risultati dei motori di ricerca (SERP) . Come si può immaginare, la concorrenza in questo spazio è diventata molto spietata, come il fatto che molte aziende si sono rese conto di quanto sia importante scegliere determinate parole chiave per la ricerca .

L'esperienza dell'utente è tutto.

SEO è la pratica che aiuta a migliorare e promuovere un sito al fine di aumentare il numero di visitatori che arrivano al sito tramite motori di ricerca. Ci sono molti aspetti di SEO, dalle parole sulla tua pagina al modo in cui altri siti si collegano a voi tramite il web. A volte SEO semplicemente vi aiuta rendere sicuro il vostro sito e a strutturarlo in modo che i motori di ricerca possano rintracciarvi facilmente.

Può sembrare controintuitivo, ma concentrarsi su SEO offre una analisi tecnologia di ricerca avanzata.

I motori di ricerca sono progettati per connettere le persone con informazioni preziose - immediatamente, e quando lo desiderano. La qualità e la pertinenza della ricerca sono cruciali qui, l'obiettivo di Google è quello di garantire che i migliori siti siano quelli che si trovano in cima ai risultati di ricerca. E 'il motivo per cui continuiamo a tornare a piattaforme come Google e Bing - perché abbiamo fiducia nei loro motori di ricerca.

SEO È LA PAROLA CHIAVE

Abbiamo già parlato di SEO, ma è un buon momento per rinforzare la seguente importanza critica dell'attività nel dettaglio:

Strumenti per webmaster

Sia Google che Bing hanno piattaforme di Strumenti per i Webmaster. Come abbiamo accennato in precedenza, si tratta di una risorsa che può aiutare a vedere come i motori di ricerca stanno leggendo il vostro sito web. Registrarsi su Google e Bing. Tenete a mente che gli strumenti del Webmaster sono necessari per assicurare che il vostro sito venga indicizzato al primo posto.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Gli strumenti Webmaster ti aiuteranno a:

- Chiedere ai motori di ricerca di indicizzare il tuo sito web

- Valutare i tuoi collegamenti interni

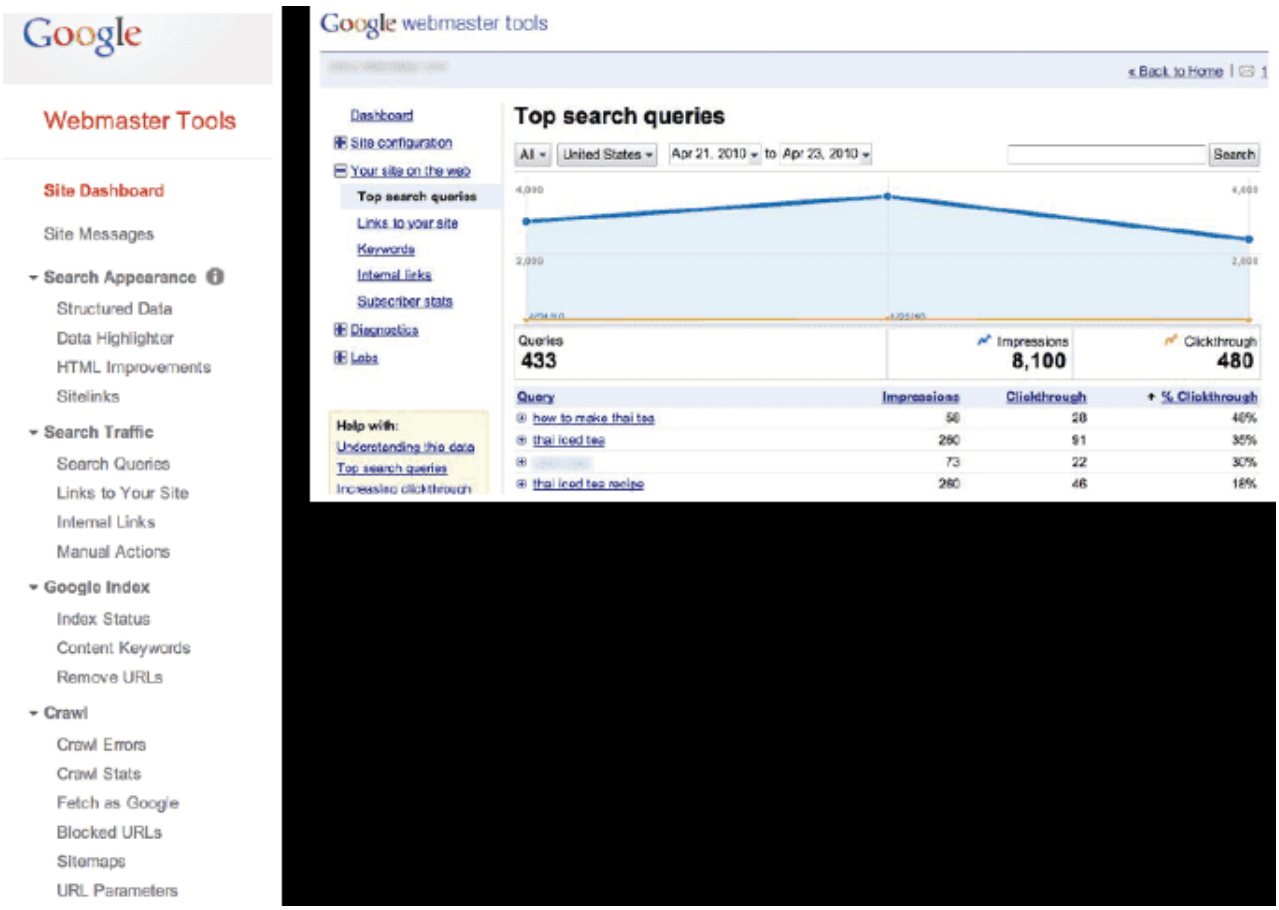
- Osservare lo scambio dei link sul sito web

- Diagnosticare e risolve i problemi

- Comunicare con Google Search Quality team

- Vedere quali parole chiave stanno indirizzando il traffico al tuo sito web

- Identificare errori di scansione che hanno un impatto sulla capacità di presentazione durante la ricerca



This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- SEO e l'esperienza dell'utente dovrebbero andare di pari passo. Resistete alla tentazione di impegnarvi in qualcosa che potrebbe oscurarsi con il tempo. Se sembra troppo bello per essere vero, probabilmente lo è.

- dare priorità a Bing in aggiunta a Google. La comunità SEO parla molto di Google, ma Bing detiene ancora quote di mercato significative.

- Concentratevi sulle componenti tecniche di SEO oltre che alle componenti strategiche. Pensate a SEO come strategia per comunicare informazioni ai motori di ricerca. se tu stai commercializzando un prodotto, devi fornire ai motori di ricerca risorse di alta qualità usando determinate parole chiavi.

- contenuti di marketing possono fare miracoli per la vostra azienda di SEO. Crea infografica, post sui blog, e guide che stupiranno i vostri clienti e le loro aspettative.

- Il traffico è solo una parte dell'equazione SEO. Assicurarsi che esso si concentri sull'ottimizzazione e anche sulla conversione.

- Usa i budget per regolare la spesa. Non utilizzare bilanci come misura dell'efficienza. Se i vostri sforzi di pubblicità sui canali a pagamento sono veramente efficaci, non avrete bisogno di un bilancio.

WEB DESIGN

Uno degli aspetti più importanti del marketing online, che può essere un fattore determinante nella vostra azienda è il web design. Il Web design è un processo di creazione, con l'intento di presentare il contenuto di pagine web, che gli utenti finali, che possono accedere attraverso internet con l'aiuto di un browser web. In sostanza, è il sito web della propria azienda.

Un sito web aziendale dovrebbe possedere le seguenti caratteristiche:

- Dovrebbe essere facile da usare, in modo da permettere al visitatore del sito di trovare le informazioni di cui hanno bisogno rapidamente e facilmente.

- Deve essere progettato da un web designer, che ha chiaro lo scopo della vostra attività (ad esempio, se la vostra azienda sta facendo torte di compleanno per i bambini, allora il sito web dovrebbe essere colorato e giocoso, ma se avete intenzione di sviluppare un'impresa per le traduzioni, allora dovrebbe essere più grave con colori meno intensi), per permettere all'utente di navigare facilmente, devono essere incluse assolutamente delle informazioni di base.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- Nel tuo sito web, è necessario definire il vostro business , lo scopo, così come il vostro target di riferimento.

- Deve essere creativo, non noioso, questo per attirare i visitatori periodicamente.

Alcuni ulteriori suggerimenti:

Marchio

Il Marchio è molto importante per tutte le imprese, grandi e piccole. Il design e il posizionamento del logo del marchio contribuisce a garantire una visione generale dell'utilizzatore. I loghi progettati con professionalità catturano maggiormente l'attenzione del cliente, poiché essi forniscono un quadro chiaro in un'unica voce ossia il marchio. Scegli una posizione sul tuo sito che sia facilmente visibile agli utenti, come ad esempio l'angolo in alto a sinistra, poiché quello è il punto in cui cade la prima occhiata. Per consolidare ulteriormente l'identità del vostro marchio, è possibile utilizzare lo stesso logo sugli imballaggi, pubblicità, stampa, e abbigliamento di marca. Quando un'azienda è in linea con il marchio, garantisce ai clienti un esperienza di marchio integrata e memorabile.

Funzionalità

Quando si pensa alla funzionalità, ci sono alcune cose da considerare. Vale a dire, il sito è funzionale, nel senso letterale? Ci sono problemi di caricamento o collegamenti interrotti? Le caratteristiche di sicurezza del sito sono abbastanza adeguate per le esigenze del vostro business? In aggiunta a questi aspetti operative, è fondamentale visualizzare le caratteristiche del tuo sito web dal punto di vista dell'utente. I moduli di contatto, i sondaggi e le sezioni feedback dei clienti del vostro sito funzionano correttamente? Uno o tutti questi problemi funzionali possono indurre un cliente ad abbandonare il vostro sito.

Navigazione

Se un sito web è confusionario e di difficile navigazione, i clienti possono uscire e non tornarci più. Per aumentare l'efficienza e il fascino della navigazione del tuo sito, dovrebbe essere effettuata un'analisi approfondita del sito, come se tu fossi un nuovo visitatore. Nota i flussi di navigazione che hanno senso e quelle che non lo hanno. Un modo per migliorare le abilità di un visitatore a navigare nel tuo sito in maniera facile (e ad aiutare i motori di ricerca alla scansione del tuo sito) è quello di aggiungere una mappa del sito. Inoltre, semplificando la navigazione, eliminando pagine inutili o insoddisfacenti potrebbe diminuire il tempo di caricamento, migliorando la qualità della presenza online del vostro marchio.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Blog attivo

Un blog sul vostro sito aiuta a mantenere i clienti informati sugli ultimi prodotti, sugli eventi aziendali e sulle informazioni connessi con la vostra attività. Dotate il vostro sito di un blog , è un ottimo modo per connettersi con i clienti, soprattutto se i vostri messaggi incoraggiano i lettori a interagire con il marchio. Mantenete il vostro blog costantemente aggiornato, informate i clienti di valori del vostro marchio e il desiderio di promuovere la comunicazione. Fornendo costantemente ai lettori contenuti accattivanti, nuovi e utili, vedrete che il vostro marchio diventerà una risorsa sulla quale fare affidamento e un'autorità del settore.

L'integrazione con i Social Media

L'integrazione con i social media non è più una novità - è un requisito. Mentre la tecnologia rende la condivisione di informazioni più conveniente, le aziende prive di integrazione sociale nei media non riescono a trarre vantaggio da ciò. I social media sono un luogo in cui i clienti possono promuovere il vostro marchio, fornendo recensioni e rimanendo aggiornati sulle ultime notizie della vostra azienda. La parte scritta e i contenuti visivi, comprese le immagini del prodotto e il video del vostro marchio, possono essere facilmente condivisi su piattaforme come Facebook,

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Twitter, Pinterest e LinkedIn con l'aggiunta di pulsanti di condivisione sociale direttamente sul tuo sito web.

Contenuto originale

Quando si progetta un sito web, è fondamentale progettarlo in alta qualità, i contenuti originali sono rilevanti per la vostra azienda e i vostri prodotti. Tutto, dalla qualità dei contenuti alle parole chiave utilizzate, influenzano il posizionamento del tuo sito nei risultati dei motori di ricerca. La parola chiave di ricerca è in grado di fornire idee per l'argomento e, se usato con parsimonia, potrà aiutare i clienti a individuare rapidamente il contenuto che stanno cercando. Per aumentare il l'attrattiva, ogni pagina web dovrebbe avere non meno di 150 parole e dovrebbe includere collegamenti a risorse attendibili e altre pagine del tuo sito web. Più che fornire informazioni, i contenuti pubblicati sul vostro sito dovrebbero essere l'eco del vostro marchio. Prima di pubblicare qualcosa, utilizzate uno strumento come Copyscape per assicurarvi che superino gli standard di duplicazione.

Pubblicare dei contenuti copiati da un altro sito web sul vostro sito, significherà incorrere in sanzioni da parte di Google, tra cui l'eventuale rimozione dai risultati nei motori di ricerca.

Archivio immagini

Tutto quello che si trova sul vostro sito web è da considerarsi proprietà intellettuale e cade sotto le leggi del copyright. Come uno dei fornitori leader a livello mondiale di foto, Getty Images, che regola l'uso appropriato delle immagini on-line. Se qualcosa viene pubblicato senza l'autorizzazione, le immagini che sono protette da copyright possono comportare delle sanzioni. Quando vengono incorporate delle immagini e contenuti del vostro sito, assicuratevi di ricevere il permesso per iscritto che ne consenta l'uso, e pagate le relative tasse, se applicabili. Ci sono anche siti che offrono l'accesso alle immagini prive di copyright. Tuttavia, assicuratevi di leggere attentamente i termini di utilizzo prima di postare qualcosa. Per molte aziende, i costi connessi all'uso lecito di immagini supera il beneficio immediato di "ottenere qualcosa per niente."

Sintesi del modulo

Questo documento offre una dettagliata introduzione su internet marketing. Analizza questo campo, e spiega di cosa si tratta esattamente e perché esso sia utile, spiega le principali differenze con il marketing tradizionale, e per quel che è emerso nel corso degli ultimi anni. Inoltre, questo modulo spiega le quattro più importanti componenti di Internet Marketing, ovvero:

1. Marketing Content

2. Social Media

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

3. SEO

4. Web design

Questi quattro componenti sono gli aspetti più significativi di Internet Marketing e dovrebbero essere tenuti fortemente in considerazione quando si inizia a promuovere una joint venture attraverso Internet. Il Content Marketing è il contenuto diverso, come gli articoli o il mantenimento di un blog attivo nel vostro sito web, che vi aiuterà a costruire una comunità che si fida di voi e del vostro prodotto, e non significa che esso si concentri necessariamente direttamente sulla vendita. I social media sono un potente strumento di acquisizione di clienti e di pubblico se usati con saggezza e con assiduità. In questo modulo vengono chiariti alcuni concetti base sui social media, e come utilizzarli in maniera efficace per guadagnare sostenitori e per costruire una comunità. SEO è la parte del marketing online che aiuta a misurare il proprio pubblico e i visitatori sul proprio sito web, ma aiuta anche a guadagnare un po' con la giusta scelta di parole. Infine, il web design risulta essere anche un fattore incisivo per il successo della vostra attività! Consideratelo come la vostra "immagine" al mondo esterno, dove le persone possono virtualmente visitarvi e si spera ri-visitarvi. Per questo motivo, è importante ricordarsi di creare un sito web che attiri gli utenti e allo stesso tempo che sia di facile navigazione e intuitivo.

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ESERCIZI

Scegli la risposta corretta.

Qual è la ragione principale per la quale Internet Marketing è sviluppata fino in tal punto?

a. è più facile fare pubblicità attraverso internet

b. è più efficace

c. il mondo al giorno d'oggi funziona con Internet, in modo da avere un target di mercato più grande

Perché si dovrebbe utilizzare il marketing dei contenuti?

a) per essere più attivi in linea come azienda

b) per costruire una comunità attraverso i propri articoli / contenuti

c) per vendere il prodotto più facilmente

Qual è la cosa più importante da ricordare sui Social Media?

a) essere coerente e attivo

b) scegliere la giusta piattaforma di social media in base al proprio tipo di attività

c) tutto quanto sopra

Il tuo sito web aziendale deve assolutamente essere ...

a) user-friendly

b) colorato

c) semplice

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Riferimenti

http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website

http://cubicleninjas.com/7_things_consider_before_designing_website/

https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/

https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/

https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/

http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm

This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.