

Consulenza Web Marketing: ecco come funziona.

Tagged as : [web marketing](#)

Molte piccole e medie imprese esternalizzano, almeno in parte, la pianificazione ed esecuzione di **strategie di web marketing** per promuovere sito e servizi.

Quando un'impresa richiede una **consulenza di web marketing** è attenta soprattutto a una cosa: il ritorno sull'investimento o **ROI**.



Che le si proponga di puntare sulla SEO e un buon posizionamento sui motori di ricerca, su una strategia di blog marketing o su campagne pubblicitarie online, ciò che conta alla fine è che **l'investimento in web marketing** produca risultati apprezzabili.

Ovviamente, se l'agenzia o il consulente web marketing riesce a disegnare una strategia che produce **profitti** significativi o un **salto di qualità** nella proiezione esterna del business si aprono opportunità di collaborazione più estese e a lungo termine.

Ciclo di vita di una campagna di web marketing

Schematizzando il proceso che porta alla pianificazione e gestione di una campagna di web marketing si ottengono sei fasi:

[1. Definizione macro obiettivi](#)

Più spesso di quanto si creda le aziende stabiliscono una presenza online senza aver chiarito davvero le ragioni di tale presenza. La **domanda da porsi** è: "Cosa voglio conseguire per la mia impresa attraverso il sito e altre attività di marketing online?" La risposta, come dicono gli

anglofoni, deve essere **DUMB**:

- Doable = Fattibile;
- Understandable = Comprensibile;
- Manageable = Gestibile;
- Beneficial = Vantaggioso.

In ogni caso, anche quando questi aspetti siano stati ben delineati dall'impresa è importante che siano condivisi con il **consulente web marketing** di modo che sia chiaro l'orizzonte entro il quale la campagna si inserisce.

[2. Analisi \(bisogni, mercato, concorrenza\)](#)

Prima di scegliere le strategie più adatte a conseguire gli **obiettivi di business** è necessario analizzare una serie di aspetti che aiutino a capire il contesto entro il quale l'impresa agisce:

- **Analisi dei bisogni.** Punti di forza e di debolezza. Risorse a disposizione. Deficit di competenze;
- **Analisi del mercato.** Le strategie di web marketing portano a risultati migliori quando supportate da informazioni relative al settore economico, i consumatori, i dati di vendita, ecc.;
- **Analisi della concorrenza.** Chi sono i principali concorrenti? Come si stanno muovendo sul mercato. Quali strategie di web marketing stanno utilizzando? Cosa possiamo imparare da loro? Come facciamo a far meglio?

[3. Definizione micro obiettivi](#)

I macro obiettivi sono molto generici, come per esempio: incrementare le vendite, aumentare le visite al sito, migliorare la soddisfazione dei clienti, aumentare la forza del marchio (brand awareness), e così via.

I **micro obiettivi** sono più limitati, delle mete intermedie necessarie per raggiungere i macro obiettivi. Per incrementare le vendite bisogna migliorare l'usabilità del sito web, per aumentare le visite bisogna potenziare la presenza sui social media, la soddisfazione dei clienti migliora se gli si offre molteplici occasioni di comunicare con l'azienda, la popolarità del marchio si può alimentare con la pubblicità online.

[4. Implementazione campagne](#)

Le informazioni acquisite nelle fasi precedenti permettono la pianificazione di **campagne web marketing** più efficaci e puntuali.

Se per esempio il budget a disposizione è modesto, e si comprova che una campagna google adwords sarebbe troppo costosa dato il livello di concorrenza, si può scegliere in alternativa di avviare campagne pay per click sui social network o investire in ottimizzazione SEO.

Oppure, se il settore di mercato in cui si opera si presta alla realizzazione di contenuti (grafici, testuali o video) e il budget è sufficiente per impostare un lavoro sul medio-lungo termine si può optare per una strategia di **blog marketing**.

Per esempio, nel settore del turismo si parla di **web marketing turistico** anche in riferimento a una strategia di content marketing rivolta a captare l'attenzione dei tanti appassionati di viaggi e vacanze.

[5. Misurazione dei risultati](#)

Una qualunque campagna di web marketing deve essere monitorata con strumenti adeguati per poter **quantificare il ROI**.

Prima di essere implementata bisogna aver attivato strumenti di raccolta dati e [analisi del traffico web](#). Google Analytics è uno dei migliori con il gran pregio di essere gratuito. Per le PMI offre un servizio più che sufficiente.

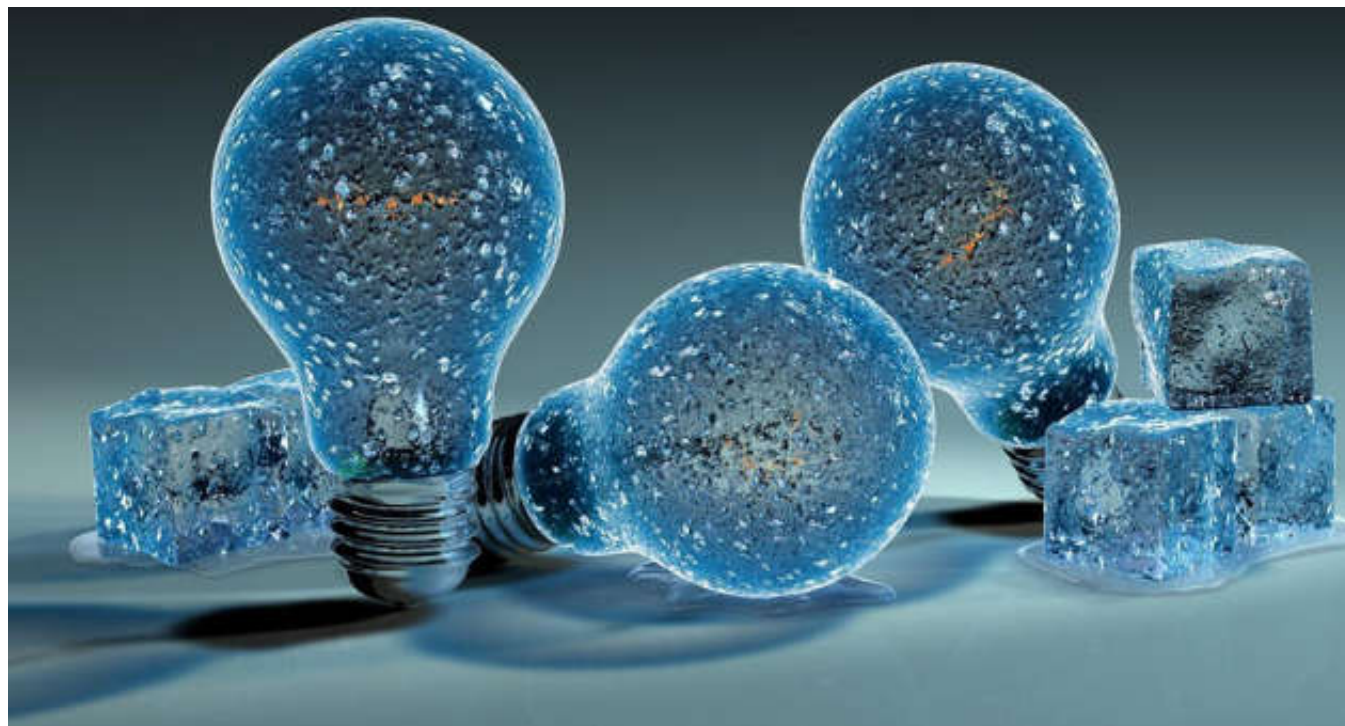
[6. Ottimizzazione](#)

A meno che la campagna sia stata un totale fallimento, il che presuppone errori nelle fasi precedenti, ci si serve dei dati raccolti con gli strumenti di analitica web per **correggere il tiro** e perfezionare il lavoro.

Sono previsti anche **interventi di ottimizzazione in corsa**, in ogni caso la fine di una campagna di web marketing è sempre l'occasione per un'analisi più estesa.

Consulenza e servizi di web marketing

Le **strategie di web marketing** che si possono mettere in campo sono numerose e implicano un ampio spettro di competenze.



Le grandi aziende o tutte quelle entità che hanno bisogno di servizi articolati e complessi normalmente si affidano ad **agenzie web** in grado di offrire un'ampia gamma di servizi, a meno che non abbiano già al proprio interno gran parte delle competenze necessarie e siano in cerca di un servizio particolare che può garantire un singolo [specialista o esperto in digital marketing](#).

In generale, come dimostra il ciclo del web marketing prima illustrato, **è importante che qualsiasi servizio o campagna venga personalizzato secondo il profilo aziendale e le esigenze del cliente.**

Una **consulenza web marketing** è come un capo di sartoria da adattare al cliente. L'attività che ne segue è soggetta a **moltissime variabili** che la rendono non standardizzabile. Diffidare di agenzie ed esperti che vendono pacchetti di servizi preconfezionati con etichette generiche che dicono tutto e niente.

I principali tipi di [servizi o campagne di web marketing](#) sono:

- [Accessibilità e Usabilità Web](#). Interventi diretti sul sito web per ottimizzarne l'efficacia rispetto agli obiettivi di business (i macro obiettivi visti in precedenza). Si tratta di analizzare e migliorare la grafica, la comunicazione, la struttura dei contenuti, il design complessivo del sito al fine di renderlo fácilmente usabile da tutti aumentando le conversioni, ovvero le azioni realizzate dagli utenti che portano valore all'azienda.
- [SEO o Search Engine Optimisation](#). Una serie di tecniche per migliorare il posizionamento dei siti web sui motori di ricerca.
- [SEM o Search Engine Optimisation](#). Comunemente viene usato per riferirsi alle campagne pubblicitarie online note anche come pubblicità ppc. In realtà il SEM include

tutte le attività che fanno leva sui motori di ricerca per promuovere la propria attività online. Per cui include anche: seo, smo, annunci pubblicitari innescati dalle ricerche degli utenti sui motori di ricerca.

- [SMM o Social Media Marketing](#). Il web marketing che sfrutta i canali sociali e i vari tipi di comunità online per generare visite al sito, aumentare la popolarità del marchio, gestire le relazioni con la clientela, innescare il marketing virale, ecc.
- [Content Marketing](#). La realizzazione e pubblicazione di contenuti sul proprio canale internet o su altri spazi web per promuovere il proprio business e potenziare la SEO. Il blog marketing è solo una variante. Aprire un canale youtube e pubblicare video è un altro esempio di content marketing che mira a creare un pubblico e conseguire un effetto virale (i noti video virali).
- [Pubblicità Online](#). Include tutte le forme in cui si può sviluppare la pubblicazione di annunci e banner pubblicitari su internet. Dall'advertising sui motori di ricerca (Google Adwords e Bing Ads), alle inserzioni all'interno dei social network (Facebook, Youtube, LinkedIn, ecc.), ai banner pubblicitari su altri siti e canali web (pubblicità display, affiliation marketing, remarketing e retargeting, RTB, ecc.).
- **Email Marketing**. Sfrutta il database di utenti registrati al sito che avendo fornito un contatto email possono essere raggiunti da newsletter e email promozionali. L'email marketing è un ottimo strumento di remarketing e fidelizzazione dei clienti con alti tassi di conversione. Normalmente viene gestito internamente dall'azienda, ciò non toglie che si possano studiare campagne insieme al consulente web marketing o che si possa lavorare per una migliore integrazione con i social network o altre campagne online.

Consulente Web Marketing: preventivo e costi

Il **consulente web marketing** può offrire la consulenza pura o realizzare anche l'attività di marketing online per il cliente. Sarà quest'ultimo a valutare la soluzione ideale in funzione del budget e delle risorse a disposizione dell'azienda.

Come per il [preventivo seo](#) anche il **preventivo web marketing** acquista più autorevolezza e attendibilità se è supportato da un lavoro preliminare di analisi dei bisogni. In questo modo si evita all'impresa di pagare e al consulente di vendere servizi non utili o non adeguatamente considerati in funzione delle esigenze del caso.



I **costi del web marketing** vanno definiti in base alle strategie, la mole di lavoro e la durata della campagna. Come accennato in precedenza la varietà del lavoro operativo che si può effettuare è tale da non permettere la standardizzazione dei prezzi delle attività in pacchetti predefiniti e buoni per tutte le occasioni.

I costi sono variabili e lo sono anche i **modelli di pagamento** del consulente web marketing. A seconda delle attività e della dimensione del progetto si può scegliere tra i seguenti modelli:

- Costi fissi per servizi circoscritti e precisi;
- Tariffa oraria;
- Tariffa a giornata di lavoro;
- Costi mensili;
- Compenso per il progetto complessivo;
- Costi subordinati alle prestazioni.

Inoltre bisogna **valutare di volta in volta** se il consulente web marketing può lavorare in completa autonomia o ha bisogno di coordinarsi con altri soggetti interni o esterni all'impresa.

Ovviamente **il tipo di progetto detta le modalità** con cui l'esperto si coordina con le altre professionalità impegnate al raggiungimento dell'obiettivo.

In ultima analisi lo scopo di ogni consulenza di web marketing è **massimizzare il ROI** e gettare le basi per una collaborazione proficua e duratura.