

# Tutto quello che occorre sapere per essere vincenti sul web!

## Affrontare il web efficacemente

[Home](#) [I 16 fondamentali del Marketing WEB](#) [Articoli](#) [Contattami](#) [About me](#) [WEBLOG](#)

## Il Web Marketing

Se fino a poco tempo fa si poteva definire il web marketing una materia quasi sconosciuta, oggi con la diffusione dell'informazione, lo scambio della conoscenza e l'ampliarsi dell'esperienza, è divenuta di interesse strategico, a tal punto che alcune università hanno attivato corsi di laurea ad indirizzo specifico; è una materia complessa, articolata e con diversi campi di applicazione, ma non di difficile comprensione se affrontata con il dovuto criterio. Il web marketing non è un'attività da gestire in completa autonomia, al contrario deve procedere in linea con le politiche di marketing aziendali, dalle quali assumerne le strategie di base per declinarle in comunicazione web. Nella definizione e progettazione di un piano di marketing, oggi è indispensabile prevedere e destinare le giuste risorse al web così come si attivano budget per le altre forme di comunicazione sui media tradizionali.

**Il web è divenuto talmente importante che molte campagne marketing si svolgono direttamente on line**, ed altre ancora, dopo essere state lanciate contemporaneamente su tutti i media a disposizione, demandano tutta l'operatività seguente alle capacità comunicative e ricettive del sito web.

In chiave marketing dal sito web si possono ricavare **dati precisi rispetto al target di riferimento**, ai propri prodotti ed alle aspettative di clienti e prospect ed è troppo banale e semplicistico considerarlo solo come una bella vetrina o un negozio virtuale, è piuttosto come un momento di interscambio con il mercato che richiede consapevolezza. Una miniera da cui attingere informazioni, e questo vale spesso molto più di quello che si possa credere.

**Il web è anche uno strumento per fidelizzare ed attivare politiche di branding, rafforzare l'amore per la marca e legare affettivamente i propri clienti.**

On line troviamo numerosi esempi di siti pensati per questo tipo di attività, provate a visitare [www.ferrero.it](http://www.ferrero.it) e i relativi siti di prodotto, Nutella in primis, per vedere come le comunità virtuali siano tenute in considerazione e come lo sforzo aziendale si concentri sulla creazione di un rapporto fedele e consapevole del target rispetto al prodotto/marca. Il marketing on line è anche questo e come tale necessita di una giusta ponderazione.

Ci sono attività above the site line (visibili) cioè quelle forme di comunicazione di marketing strategico che animano le pagine di un sito web, dalle comunicazioni di prodotto/servizio alle offerte commerciali, dai banner alle sponsorizzazioni dei motori di ricerca, dal pay per click \* alle strategie di link (collegamento con altri siti) dalle newsletter alle direct e-mail marketing.

E ci sono attività below the site line (non visibili) che riguardano la ricerca delle parole chiave, la definizione dei metatag, le description, l'inserimento nei motori di ricerca, il ranking, l'accessibilità.

\* Pagare per i click fatti da un navigatore su un particolare annuncio che guida direttamente al proprio sito web.

 [Subscribe to RSS feed](#)

### ALTA FORMAZIONE x il WEB

Sai come scrivere una **MAIL EFFICACE** e che sappia attirare l'attenzione? Conosci quanto sia importante l'oggetto? [Clicca qui](#)

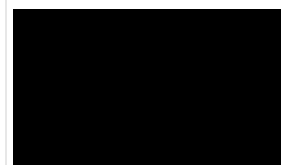
-----  
Fare marketing con i **SOCIAL NETWORK** un'opportunità da saper cogliere, ma bisogna comprenderne le modalità. [Clicca qui](#)

### Caimi Ospite a Canale 5

Maurizio Caimi ospite di Barbara d'Urso nella trasmissione Pomeriggio Cinque: I social network ed i giovani un rapporto complesso, delicato e controverso.



### WEB WORKING WOMEN



Il video dell'evento

### Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine.

Saranno oltre un centinaio i ragazzi delle scuole superiori piacentine che si occuperanno della gestione del web marketing.... [leggi](#)

### WebLog SOMMARIO

- [Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine](#)
- [Marketing con Facebook - Kellogg's case](#)
- [Web Marketing in Azienda con successo](#)
- [Social Network: il marketing oggi](#)

- [Semplificare la complessità del web](#)
- [L'Oggetto della mail, il segreto del successo](#)
- [Fare marketing con i Social Network](#)
- [Email marketing: mantenete la connessione aperta](#)
- [Rifare il look al sito web è sempre necessario?](#)
- [Il vero maestro è il consumatore](#)

## 7 REGOLE D'ORO per il WEB

[Per una efficace e corretta presenza sul web >>>](#)

## I 16 fondamentali del Marketing WEB

- [Il Web un media strategico per le imprese](#)
- [Mutamenti della rete](#)
- [Principali colori in comunicazione](#)
- [10 errori e-mail da evitare!](#)
- [Colore, Forma, Tipografia](#)
- [Il Web Marketing](#)
- [SEM - Il Pay x Click nei motori di ricerca](#)
- [SEO - Ottimizzare il sito Web per i motori di ricerca](#)
- [News letter ed e-mail marketing](#)
- [Fidelizzare ed acquisire clienti con l'e-mail marketing](#)
- [Il comportamento di chi utilizza i motori di ricerca](#)
- [Il Page Rank](#)
- [Il rischio Bad Optimization](#)
- [Il sito Web efficace](#)
- [L'immagine coordinata nel Web](#)
- [Le mailing list](#)

## Articoli

- [La mail è un dialogo con le persone non un sms](#)
- [Il contenuto come "Drive Action"](#)
- [7 Regole D'oro per esaltare la presenza sul web](#)
- [E-mail marketing: ancora tanta confusione](#)
- [Marketing comportamentale sul web](#)
- [Modelli comunicativi nel marketing di relazione](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 2°](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 1°](#)

**Member  
of International Coach  
Federation**



