

# 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](#)

## Le mailing list

La mailing list è una lista di indirizzi e-mail associata ad altri dati relativi ad utenti che hanno dato il loro consenso a ricevere informazioni commerciali da parte dell'azienda. Molto spesso questi dati sono già presenti all'interno della complessa struttura delle imprese, in alcuni casi sparsi tra i diversi uffici, in altri custoditi nei potenti data base utilizzati per le attività di CRM (customer relationship management). In alternativa è possibile procedere acquistando i nominativi da aziende specializzate, il cui costo varia a seconda del grado di segmentazione richiesto.

Questo tipo di **informazioni relative a clienti acquisiti o potenziali devono essere molto approfondite** (data mining) per consentire un corretto e proficuo utilizzo dell'e-mail marketing, ed è quindi indispensabile che rispondano a criteri di segmentazione ben precisi ossia scaturiscano da quel processo di osservazione del comportamento del singolo utente che servirà poi a ricondurlo ad una categoria di appartenenza, ad un gruppo, ad una serie di prodotti/servizi che consentiranno all'impresa di operare azioni mirate one to one attraverso il web.

Alcuni criteri di base per la classificazione ed il data mining del target sono:

- **Socio/demografici:** collocazione geografica, sesso, età, reddito e classe sociale;
- **Socio/culturali:** valori, etica, attività sociali;
- **Descrittivi:** il profilo del cliente, le particolarità, la famiglia, la residenza;
- **Per comportamento d'acquisto:** utilizzo dei prodotti, modalità di acquisto, periodicità degli acquisti, grado di fidelizzazione, grado di conoscenza del prodotto, grado di consapevolezza della marca, modalità di pagamento;
- **Per stile di vita:** preferenze, atteggiamenti, opinioni, abitudini, hobby.

Il grado di conoscenza dei propri clienti e del target di riferimento è fondamentale per sviluppare azioni concrete di marketing on line. Dato che la pubblicità del tipo "sparo nel mucchio sperando di prendere qualche cliente" non ha più successo, la segmentazione è sicuramente l'arma più potente a disposizione delle imprese per implementare azioni di comunicazione efficaci e redditizie; infatti permette di creare messaggi mirati e generati solo per attirare l'attenzione di un target ristretto ma nel contempo ben definito, consente di fare "precision marketing" cioè mandare messaggi ad un certo cliente sapendo, ad esempio, che sta esaurendo le cartucce per la stampante (analisi della periodicità degli acquisti), oppure spedendo informazioni sulle offerte di accessori ad un cliente che ha appena acquistato una stampante, ancora sapendo le preferenze espresse nella fase di registrazione, inviare articoli di approfondimento o recensioni.

 [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](#)

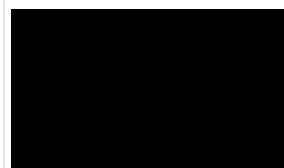
-----  
Fare marketing con i **SOCIAL NETWORK** un'opportunità da saper cogliere, ma bisogna comprenderne le modalità. [Clicca qui](#)

### 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](#)

Più si conosce il proprio mercato e più si è in grado di inviare messaggi ad alto potenziale di penetrazione.

- [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**



