



Tecnologia - Strategie di digital marketing: le basi

Roma - 29 ago 2022 (Prima Pagina News) **Si può prendere il via da un semplice dato numerico: in Italia, oltre il 90% della popolazione usa quotidianamente Internet, per un totale di oltre 55 milioni di utenti.**

Data questa premessa, è chiaro come il futuro del marketing non possa che essere digitale, per intercettare questa grandissima quantità di internauti. Esistono delle specifiche strategie su cui poggiano le basi del digital marketing: vale la pena esaminarle, per rendersi conto di come queste possano rivelarsi capillari ed efficaci, nonché adatte a qualsiasi impresa o professionista voglia abitare correttamente il web. La digitalizzazione multi-canale delle aziende Il concetto di marketing digitale è spesso accompagnato alla parola “strategia” proprio per lasciar intendere che ogni azione compiuta in ambito digitale non può essere lasciata al caso, ma deve essere pensata e inserita all’interno di un piano più grande. Non basta dunque possedere gli strumenti necessari per una corretta presenza sul web, come un canale social, un blog, un sito vetrina o un e-commerce: bisogna anche saper sfruttare queste risorse con criterio e logica. Si tratta di un punto essenziale, proprio perché la competizione sul web è serrata. La fortissima presenza di competitor si è fatta adesso sempre più agguerrita, man mano che il processo di digitalizzazione si è accentuato. Questo vale in qualsiasi ambito, da quello dei principali store a quello dell’intrattenimento: soltanto attuando una corretta strategia di marketing digitale, infatti, è possibile per gli e-commerce essere trovati dai clienti, così come per i migliori siti di slot machine trovarsi in testa ai risultati di ricerca offerti da Google. Questi, una volta indicizzati e poi ben piazzati da Google, offrono agli internauti una più agevole esperienza di intrattenimento, grazie alla grande offerta di giochi autorizzati dall’ADM, l’Agenzia statale che premia le transazioni sicure, la trasparenza degli algoritmi e il gioco responsabile promossi dai portali cui conferisce l’apposita licenza. Come farsi trovare sul web Il punto essenziale è dunque quello di essere trovati sul web: aprire un proprio sito di certo non basta, se nessun utente ha la possibilità di arrivarci; il servizio offerto può anche essere impeccabile, ma se nessuno lo richiede, se non esiste un’interazione virtuale tra i potenziali clienti e l’esercente, allora è chiaro: bisogna elaborare una strategia di marketing digitale per porre rimedio al problema. Tra le tattiche che possono essere adoperate, se ne segnalano alcune che spiccano certamente per efficacia e per potenzialità: • SEO: la Search Engine Optimization è essenziale per essere trovati dagli utenti; l’ottimizzazione per i motori di ricerca permette infatti al portale in questione di essere collocato tra i primi risultati che Google offre ai suoi utenti in risposta alle loro ricerche pertinenti. Si tratta dunque di un passaggio essenziale, se si considera che praticamente nessun internauta va oltre i primissimi risultati di ricerca proposti da Google: trovarsi ai primi posti è certamente il miglior modo di ottenere visite da parte degli utenti, da convertire in clienti. • Social media marketing: altro grande cavallo di battaglia di una corretta strategia di marketing online; l’uso dei social



network è ormai tanto diffuso, da non poter essere ignorato; sfruttarli per migliorare la propria presenza sul web e le proprie interazioni, cercando di catturare quella grande percentuale di internauti che passa su Facebook, Instagram e simili più di due ore al giorno, è dunque di importanza strategica. · Affiliate marketing: un portale con un blog o un canale social di spessore può anche sperare nella collaborazione continua o occasionale di influencer, così come nella creazione di sistemi di affiliazione che possono garantire un ritorno, in termini di visualizzazioni e acquisti, notevole. · E-mail marketing: questo è un ottimo canale per poter fidelizzare e mantenere un contatto con tutti quegli utenti che hanno dimostrato già un primo interesse verso il servizio offerto dal portale in questione, al punto da lasciare il proprio indirizzo email e dunque aprire una porta all'arrivo di nuovi contenuti sulla loro casella di posta, per offerte, buoni sconto, novità e altro ancora. Si tratta di semplici strategie organiche, che possono permettere a costo nullo o contenuto di stabilire e mantenere un contatto continuo con i propri utenti: a questi metodi, si sommano poi le campagne a pagamento, segno tangibile di come il terreno del marketing digitale sia ormai fertile per investimenti e, allo stesso tempo, ambiente di scontro tra tutti i competitor interessati alla stessa nicchia di mercato.

(Prima Pagina News) Lunedì 29 Agosto 2022