
Canali di web marketing

Canali web

Per “canali” si intendono i **mezzi** usati **per raggiungere gli obiettivi preposti**.

Questi possono essere **sincroni** (in tempo reale, abbreviati con S) o **asincroni** (in “differita”, abbreviati con A). La rete web offre i seguenti canali:

- 1) Sito web aziendale - A
- 2) Newsletter - A
- 3) Forum - A
- 4) Chat - S
- 5) Directory - A
- 6) Blog – A/S
- 7) Social network -A
- 8) Mappe - A
- 9) Aggregatori di news - S
- 10) Wiki - S
- 11) Sharing - A
- 12) Virtual reality - S
- 13) Motori di ricerca - S
- 14) Livecasting - S
- 15) Siti mobile - A
- 16) Game online - S



WIKIPEDIA

flickr

facebook



Sito web aziendale

- **Descrizione:** ipertesto con descrizione, finalità e contatti dell'attività. Può essere un sito vetrina o un sito di commercio elettronico (e-commerce) per la vendita online di prodotti e servizi. E' uno strumento **asincrono**.
- **Requisiti tecnici richiesti:** dominio e server con relativi software
- **Strumenti coinvolti:** testi, link, banner, video, RSS
- **Software necessari:** nessuno con un CMS oppure un software WYSIWIS (es: Dreamweaver)
- **Figure professionali coinvolte:** tutte (web designer, webmaster, web marketer, ecc...)
- **Tempi di sviluppo:** minimo: 1 settimana / max: 6 mesi
- **Stime di costo:** anche gratuito. *Molto variabili in base al progetto.*
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** incremento di contatti, preventivi, contratti, vendite; promozione del brand; acquisizione di indirizzi email; profilazione utenti; ricezione di opinioni e pareri sui prodotti/servizi; ecc...
- **Tecniche web applicabili:** ottimizzazione (SEO), link popularity, acquisto/scambio link, linkbuilding, promotion marketing online

Newsletter

- **Descrizione:** invio di messaggi ad un elenco di (nostri) contatti che hanno espresso il loro consenso a ricevere delle e-mail pubblicitarie. E' uno strumento asincrono.
- **Requisiti tecnici richiesti:** indirizzi email autorizzati + landing page
- **Strumenti coinvolti:** testi, link, banner
- **Software necessari:** nessuno online oppure un software (es: SendBlaster)
- **Figure professionali coinvolte:** web designer, web content, web marketer
- **Tempi di sviluppo:** a partire da 1 giorno.
- **Stime di costo:** costi piattaforma + costi email inviate.
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** incremento di contatti, visite al sito e vendite; promozione del brand o di un prodotto; comunicazione di eventi, promozioni.
- **Tecniche web applicabili:** -

Tipologie di iscrizioni ad una newsletter:

- **Opt-in:** semplice inserimento di email senza richiesta permesso
- **Double opt-in:** richiesta conferma per email prima di iscrizione (**CONSIGLIATO**)

Newsletter efficaci

- **Peso:** circa 50 KB e comunque mai superare 100 KB
- **Formato layout:** 600x600 pixel (l'ideale è 560) in una tabella (no DIV)
- **Contenuto HTML:** non lettere accentate ma apostrofi; non mappa di immagini (area shape); non testo dello stesso colore dello sfondo; no popup; HTML sintatticamente corretto; font di valore assoluto (size="2") e non relativo (size="+1"); colori in formato esadecimale e non con stringhe; evitare caratteri e simboli speciali (€, <, >, ..., ecc...); usare il tag title nelle immagini e nei link; preferire il tag
 al <p> per una questione di spazi; background bianco (o importato in tabella 100%x100% e non nel body); eliminare tag superflui (<html>, <meta>, <title>, <script>, ecc); usare link brevi; inserire dichiarazione DocType; celle della tabella a larghezza fissa;
- **Oggetto email:** breve, diretto e possibilmente col nome della persona
- **Contenuto:** coerente con il profilo della persona e dell'oggetto dell'email
- **Quando inviarle:** martedì e giovedì (sabato e domenica se effettuate tramite newsletter informative di terzi)
- **Test da effettuare:** link funzionanti, antispam (usa Mailing Spam Check)
- **Obblighi:** link per cancellarsi e le modalità del trattamento dati

Stimare i risultati

Quali saranno i tassi di apertura delle email inviate?

	B2B	B2C	Liste segmentate
CTR	5% - 15%	2% - 12%	10% - 20%
Conversione	1% - 4%		

Approfondimenti su: <http://blog.tagliaerbe.com/2010/10/email-marketing.html>

Piattaforme gratuite per Newsletter

	Importazione email	HTML+ Solo testo	Numero MAX iscritti	Limite di invii	Form d'iscrizione embeddabile	Statistiche	Template grafici predefiniti
Mailchimp	sì	sì	500	3.000/mese	sì	sì	sì
Contacpro	sì	sì	100	illimitati	sì	sì	sì
Bravenet Mailing list Manager	sì	sì	500	1/giorno	sì	sì	sì
Comm100 Newsletter	sì	sì	illimitati	illimitati	sì	sì	sì
Yourmailinglist Provider	sì	sì	1.000	1/giorno	no	no	sì

Tratto da “**Il tuo successo in un messaggio**”, Robin Good, “Go! Onlin Internet Magazine”, n. 154, ottobre 2010, pagg.48-50

Forum

- **Descrizione:** sezione di un sito o un vero e proprio intero sito web suddiviso in aree tematiche. Ogni iscritto può creare una nuova discussione (thread) alla quale gli altri possono replicare con dei messaggi (post). E' uno strumento asincrono poiché i post vengono pubblicati in momenti differenti dai thread, quindi NON in tempo reale.
- **Requisiti tecnici richiesti:** sito web oppure dominio e server con relativi software
- **Strumenti coinvolti:** testi, email, banner, video, RSS ed annunci
- **Software necessari:** CMS (SnizForum) o servizi di terzi (ForumFree.it)
- **Figure professionali coinvolte:** web-content, webmaster, Moderatore (e... un troll?*)
- **Tempi di sviluppo:** circa 2 settimane
- **Stime di costo:** anche gratuito.
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** monitoraggio temi; *customer satisfaction*; assistenza clienti; creazione di una community; promozione del brand; acquisizione di indirizzi email; profilazione utenti; ricezione di opinioni e pareri sui prodotti/servizi; ecc...
- **Tecniche web applicabili:** ottimizzazione SEO, link popularity, acquisto/scambio link, linkbuilding, article marketing, web viral marketing, campagne banner

Riflessioni su: <http://blog.tagliaerbe.com/2010/12/commenti-negativi.html>

Chat

- **Descrizione:** luogo virtuale in cui un gruppo di persone si scambia messaggi in tempo reale. E' uno strumento sincrono.
- **Requisiti tecnici richiesti:** utenti registrati
- **Strumenti coinvolti:** testi
- **Software necessari:** nessuno (es: Facebook) o software per chattare (mIRC, ecc...)
- **Figure professionali coinvolte:** Moderatore
- **Tempi di sviluppo:** circa 1 giorno
- **Stime di costo:** anche gratuito.
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** monitoraggio temi; *customer satisfaction*; assistenza clienti; interazione con altri membri; creazione di una community; promozione del brand; ricezione di opinioni e pareri sui prodotti/servizi;
- **Tecniche web applicabili:** buz marketing

Directory

- **Descrizione:** sito web che raccoglie e raggruppa aziende e rispettivi siti web per categorie. E' uno strumento sincrono.
- **Requisiti tecnici richiesti:** sito web
- **Strumenti coinvolti:** -
- **Software necessari:** nessuno
- **Figure professionali coinvolte:** qualsiasi
- **Tempi di approvazione:** variabile dalla directory
- **Stime di costo:** anche gratuito (Dmoz, PagineMail, Azinet, <http://it.dir.yahoo.com>, <http://directory-italia.blogspot.com>, ecc...).
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** incremento di visite e contatti;
- **Tecniche web applicabili:** link building

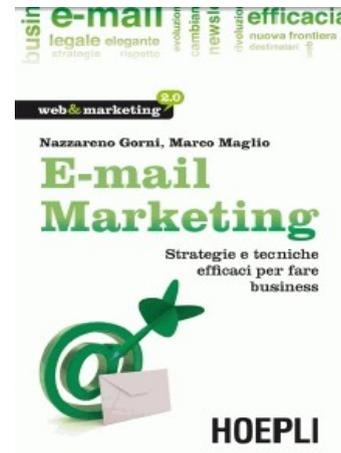
Blog

- **Descrizione:** sito web strutturato come “diario”. L'autore scrive dei testi (post) che possono essere liberamente commentati da altri navigatori in forma quasi anonima.
- **Requisiti tecnici richiesti:** nessuno o sito web + dominio (se il blog lo si vuole sul proprio server).
- **Strumenti coinvolti:** testi, banner, video, RSS ed annunci
- **Software necessari:** nessuno
- **Figure professionali coinvolte:** web content
- **Tempi di realizzazione:** a partire da 1 giorno
- **Stime di costo:** anche gratuito (WordPress, Bloglo, Blogspot, Splinder).
- **Obiettivi che possono essere raggiunti:** monitoraggio temi; assistenza clienti; creazione di una community; promozione del brand; ricezione di opinioni e pareri sui prodotti/servizi;
- **Tecniche web applicabili:** ottimizzazione SEO, link building, scambio/acquisto link, article marketing, campagne banner, affiliazioni, buz marketing, web viral marketing, promotion marketing online

Bibliografia



- **Web Marketing.** A. Ferrandina, Edizioni FAG Milano, 2007



- **Email Marketing.** Gorni e Maglio – Hoepli, 2009



- **Universo Pubblicità.** E. Gandini, Kappa, 2008