

**DIGITAL** KIT

— di —  
**REGISTRO** . 

**COME FARSI PUBBLICITÀ ONLINE**

\*

# INDICE

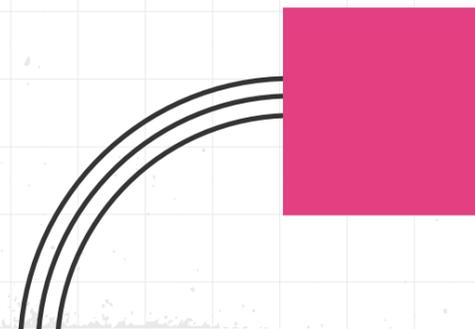
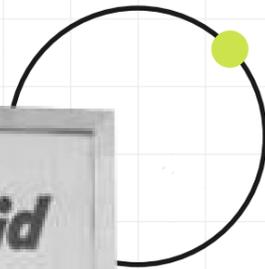
- pag. **3** **INTRODUZIONE**
- pag. **5** **PERCHÉ È IMPORTANTE?**
- pag. **9** **IL SITO WEB**
- pag. **17** **ALTRI STRUMENTI**
- pag. **21** **GLOSSARIO**
- pag. **22** **BIBLIOTECA**



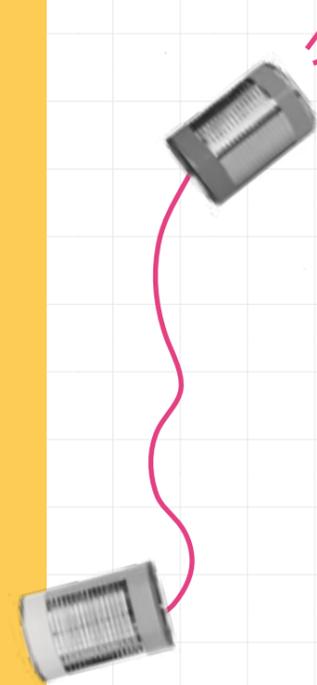


# INTRODUZIONE

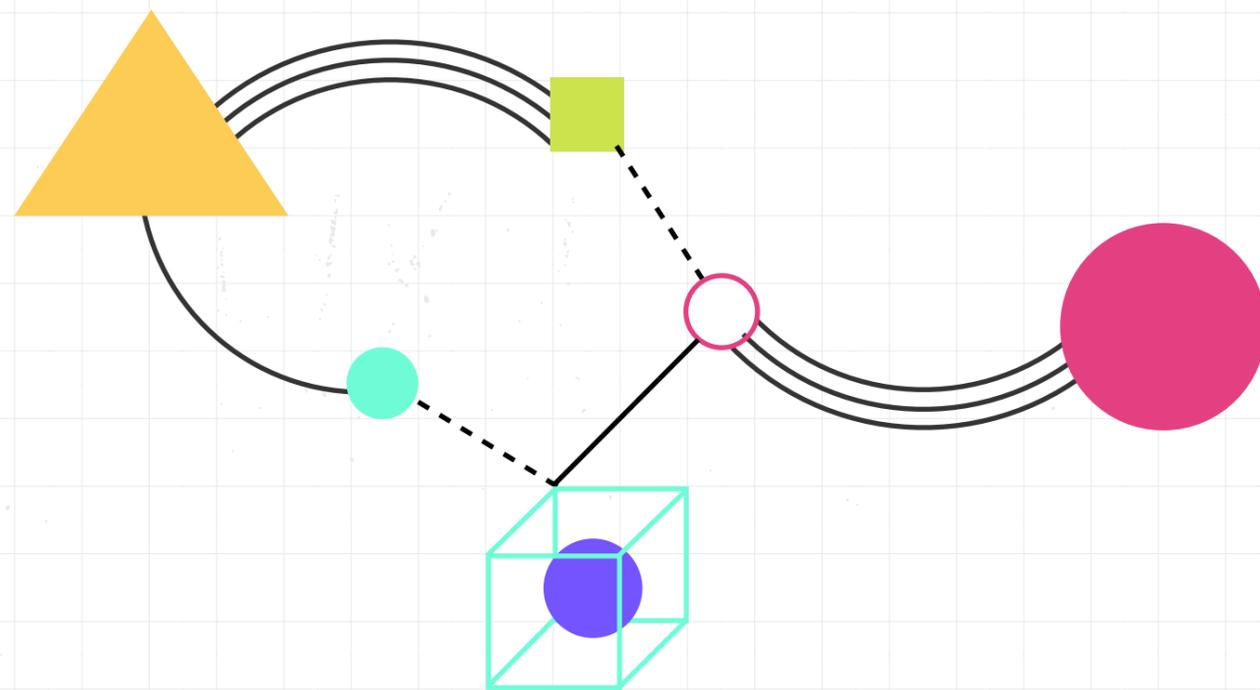
2



Internet ha cambiato in maniera radicale il nostro modo di comunicare, offrendoci nuovi canali e nuovi mezzi con cui raggiungere il nostro pubblico.



Ciononostante, avvicinarsi a questo mondo può sembrare ostico agli inizi, considerato il numero di strumenti digitali disponibili e le loro molteplici modalità di utilizzo.



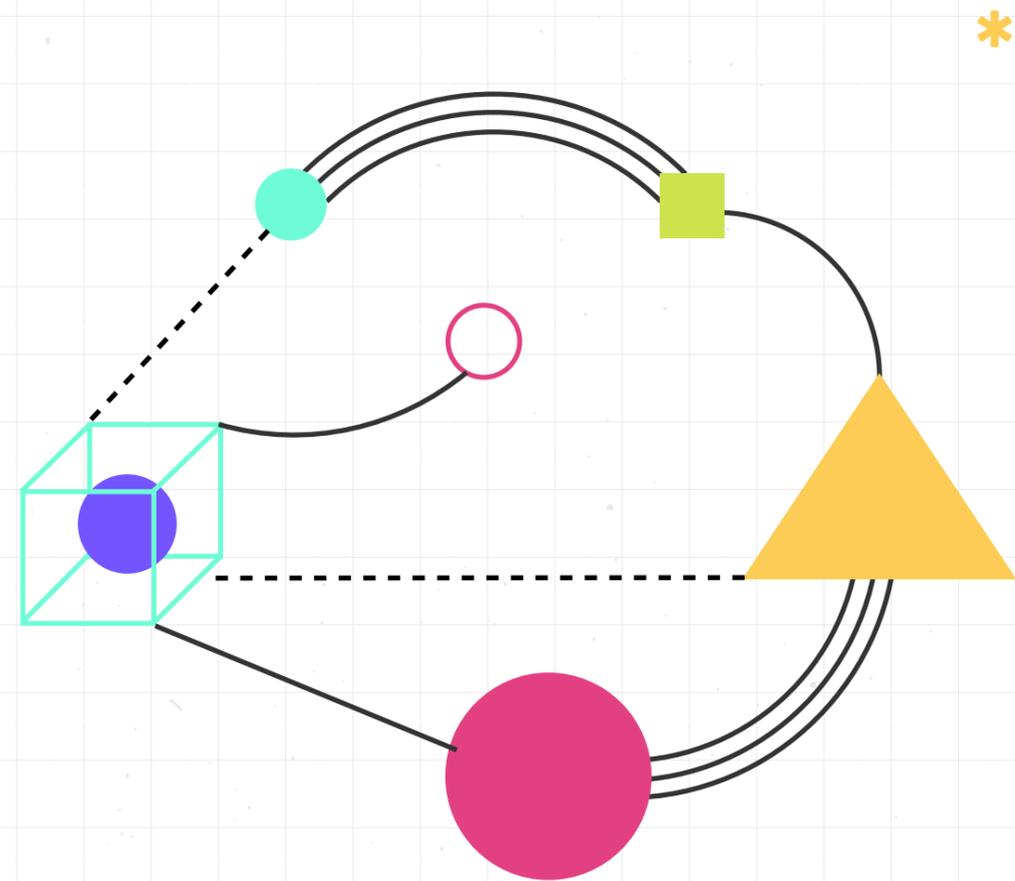
**È PERÒ IMPORTANTE RICORDARE CHE, ALL'OGGI, OGNI TIPOLOGIA DI BUSINESS TRAE BENEFICIO DA UNA SOLIDA PRESENZA IN RETE, AUMENTANDO LE SUE CHANCE DI SUCCESSO.**



PERCHÉ  
È IMPORTANTE ?



► **Il web** è una gigantesca città aperta 24 ore su 24, tutto l'anno. Miliardi di persone la visitano ogni giorno, e vengono raggiunte da centinaia di migliaia di attività come la tua.



# INTERNET

## IN NUMERI



**MONDO**

VS



**ITALIA**

4.021 miliardi  
di utilizzatori (53%).

3.196 miliardi  
di utenti social (42%).

43.31 milioni  
di utilizzatori (73%).

34 milioni  
di utenti social (53%).

6h di media giornaliera  
passate in rete.

Numeri alla mano, investire un po' di soldi e di tempo nella comunicazione su internet ha dei vantaggi evidenti, di cui tutti – PMI, liberi professionisti, grandi aziende – possono beneficiare.





# IL SITO WEB

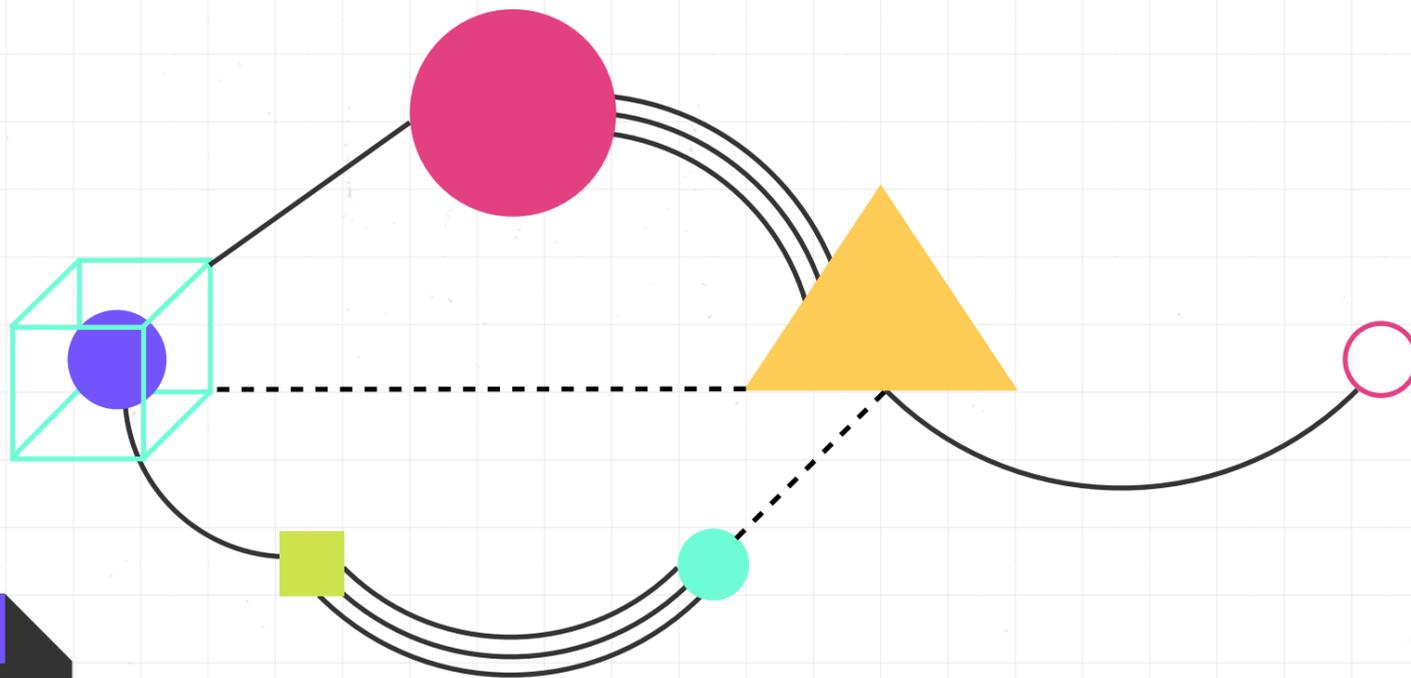
“



In quel dedalo di strade che è Internet, il sito web personale è un rifugio sicuro, una casa di proprietà che ci rappresenta e ci identifica, aiutandoci a farci conoscere e riconoscere.



SPESSO SI CREDE CHE CREARE E GESTIRE UN SITO WEB SIA QUALCOSA DI MOLTO COMPLICATO – ED È VERO PER SITI CHE RICHIEDONO UN DETERMINATO LIVELLO DI PROFONDITÀ E COMPLESSITÀ – MA È POSSIBILE INIZIARE A **MUOVERE I PRIMI PASSI IN RETE IN MANIERA AUTONOMA** CON QUALCOSA DI STANDARDIZZATO.



# COME INIZIARE

## CONSIGLIO N°1:

### SCEGLI UN NOME E UN DOMINIO CHE TI RAPPRESENTINO

LA TUA AZIENDA È ITALIANA? ALLORA IL **DOMINIO .IT** È QUELLO CHE FA PER TE. REGISTRALO CON UN NOME CHE TI RISPECCHI - AD ESEMPIO SUPERPIZZADIMARIO.IT - E SEI QUASI A METÀ DELL'OPERA.

## CONSIGLIO N°2:

### TROVA IL SERVIZIO DI HOSTING GIUSTO PER TE

L'AZIENDA CHE HA REGISTRATO PER TE IL NOME A DOMINIO PUÒ FORNIRTI ANCHE LO SPAZIO FISICO SU CUI CARICARE IL TUO SITO. IN CASO CONTRARIO, CI SONO TANTISSIMI SERVIZI DI HOSTING DAI PREZZI COMPETITIVI A CUI PUOI RIVOLGERTI.



### **CONSIGLIO N°3: SCEGLI IL CMS CHE TI SERVE**

ESISTONO TANTISSIMI CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM), PER OGNI ESIGENZA. CE NE SONO DI SEMPLICI, E GRATUITI, O PIÙ COMPLESSI E A PAGAMENTO. RIFLETTI SULLE LE TUE ESIGENZE E SCEGLI LA SOLUZIONE MIGLIORE. AD ESEMPIO DANDO UN'OCCHIATA AL SITO DI GIORGIO TAVE, CHE NE ELENCA MOLTISSIMI: [HTTP://LISTE.GIORGIOTAVE.IT/CMS/](http://liste.giorgiotave.it/cms/)

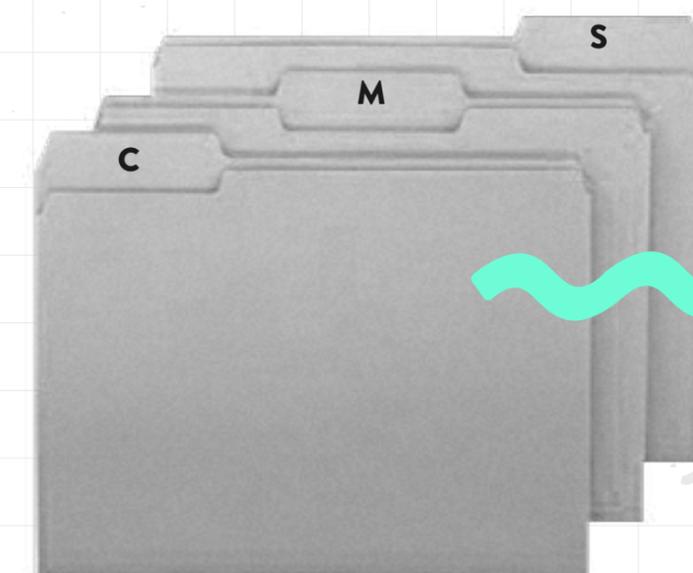
### **CONSIGLIO N°4: AGGIORNA I CONTENUTI IN MODO SEMPLICE**

IL SISTEMA CMS È QUELLO SU CUI POGGIA LA STRAGRANDE MAGGIORANZA DEI SITI WEB, E PER OTTIME RAGIONI! PERMETTE DI MODIFICARE TANTISSIMI ASPETTI DEL SITO, DI AGGIUNGERE, TOGLIERE E CAMBIARE CONTENUTI.

#

O

\*



&lt;

# COME CONTINUARE

## FASE 1:

### CREA UNA PAGINA DI LANCIO

È UNA PAGINA MOLTO SEMPLICE IN CUI INSERIRE LE INFORMAZIONI PIÙ IMPORTANTI SU DI TE O LA TUA ATTIVITÀ.

#### Serve a:

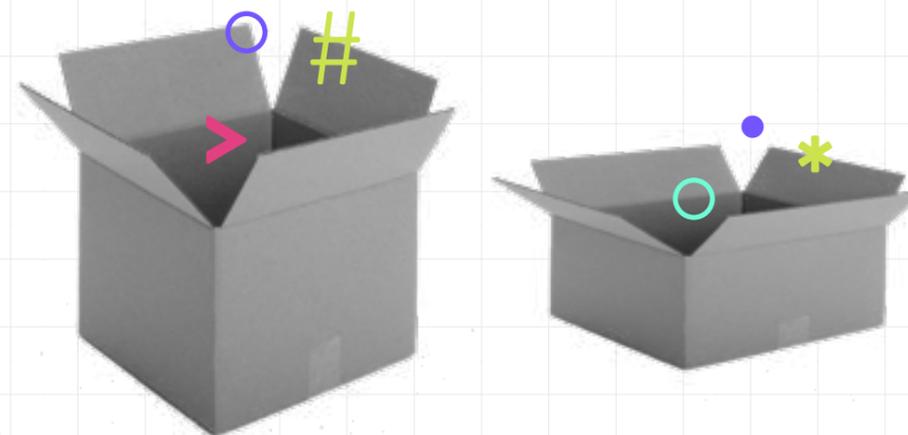
- > Farti conoscere e generare traffico.
- > Ottenere contatti.
- > Ricevere feedback e commenti.
- > Capire se sei interessante.
- > Prendere tempo finché non hai definito la struttura del sito del sito principale.

\*

## FASE 2:

### SCEGLI CHE SITO VUOI

CON IL TERMINE "SITO" SI INTENDE UN CONTENITORE CHE PUÒ AVERE MOLTEPLICI FORME, AD ESEMPIO UN BLOG PERSONALE, UNA PAGINA DI PRESENTAZIONE, UN E-COMMERCE O UN MIX DI DEI PRECEDENTI.





(page change)

this old



I don't know what's right.



PS:

Get one

### FASE 3:

## CREA I CONTENUTI

UN SITO BELLISSIMO MA PRIVO DI CONTENUTI ALLONTANA L'UTENTE A VELOCITÀ DA RECORD. È IMPORTANTE DEDICARE DEL TEMPO ANCHE A CIÒ CHE VI CARICHERAI DENTRO – TESTI, FOTO, VIDEO, ECC. – PER RACCONTARE NEL MODO GIUSTO TE, IL TUO BUSINESS O LA TUA AZIENDA. PUBBLICA SPESSO NUOVI CONTENUTI: SARÀ PIÙ FACILE TROVARTI SUI MOTORI DI RICERCA E INTERESSARSI A CIÒ CHE FAI.

13

### FASE 4:

## ALLARGA IL TUO PUBBLICO

HAI CREATO IL TUO SITO, ED È BELLISSIMO. MA ORA COME SI FA A PROMUOVERLO E RAGGIUNGERE PIÙ PERSONE POSSIBILI?

IN RETE ESISTONO TANTISSIMI METODI, CHE SI POSSONO RACCOGLIERE IN TRE MACRO CATEGORIE:



CAPITOLO 2

## PAID

A questa categoria appartengono tutti gli strumenti di promozione a pagamento, come Google Adwords, le sponsorizzazioni Facebook o Instagram, i banner su altri siti ecc.

## OWNED

Fanno parte di questa categoria tutti i nostri presìdi: il sito della nostra attività, i canali social aperti, la nostra newsletter.

## EARNED

Categoria particolare, in parte assimilabile al “passaparola”: rientrano in questo contenitore tutti i contributi “guadagnati”, ovvero realizzati da altri utenti ma che ci riguardano direttamente, come le recensioni, i like, i commenti ecc.

## PRO

Sono misurabili e targettizzabili.

Si possono raggiungere diverse tipologie di target, allargando organicamente il nostro bacino di utenti.

Queste azioni spontanee sono in grado di influenzare altri utenti in modo organico.

## CONTRO

Se non vengono inseriti in un piano di comunicazione strutturato, questi investimenti rischiano di non dare un ritorno effettivo.

Senza una strategia, si rischia di frammentare troppo la propria comunicazione.

Le recensioni o risposte negative da parte dell'utenza vanno gestite in maniera controllata.

UN EQUILIBRIO DI QUESTE  
TRE CATEGORIE È L'IDEALE  
PER RIUSCIRE A STRUTTURARE  
UNA STRATEGIA DI  
COMUNICAZIONE \*  
EFFICACE E IN GRADO  
DI FARCI RAGGIUNGERE  
GLI OBIETTIVI PREFISSATI.

## HOT TIP

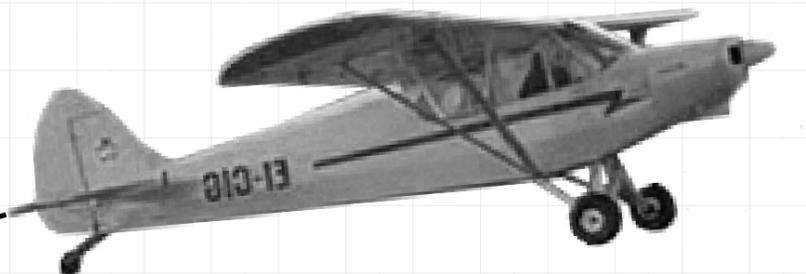


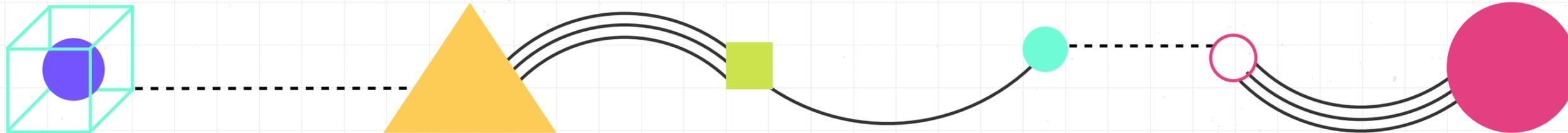
PRIMA DI PIANIFICARE  
UNA STRATEGIA DI  
COMUNICAZIONE  
CHIEDITI SEMPRE:

- ? **QUANTO POSSO SPENDERE?**
- ? **QUALI SONO I MIEI OBIETTIVI DI  
COMUNICAZIONE?**



# ALTRI STRU- MENTI





Un sito personale è la base principale su cui far ruotare la comunicazione del nostro brand o dei nostri servizi. Ma facciamo una panoramica sugli altri strumenti che ci fornisce la rete, e che dovremmo almeno conoscere per migliorare la nostra presenza online.

## **PUBBLICITÀ SUI MOTORI DI RICERCA** \*

Oltre che per farti conoscere e riconoscere, è uno degli strumenti a pagamento più utili per migliorare la posizione del tuo sito. Solitamente si basa su un sistema PPC (Pay per click). È uno strumento molto versatile e aiuta ad ottenere più traffico sul sito e maggiori conversioni.

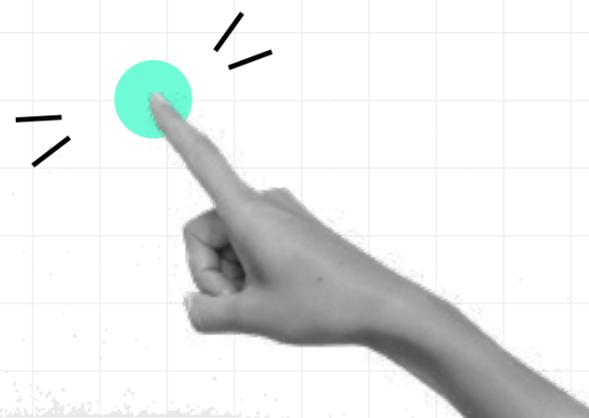
**17**

\*

GOOGLE ADWORDS

## **PUBBLICITÀ SUI SOCIAL NETWORK**

Non è solo una questione di numeri: la pubblicità sui social network funziona perché permette di segmentare il proprio pubblico, creando comunicazioni personalizzate in base a chi si vuole raggiungere.



**CAPITOLO 3**

## PUBBLICITÀ SUI BLOG

È una forma di pubblicità indiretta, simile a un pubbliredazionale. Dopo aver identificato il blog/magazine leader del tuo settore, inizia una collaborazione per la creazione di contenuti promozionali.

## PUBBLICITÀ VIDEO

Re dei re della pubblicità online, ad oggi i video sono i contenuti più visualizzati sul web. Sono quindi uno strumento necessario per farsi conoscere e promuovere il proprio business, anche grazie alla loro estrema versatilità. In girato o in animazione, smaccatamente pubblicitari o velati da un buon storytelling, i video possono ospitare banner e altri strumenti promozionali per spingere i propri prodotti o servizi. L'importante è raccontare qualcosa interessi l'utente finale.

## PUBBLICITÀ SUI CELLULARI

Non parliamo di SMS marketing (tutta un'altra storia) ma di quei contenuti promozionali e pubblicitari studiati per una fluida fruizione su mobile. Possono essere pubblicità sui social network, banner, adwords ecc..

## E-MAIL MARKETING

Croce e delizia di tanti utenti della rete, le email sono una delle forme di comunicazione più utilizzate su internet (una media di 229 miliardi di e-mail al giorno nel 2017!). Pubblicizzare il tuo prodotto o servizio su una mail non deve limitarsi a parlare di un'offerta, ma raccontare te e il tuo brand, dando all'utente contenuti di valore che lo coinvolgano.



## BANNER

Una delle prime forme di pubblicità sviluppatesi in rete, i banner ci seguono ovunque. Sebbene il mercato sia saturo, è possibile riuscire a essere efficaci studiando attentamente il formato e il loro posizionamento.

## POP-UP

Amati e odiati in egual maniera, i pop-up permettono di far fare all'utente finale delle azioni in più (ad esempio registrarsi a una newsletter) ma spesso sono invasivi e non danno alcun beneficio immediato quando si interagisce con essi. Per questo è importante gestirli con particolare attenzione, fornendo all'utente un motivo per compiere l'azione che desideriamo.

## REMARKETING

Una forma particolare e molto efficace di promozione pubblicitaria, una specie di riciclo personalizzato: si tratta di tutte quelle attività indirizzate a utenti che hanno già visitato i tuoi presidi ma da cui non hai ottenuto conversioni. L'intento è quello di ottenere qualcosa dall'utente, coinvolgendolo con messaggi e offerte dedicate.

\*

#

○

“



# GLOSSARIO

## TARGETTIZZARE

Dall'inglese "to target" è un termine tutto pubblicitario che intende tutte quelle azioni che permettono di segmentare il proprio pubblico, indirizzando e calibrando il proprio messaggio nella maniera più efficace per coinvolgere e raggiungere il target prefissato.

## ADWORDS

È un servizio di online advertising che permette di inserire comunicazioni pubblicitarie all'interno delle pagine di ricerca di Google. Vengono selezionati da un algoritmo, e solitamente si presentano – fino a gruppi di quattro – sopra o sotto i risultati di ricerca non a pagamento.

## DNS

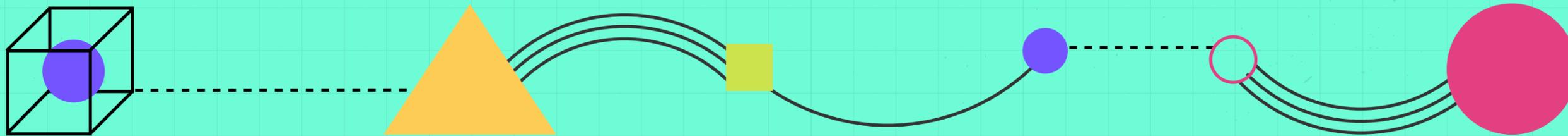
Il sistema di nomi a dominio (Domain Name System) è un sistema di indirizzamento che traduce nomi simbolici – ad esempio [www.superpizzadimario.it](http://www.superpizzadimario.it) – in corrispondenti indirizzi IP completamente numerici – e viceversa –, facilitando la navigazione in rete degli utenti.

## CMS

È un software che, installato su un server web, facilita la gestione dei contenuti di un sito, svincolando il gestore dello stesso da specifiche competenze e conoscenze tecniche di programmazione. Ce ne sono di diversi tipi che rispondono a diverse esigenze, uno dei più famosi e diffusi – e facili da usare – è Wordpress.

## PPC

Il pay per click è una modalità di acquisto e pagamento di pubblicità online: ogni volta che un utente clicca sull'annuncio pubblicitario l'inserzionista deve pagare. È utile in quanto misurabile e conviene poiché si pagano solo le effettive interazioni.



## COMUNICARE ONLINE



**CONSIGLI DIGITALI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI**

A CURA DI

**Registroit**  
L'ANAGRAFE DEI DOMINI .IT

