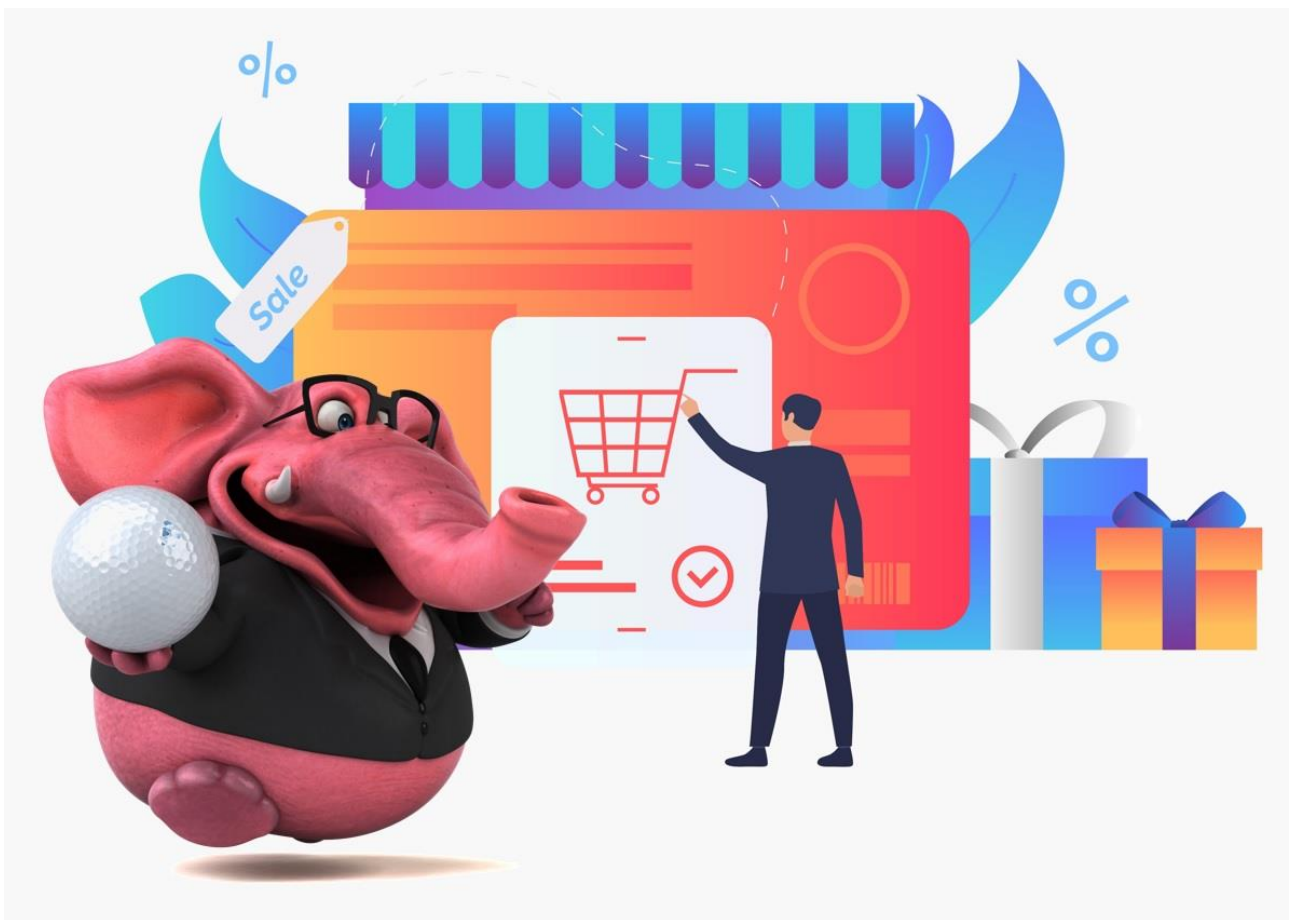


ESEMPIO PIANO DIGITAL MARKETING

LA "MINI GUIDA" PER TUA STRATEGIA DIGITALE



Esempio "Swiing.com"

Ecommerce articoli da golf

PIANO DIGITAL MARKETING: "SWIIING.COM":

In questa mini guida PDF descriviamo le 11 fasi principali di un Piano di Digital Marketing prendendo come esempio un'azienda immaginaria di e-commerce che vende articoli da golf: la "Swiiing.com".

A cosa serve un Piano di Marketing Digitale?

Il Piano Digital Marketing è il documento necessario per studiare e implementare la tua [strategia di marketing online](#); perchè è importante? Perchè senza la redazione di questo documento è sconsigliato "avventurarsi" nell'apertura di qualsiasi impresa online.

Quali sono i vantaggi di un Piano di Marketing online?

- **Approfondita conoscenza del mercato** e dei clienti potenziali: attraverso l'analisi dell'ambiente competitivo.
- **Allineamento degli obiettivi aziendali**: tutte le funzioni aziendali "remano" verso lo stesso obiettivo.
- **Miglioramento della comunicazione interna**: tutti i collaboratori aziendali utilizzano il documento come guida per coordinare il proprio operato.
- **Efficiente utilizzo delle risorse aziendali**: riduzione dei costi, con risparmio nell'assunzione di ulteriori collaboratori.
- **Corretta progettazione, realizzazione e gestione del sito ecommerce**.
- **Miglioramento della comunicazione con il cliente**: soprattutto nel caso delle "agenzie digital", questo documento rende più rapida ed efficiente la comunicazione tra cliente finale e agenzia.

FASE 1: LA BUSINESS IDEA:

La tua business idea è creare e promuovere sul web un' azienda di e-commerce rivenditrice dei principali articoli da golf: *mazze da golf, scarpe da golf, abbigliamento, guanti, palline da golf, sacche da golf, accessori, ecc ...*

La peculiarità della tua Impresa (la tua "value proposition") risiede nel fatto che il cliente, all'interno del sito, può creare il suo articolo da golf personalizzato.

Sul tuo ecommerce, infatti, grazie a un'interfaccia semplice e intuitiva, è possibile **customizzare e ordinare un articolo da golf in diverse varianti: caratteristiche, colore, prezzo, ecc ...**

LA STRATEGIA - FASE 2: ANALISI AMBIENTE COMPETITIVO

Analisi dei concorrenti principali, del target, [analisi S.W.O.T.](#).

Es: analisi dei principali siti online che vendono articoli da golf (siti e-commerce venditori diretti e noti [marketplace](#) – Amazon/eBay), analisi della situazione attuale in funzione della crisi sanitaria-economica.

Google search results for "mazze da golf vendita online". The search bar shows the query and the number of results (883.000) and time taken (0,61 secondi). The results are listed below, with red arrows pointing to the first four entries:

- [www.onlinegolf.it](#) > mazze ▾
Mazze da golf online | Mazze da golf in vendita | Prezzi ...
OnlineGolf propone un'ampia scelta di **mazze da golf** a basso costo. **Compra** ora con invio gratis da 50€.
Set di ferri · Mazze da donna · Mazze Da Golf Mancine · Mazze junior
- [www.onlinegolf.it](#) ▾
Online Golf: Mazze, Abbigliamento, Attrezzature da Golf al ...
Compra mazze da golf, abbigliamento e attrezzature da golf delle principali marche incluse Nike, Callaway, Titleist, TaylorMade a prezzi imbattibili!
Mazze da Golf · Set di ferri · Mazze Da Golf Mancine · Mazze da donna
- [www.ebay.it](#) > ... > Mazze da golf ▾
Mazze da golf | Acquisti Online su eBay
Mazze da golf. Compra per Adatto a.
- [www.decathlon.it](#) > Tutti gli sport > Golf
Mazze da golf Inesis, Callaway, Taylormade | DECATHLON
Acquista **online** la nostra selezione di **Mazze da golf** nel tuo negozio di articoli sportivi Decathlon. Scopri tutta la gamma di abbigliamento sportivo e attrezzatura ...
★★★★★ Valutazione: 4,4 · 872 recensioni
- [www.golfus.it](#) ▾
Golfus - Tutto il golf a casa tua! Acquista palle da golf, guanti ...
I #1 in Europa per la **vendita** di attrezzatura **da golf!** Nei nostri negozi Megastore in Italia: Milano, Torino, Venezia, Verona, Roma Francia: Paris, Bordeaux, ...
Ferri · Nike Golf · BRAX GOLF · Golf buddy
- [www.amazon.it](#) > Mazze-Golf ▾
Mazze da Golf: Sport e tempo libero: Ferri, Putter ... - Amazon.it
SPEDIZIONE RAPIDA ILLIMITATA per clienti Prime | **Compra ora Mazze da Golf** a basso

LA STRATEGIA - FASE 3: INDIVIDUAZIONE OBIETTIVI

valutazione degli obiettivi generali della tua impresa:

- espansione in un nuovo mercato.
- Incremento della consapevolezza del marchio.
- Lancio un nuovo prodotto o servizio.
- Migliorare il ritorno sull'investimento (ROI).
- Incremento margine e/o fatturato.
- Ottimizzazione canali di conversione.
- Incremento nuovi clienti.
- Miglioramento customer retention.
- Aumento delle vendite.

Consiglio: per l'individuazione dei tuoi obiettivi, fai riferimento all'acronimo "SMART":

- **Specific** (specifici): fissa obiettivi dettagliati e concreti (cosa, chi, dove, quando, come e perché).
- **Misurabile** (misurabili): individua chiari KPI che utilizzerai per misurare il raggiungimento dei tuoi obiettivi.
- **Acheavable** (raggiungibili): definisci obiettivi sfidanti, ma che siano raggiungibili!
- **Realistic** (realistici): che tengano conto delle risorse che hai a disposizione.
- **Time line** (limitati nel tempo): dai una scadenza specifica per il raggiungimento degli obiettivi che ti sei prefissato.

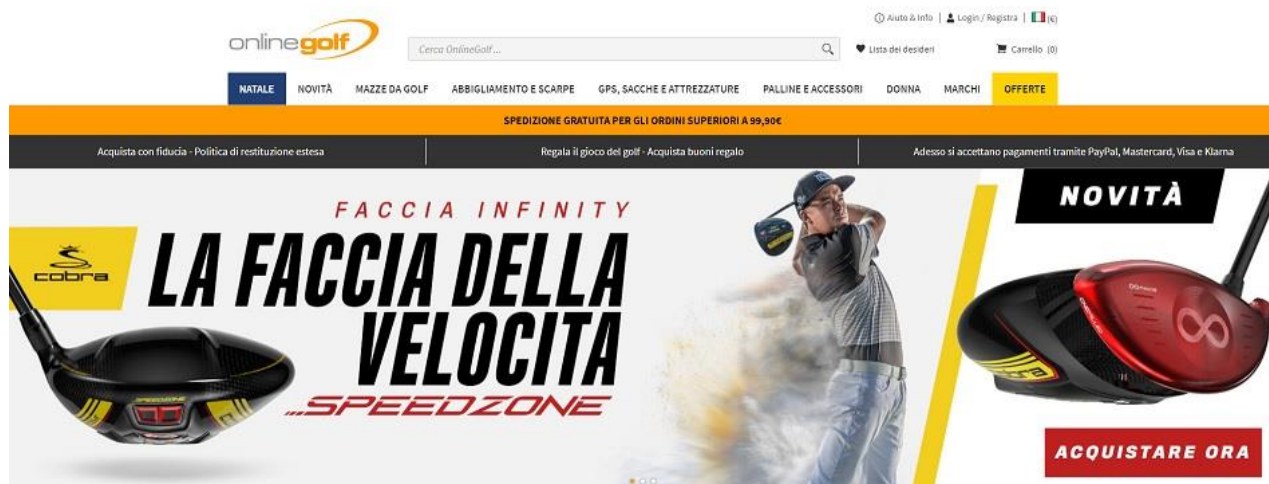
LA STRATEGIA - FASE 4: STRATEGIA DIGITAL

Delinea la strategia digitale che devi seguire per raggiungere gli obiettivi aziendali.

Es: realizzazione di un sito e-commerce con la "Mission" di co-creare (customizzare) insieme al cliente gran parte degli articoli proposti.

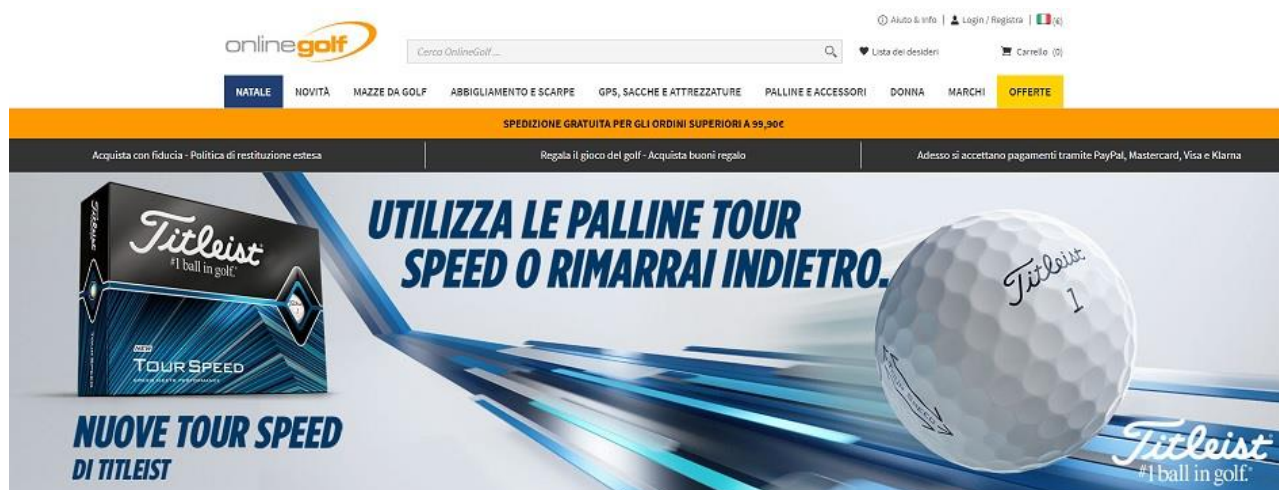
Come anticipato, in base al nostro "case study", ti rendi conto che nel settore della vendita online di articoli da golf, non ci sono proposte di concorrenti simili alla tua, che propongono la vendita di articoli da golf personalizzati.

Dunque, decidi di puntare su un'offerta che offra un'ampia gamma di articoli da golf personalizzabili, con particolare riguardo alla macro-categoria: mazze da golf.



Successivamente, in aggiunta a queste referenze "centrali" decidi anche di proporre:

- Palline da golf: in risposta al bisogno di "routine" dei tuoi clienti (oggetti che si perdono frequentemente e che devono essere ordinati spesso).
- Scarpe da golf personalizzate: per soddisfare l'esigenza di stagionalità tipica delle scarpe (che possono essere customizzate in base all'esigenza del cliente).
- "Tee" colorati (i sostegni per poggiare la pallina): per stimolare l'acquisto "d'impulso" dell'acquirente e per migliorare la marginalità nelle vendite.



In funzione delle categorie di articoli elencati, focalizzi con maggiore precisione i tuoi obiettivi di marketing:

- Le categorie dei prodotti “di punta” (mazze da golf) sono **funzionali a creare traffico sul tuo sito**.
- I prodotti di “routine” (palline) **favoriscono le transazioni** perchè aiutano il cliente nel primo acquisto [“rompendo il ghiaccio”](#).
- I prodotti “occasionali/stagionali” (scarpe) **migliorano l'immagine del rivenditore** (del tuo sito).
- I prodotti “d'impulso” **generano marginalità**, perché il cliente li acquista d'“istinto”, senza valutare il prezzo.

SITO ECOMMERCE

Il sito ecommerce è il “fulcro” della tua strategia digital e devi progettarlo facendo riferimento ai seguenti punti:

- **PRODOTTI**: ne abbiamo discusso in precedenza (*prodotti di punta, prodotti di routine, prodotti occasionali, prodotti d'impulso*).
- **SERVIZIO**: il servizio di un sito ecommerce comprende la comunicazione efficace di tutte le informazioni che possono fare la differenza durante la navigazione.

Es: “order tracking”: per abbattere l'ansia del nostro cliente, è importante comunicare il tracciamento dell'ordine, informandolo sulla costante evoluzione del tracking.

Es: “customer service”: la presenza (quando è indispensabile) di un operatore che possa aiutare il cliente nella soluzione degli imprevisti più importanti.

- **LOGISTICA**: nell'ecommerce, la logistica ha una funzione strategica!

L'“ultimo miglio” è quello veramente importante per il cliente; la consegna deve essere impeccabile (importanza nella scelta dei vettori e degli imballaggi). Per la valutazione della “logistica”, puoi far riferimento a 2 modelli principali:

"Logistica tradizionale": il cliente fa un ordine sul tuo sito (tu hai già acquistato in precedenza diversi pezzi di "quel" determinato prodotto), tu contatti l'azienda produttrice/distributrice per effettuare la spedizione al cliente.

In questo caso devi immobilizzare del denaro per organizzare il tuo magazzino poiché acquisti in anticipo gli articoli che venderai sul tuo ecommerce.

"Dropshipping": il cliente fa un ordine sul tuo sito, tu acquisti quel prodotto da una determinata azienda (fornitore/distributore) e questa azienda lo spedisce direttamente al cliente finale.

In questo caso non devi investire denaro per organizzare il magazzino (che è in capo all'azienda fornitrice/distributrice), perché i prodotti ordinati a te, dai tuoi clienti, vengono acquistati di volta in volta.

Il modello del Dropshipping è particolarmente indicato per imprese e imprenditori in fase di startup, perché non sono necessari investimenti iniziali in magazzino.

- **TECNOLOGIA**: per la scelta della tua piattaforma ecommerce potrai scegliere tra soluzioni "open source" o proprietarie.

I 4 principali CMS proposti dal mercato per implementare siti di commercio elettronico sono:

- [WooCommerce – plugin WordPress](#) (open source)
- [Magento](#) (open source)
- [Shopify](#) (proprietario)
- [Prestashop](#) (open source)
- **ESPERIENZA UTENTE**: la valorizzazione dell' esperienza dell'utente è uno degli aspetti principali di una strategia digitale. Gli "ingredienti" più importanti per far sentire a proprio agio il cliente sono:
 - *grafica,*
 - *immagini,*
 - *merchandising (tecniche per descrivere il prodotto),*
 - *recensioni,*

- *suggerimenti di prodotto,*
- *prodotti correlati,*
- *varianti di prodotto,*
- *ricerca su sito,*
- *condivisioni con social network,*
- *storytelling,*
- *ecc ...*

- **LA FIDUCIA:** tieni presente che su 100 visitatori, solo l'1,5% acquista! Dunque, devi lavorare sforzandoti di ascoltare il tuo cliente, in modo che questo possa tornare a visitarti e a comprare!

Alcuni fattori responsabili dello sviluppo della fiducia del tuo cliente:

- *Recensioni*
- [*Protocollo HTTPS*](#)
- *Design: grafica pulita e chiara*
- *Facilità di contattare la tua azienda*

FASE 5: IDENTIFICAZIONE "KPI"

In questa fase devi identificare i "[KPI](#)" – "Key Performance Indicator" che dovranno essere analizzati per misurare le performance del sito (*CPC, CPA, COSTO ER LEAD, fatturato medio primo ordine, customer life time value, ecc ...*).

Considera che, per ogni tipologia di campagna, SEO, SEM, Social Media Marketing, ecc ... devi considerare diverse tipologie di "KPI" (vedi FASE 8 e FASE 9).

FASE 6: IL "BUYER PERSONA"



Definisci il "ritratto" del tuo cliente ideale; se disponi di linee di prodotti per diversi tipi di utenti, potresti dover definire più di BUYER PERSONA.

Per profilare il tuo o i tuoi Buyer Persona deve includere le seguenti informazioni:

- Informazioni demografiche: età, sesso, occupazione, livello di reddito, luogo di residenza ...
- Il comportamento online e lavorativo dell'utente.
- Rapporto attuale dei clienti con il tuo marchio.
- Quali sono le loro aspirazioni e esigenze in relazione al marchio.

Es: uomo, tra i 30 e i 70 anni, professionista/ imprenditore, classe medio alta, cultura medio alta, ecc ...

FASE 7: IL "CONTENT MARKETING"

Durante questa fase rifletti sui contenuti che dovrai proporre alle varie "BUYER PERSONA", in funzione dei singoli "CUSTOMER JOURNEY" (il viaggio del cliente durante il suo processo di acquisto):

- web
- social
- mobile
- influencer mktg
- video mktg

La fase del content marketing è fondamentale perchè concorrerà alla creazione e all'implementazione della strategia SEO/SEM della tua Attività.

Inoltre, durante questa fase, puoi creare un **PIANO EDITORIALE** per calendarizzare la pubblicazione dei tuoi contenuti (articoli e prodotti sul sito web; post sui social media).

FASE 8: CAMPAGNE "SEO" – "SEM"

Questa fase consiste nell'analizzare e nello scegliere le *focus keywords* (parole chiave) riferite alla tua impresa/tuo settore, in funzione dei prodotti che vuoi vendere: mazze da golf, scarpe da golf, abbigliamento, guanti, palline da golf, sacche da golf, accessori, ecc ...

Es: mazze da golf usate, mazze da golf decathlon, mazze da golf oline, mazze da golf marche, mazze da golf prezzi, mazze da golf più costose, mazze da golf callaway, mazze da golf per bambini.

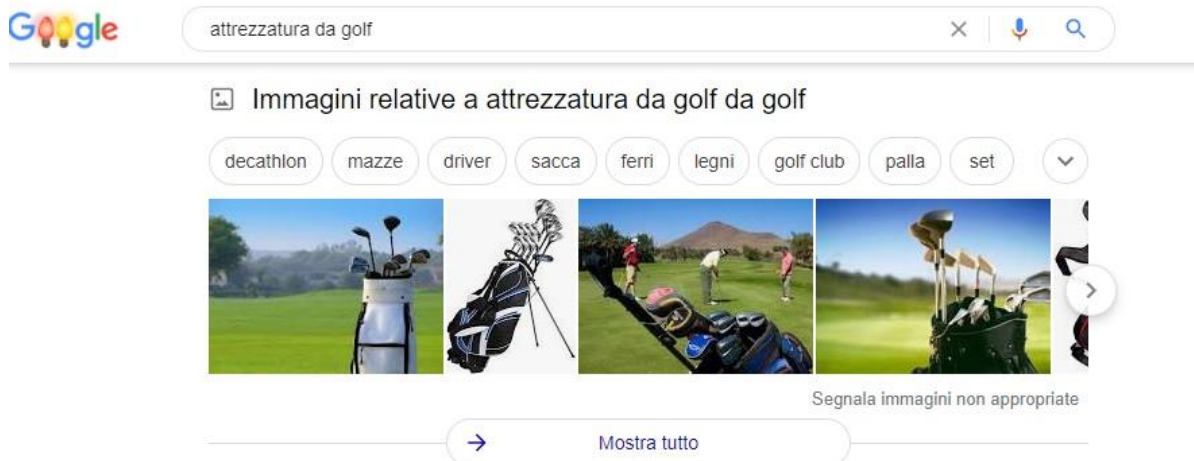
CAMPAGNE SEO – "SEARCH ENGINE OPTIMIZATION": consistono nel realizzare un piano editoriale che consideri la creazione costante di nuovi contenuti, ottimizzandolo pagine, articoli e descrizione dei prodotti con le principali tecniche di posizionamento sui motori di ricerca. Grazie alla **SEO** hai l'opportunità di migliorare il posizionamento "naturale" del tuo business.

Tipologie di KPI SEO da considerare: *miglioramento posizioni nella SERP di Google, numero di visitatori unici, registrazione nuovi utenti, tempo di permanenza sul sito, frequenza di rimbalzo, richieste informazioni, numero di ordini, ecc ...*

CAMPAGNE SEM – “SEARCH ENGINE MARKETING”: mediante le campagne di “keyword advertising” su [Google ADS](#), hai la possibilità di dare ulteriore “spinta” ai tuoi contenuti, realizzando campagne pubblicitarie di 2 tipologie:

[Annunci “di testo”](#) pubblicati sulla rete di ricerca di Google.

Tipologie di KPI da considerare: *CPC (costo per clic), CPCM (costo per clic medio), CTR (clic through rate), ecc ...*



Annuncio · [it.answerroot.com/guarda_questo/torvaianica](#) ▾

Attrezzatura da golf in Torvaianica - Cerca Attrezzatura da golf

Torva informazioni su Answerroot.com per Torvaianica. Qui abbiamo tutto ciò di cui hai bisogno.

Attrezzatura da golf in Torvaianica. Informazioni su Internet. Ricerche correlate. Risultati di qualità. Trova le risposte. Ricerche popolari. Cerca ora.

[Ricerca Avanzata](#) · [Trova Tutto](#) · [Risultati Migliori](#) · [Informazioni Simili](#) · [Ricerca Veloce](#)

Ricerche correlate a attrezzatura da golf da golf

attrezzatura golf usata	attrezzatura golf decathlon
abbigliamento da golf	golf outlet
mazze da golf	golfonline
negozi golf	set mazze da golf

Annunci "display" sulla rete display di Google (banner con immagini e/o video).
Tipologie di KPI da considerare: *impressions* (numero impressioni), *coinvolgimento*, *visualizzazioni di pagina*, *copertura* (n° di visitatori esposti ad un annuncio), *frequenza* (n° medio di volte in cui un visitatore è stato esposto a un annuncio durante un determinato periodo), ecc

The screenshot shows a Google search for "mazze da golf". The search bar contains the text "mazze da golf" and the Google logo is on the left. Below the search bar, there are navigation tabs for "Tutti", "Shopping", "Immagini", "Video", "Notizie", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". The "Shopping" tab is selected. Below the tabs, it says "Circa 2.000.000 risultati (0,68 secondi)".

The main content area is titled "Annunci · Guarda mazze da golf". It displays five shopping ads for golf clubs. Each ad includes an image of the product, a title, a price, the seller's name, and shipping information.

Image	Title	Price	Seller	Shipping
	Set completo di bastoni in...	249,00 €	OnlineGolf IT	Spediz. gratuita
	Mazze da golf da donna Set...	520,00 €	Wish	Da Google
	Set Da Golf Andrews - Gri...	625,00 €	louisvuitton.com	Spediz. gratuita
	Mazze da golf honma s-06...	282,00 €	Wish	Da Google
	PACCHETTO Rife RX2,...	398,90 €	OnlineGolf IT	Spediz. gratuita

Below the ads, there is a snippet from the website www.hdgolf.it with the title "La guida completa per principianti sui tipi di mazze da golf ...". The snippet text reads: "La **mazza da golf** è lo strumento utilizzato per colpire la palla (e fin qui tutto chiaro). Esistono 6 categorie di **mazze da golf**, elenchiamole qui sotto: Driver; Legni da ...".

At the bottom of the snippet, there is a section titled "Le persone hanno chiesto anche" with five expandable questions:

- Quante mazze nella sacca da golf?
- Quali mazze da golf per iniziare?
- Come scegliere il set di mazze da golf?
- Quanto costa un set di mazze da golf?

A "Feedback" link is located at the bottom right of the snippet area.

FASE 9: "SOCIAL MEDIA"

STEP I: La prima fase "SOCIAL MEDIA" si compone di una parte iniziale strategica di ricerca di mercato all'interno dei canali social scelti per il tuo settore o nicchia di riferimento. Una volta identificata la tua business idea grazie alla "fase 1" del tuo Piano Digital Marketing, devi renderla "operativa" e "vincente" anche sui social media, partendo da **una ricerca di mercato all'interno dei canali social di riferimento:**

- **Individua le piattaforme social più adatte** al tuo business (non tutti i canali sono utili alla tua attività o idea!)
- **Competitor Research:** identifica su *facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn* etc.. i tuoi competitor diretti e indiretti
- **Competitor Analysis:** raccogli e analizza gli account di maggior successo nella tua sfera di riferimento

STEP II: Set up e ottimizzazione degli account social in base ai risultati della ricerca strategica online

STEP III: Sviluppo Piano Editoriale per analizzare e valutare i contenuti in base al target e al mercato di riferimento. Analisi dei contenuti dei competitor e pianificazione dei propri contenuti

STEP IV Durante questo step devi **pianificare e monitorare i risultati delle campagne ADS** per la promozione dei tuoi prodotti/servizi sui principali social: *Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter. Etc*

FASE 10: "DIGITAL PUBLIC RELATION"

Durante questa fase devi sviluppare anche i seguenti canali:

- **Influencer marketing:** per identificare, selezionare e sviluppare la collaborazione con i migliori Blogger, Influencer e Opinion Leader online, rilevanti per la tua nicchia, possibilmente con un alto engagement.
- **Guest blogging:** per selezionare i migliori blog online, per promuovere gli articoli del tuo Sito Web con contenuti utili e originali.
- **Riviste online:** contattare delle migliori riviste online per organizzare la campagna pubblicitaria in funzione del tuo budget.

FASE 11: "PROGRAMMI ANALYTICS"

La fase finale, in realtà, è una fase che devi attivare contemporaneamente all'apertura del tuo sito di e-commerce.

Per quale motivo?

Perchè è fondamentale che tu possa **monitorare in tempo reale e in maniera costante le performance del tuo business online**, attraverso la misurazione dei "KPI" che abbiamo descritto in precedenza.

Quali sono i principali programmi di analytics che ti consigliamo?

- [Google Search Console.](#)
- [Google Analytics.](#)

*GRAZIE A TUTTI E
BUON PIANO DIGITAL MARKETING!*



ELEVEN MARKETING DI ELIO CASTELLANA

338 280 2359

elio@11marketing.it

www.11marketing.it