



Eccellenze in digitale

Evento Ufficiale

Made in Italy: Eccellenze in Digitale

5 Ottobre 2015

Melissa Marchi | Katriina Miola - *Digital Strategist*

Camera di Commercio di Livorno



Camera di Commercio
Livorno



Nasce nel 2013 dalla collaborazione di Google e Unioncamere per aiutare le PMI specializzate in prodotti e servizi di eccellenza del Made in Italy a iniziare o rafforzare un percorso di digitalizzazione ad essere più competitive sul mercato globale, attraverso la conoscenza e l'utilizzo del Web.

2013/ Distretti sul Web:

- ✓ 20 Camere di Commercio
- ✓ 20 Borsisti/Digitalizzatori
- ✓ 2400 imprese coinvolte nelle attività e 20% imprese assistite con servizi personalizzati

2014/ – Eccellenze in Digitale:

- ✓ 51 Camere di Commercio
- ✓ 104 Borsisti/Digitalizzatori
- ✓ Oltre 1500 imprese coinvolte in un percorso personalizzato di digitalizzazione



Edizione 2015/16

- ✓ 64 Camere di Commercio
- ✓ 132 Borsisti/digitalizzatori

Provincia di Livorno:

- ✓ 1^a Edizione

Settori scelti dalla CCIAA
per supporto 1:1:

- ✓ Vitivinicolo
- ✓ Vendita Diretta di prodotti agricoli
- ✓ Turismo (Alberghi, Agriturismi, Campeggi, Stabilimenti Balneari, B&B, Ristoranti)



**Ci incontreremo per capire
la storia della tua attività
ed i tuoi obiettivi**



Ti formeremo e ti faremo scoprire le potenzialità del web



Imparerai a capire e gestire gli strumenti digitali



Diventerai un'impresa digitale attiva!

Il supporto del #DigiTeamLivorno

- ✓ Seminari/Workshop gratuiti di formazione sul web | *NB: per tutti gli interessati*
- ✓ Supporto 1:1 in azienda | mercoledì e venerdì | *NB: per i 3 settori indicati dalla CCIAA*
- ✓ Sportello in Camera di Commercio | martedì e giovedì

Come partecipare (*termine prorogato al 31 ottobre 2015*)

- ✓ Leggi l'Avviso Pubblico online e compila la *Manifestazione d'Interesse* su www.li.camcom.gov.it/eccellenze o su livornoindigitale.wordpress.com/partecipa
- ✓ A questo punto sei parte attiva del progetto e sarai contattato da noi #digitalizzatrici
- ✓ Puoi prenotare subito un appuntamento con noi dal nostro sito #Eccedigit @ Livorno nella sezione "*Prenota un appuntamento*"



IL BLOG #DIGITEAMLIVORNO

HOME IL PROGETTO LIVORNO E PROVINCIA IL BLOG CONTATTI PARTECIPA PRENOTA UN APPUNTAMENTO

Il Progetto



PERCHÉ NASCE IL PROGETTO "MADE IN ITALY: ECCELLENZE IN DIGITALE"?



3, 2, 1... pronti al Lancio di Eccellenze in Digitale il 5 Ottobre alla CCIAA di Livorno

21 settembre 2015

Ci siamo! Dopo i primi 3 mesi di attività improntati alla comunicazione e promozione del progetto, e ai primi incontri con le imprese, ecco in arrivo l'evento ufficiale di presentazione di "Made in Italy: Eccellenze in Digitale" per la

provincia di Livorno... [More](#)

HOME IL PROGETTO LIVORNO E PROVINCIA IL BLOG CONTATTI **PARTECIPA**

Partecipa

Sarà selezionato un numero massimo di **50 imprese** che invieranno il modulo di adesione entro e non oltre il **30 settembre 2015**.

Per l'adesione è necessario:

- Leggere attentamente l'**Avviso Pubblico**
- Compilare la **Manifestazione d'Interesse**

Si chiede alle imprese che avranno compilato il modulo di inviare la **fotocopia di un documento di riconoscimento** in corso di validità del titolare/legale rappresentante dell'impresa, ai seguenti indirizzi di posta elettronica:

marchi.li.camcom@eccellenzeindigitale.it | miola.li.camcom@eccellenzeindigitale.it

*Se vuoi ricevere la nostra newsletter, per rimanere sempre aggiornato sulle attività del progetto, **registrati su CiaoImpresa**.*

L'AGENDA

- **10 Luglio 2015** – Presentazione di *Made in Italy: Eccellenze in Digitale* durante la premiazione ISNART Marchio Qualità Ospitalità Italiana. [Trovi qui la presentazione completa](#)
- **Luglio/Agosto 2015** – Campagna informativa del progetto tramite vari canali. Inizio del

Contatti



Melissa Marchi

marchi.li.camcom@eccellenzeindigitale.it

0586. 231279 (Lun-Ven, 9-13)



Katriina Miola

miola.li.camcom@eccellenzeindigitale.it

0586. 231279 (Lun-Ven, 9-13)

Sportello "Eccellenze in Digitale"

c/o Promozione e Sviluppo Economico
CCIAA Livorno
Piazza del Municipio 48

Cerca ...



CONTACT

☎ 0586-231279 (lun-ven 9:30-1...
✉ livornoindigitale@gmail.com
🌐 livornoindigitale.wordpress...



Eccellenze in Digitale @ Livorno

1 Staff 7 Services 2 Locations

La *Camera di Commercio di Livorno*, per favorire la **digitalizzazione delle PMI** del territorio, invita le imprese della provincia ad aderire al progetto **Made in Italy: Eccellenze in Digitale**.

Le imprese appartenenti al settore **vitivinicolo**, **vendita diretta di prodotti agricoli** effettuata da imprese **agricole, turistico** (con riferimento a alberghi, bed & breakfast, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari e ristoranti) che avranno manifestato il proprio interesse compilando il modulo di **adesione**, potranno ricevere servizi gratuiti di consulenza in tema di **strumenti Web** e analisi del proprio **status digitale**.

Book a Service

Consulenza iniziale di orientamento e analisi - (in azienda)
🕒 1 hr 30 mins

Consulenza iniziale di orientamento e analisi - (Sportello in CCIAA)
🕒 1 hr

Google My Business
🕒 30 mins



Eccellenze in digitale

1° Seminario

Il Web: cosa è e come si usa. Gli strumenti per un business di successo



Camera di Commercio
Livorno



CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

1.0 | INTERNET

Il servizio che connette il mondo

Il Web: cosa è e come si usa. Gli strumenti per un business di successo



World Wide Web significa letteralmente *ragnatela mondiale*.

Si tratta di uno dei principali servizi di [Internet](#) che permette di navigare e usufruire di un insieme vastissimo di contenuti collegati tra loro attraverso legami, *link*, e di ulteriori servizi accessibili a tutti o ad una parte selezionata degli utenti di Internet.

1999 Web 0.1

Internet era esclusivamente **utilizzato da scienziati e militari** e le **applicazioni commerciali** nell'uso della rete erano **limitate**

2000 Web 1.0

L'**affermazione dei browser** e delle **attività commerciali su internet** rappresenta la prima fase dell'uso recente di internet. **I siti sono ancora statici.**

2005 Web 2.0

Il **web 2.0**, più attuale, vede la crescita dei siti di **social network** e la nascita di una **cultura partecipativa** sulla rete. Le persone sono in connessione tra loro attraverso social e email.

2015 tra 2.0 e 3.0

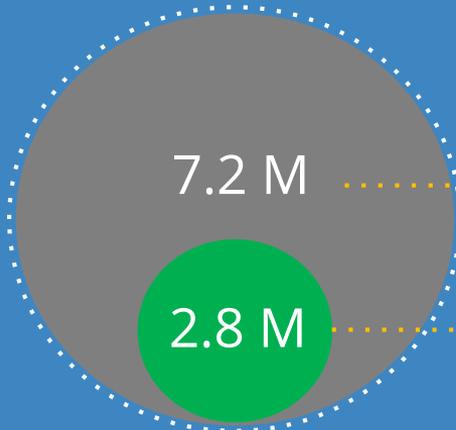
Si cercano nuovi dispositivi di connessione simultanea, il **mobile web**

Futuro Web 3.0

Nel **web 3.0**, o **web semantico**, le interconnessioni si arricchiscono di un valore aggiunto, con **contaminazioni culturali**, personalizzazioni sui servizi, ecc..
E' quella che coinvolgerà l'utilizzo di **intelligenza artificiale**

Nei prossimi anni...

2014



7.2 M

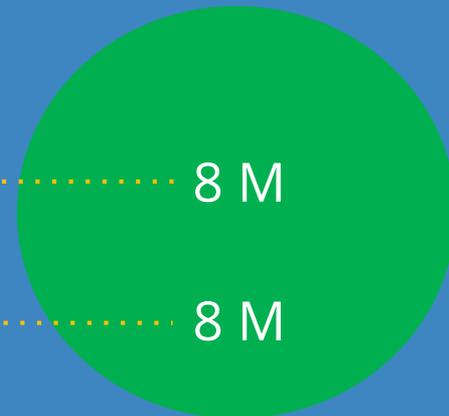
Popolazione Globale

2.8 M

Popolazione Internet

[39% della Popolazione Globale]

2020



8 M

8 M

[100% della Popolazione Globale]

il MONDO



cambia

la TECNOLOGIA



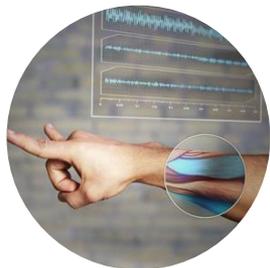
cambia

le PERSONE



cambiano

Un nuovo mondo in 6 Schermi *(o dispositivi)*



[DESKTOP]

e.g.
Flutter



[MOBILE]

e.g.
Project Ara



[TABLET]

e.g.
Senseg



[TV]

e.g.
Chromecast



[WEARABLE]

e.g. Samsung
Gear, Google
Glass



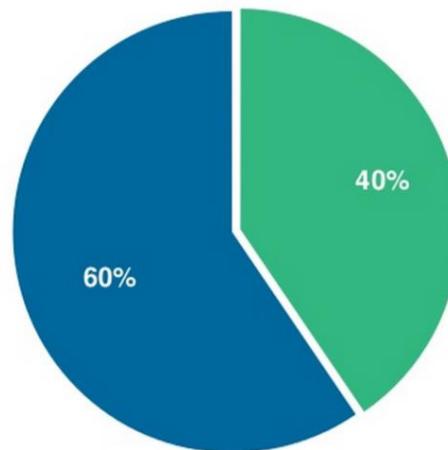
[IN-CAR]

e.g. HUD
Parabrezza

1995
80MM+ Mobile Phone Users
1% Population Penetration

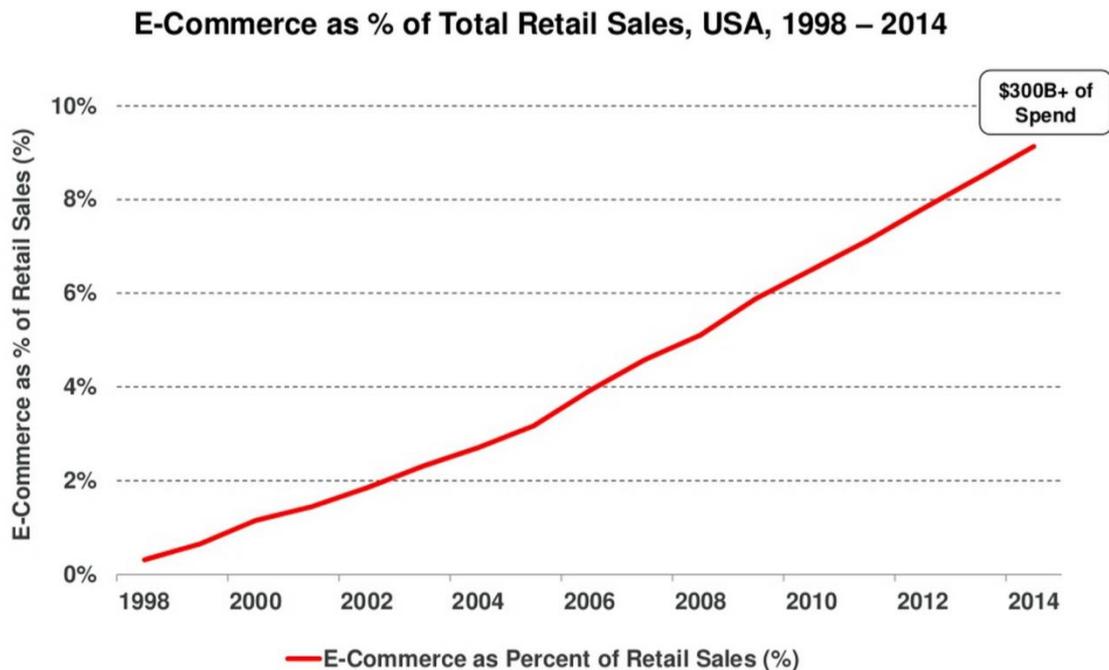


2014
5.2B Mobile Phone Users
73% Population Penetration



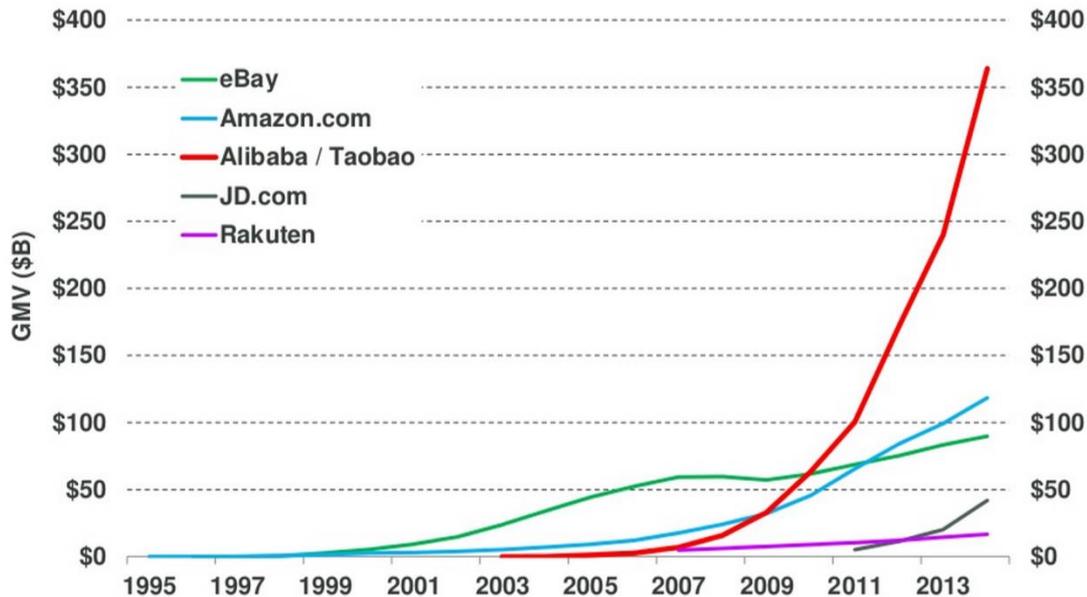
Mary Meeker Internet Trends 2015 - KPCB

■ Smartphone ■ Feature Phone



Mary Meeker Internet Trends 2015 - KPCB

Gross Merchandise Value (GMV), 2014...
Measured by Top 5 Global Public E-Commerce Companies



Mary Meeker Internet Trends 2015 - KPCB



Il mondo è in rapido cambiamento: un cambiamento unidirezionale in cui la realtà non fa altro che adattarsi.

Anche **il mondo economico trova nuove soluzioni per adattarsi, creando modelli di business innovativi e adatti alle esigenze della nuova società digitale.**

Per accelerare un business occorre essere più rapidi del cambiamento stesso



 **airbnb**



 **UBER**







**In che anno si prevede che l'intera
popolazione mondiale avrà accesso a
Internet?**

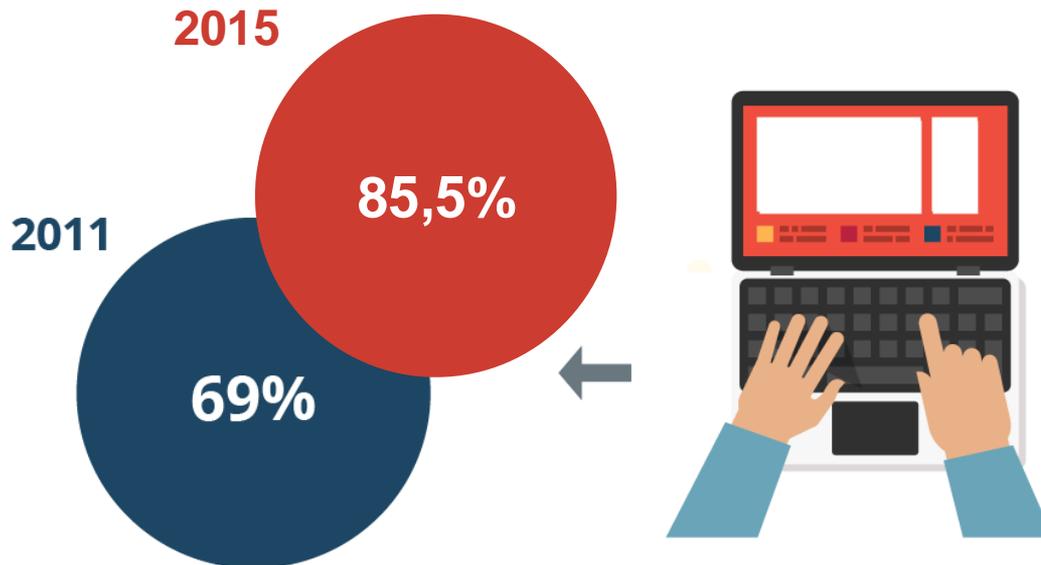
2020

2.0| INTERNET

La presenza online in ITALIA

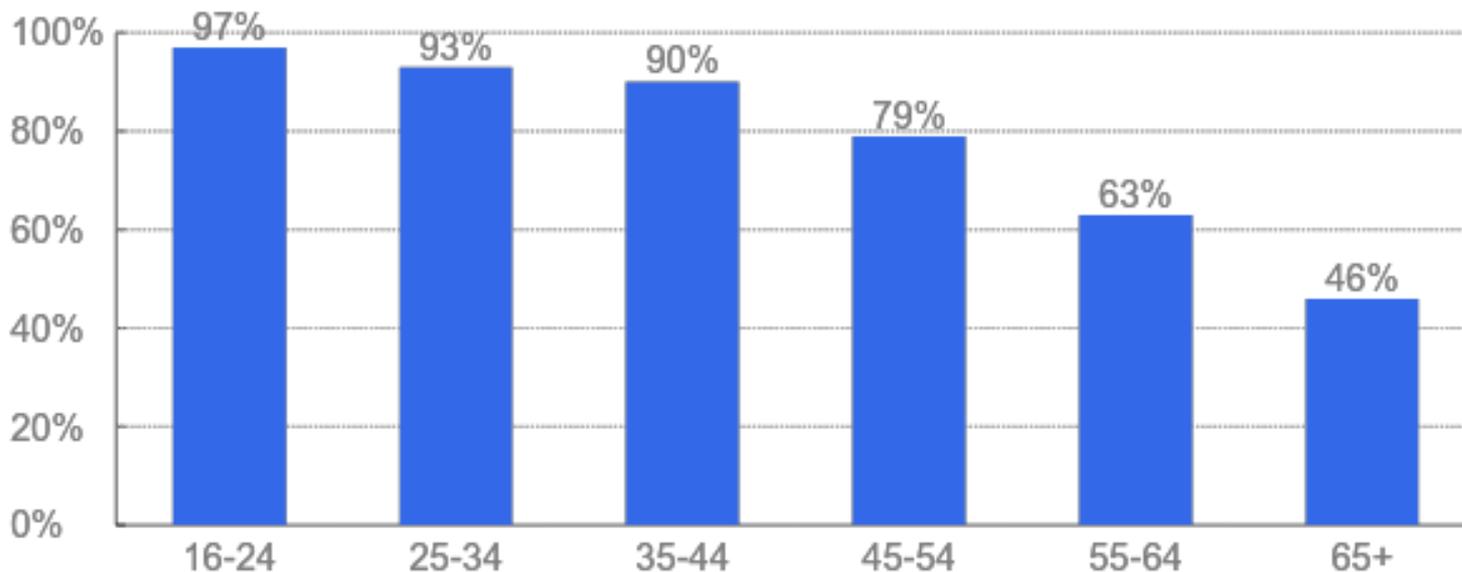
Il Web: cosa è e come si usa. Gli strumenti per un business di successo

Utenti che si sono connessi almeno una volta in un anno.

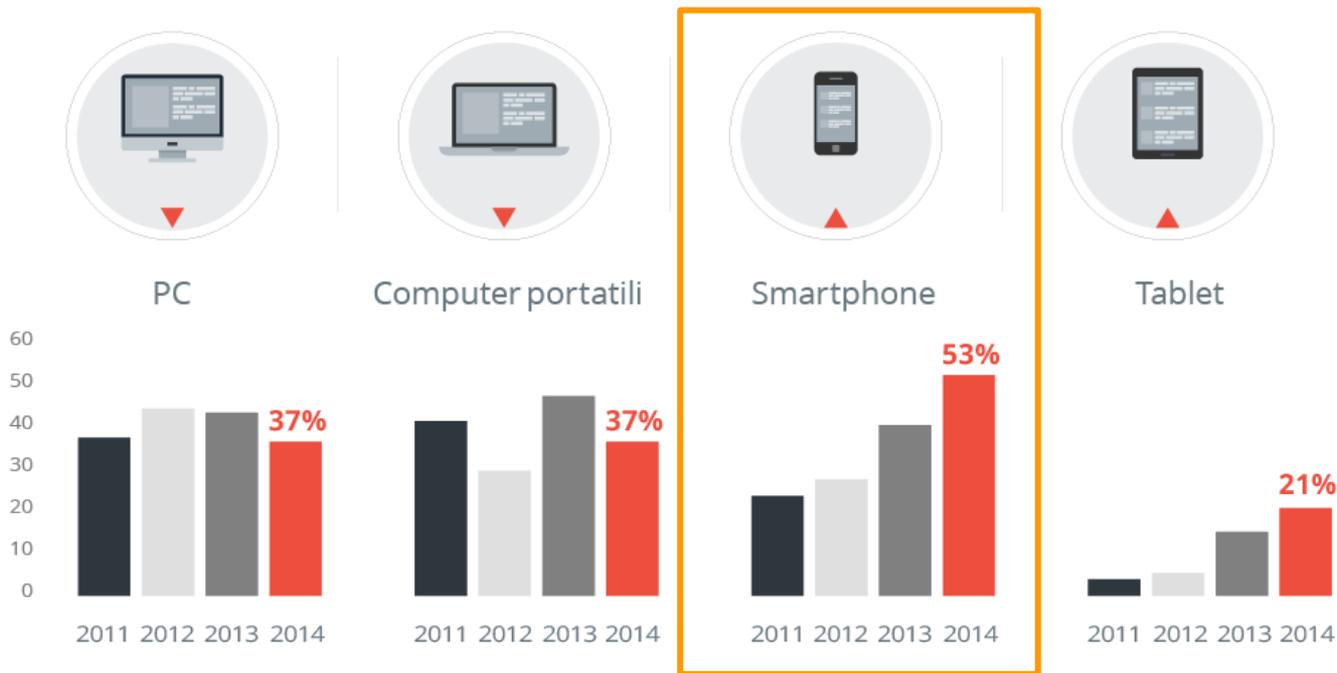


Fonte: ricerca Audiweb su “total digital audience” nel mese di giugno 2015 in Italia - i dati si riferiscono all’accesso da qualsiasi luogo e strumento da parte della popolazione tra gli 11 e i 74 anni

Percentuale di persone online per fascia d'età

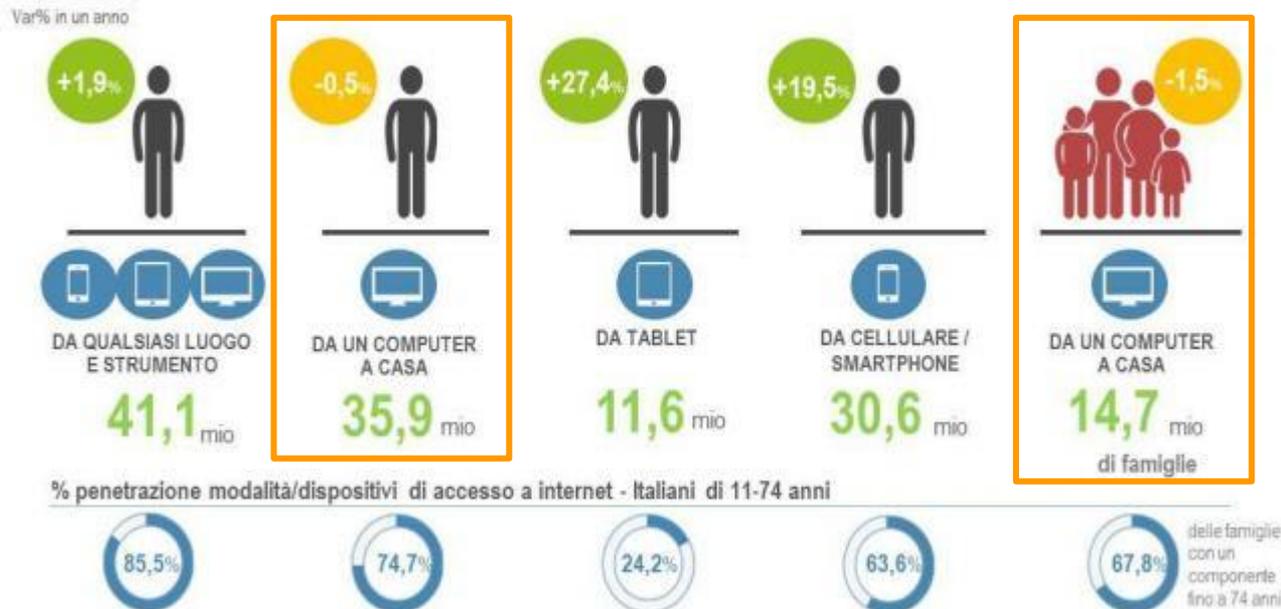


Percentuali di persone che utilizzano ciascun dispositivo



Fonte: ricerca "Connected consumer study", condotta da TNS, 2014

LA DIFFUSIONE DELL'ONLINE IN ITALIA: QUANTE PERSONE POSSONO ACCEDERE A INTERNET?



Fonte: Audiweb Trends - Giugno 2015. Base: totale individui 11-74 anni - Valori in .000

Fonte: Audiweb, powered by nielsen (giugno 2015)

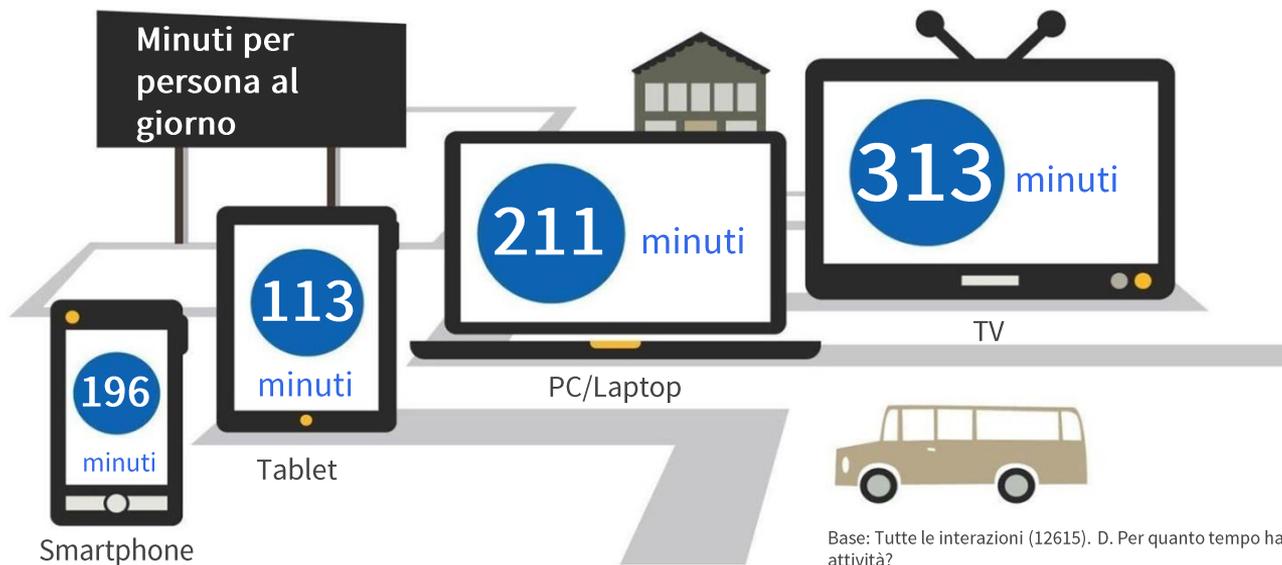
L'AFFERMAZIONE DEI DEVICE MOBILI NELL'USO QUOTIDIANO DI INTERNET...



Fonte: Audiweb Database, dati di trend. - Audiweb powered by Nielsen.
Individui: dai 2 anni in su per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Fonte: Audiweb, powered by nielsen (giugno 2015)

La somma del tempo speso sui dispositivi con connessione a internet supera il tempo totale passato davanti alla TV.



Base: Tutte le interazioni (12615). D. Per quanto tempo hai svolto questa attività?
Fonte per i minuti TV = Auditel, dicembre 2012

Fonte: ricerca condotta nel 1° trimestre 2013 da Ipsos, 530 Partecipanti, 7828 Annotazioni, 12643 Interazioni con i media, 5977 Ore di attività

**Qual è la percentuale di utenti italiani
che hanno fatto l'accesso a Internet, nel
2015?**

85,5%

Qual è il dispositivo che viene utilizzato sempre di più, di anno in anno, dagli utenti che vogliono accedere a Internet?

Smartphone

3.0| INTERNET e le PMI italiane

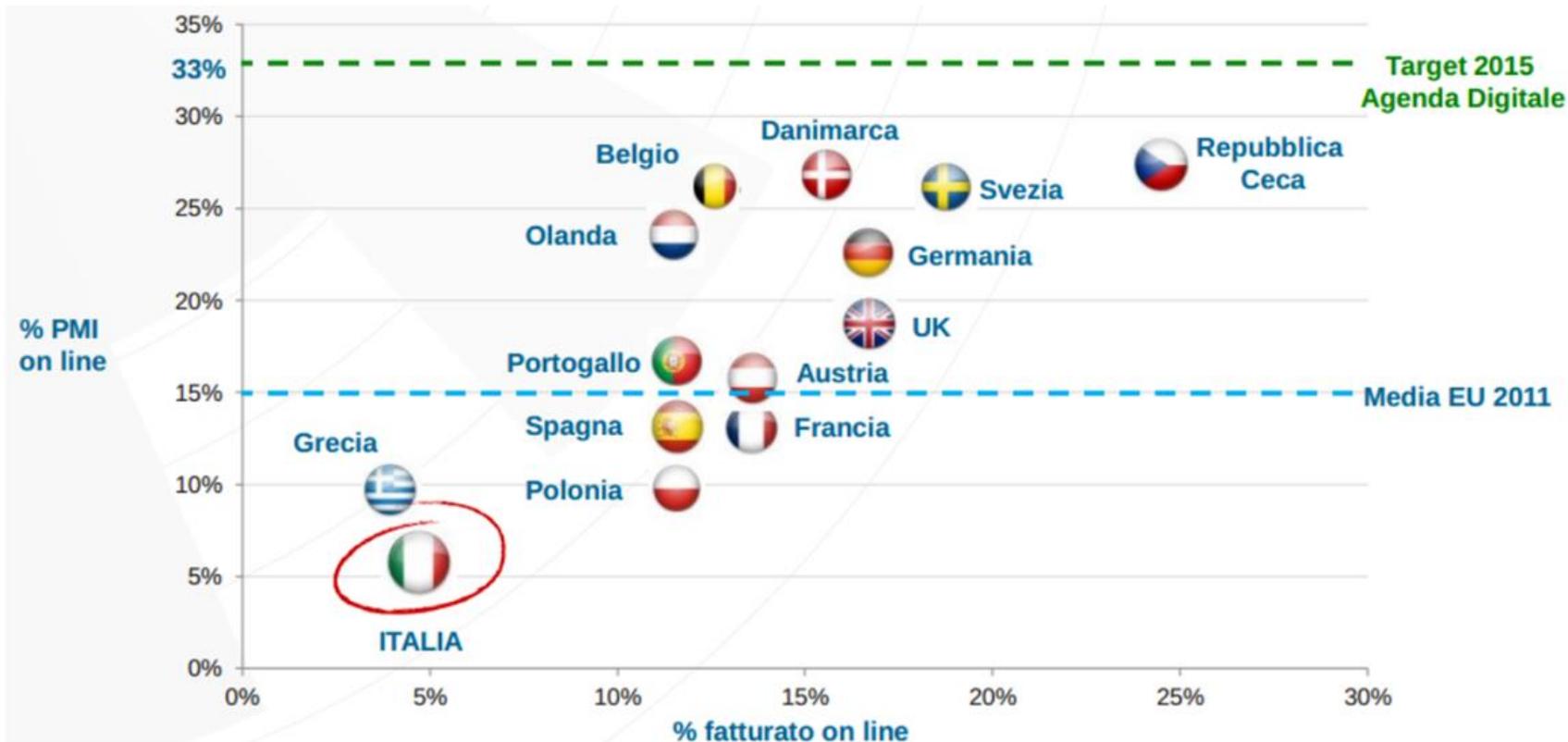
Il Web: cosa è e come si usa. Gli strumenti per un business di successo

- ✓ Le PMI rappresentano più del 99% delle aziende italiane
 - ✓ Producono il 70% del fatturato totale
 - ✓ 80% degli occupati lavorano per una PMI

40% delle imprese ritiene internet non importante per la propria attività.

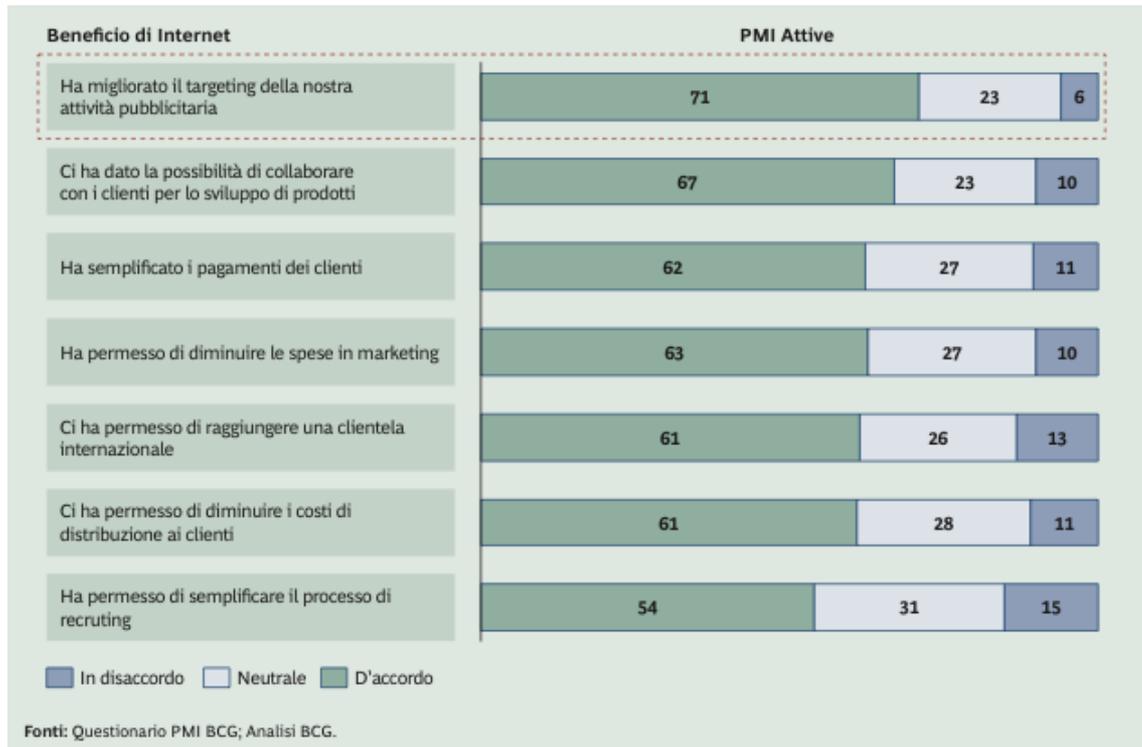
*ma forse ignora
che...*

- ✓ 22% incremento ricerche online per Made in Italy (2014)
- ✓ 75% italiani attivi online ogni giorno
- ✓ 54% consumatori dichiara che il web e il mobile ha cambiato la loro modalità di acquisto



Essere online ha permesso alle aziende di:

- ✓ **Individuare il target dei clienti**
per poter fare **pubblicità e sviluppo prodotti**
in modo più mirato.
- ✓ **Semplificare il pagamento e l'acquisto di un servizio-prodotto**
- ✓ **Diminuire le spese di marketing (ROI)**
- ✓ **Diminuire il costo di distribuzione ai clienti**
- ✓ **Raggiungere una clientela internazionale**
- ✓ **Semplificare il processo di selezione di personale qualificato**

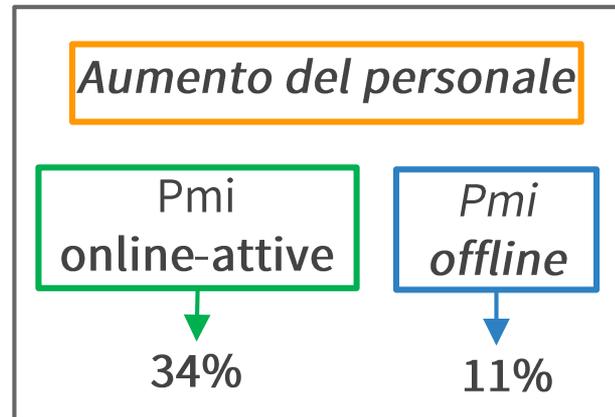


Source: "Fattore Internet", The Boston Consulting Group, 2011



✓ **Impatto positivo sull'occupazione negli ultimi 5 anni.**

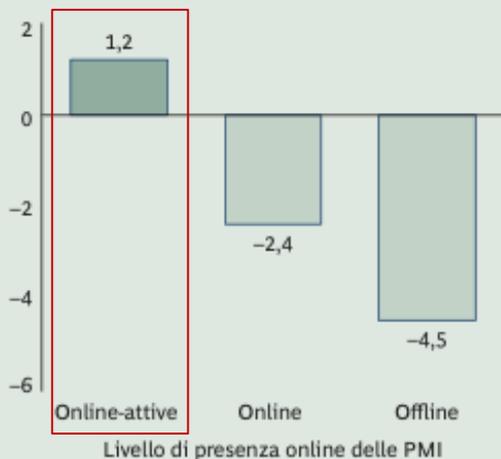
La crescita è imputata sia all'*aumento del fatturato* sia alla *creazione di nuove figure professionali.*



73% Sviluppo occupazionale su Marketing e Tecnologia

Il fatturato delle PMI *online-attive* è cresciuto negli ultimi 3 anni nonostante la crisi

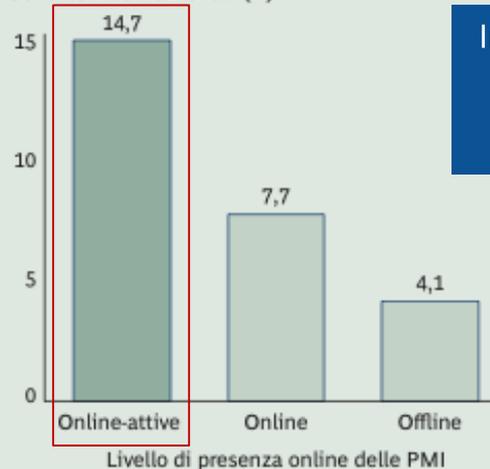
Variatione media del fatturato negli ultimi 3 anni (%)



Incremento annuo fatturato

Le PMI *online-attive* raggiungono un mercato più internazionale

Vendite internazionali (%)

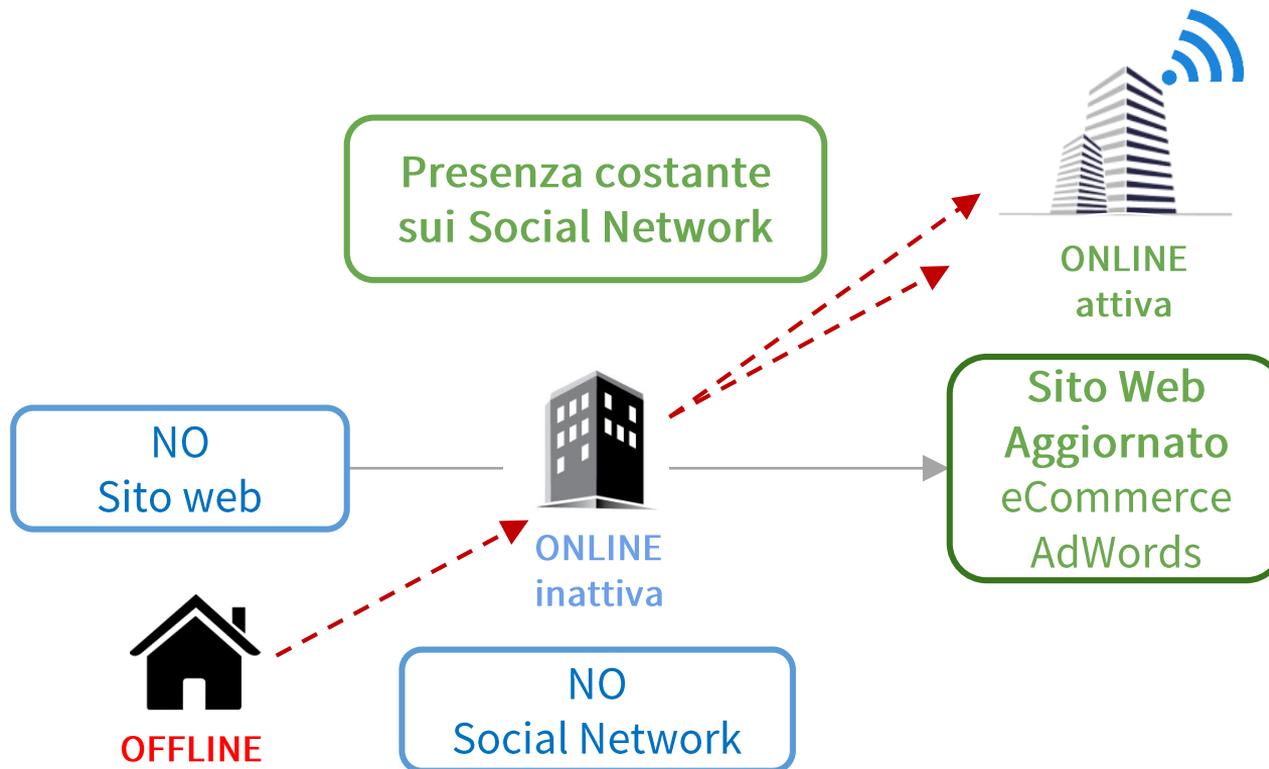


Incidenza vendite internazionali

Fonti: Questionario PMI BCG; Analisi BCG.

Source: "Fattore Internet", The Boston Consulting Group, 2011

4.0 | 3 CATEGORIE: DA OFFLINE A ONLINE





OFFLINE

E' difficile trovare informazioni online dell'azienda

Nessuna presenza online:

- No Sito Web
- No Blog
- No Google My Business
- No Social Network



ONLINE inattiva

L'azienda aggiorna il proprio sito vetrina una volta l'anno ed ha una pagina su un social network non aggiornata

Sito statico - vetrina

Sito non aggiornato

Blog

Google My Business

Pagina su un Social Network non aggiornata



ONLINE attiva

L'azienda ha un sito aggiornato + eCommerce

Ha un sito aggiornato

Ha un blog aggiornato

Ha un Social Network aggiornato



eCommerce / AdWords /
Social Media Campaign /
Strategia export online



**MA PRIMA DI DARVI CONSIGLI SPECIFICI...
un po' di nozioni sul Web Marketing!**

*Il mondo cambia,
la tecnologia cambia,
le persone cambiano...*
anche il modo di fare **MKTG cambia!**

NO alle pubblicità costose in radio, televisione, banner pubblicitari, manifesti, mail spam, quotidiani: **tutte cose che solitamente interrompono il contenuto che le persone avrebbero veramente voluto vedere.**

Ma il tuo obiettivo sarà quello di farti trovare dal tuo cliente target quando questo è **già interessato o pronto a comprare il tuo prodotto e/o servizio.**

promozioni che mirano a trovare clienti

OUTBOUND (Interruption)



Cold Calling
Cold Emails (SPAM)
Interruptive Ads
Marketer - Centric

attività volte ad attrarre i clienti, a farsi trovare

INBOUND (Permission)

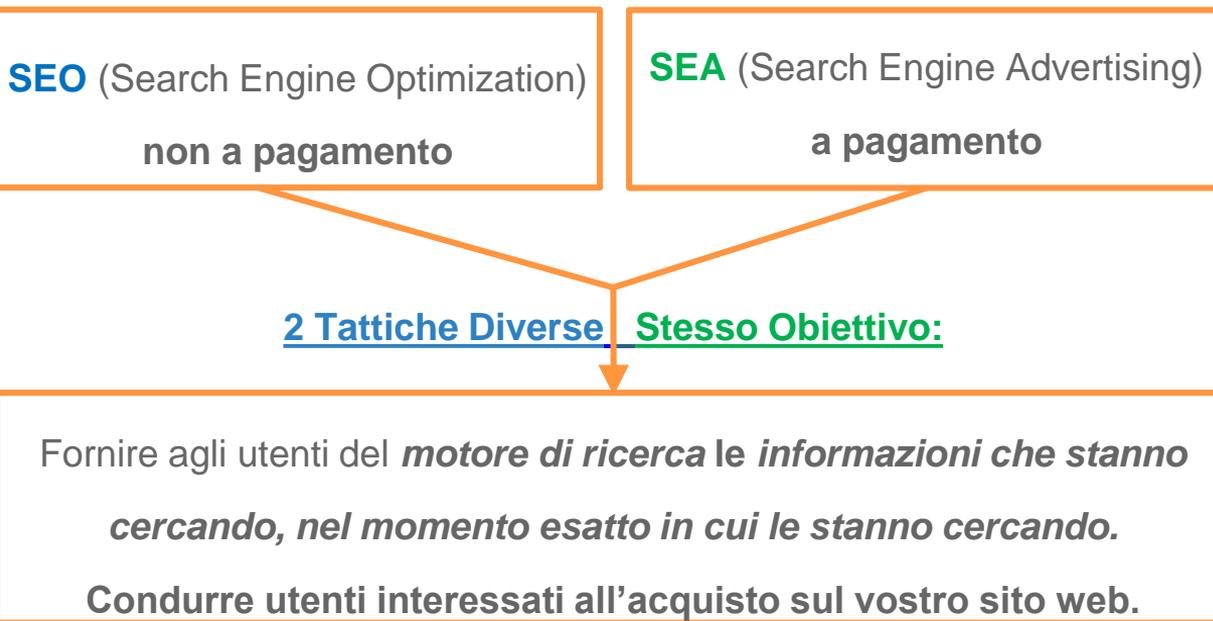


SEO
Blogging
Attraction
Customer - Centric

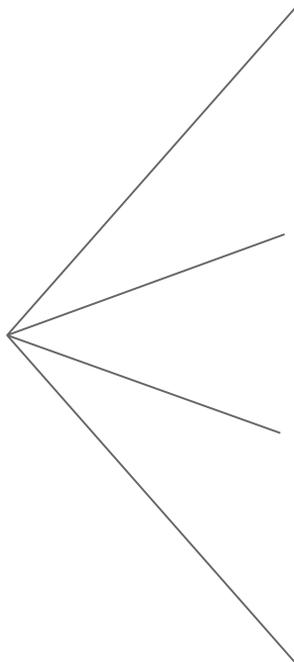
VS

- 1 **Attrarre** visite verso il tuo sito web grazie a **SEO, keyword, Blog e Social**
- 2 **Convertire** le visite in Lead con **Contenuti, Call To Action, Landing Page, Form**
- 3 **Concludere** trasformando le **Lead in Clienti** usando **le Mail e Workflow**
- 4 **Fidelizzare** i clienti con **Newsletters, Promozioni e Campagne Social**

NB: L'Inbound Mktg non esclude a priori tattiche di **ADV a pagamento** come il PayPerClick:
l'annuncio sponsorizzato può rispondere al bisogno dell'utente quanto un risultato organico.



4 Modelli di business per l'attività online



Lead Generation

Generare nuovi contatti-clienti

E-commerce

Vendere i tuoi prodotti-servizi online

Traffico e brand

Portare traffico e visibilità al tuo sito e marchio

Local

Promozione online per portare i clienti
al tuo esercizio commerciale

Acquisire informazioni strategiche sui consumatori ed utilizzarle per mettersi in contatto con potenziali clienti



MISSIONE

Generare contatti qualificati e generare l'acquisizione di nuovi clienti.



STRATEGIA

Trovare il giusto equilibrio tra volumi e qualità dei contatti (*leads*) nel modo meno dispendioso possibile



Evitare distrazioni dal processo di conversione.

Numero limitato di campi: evitare di chiedere informazioni che non sono strettamente necessarie

Energia: Gas e Luce. Confronta le migliori offerte



- 1 Lascia i tuoi dati
- 2 Un esperto ti contatterà entro 48 ore
- 3 Scopri l'offerta migliore e risparmia

I nostri partner



e altri ancora...

Se la pagina di destinazione sembra essere credibile e autorevole, è più probabile che i visitatori generino conversioni. Mostra le testimonianze dei clienti, certificati di sicurezza o riconoscimenti di terze parti.

Form: la durata del processo di checkout e le dimensioni dei moduli non deve essere scoraggiante per un visitatore. Rimuovi campi opzionali. Una forma semplice e chiara aiuta a convertire meglio.

Richiedi consulenza

Lasciati i tuoi dati, un esperto ti contatterà entro 48 ore e ti aiuterà a trovare la tariffa luce e gas più adatta a te.

Nome e Cognome

Telefono

Email

Invia la richiesta »

[Informativa privacy](#)

Numero di telefono dedicato per campagna AdWords (monitoraggio delle conversioni offline).



Consulenza professionale

Un esperto ti aiuterà a confrontare i principali fornitori luce e gas, troverà la soluzione più adatta a te e ti assisterà nell'attivazione dell'offerta.



Servizio gratuito

La consulenza luce e gas di Facile.it è gratuita e senza impegno.



Risparmio garantito

Cambiando tariffa puoi risparmiare fino a 400€ sulle tue attuali bollette di luce e gas.

Proposta di valore e spiegazione del prodotto/servizio (video consigliato per prodotti complessi).

Pulsante grande, ben visibile e con chiaro invito all'azione. Adatta il tuo call-to-action in base alla priorità del business. Cercate di limitare la quantità di call-to-azioni nella pagina.

Vendere online beni fisici o servizi attraverso una piattaforma e-commerce abilitata agli acquisti.



MISSIONE

Obiettivo di traffico e vendite a nuovi clienti o abituali sia online che in negozio fisico.



STRATEGIA

Offerta di prodotti / servizi rilevanti a clienti potenziali, influenzando diverse fasi del processo di decisione d'acquisto.

I visitatori che conoscono il tuo brand si aspettano di riconoscere le cose sul tuo sito, come il vostro logo o colori aziendali.



Mantenere la struttura di navigazione pulita e intuitiva

Limitare il numero di annunci pubblicitari e banner sulla tua pagina e mostrare le vostre offerte chiave above the fold (non presente in questo caso)



Utilizzare un numero limitato di colori per lo più naturali e assicurarsi che il contrasto tra sfondo della pagina e il testo sia forte.

La pagina di destinazione è una vetrina altamente mirata ed i visitatori potranno apprezzare immediatamente e sapere dove sono e ciò che viene offerto.



Possibilità di fare zoom sui dettagli. Testare l'impatto di video sul tasso di conversione delle pagine di destinazione

Tenere la pagina di pulita e ordinata e fare uso di spazi bianchi

The screenshot shows a product page for 'PORTA CANDELE BALOON' with a price of 23.50 €. A green box highlights the shipping information: 'Consegna tramite TNT tracciabile' with a list of benefits: '✓ Protezione Dati', '✓ Pagamento sicuro con decodificazioni SSL', '✓ Qualità selezionata Buru Buru', and '✓ Prodotti 100% handmade'. A green arrow points from the text 'Essere in anticipo sui prezzi e tutti i costi aggiuntivi...' to the shipping information box. Another green arrow points from the text 'Evitare distrazioni dal processo di conversione...' to the 'PROCEDI CON L'ACQUISTO' button. A green box at the bottom contains the text: 'Ricordare ciò che rende speciale un'offerta ai visitatori aiuta convincerli a completare la conversione.'

Essere in anticipo sui prezzi e tutti i costi aggiuntivi. Sono comprensivi di IVA o indicare chiaramente dove non è incluso. Dare ai visitatori una chiara idea dei costi di spedizione all'inizio della canalizzazione di conversione.

Evitare distrazioni dal processo di conversione. Rimuovere tutti i link ad altre parti del sito o offerte correlate quando un visitatore entra nella canalizzazione di conversione.

Hai delle domande sul tuo ordine??
Il nostro servizio clienti è sempre a tua disposizione. Chiamaci allo 055 0351350 o scrivici a support@buru-buru.com

The footer navigation bar includes five sections: 'Domande' (with a headset icon), 'Seguici su facebook' (with a Facebook icon), 'Reso Gratuito' (with a return icon), 'Spedizioni' (with a truck icon), and 'Pagamenti' (with a credit card icon). Each section has a brief description of the service.

Rassicurare i visitatori sulla sicurezza dell'acquisto renderà più probabile la conversione.

Permettere agli utenti di sapere che il canale di conversione è breve li incoraggerà a continuare. Se il processo è più lungo del previsto, è più probabile che si abbandoni la conversione.

I form di conversione esistono per facilitare le conversioni non per raccogliere informazioni di marketing attivo. Deve essere breve e pulito.



CHECKOUT

1 METODO DI CHECKOUT

2 INFORMAZIONI FATTURAZIONE

3 INFORMAZIONI DI SPEDIZIONE

4 INFORMAZIONI DI PAGAMENTO

5 RIVEDI ORDINE

SONO UN NUOVO CLIENTE

Puoi procedere nell'acquisto senza il bisogno di registrarti a Buru Buru.

- Checkout come ospite
- Registrati

Consigliamo la registrazione per i futuri vantaggi:

- Check out facile e veloce
- Facile accesso alla cronologia ordini e allo stato
- Tracciamento delle tua spedizioni

PROCEDI CON L'ACQUISTO

SONO GIÀ CLIENTE

ENTRA CON FACEBOOK

OPPURE

Indirizzo email*

Password*

ACCEDI

* Campi obbligatori

Hai dimenticato la password?

STATO CHECKOUT

- Indirizzo di fatturazione
- Indirizzo di spedizione
- Metodo di pagamento

Hai delle domande sul tuo ordine?
Il nostro servizio clienti è sempre a tua disposizione. Chiamaci allo 055 0351350 o scrivici a support@buru-buru.com

Promuovere online il sito per ottenere maggiore traffico e visibilità del brand online.



MISSIONE

Aumentare la consapevolezza nel brand e il suo valore.



STRATEGIA

Costruire la *reputazione online attraverso la visibilità del brand* e incrementando il traffico dei clienti di riferimento.

I visitatori che conoscono il tuo brand si aspettano di riconoscere le cose sul tuo sito, come il vostro logo o colori aziendali.



Banner per coinvolgere gli utenti con concorsi, premi e iniziative che aumentano il valore de brand.

Elementi sociali sono nella parte superiore della pagina: incoraggiano l'interazione con il marchio.

Utilizzare un numero limitato di colori per lo più naturali e assicurarsi che il contrasto tra lo sfondo della pagina e il testo sia forte.

Promuovere online un esercizio commerciale radicato su una o più sedi.



MISSIONE

Aumentare il numero di clienti che si recano presso l'esercizio commerciale (ristorante, hotel, negozio, ...)



STRATEGIA

Presenza del business online attraverso la *presenza nel contesto locale più rilevante con priorità ad informazioni di localizzazione.*

Quali sono le tre categorie di presenza online?

offline, online-inattiva, online attiva

**Quali sono i 4 modelli di business online,
in base a diversi obiettivi?**

**Lead Generation, E-commerce,
Traffico e Brand, Local**

5.0| PASSARE ALL'AZIONE CON GLI STRUMENTI GOOGLE

Il Web: cosa è e come si usa. Gli strumenti per un business di successo

Poniti alcune domande per capire lo stato di digitalizzazione della tua PMI:

- Hai un sito aziendale? Se sì...Aggiorni periodicamente le informazioni?
- è tradotto in inglese e/o in altre lingue?
- è presente nel sito una sezione dinamica, es. Blog?
- è responsive-mobile friendly?
- Sei presente attivamente sui social?
- Hai un profilo su Google My Business?



Se hai risposto **no** alla maggior parte delle domande farai parte delle aziende che sono **online inattive o offline**.



Hai un Sito Web?

Google My Business lo completa, dando alla tua attività commerciale un'identità pubblica e la presenza su Google.

Sei completamente Offline?

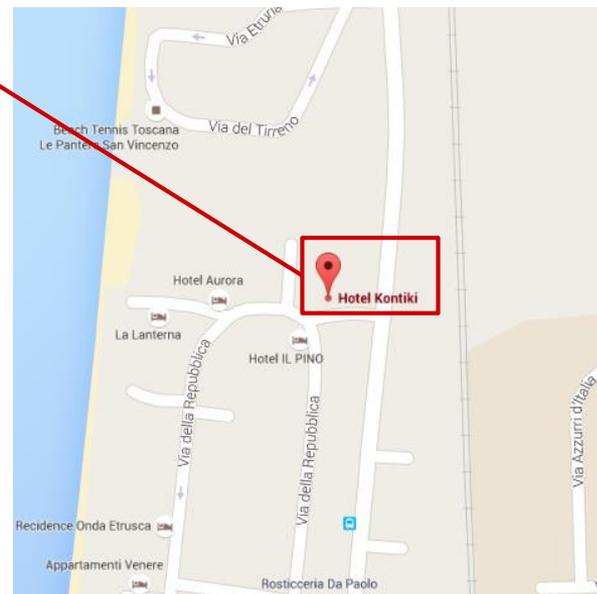
Questo è uno strumento **facile e gratuito per portare la tua attività su Google**.

Tutte le informazioni sulla tua attività commerciale **verranno visualizzate** nella **Ricerca Google**, su **Maps** e **Google+...**

..indipendentemente dal dispositivo che gli utenti stanno utilizzando.



Con **Maps** i clienti possono trovarti e raggiungerti facilmente.



Search Engine Results Page

Google esposito agriturismo

Web Maps Immagini Notizie Video Altro Strumenti di ricerca

Circa 238.000 risultati (0,48 secondi)

Agriturismo Esposito
www.agriturismoesposito.com/ Presenta l'azienda agricola, la struttura ricettiva, le offerte e prezzi, l'ubicazione e contatti.
88, Via vicinale La Valle, 57020 Bibbona LI 328 129 7823

Agriturismo Esposito - TripAdvisor
www.tripadvisor.it > ... > Agriturismo Bibbona
★★★★☆ Valutazione: 4,5 - 8 recensioni - Gamma di prezzi: 58 € - 76 €
01 set 2015 - Prenota Agriturismo Esposito, Bibbona su TripAdvisor: vedi 8 recensioni, 7 foto amatoriali e offerte speciali per Agriturismo Esposito, n.8 su 16 ...

AGRITURISMO ESPOSITO SUSANNA E ATRIA - Portale ...
www.agriturismocostaloscana.it/?idtema=1&idtemacat=1&page...
Nome Agriturismo: AGRITURISMO ESPOSITO SUSANNA E ATRIA, Codice fiscale: 01277910491. Indirizzo: Loc. Le Valli, 88, Cap: 57020. Comune: Bibbona.

Azienda Agricola Agriturismo Esposito - Facebook
https://it-it.facebook.com/agriturismoespositobibbona
Azienda Agricola Agriturismo Esposito, Bibbona. 193 likes. Si trova in: Via vicinale La Valle, 88 57020 Bibbona (LI) http://www.agriturismoesposito.com/

Agriturismo Esposito - Guarda la scheda - Viaspettiamo.it
www.viaspettiamo.it/scheda.asp?idStru=288&idCat=24...agriturismo
Viaspettiamo.it - Agriturismo Esposito Bibbona - Provincia di Livorno Appartamenti Parcheggio Giardino Riscaldamento Accesso disabili Animali ammessi ...

Azienda Agricola F.lli Esposto
www.espostofratelli.com/ Affiancata alla tradizionale attività di famiglia nella produzione di farine e cereali, nasce la nuova Azienda Agricola Fratelli Esposto, in un'area protetta ...

Agriturismo e Azienda Agricola Esposito Susanna e Atria ★
Agriturismo
Indirizzo: 88, Via vicinale La Valle, 57020 Bibbona LI
Telefono: 328 129 7823

Visualizza foto Guarda fuori

Indicazioni stradali

Annunci Prenota una camera

Arrivo [] dom 11 ott Partenza [] lun 12 ott

Booking.com Prenota a partire da 60 €

Visualizza altre tariffe

Recensioni Scrivi una recensione

Scrivi la prima recensione

Con GmB comparirà un **Box integrato in mezzo ai risultati organici** (risultati "naturali" dei motori di ricerca).

Nella scheda della tua attività potrai aggiungere:

- ✓ indicazioni stradali per raggiungerti tramite Maps
- ✓ gli orari di apertura
- ✓ un numero di telefono su cui i visitatori possono fare clic per chiamarti dal cellulare
- ✓ immagini dell'azienda e/o dei tuoi prodotti
- ✓ il prezzo (per es. per gli hotel)

Tutte informazioni che saranno immediatamente visibili dall'utente che ti ha cercato!

I clienti potranno lasciare la recensione alla tua attività. **Non spaventatevi!**

Le recensioni su Google sono estremamente utili sia per le attività commerciali che per i possibili clienti.

Queste contribuiranno anche al **giudizio generale della tua attività, che viene segnalato in stelle** (da 1 a 5).

Recensioni Scrivi una recensione

"Al rientro dalle 1000 attività ti puoi rilassare nel **centro benessere.**"

"Incantevole villaggio hotel tra i monti delle **dolomiti.**"



Pineta Hotels ★

Indicazioni stradali

4,9 ★★★★★ 53 recensioni Google

Hotel a 3 stelle

Indirizzo: Via al Santuario, 17, 38012 Coredo TN

Telefono: 0463 536866

Annunci Prenota una camera

dom 11 ott

lun 12 ott

Pineta Hotels

Prenota a partire da **130 €**

Booking.com

Prenota a partire da **130 €**

In breve:

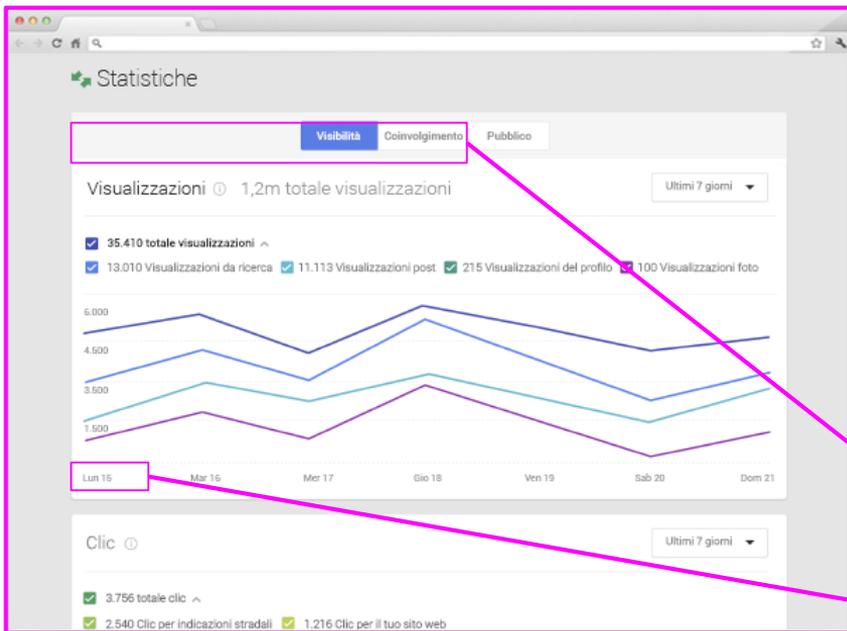
Utile per i clienti:

Moltissimi utenti prendono le loro decisioni affidando la scelta all'esperienza altrui, leggendo le recensioni.

Utile per le attività:

Le attività commerciali possono:

- **ricevere un feedback** sul loro operato
- **rispondere alle recensioni** facendosi vedere sia presenti nel web, sia attente a ciò che si dice di loro.



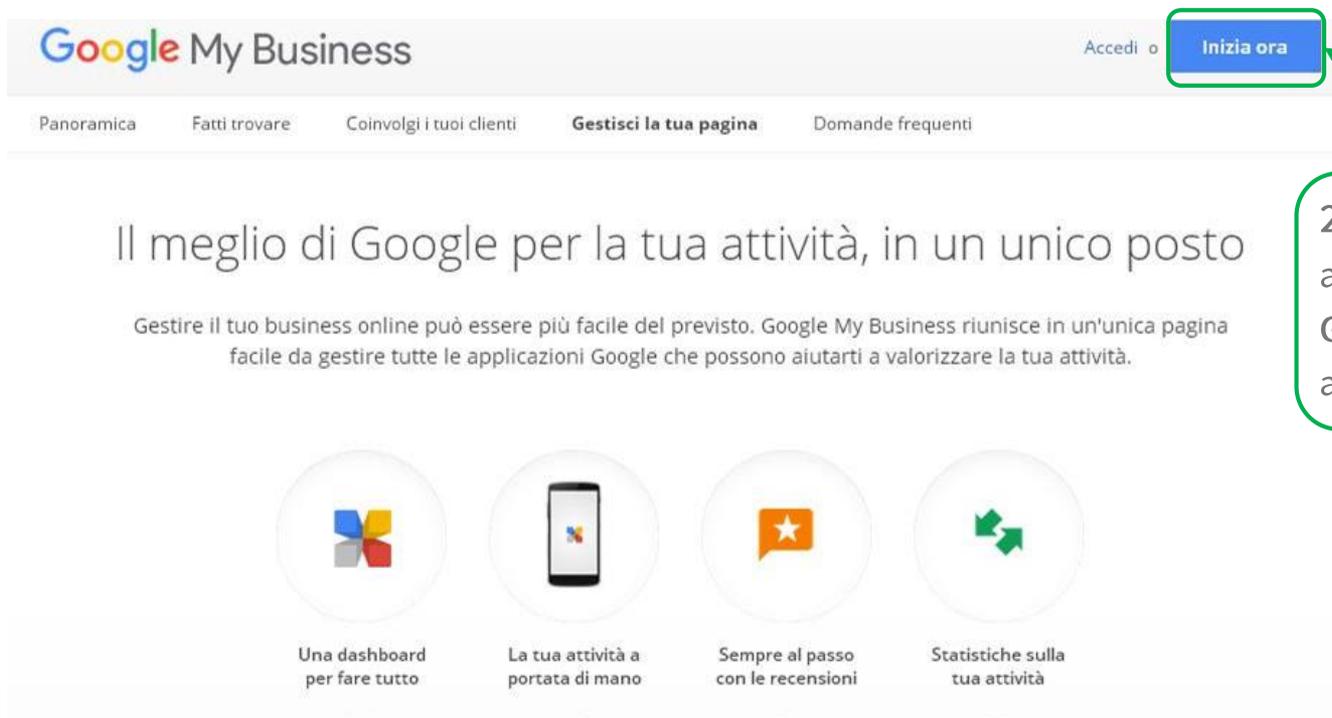
I tuoi clienti possono mostrare il loro **apprezzamento per la tua attività con voti e recensioni**, utilizzare il pulsante +1 di Google Plus per suggerire i tuoi contenuti e **condividere i tuoi post sul Web**.

Con le **statistiche** puoi sapere **in che modo le persone trovano la tua attività e interagiscono con i tuoi contenuti**, in modo da raggiungere nuovi clienti.

Scopri quante volte i clienti trovano la tua attività su Google e quali sono le tendenze nel tempo.

Puoi vedere il numero di clic, di richieste di indicazioni stradali e di **visite al sito web** che ricevi.

- 1) Cerca Google My Business su Google ed Accedi alla pagina https://www.google.com/intl/it_it/business/



Google My Business

Accedi o **Inizia ora**

Panoramica Fatti trovare Coinvolgi i tuoi clienti **Gestisci la tua pagina** Domande frequenti

Il meglio di Google per la tua attività, in un unico posto

Gestire il tuo business online può essere più facile del previsto. Google My Business riunisce in un'unica pagina facile da gestire tutte le applicazioni Google che possono aiutarti a valorizzare la tua attività.

- Una dashboard per fare tutto
- La tua attività a portata di mano
- Sempre al passo con le recensioni
- Statistiche sulla tua attività

- 2) Clicca su **Inizia Ora** ed accedi con il tuo **account Google**. Se non ce l'hai ancora **creane uno**.

- cerca la tua attività sulla mappa inserendo l'indirizzo esatto
- se la tua attività non compare nelle ricerche, dovrai confermare che l'indirizzo inserito è giusto e inserire poi tutti i dettagli



My Business | Aggiungi la tua attività

Nome dell'attività

Paese/Regione
Italia

Indirizzo

Codice postale

Città
Inserisci il nome completo della città

Provincia
Seleziona un'opzione

Telefono principale dell'attività
+39

Categoria
Inserisci una categoria

Offro beni e servizi ai miei clienti presso le loro località
— Informazioni importanti

Indietro Continua



- una volta confermato l'indirizzo potrai **completare il tuo profilo aziendale**
- per **attivare il profilo GmB**, dovrai ricevere un **codice di verifica**, che ti verrà inviato per posta all'indirizzo da te indicato tramite un'**apposita cartolina** o via telefono al numero indicato (consigliamo la cartolina!!)
- Con **GmB** potrai interagire con i tuoi clienti, leggere le loro recensioni e rendere la tua attività sempre **più visibile nel web**



Hangout

Per dialogare dal vivo con i tuoi clienti Le chat video ti permettono di rimanere in contatto con i clienti, ovunque si trovino. **Dall'annuncio di un evento fino all'esposizione del tuo ultimo prodotto, è facile raggiungere i clienti in tutto il mondo e parlare dal vivo con loro.** Gli eventi in live-streaming verranno visualizzati e **salvati automaticamente sul tuo canale YouTube.**



Con l'account di Google My Business verrà creata in automatico la pagina aziendale su Google Plus, il canale "social" di Google.

Sarà la vostra vetrina. Con G+ potrai interagire con i tuoi clienti, condividere contenuti con tutti i tuoi contatti, o scegliere solo determinate **cerchie** alle quali mostrare contenuti mirati.



Google Foto

Uno strumento che **ti permette di scattare le foto da qualsiasi dispositivo** e di utilizzare la stessa "camera" di Google che ha dei **filtri aggiuntivi.** **Le foto saranno salvate direttamente nella libreria e le potrai utilizzare per arricchire il tuo profilo G+ aziendale.**



Il servizio di Google per fare campagne pubblicitarie sia sulla rete di ricerca, sia sulla rete display. Da poco tempo esiste anche il servizio **Adwords Express**, rivolto a quelle aziende che non hanno ancora un sito e che dispongono di un budget contenuto.

6.0| QUANTO SEI SOCIAL?

Come abbiamo visto prima nella mappa della presenza online **le due principali direttrici** che fanno la **presenza online di un'azienda sono: il Sito ed i Social Network.**

NB: Non devi sceglierli tutti!!

La scelta di un canale social **dipende dal tipo di attività che hai** e anche dal tempo che hai da dedicargli.



Ricorda però che esistono degli **strumenti/tool**, anche gratuiti, per **automatizzare** le varie azioni sui tuoi canali social.

Perché è importante essere sui Social?

- ✓ **ASCOLTARE:** I social network sono un importante strumento per ascoltare cosa dice il mercato e cosa dicono i vostri clienti e quelli potenziali. Potete anche cercare di capire cosa fanno i vostri competitor.
- ✓ **INTERAGIRE:** **Instauri un rapporto diretto e costante col cliente, trasmettendo fiducia** e facendolo sentire coccolato
- ✓ **COMUNICARE:** Attraverso i tuoi contenuti **potrai facilmente comunicare i valori e le novità del tuo brand**, nonché mostrare le tue competenze all'interno del settore di riferimento.



NOTA BENE!!

I vostri clienti (anche quelli potenziali) sono già attivi online.
Sui social media ci siamo ormai tutti, sicuramente anche loro.

RAGGIUNGETELI! Non permettete che un vostro competitor li attiri nella propria "rete" prima di voi!

Perché è importante essere sui Social?

- ✓ Il cliente vuole percepire la **presenza** “umana” dietro la tua azienda. Vuole interagire direttamente con te.



- ✓ Solo i social media ci permettono di avere un **contatto diretto** con milioni di persone attraverso **pochi click**.

NB: Essere presenti sui social ti esporrà a **critiche, positive ma anche negative**. Potrai imparare dalle **critiche, correggere i tuoi errori e migliorare...quindi:**

- ✓ Dai ai clienti la possibilità di “giudicarti” e **rispondi sempre ai commenti** e con educazione.
- ✓ In quest’ottica utilizzerai i social media anche per l’attività di **customer care**; si può rivelare un’arma vincente!



YOUTUBE

Più di 1 miliardo di utenti.

Il secondo motore di ricerca più utilizzato al mondo dopo Google. Può contare su 6 miliardi di ore di visualizzazioni, di cui **il 50% è da mobile.**

E' ideale per le imprese del Made in Italy che possono trasmettere il proprio saper fare attraverso l'uso di video interessanti ed accattivanti.



FACEBOOK

E' il più frequentato al mondo con oltre 1,4 miliardi di utenti attivi al mese!

Il 54% degli utenti è donna.
Sono possibili variegata modalità di interazione.

E' più adatto al mondo B2C rispetto al B2B. Può essere considerato lo strumento più efficace per il customer care.
Le **pagine FB** sono le ideali per le aziende perché danno accesso a **dati insights** e a creare **campagne** promozionali.



INSTAGRAM

400 Milioni di utenti attivi (supera twitter!)

Come si intuisce dal nome, è il social network dedicato alle istantanee.

La condivisione delle immagini è virale grazie alla presenza di una **forte community di utenti igers** che spesso organizza eventi ed incontri che possono diventare i volani di promozione di prodotti e servizi.



PINTEREST

73 Milioni di utenti.

85% di utenti attivi donna.

Orientato alla **condivisione di immagini, raccolte nelle bacheche.** Queste funzionano da **raccoglitori pubblici di immagini tematiche,** condivise dalla rete o create dagli utenti.

App di Facebook.
Condividi foto o video (di min 3" - max 15") utilizzando #hashtag che raggruppano gli argomenti. Tramite questi # la tua foto-video riesce a raggiungere tantissime persone in tutto il mondo.

Un luogo per scoprire idee per tutti i tuoi progetti e interessi. Permette la **connessione tra persone aventi gli stessi gusti e interessi.** Aiuta a veicolare nuove visite sul sito web aziendale.



TWITTER

316 milioni di utenti.

E' il social più immediato, dove le informazioni corrono in tempo reale. Non sono concessi più di **140 caratteri** per ciascun "Tweet" (cinguettio). **L'#hashtag è il principale driver di navigazione;** l'# davanti la parola o frase senza spazi, **permette di aggregare tutte le notizie** twittate dagli utenti che utilizzano la medesima "etichetta".

Twitter viene usato moltissimo per **commentare la partecipazione ad eventi - live twitting** - e l'attualità; permette di interagire con qualsiasi profilo senza dover "seguirsi" a vicenda.

ADV



ADV



LINKEDIN

360 milioni di utenti nel mondo - 1.000.000 di nuovi iscritti a settimana. Il più grande **social network professionale.** La media degli utenti ha fra i 35 ed i 55 anni con un grado di istruzione elevato.

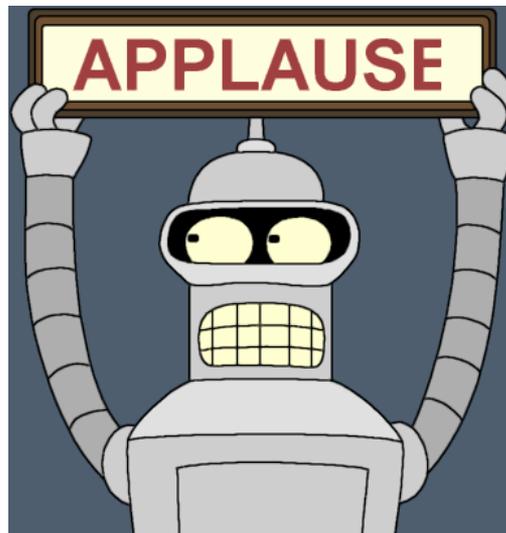
Può avere un **ruolo centrale nella digital strategy del B2B;** utile per l'incontro offerta-domanda di lavoro. **Porta traffico e conversione al proprio sito 4 volte di più rispetto a Facebook e Twitter** (essendo un social professionale le persone sono realmente interessate alla tua attività)

PIANIFICARE: pensate agli obiettivi che volete raggiungere e pensate ad una strategia adatta

AGIRE: Fatevi trovare da Google, Aprite i canali social adatti alla vostra azienda e ascoltate

INTERAGIRE: interagite e comunicate, ma senza dimenticarvi di **ASCOLTARE**

;) GRAZIE PER L'ATTENZIONE!!



! MA ASPETTA !

Forse potrebbe interessarti anche...



Eccellenze in digitale

CRESCERE IN DIGITALE

Un'opportunità per le PMI e i giovani dell'era digitale



Camera di Commercio
Livorno



CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA



Crescere in Digitale è un'iniziativa del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, di Unioncamere e Google per promuovere, attraverso l'acquisizione di competenze digitali, l'**occupabilità di giovani** che non studiano e non lavorano e investire sulle loro competenze per **accompagnare le imprese nel mondo di Internet**.

Crescere in Digitale

Formazione e tirocini per i giovani
Opportunità e competenze per le imprese



Garanzia Giovani
I ragazzi che attualmente non studiano e non lavorano si iscrivono a Garanzia Giovani.

Visitano il sito di Crescere in Digitale

Si registrano alla piattaforma online con il proprio Codice Fiscale



Al superamento esame sono invitati presso laboratori territoriali in cui incontreranno le imprese



Sostengono un esame online per la verifica delle competenze acquisite



Seguono il percorso formativo online



Durante i Laboratori vi sarà il Match tra Imprese e Ragazzi



che inizieranno un Tirocinio Retribuito della durata di 6 mesi o un percorso mirato all'autoimprenditorialità



Al termine del tirocinio potranno essere Assunti dall'Impresa che beneficerà di incentivi fino a 6000€



crescereindigitale.it

Giovani

Il progetto si rivolge ai giovani tra i 18 e i 29 anni, iscritti a Garanzia Giovani, offrendo loro 50 ore online di lezioni, esempi pratici e casi di studio su tutti gli aspetti di Internet per le imprese; a seguire verranno organizzati laboratori di gruppo.

Il progetto si conclude con un tirocinio di 6 mesi presso un'impresa aderente, retribuito 500 euro al mese da Garanzia Giovani.

Per iniziare: <http://www.crescereindigitale.it/il-corso/>

Imprese

Le imprese interessate potranno ospitare giovani digitalizzatori, retribuiti da Garanzia Giovani e, per quelle che decidono di assumere il tirocinante, è previsto un bonus fino a 6.000 euro.

Per inviare la propria adesione, basterà accedere a <http://www.crescereindigitale.it/impres/> e compilare il form.

Per ogni dubbio o richiesta su Crescere in Digitale

www.crescereindigitale.it

[**info@crescereindigitale.it**](mailto:info@crescereindigitale.it)



A VOI LA PAROLA!

GRAZIE!