

UN FUTURO INEVITABILE



La consulenza digitale, presto o tardi, è un passo obbligatorio per tutte le aziende che vogliono far crescere il loro business e soprattutto farlo sopravvivere alla rivoluzione digitale in atto ormai da più di un decennio.

Le imprese italiane più lungimiranti si apprestano a coniugare i servizi tradizionali di marketing off-line con quelli online.

Il loro scopo?

Cogliere l'opportunità di **farsi conoscere da un pubblico più vasto** migliorando la **brand reputation**, intercettare **nuovi mercati** inesplorati e in continua espansione, **acquisire nuovi clienti** e **incrementare le vendite**.

I PROBLEMI DEGLI IMPRENDITORI



Tuttavia l'imprenditore può comprendere le potenzialità della digitalizzazione delle imprese, ma **non sa come metterle in atto**.

È qui che entra in gioco la consulenza digitale; la quale ha il compito di rispondere con delle soluzioni a domande del tipo:

LE SOLUZIONI DEL CONSULENTE



- Ho un nuovo progetto aziendale e vorrei avere una mappa chiara del percorso digitale che dovrò percorrere per ottenere i maggiori risultati al minor costo!
- Come possiamo fare i giusti investimenti digitali per sostenere i nostri obiettivi?
- Come posso lavorare sulla reputazione del brand on-line?
- Come posso scoprire cosa dicono gli utenti dei miei servizi/prodotti?
- I clienti interagiscono sempre meno con i nostri canali fisici: quali piattaforme sono più adatte per promuovere il nostro prodotto e attrarre nuovi clienti?
- Che tipo di attività di web marketing bisogna impostare per avere risultati immediati? E per quelli a medio lungo termine?
- Come monitoro i risultati ottenuti e la dispersione del budget?

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

1

**ASCOLTO E
ANALISI**

2

**PIANO
STRATEGICO**

3

AZIONE

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



**ASCOLTO E
ANALISI**



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

PROCEDI IN QUESTO ORDINE:

1. Intervista l'imprenditore per comprenderne le esigenze.
2. Controlla i materiali già in possesso dell'azienda (testi, immagini, video e altro).
3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google.
4. Studia il pubblico di riferimento.

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

1

ASCOLTO E
ANALISI

1. INTERVISTA L'IMPRENDITORE
PER COMPRENDERNE LE
ESIGENZE



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

La parte più difficile di una consulenza, in cui si determina buona parte della riuscita commerciale, è quella iniziale.

Prima ancora di parlare di argomenti tecnici, di approfondire tematiche di comunicazione, di budget e di strategia è bene ricordare 3 semplici regole da applicare ad ogni inizio consulenza:



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

3 REGOLE FONDAMENTALI PER INIZIARE UNA BUONA CONSULENZA:

1) COMPORTATI DA CONSULENTE. La difficoltà più grande è apparire agli occhi dell'imprenditore come un consulente e non "uno dei tanti che passa in negozio". Per ottenere questo privilegio è necessario studiare gli argomenti tecnici ma soprattutto comportarsi come un professionista. Il consulente è:

Puntuale – Ben vestito – Educato – Sorridente – Preparato – Rispettoso – Curioso
– Consapevole di se stesso e della propria azienda



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

3 REGOLE FONDAMENTALI PER INIZIARE UNA BUONA CONSULENZA:

- 2) **FAI DOMANDE, NON AFFERMAZIONI.** All'inizio della consulenza non è mai una buona idea dettare i temi tecnici su cui discutere. Piuttosto che spiegare come funziona Facebook, Google o cerca di fare delle domande per comprendere cosa l'imprenditore pensa della presenza digitale della sua azienda. Solo così potrai capire a cosa è realmente interessato e supportarlo nel raggiungere i propri obiettivi.



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

3 REGOLE FONDAMENTALI PER INIZIARE UNA BUONA CONSULENZA:

- 3) RACCOGLI INFORMAZIONI IN MODO ORGANIZZATO.** Ogni volta che l'imprenditore ti fornisce delle informazioni sulla sua attività segna su un'agenda o sull'ipad delle note. "Facebook funziona molto bene", "Non credo nella pubblicità su Google", "Il sito deve essere aggiornato". Queste informazioni sono fondamentali per costruire una strategia e una proposta vincente in vendita.

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

1

ASCOLTO E
ANALISI

2. CONTROLLA I MATERIALI GIÀ IN
POSSESSO DELL'AZIENDA (TESTI,
IMMAGINI, VIDEO E ALTRO)



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

2. Controlla i materiali già in possesso dell'azienda (testi, immagini, video e altro).

È sempre importante controllare se l'azienda sia in possesso dei materiali idonei alla comunicazione on-line. L'azienda in genere possiede testi e foto, su siti web realizzati in passato, brochure cartacee, cataloghi e sui social network. **I testi possono essere riutilizzati** con adeguati aggiustamenti, **le foto devono invece essere aggiornate e moderne** altrimenti risultano inutilizzabili. Nel caso in cui l'azienda disponga anche di video, occorre **verificare che i video siano brevi, chiari e concisi** (spot televisivi e interviste lunghe non funzionano sul web).

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

1

ASCOLTO E
ANALISI

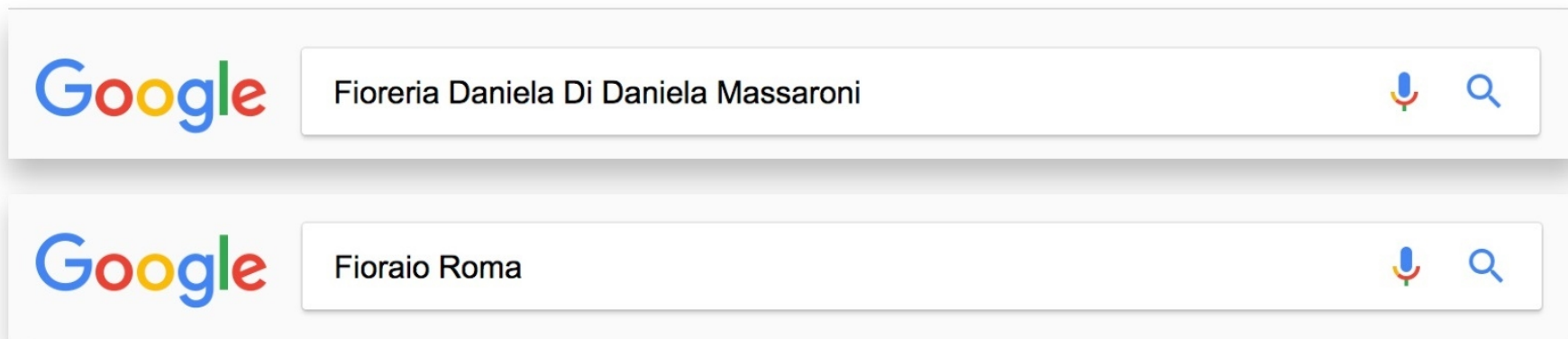
3. ANALIZZA LO STATO ATTUALE
DELL'AZIENDA ONLINE
CONTROLLANDO I RISULTATI DI
GOOGLE



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google



Per analizzare lo stato attuale dell'azienda on-line si procede con **DUE ricerche su Google**: una cercando il **nome dell'attività**, l'altra cercando la **parola chiave del suo business**. In questo modo possiamo osservare i risultati mostrati da Google sia a chi conosce l'attività e la cerca, sia a chi non la conosce ma è in cerca di un prodotto/servizio che offre.

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

Nei risultati di ricerca di Google concentriamoci su tre sezioni:

- Motori di ricerca verticali
- Risultati di Ricerca
- Scheda Google My Business

The screenshot displays a Google search for 'Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni'. The results are organized into three main sections, each highlighted with a red box and a letter:

- a** **Organic Search Results:** This section on the left contains several search results for the business, including links to websites like 'paginabianche.it', 'reteimprese.it', and 'impresaitalia.info'. Each result includes a snippet of text and a URL.
- b** **Map:** A small map is located in the center of the page, showing the location of the business in Rome.
- c** **Google My Business Profile:** This section on the right provides detailed information about the business, including its name, address, phone number, and a list of reviews. It also features a 'Domande e risposte' (Questions and answers) section and a 'Recensioni dal Web' (Web reviews) section.

At the bottom of the page, there is a footer with navigation links and a copyright notice.

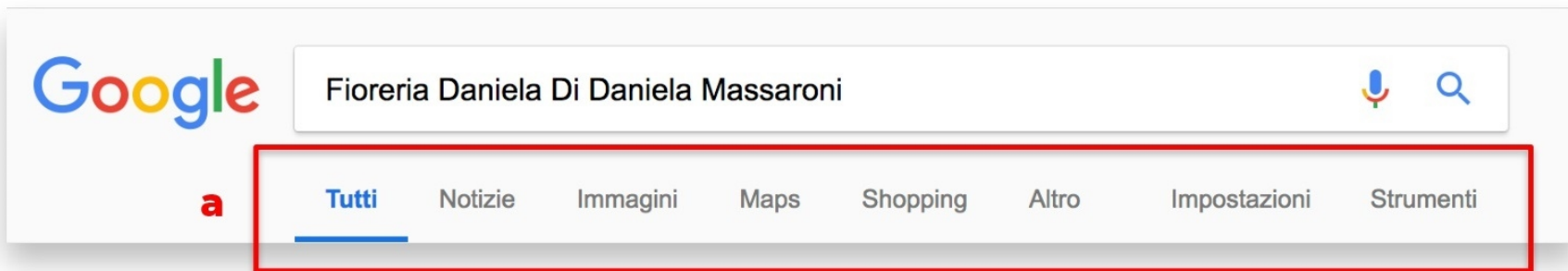


LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

a) MOTORI DI RICERCA VERTICALI



L'ordine con cui vengono mostrati i motori di ricerca verticali cambia a seconda della categoria di business e del prodotto/servizio cercato. Osserviamo come Google mette in ordine i motori di ricerca verticali; **questo ci aiuterà a capire quali sono le priorità di comunicazione dell'azienda.**

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

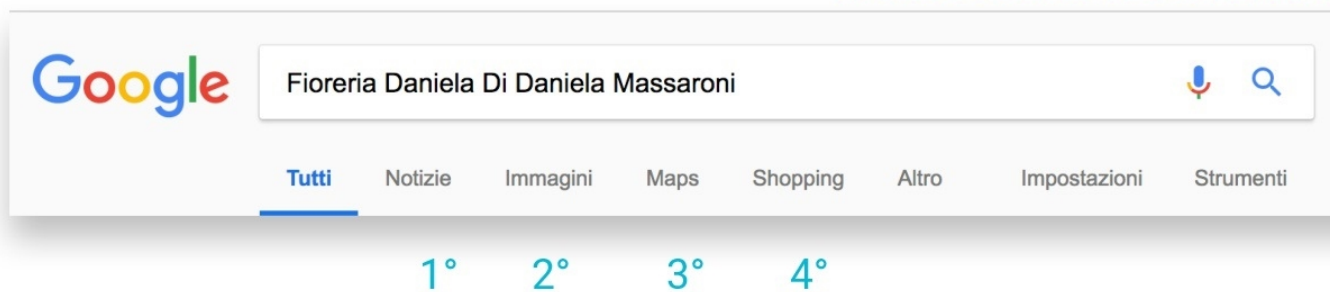
ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

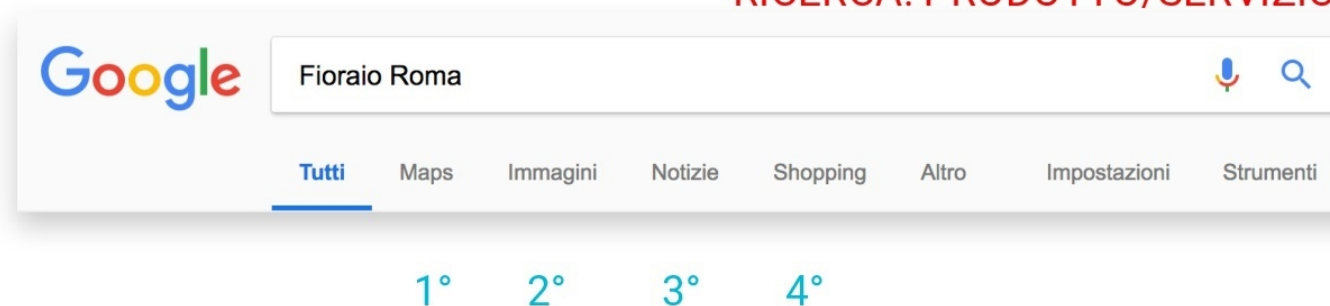
a) MOTORI DI RICERCA VERTICALI

L'ordine con cui sono elencati i motori di ricerca verticali ci indica quali sono le informazioni più importanti da comunicare agli utenti.

RICERCA: NOME ATTIVITÀ



RICERCA: PRODOTTO/SERVIZIO





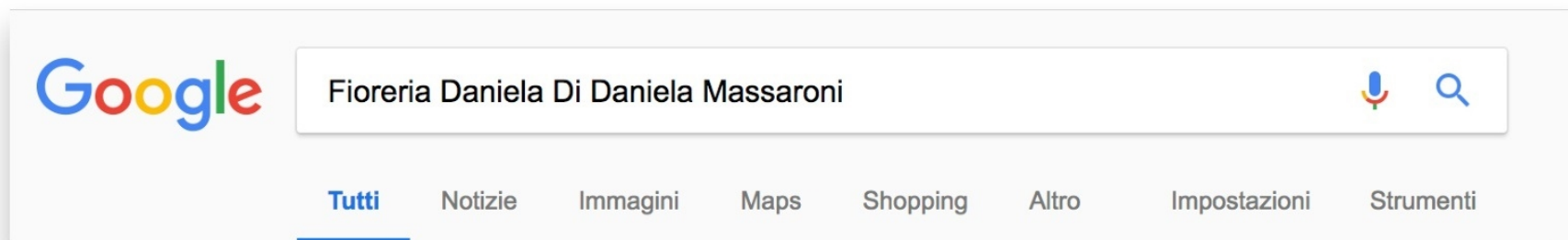
LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

a) MOTORI DI RICERCA VERTICALI

RICERCA: NOME ATTIVITÀ



1°

2°

3°

4°

Gli utenti che cercano l'attività digitandone il nome, sono per prima cosa interessati alle notizie sull'azienda, poi alle immagini che la rappresentano, alle indicazioni stradali e solo in ultimo allo shopping on-line.

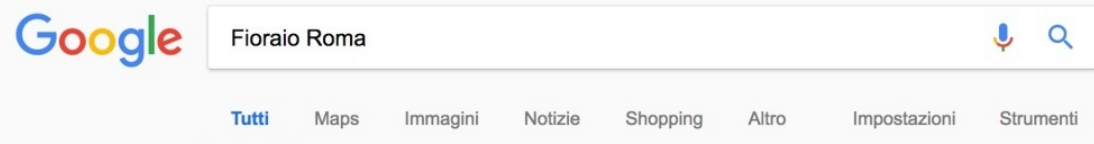
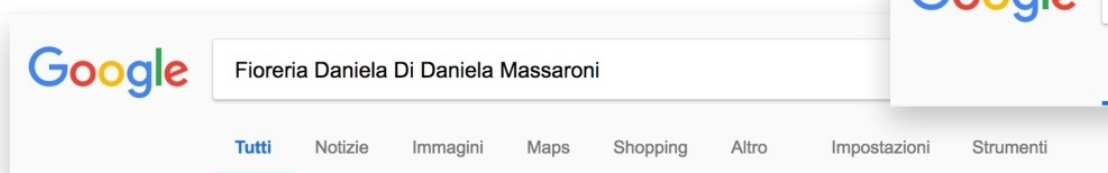
1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizzare lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

a) MOTORI DI RICERCA VERTICALI



PROCEDI IN QUESTO MODO:



Effettuando due ricerche (nome attività + prodotto/servizio) e osservando l'ordine dei motori di ricerca verticali di Google individua quali sono le informazioni più importanti da comunicare agli utenti affinché questi decidano di contattare l'azienda.



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

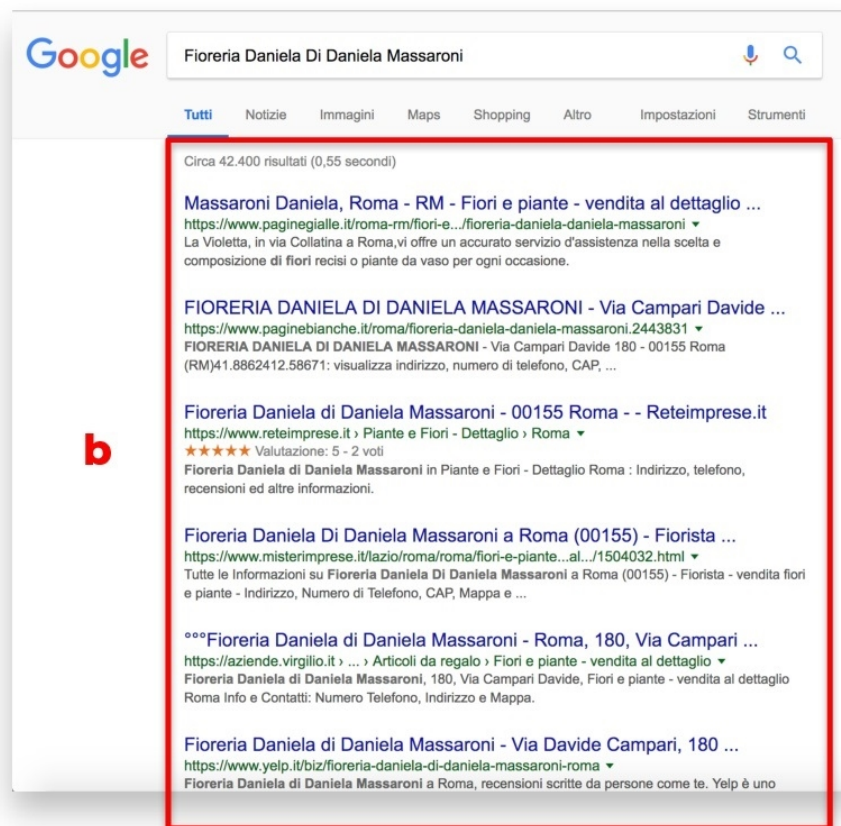
ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

b) RISULTATI DI RICERCA

I risultati di ricerca sono dei collegamenti a siti web, social network e portali che contengono informazioni coerenti con la ricerca dell'utente.

Il 94% degli utenti non legge i risultati oltre la prima pagina di Google.





LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

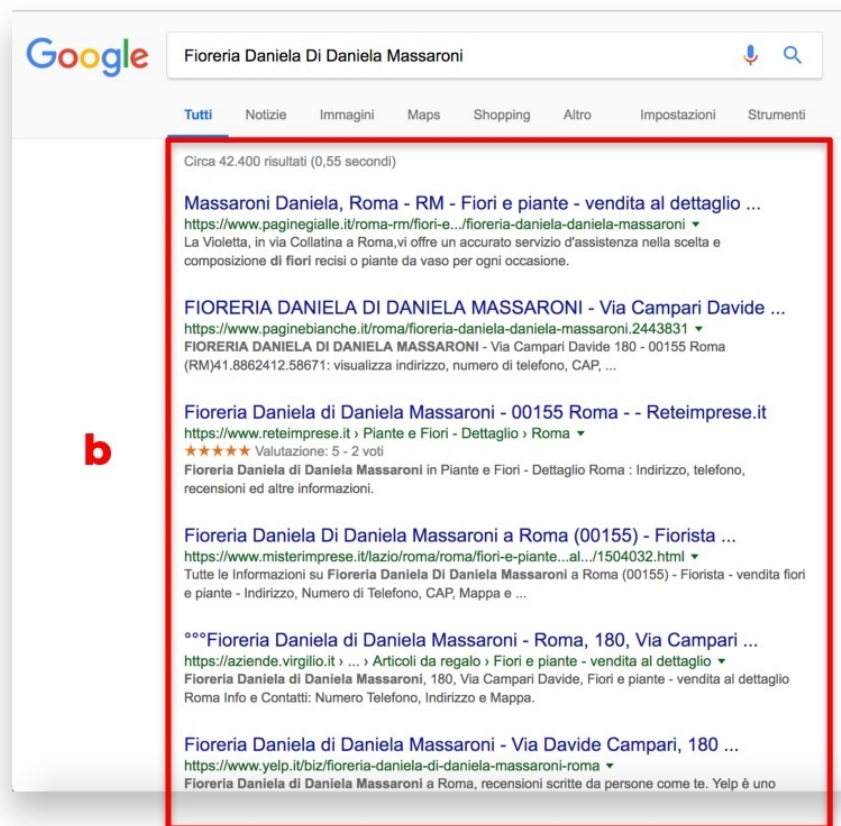
ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

b) RISULTATI DI RICERCA

Verifichiamo per entrambe le ricerche (nome attività e prodotto/servizio) quali sono i risultati che vengono visualizzati.

Attenzione: a ricerche differenti corrispondono risultati e informazioni completamente differenti tra di loro.





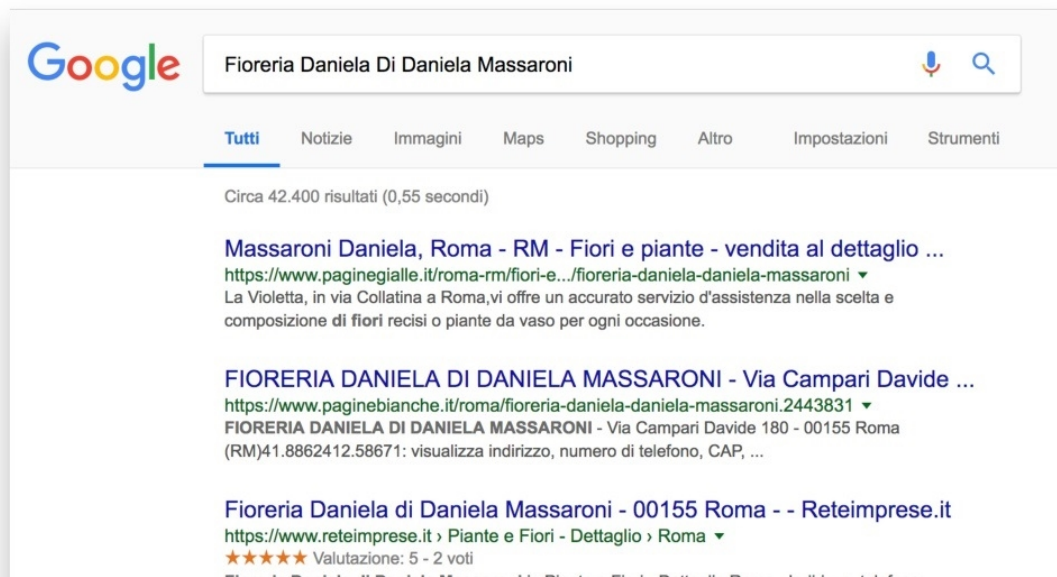
LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

b) RISULTATI DI RICERCA

Cercando il **nome dell'attività** è importante che i primi risultati siano il sito web, la pagina facebook e altri canali che l'imprenditore può controllare e modificare direttamente.



IN QUESTO CASO L'AZIENDA NON PRESENTA NEMMENO UN CANALE DI COMUNICAZIONE PROPRIETARIO (SITO, FACEBOOK, INSTAGRAM, ECC.). NON PUÒ AVERE IL PIENO CONTROLLO DELLE INFORMAZIONI CHE FORNISCE ALL'UTENTE.



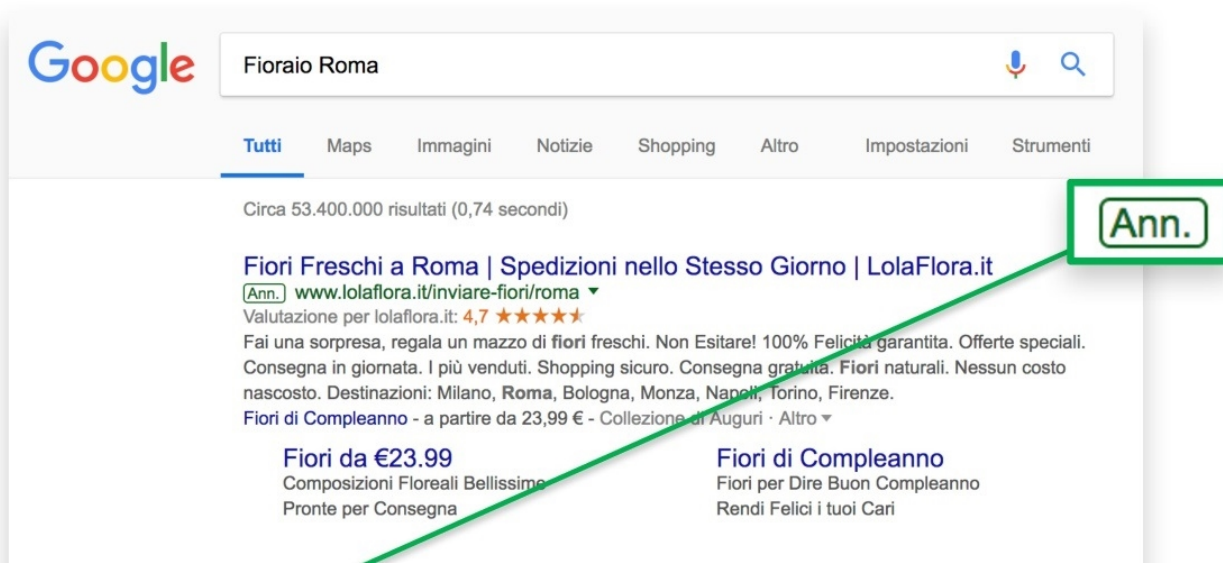
LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

b) RISULTATI DI RICERCA

Cercando il **prodotto/servizio** occorre valutare che tipo di informazioni i competitors forniscono agli utenti. In questo caso sono presenti annunci pubblicitari (Google Ads).



Gli ANNUNCI PUBBLICITARI DI GOOGLE ADS PERMETTONO DI POSIZIONARE INFORMAZIONI NELLE PRIME POSIZIONI DELLE RICERCHE E INTERCETTARE COSÌ POTENZIALI NUOVI CLIENTI.

QUESTO È UN MODO EFFICACE PER INVESTIRE IL BUDGET E TROVARE NUOVI CLIENTI.



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

b) RISULTATI DI RICERCA

PROCEDI IN QUESTO MODO:

Effettuando la ricerche sul nome dell'attività verifica se l'azienda presenta dei canali di comunicazione propri che può controllare e modificare (sito, facebook, instagram, ecc.) sulla prima pagina di Google.



Effettuando la ricerca sul prodotto/servizio principale dell'attività analizza i principali competitors e quali informazioni e strategie utilizzano per comunicare con gli utenti e trovare potenziali clienti.



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

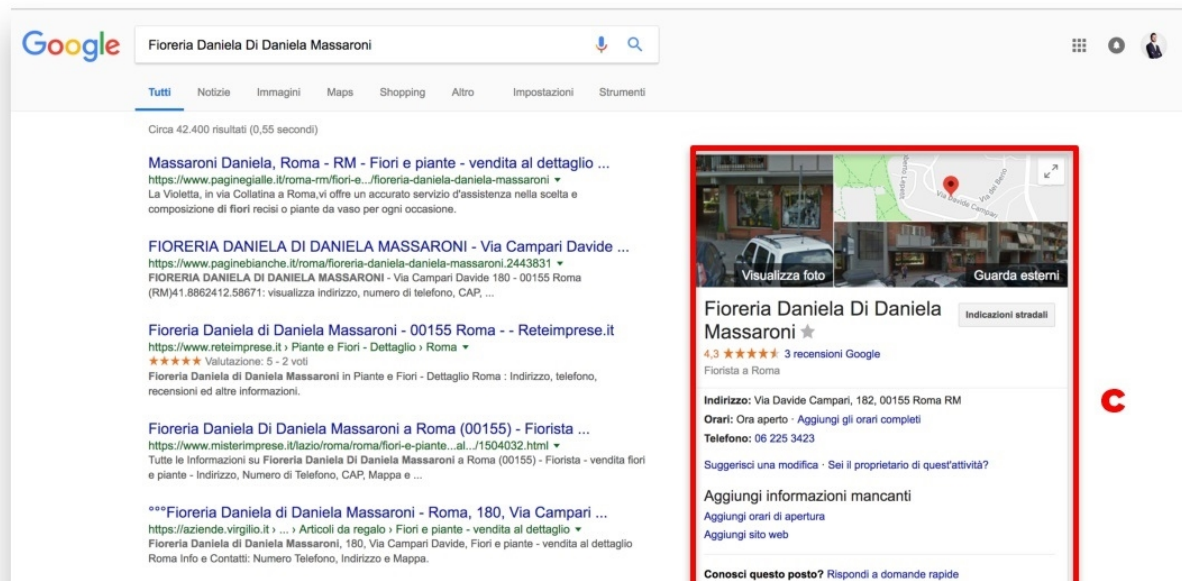
ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

c) SCHEDA GOOGLE MY BUSINESS

La scheda **Google My Business** è un contenitore di informazioni (testo, immagini, indicazioni stradali, contatti, recensioni, orari, ecc.) **che Google mostra ad ogni utente che ricerca l'azienda sul web.**

Per trovare la scheda Google My Business è sufficiente effettuare una ricerca con il nome dell'attività.





LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

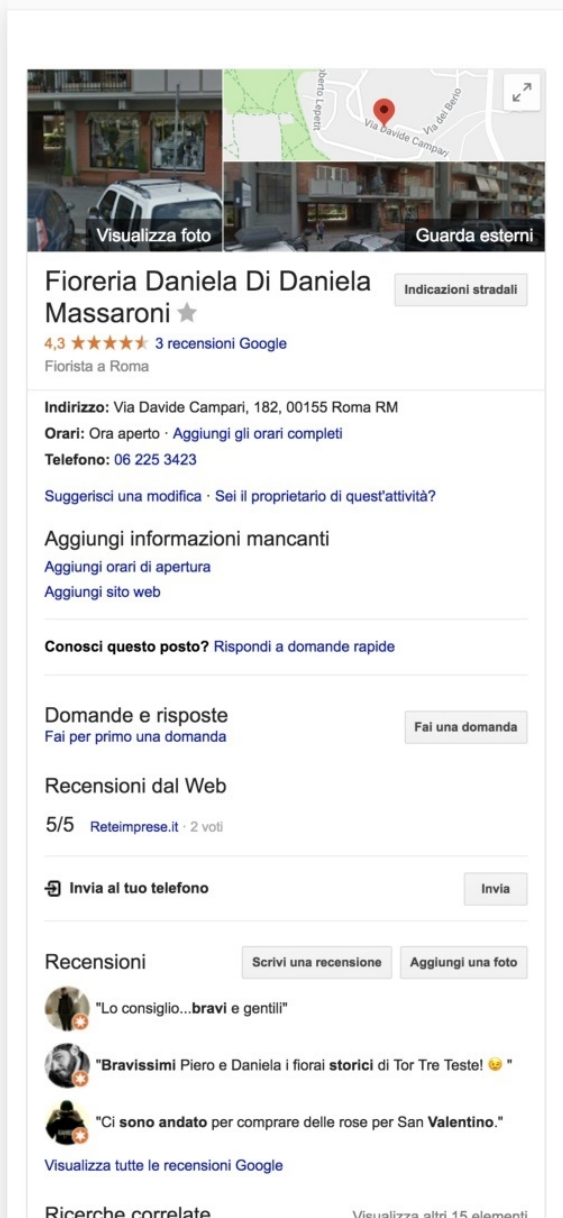
ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

c) SCHEDA GOOGLE MY BUSINESS

La scheda Google My Business è uno strumento che Google mette a disposizione delle aziende per fornire informazioni ai clienti e agli utenti che cercano sul web.

Le schede sono spesso create da Google ma non rivendicate dall'azienda. Ciò vuol dire che l'azienda non può modificare le informazioni contenute all'interno (orari, indirizzi, contatti sbagliati) e rispondere alle recensioni.





LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

c) SCHEDA GOOGLE MY BUSINESS

Se all'interno della scheda compare la domanda:

Sei il proprietario di quest'attività?

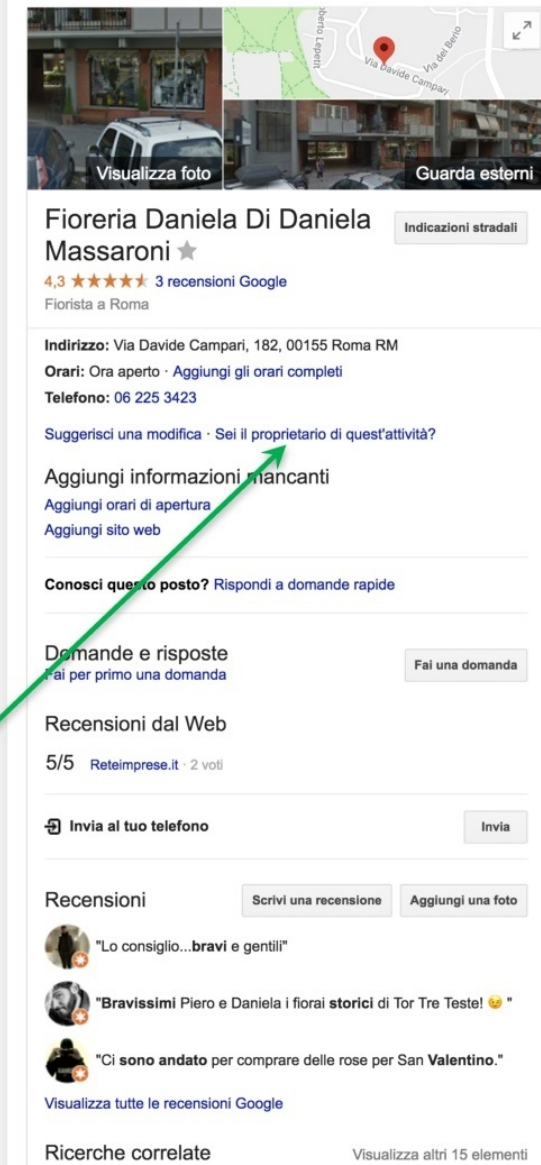
Significa che la scheda non è rivendicata e l'azienda non può modificarne le informazioni.

Indirizzo: Via Davide Campari, 182, 00155 Roma RM

Orari: Ora aperto · [Aggiungi gli orari completi](#)

Telefono: 06 225 3423

[Suggerisci una modifica](#) · [Sei il proprietario di quest'attività?](#)





LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

3. Analizza lo stato attuale dell'azienda online controllando i risultati di Google

c) SCHEDA GOOGLE MY BUSINESS

PROCEDI IN QUESTO MODO:

Indirizzo: Via Davide Campari, 182, 00155 Roma RM

Orari: Ora aperto · [Aggiungi gli orari completi](#)

Telefono: 06 225 3423

[Suggerisci una modifica](#) · [Sei il proprietario di quest'attività?](#)



Utilizza il nome dell'attività per effettuare una ricerca su Google e visualizza la scheda Google My Business. Per prima cosa verifica se è presente la domanda "Sei il proprietario di quest'attività?". Poi controlla la correttezza delle informazioni della scheda (contatti, indicazioni stradali, recensioni, ecc.).

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



**ASCOLTO E
ANALISI**

**4. STUDIA IL PUBBLICO DI
RIFERIMENTO**



4. Studia il pubblico di riferimento

Le due domande chiave per impostare una corretta strategia sono:

- a) Quale è il pubblico di riferimento dell'azienda?**
- b) Come si comporta sul web il pubblico di riferimento?**

Solo conoscendo il pubblico di riferimento (età, genere, località, abitudini, interessi, ecc.) è possibile determinare i canali più adeguati e lo stile di comunicazione più opportuno per raggiungere nuovi clienti.



4. Studia il pubblico di riferimento

a) QUAL È IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO DELL'AZIENDA?

Per rispondere a questa domanda bisogna individuare una PERSONA TIPO e ipotizzare:

- Età
- Uomo/Donna
- Località Geografica
- Interessi e argomenti di maggiore interesse

PER ALCUNE ATTIVITÀ LA
"PERSONA TIPO" PUÒ ESSERE
ASSOLUTAMENTE GENERICA
(ESEMPIO: ASSISTENZA
STRADALE – CHIUNQUE
POSSEGGA AUTO IN UNA
DETERMINATA LOCALITÀ)



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

4. Studia il pubblico di riferimento

a) QUAL È IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO DELL'AZIENDA?

ESEMPIO: Azienda di traslochi

PERSONA TIPO:

Età: 30 – 70 anni

Genere: Uomo /Donna

Località: quella dell'azienda

Interessi: Immobili, traslochi, casa, ufficio, negozio



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

4. Studia il pubblico di riferimento

b) COME SU COMPORTA SUL WEB IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO?

Puoi utilizzare uno strumento di Google per capire come gli utenti interessati ad un servizio specifico o ad una attività effettuano ricerche sul web.

Collegati su **TRENDS.GOOGLE.IT**



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI



4. Studia il pubblico di riferimento

b) COME SU COMPORTA SUL WEB IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO?

Google Trends ci indica i volumi di ricerca di determinate parole chiave nel tempo.

Utilizzando questo strumento **possiamo scoprire in quale periodo dell'anno o del mese è più ricercato un prodotto/servizio o un argomento**. Grazie a questi risultati siamo in grado di stabilire le azioni di marketing nel tempo e programmarle con anticipo. Inoltre **è possibile confrontare le ricerche per capire quali sono i prodotti/servizi più ricercati** (chi si sposa può cercare: ristorante per matrimoni oppure location per matrimoni oppure ristorante per ricevimenti: quale è il termine più cercato?)



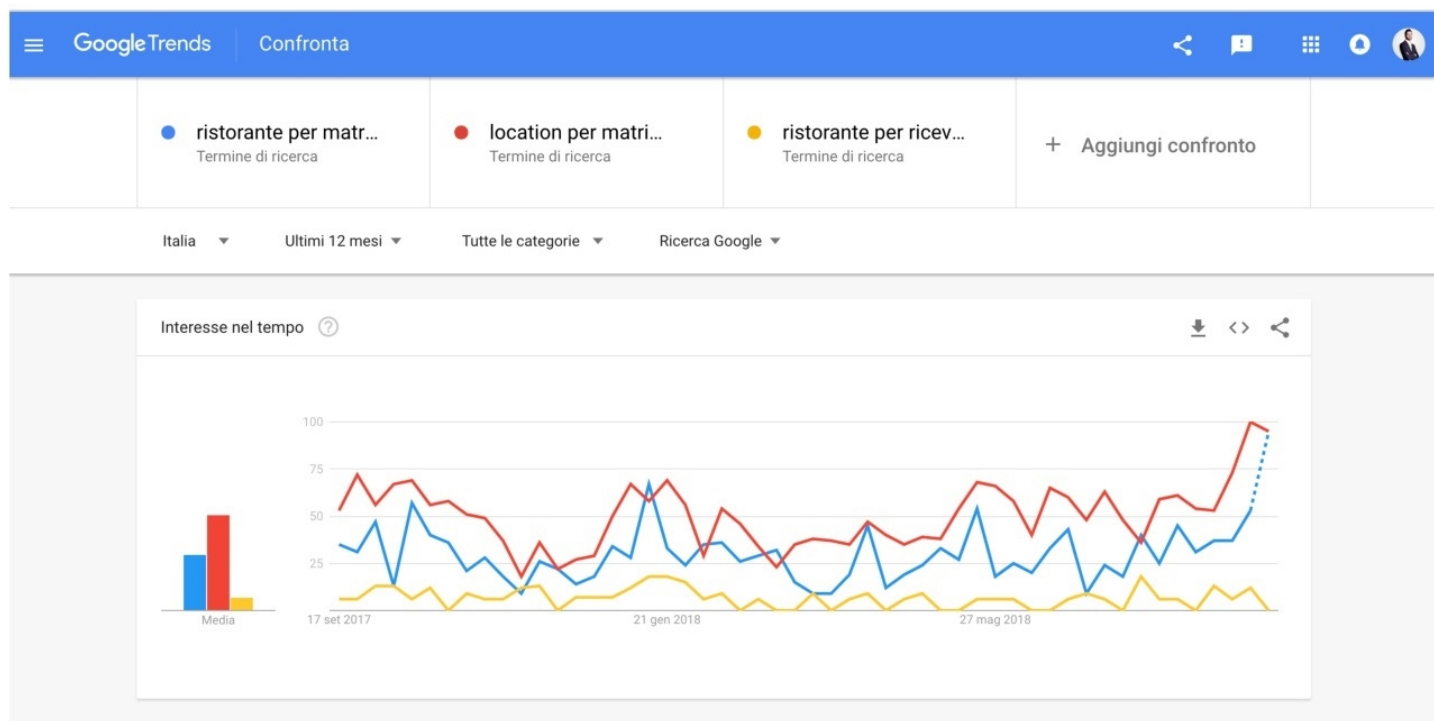
LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

ASCOLTO E ANALISI

Google Trends

4. Studia il pubblico di riferimento

b) COME SI COMPORTA SUL WEB IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO?



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



**PIANO
STRATEGICO**



PIANO STRATEGICO

Il piano strategico consiste nel definire con l'imprenditore le attività da mettere in campo per fare web marketing. **Le informazioni raccolte in fase di analisi servono ora per formulare una proposta da discutere con l'azienda.**

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



PIANO
STRATEGICO

2. Analizza i risultati e stabilisci gli
obiettivi



2. Analizza i risultati e proponi delle soluzioni ai problemi evidenziati

Ora che hai scoperto:

- **Cosa pensa il cliente della sua presenza digitale**
- **Quale informazioni sono importanti sul web e come comunicano i competitors** → Ricerca Google
- **Qual è il pubblico di riferimento e come si comporta** → Google Trends
- **Come effettuare in test oggettivo dell'azienda on-line**

Puoi stabilire gli obiettivi del piano strategico.



2. Analizza i risultati e proponi delle soluzioni ai problemi evidenziati

Nonostante gli obiettivi di marketing sono numerosi, ogni azienda può sintetizzare le proprie necessità in tre macro-aree:

- COMUNICARE IN MANIERA MIGLIORE
- TROVARE NUOVI CLIENTI
- PROMUOVERE PRODOTTI E SERVIZI

La domanda ora è: “Caro imprenditore, cosa ritiene più opportuno affrontare?”

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



AZIONE



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

AZIONE

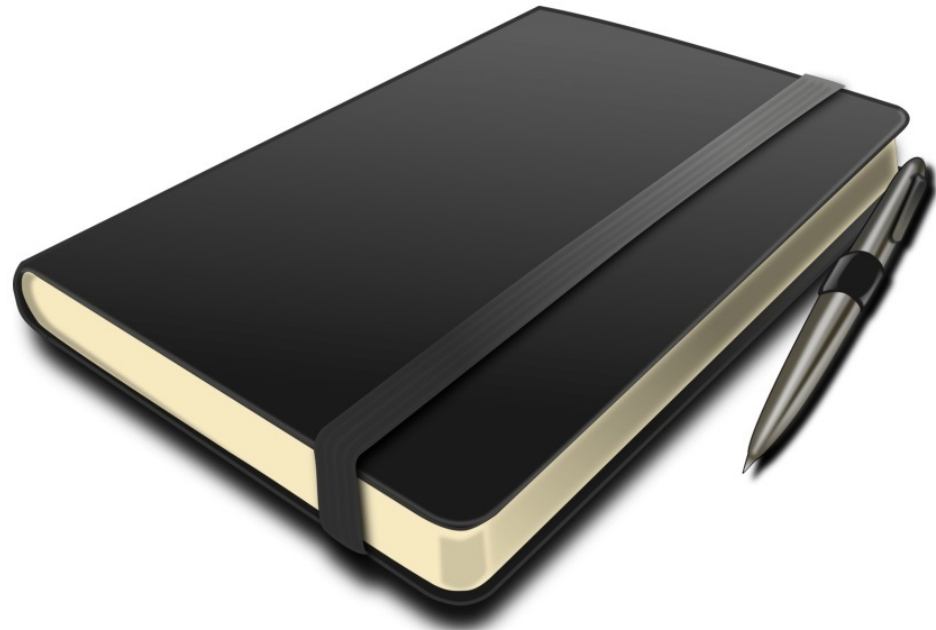
L'azione si concretizza in una **proposta di servizio** derivante dall'analisi condotta sulle esigenze di marketing dell'azienda. Una volta stabiliti gli obiettivi assieme all'imprenditore ed individuati i servizi più adatti per raggiungerli

3

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE AZIONE

Ricorda, una volta presentati i servizi, di **utilizzare sempre un foglio di carta per discutere di costi e condizioni di pagamento.**

È una pre-forma di contratto molto utile a sensibilizzare il potenziale cliente e indurlo a valutare nel dettaglio le condizioni piuttosto che il valore totale del contratto.



3

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **AZIONE**

Finalizza la vendita prospettando al cliente quelli che saranno gli step successivi:

Sarà contattato dal nostro centro clienti per portare avanti la pratica e produrre i servizi acquistati.

Ricorda al cliente che sarai sempre disponibile per supporto e valutazioni sugli sviluppi della strategia di marketing.



3

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **AZIONE**

**Se non riesci a portare a termine la trattativa
NON PREOCCUPARTI.**

*È stato statisticamente provato che ogni
persona, prima di arrivare ad acquistare, deve
avere 7 PUNTI DI CONTATTO con il venditore.*

Quindi sviluppa i punti di contatto con il
potenziale cliente:

- E-mail
- Visite a freddo
- Chiamate informali
- Messaggi Whatsapp

