

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

1

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

1

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:

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **ASCOLTO E ANALISI**

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

3 REGOLE FONDAMENTALI PER INIZIARE UNA BUONA CONSULENZIA:

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

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **ASCOLTO E ANALISI**

1. Intervista L'imprenditore Per Comprenderne Le Esigenze

3 REGOLE FONDAMENTALI PER INIZIARE UNA BUONA CONSULENZIA:

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.

1

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



ASCOLTO E
ANALISI

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

1

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

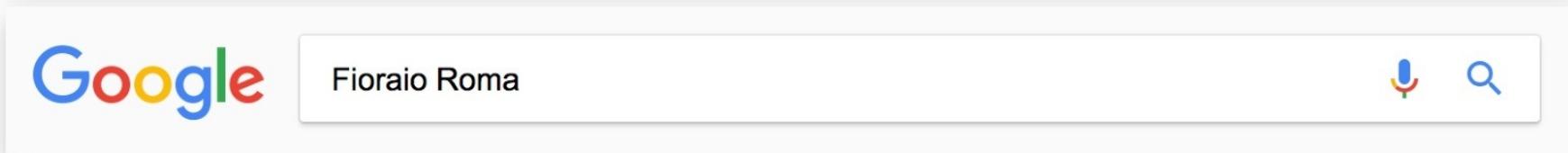
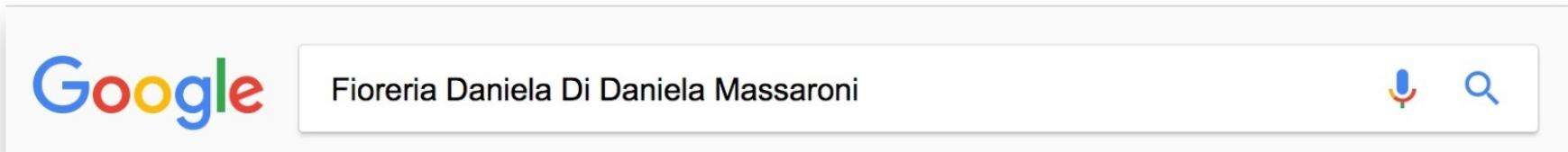
ASCOLTO E
ANALISI

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

1

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:

- a) Motori di ricerca verticali
- b) Risultati di Ricerca
- c) Scheda Google My Business

The screenshot shows a Google search results page for the query "Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni". The results are organized into three main sections:

- Section a (Vertical Results):** Shows results from vertical search engines like Paginegialle.it and Impresitalia.info.
- Section b (Search Results):** Shows standard search results for various websites and platforms like Retimpresa.it, Yelp, and Inelenco.com.
- Section c (Google My Business Card):** Displays the Google My Business card for the flower shop, including its address (Via Campani 180, 00155 Roma RM), phone number (062253423), and a map showing its location.

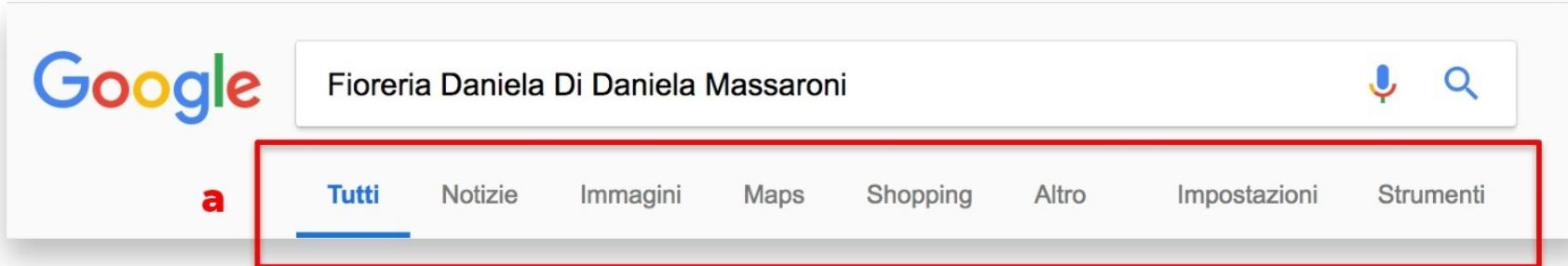
Below the search results, there are sections for "Conosci questo posto?", "Domande e risposte", and "Ricerche correlate". The footer includes links for "Guida", "Invia feedback", "Privacy", and "Termini".

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 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

The screenshot shows a Google search results page for the query "Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni". The results are categorized by vertical search engines: News (Notizie), Images (Immagini), Maps (Maps), Shopping (Shopping), and Other (Altro). The results are numbered 1° through 4°. The "Tutti" tab is selected at the top.

RICERCA: PRODOTTO/SERVIZIO

The screenshot shows a Google search results page for the query "Fioraio Roma". The results are categorized by vertical search engines: Maps (Maps), Images (Immagini), News (Notizie), Shopping (Shopping), and Other (Altro). The results are numbered 1° through 4°. The "Tutti" tab is selected at the top.

1° 2° 3° 4°

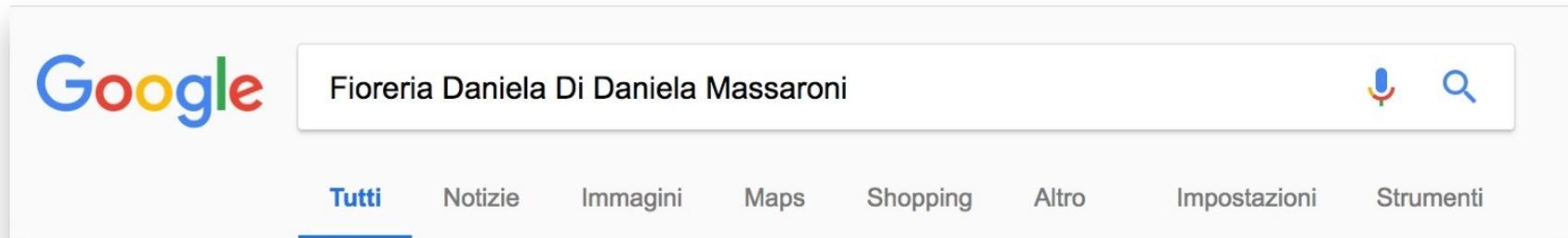
1

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

RICERCA: NOME ATTIVITÀ



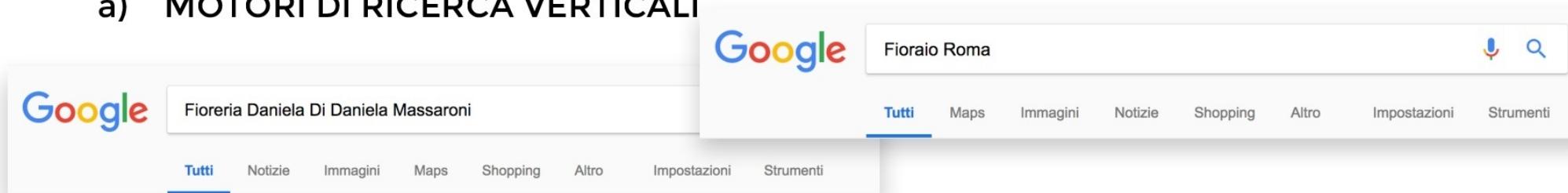
Gli utenti che cercano l'attività digitandone il nome, sono per prima cosa interessati alle notizie sull'azienda, poi alle immagini che la rappresentano, alle indicazioni stradali e solo in ultimo allo shopping on-line.

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 affInchè questi decidano di contattare l'azienda.



1

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.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni

Tutti Notizie Immagini Maps Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 42.400 risultati (0,55 secondi)

Massaroni Daniela, Roma - RM - Fiori e piante - vendita al dettaglio ...
https://www.paginegialle.it/roma-rm/fiori-e.../fioreria-daniela-daniela-massaroni ▾
La Violetta, in via Collatina a Roma, vi offre un accurato servizio d'assistenza nella scelta e composizione di fiori recisi o piante da vaso per ogni occasione.

FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide ...
https://www.paginebianche.it/roma/fioreria-daniela-daniela-massaroni.2443831 ▾
FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide 180 - 00155 Roma (RM)41.8862412.58671: visualizza indirizzo, numero di telefono, CAP, ...

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - 00155 Roma - - Reteimprese.it
https://www.reteimprese.it/Piante e Fiori - Dettaglio / Roma ▾
★★★★★ Valutazione: 5 - 2 voti
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni in Piante e Fiori - Dettaglio Roma : Indirizzo, telefono, recensioni ed altre informazioni.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista ...
https://www.misterimprese.it/lazio/roma/fiori-e-piante...al.../1504032.html ▾
Tutte le Informazioni su Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista - vendita fiori e piante - Indirizzo, Numero di Telefono, CAP, Mappa e ...

*****Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - Roma, 180, Via Campari ...**
https://aziende.virgilio.it/... > Articoli da regalo > Fiori e piante - vendita al dettaglio ▾
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni, 180, Via Campari Davide, Fiori e piante - vendita al dettaglio Roma Info e Contatti: Numero Telefono, Indirizzo e Mappa.

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - Via Davide Campari, 180 ...
https://www.yelp.it/biz/fioreria-daniela-di-daniela-massaroni-roma ▾
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni a Roma, recensioni scritte da persone come te. Yelp è uno

1

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.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni

Tutti Notizie Immagini Maps Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 42.400 risultati (0,55 secondi)

Massaroni Daniela, Roma - RM - Fiori e piante - vendita al dettaglio ...
<https://www.paginegialle.it/roma/rm/fiori-e-piante/fioreria-daniela-daniela-massaroni> ▾
La Violetta, in via Collatina a Roma, vi offre un accurato servizio d'assistenza nella scelta e composizione di fiori recisi o piante da vaso per ogni occasione.

FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide ...
<https://www.paginebianche.it/roma/fioreria-daniela-daniela-massaroni.2443831> ▾
FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide 180 - 00155 Roma (RM)41.8862412.58671: visualizza indirizzo, numero di telefono, CAP, ...

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - 00155 Roma - - Reteimprese.it
<https://www.reteimprese.it/Piante-e-Fiori-Detttaglio/Roma> ▾
★★★★★ Valutazione: 5 - 2 voti
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni in Piante e Fiori - Detttaglio Roma : Indirizzo, telefono, recensioni ed altre informazioni.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista ...
<https://www.misterimpresa.it/lazio/roma/fiori-e-piante...al.../1504032.html> ▾
Tutte le Informazioni su Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista - vendita fiori e piante - Indirizzo, Numero di Telefono, CAP, Mappa e ...

*****Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - Roma, 180, Via Campari ...**
<https://aziende.virgilio.it/.../Articoli-da-regalo/Fiori-e-piante-vendita-al-dettaglio> ▾
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni, 180, Via Campari Davide, Fiori e piante - vendita al dettaglio Roma Info e Contatti: Numero Telefono, Indirizzo e Mappa.

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - Via Davide Campari, 180 ...
<https://www.yelp.it/biz/fioreria-daniela-di-daniela-massaroni-roma> ▾
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni a Roma, recensioni scritte da persone come te. Yelp è uno

1

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.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni

Tutti Notizie Immagini Maps Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 42.400 risultati (0,55 secondi)

Massaroni Daniela, Roma - RM - Fiori e piante - vendita al dettaglio ...
<https://www.paginegialle.it/roma-rm/fiori-e.../fioreria-daniela-daniela-massaroni> ▾
La Violetta, in via Collatina a Roma, vi offre un accurato servizio d'assistenza nella scelta e composizione di fiori recisi o piante da vaso per ogni occasione.

FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide ...
<https://www.paginebianche.it/roma/fioreria-daniela-daniela-massaroni.2443831> ▾
FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide 180 - 00155 Roma (RM)41.8862412.58671: visualizza indirizzo, numero di telefono, CAP, ...

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - 00155 Roma - - Reteimpresa.it
<https://www.reteimpresa.it> Piante e Fiori - Dettaglio > Roma ▾

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.

1

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).

Fioraio Roma

Tutti Maps Immagini Notizie Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 53.400.000 risultati (0,74 secondi)

Fiori Freschi a Roma | Spedizioni nello Stesso Giorno | LolaFlora.it
[Ann.] www.lolaflora.it/inviare-fiori/roma ▾
Valutazione per lolaflora.it 4,7 ★★★★★
Fai una sorpresa, regala un mazzo di fiori freschi. Non Esitare! 100% Felicità garantita. Offerte speciali. Consegnata in giornata. I più venduti. Shopping sicuro. Consegnata gratuita. Fiori naturali. Nessun costo nascosto. Destinazioni: Milano, Roma, Bologna, Monza, Napoli, Torino, Firenze.
Fiori di Compleanno - a partire da 23,99 € - Collezione di Auguri · Altro ▾

Fiori da €23,99
Composizioni Floreali Bellissime
Pronte per Consegna

Fiori di Compleanno
Fiori per Dire Buon Compleanno
Rendi Felici i tuoi Cari

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.

1

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.

1

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.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni

Tutti Notizie Immagini Maps Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 42.400 risultati (0,55 secondi)

Massaroni Daniela, Roma - RM - Fiori e piante - vendita al dettaglio ...
<https://www.paginegialle.it/roma/rm/fiori-e.../fioreria-daniela-daniela-massaroni> ▾
La Violetta, in via Collatina a Roma, vi offre un accurato servizio d'assistenza nella scelta e composizione di fiori recisi o piante da vaso per ogni occasione.

FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide ...
<https://www.paginebianche.it/roma/fioreria-daniela-daniela-massaroni.2443831> ▾
FIORERIA DANIELA DI DANIELA MASSARONI - Via Campari Davide 180 - 00155 Roma (RM)41.8862412,58671: visualizza indirizzo, numero di telefono, CAP, ...

Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - 00155 Roma - - Reteimpresa.it
<https://www.reteimpresa.it>Plante e Fiori - Dettaglio > Roma> ▾
★★★★ Valutazione: 5 - 2 voti
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni in Plante e Fiori - Dettaglio Roma : Indirizzo, telefono, recensioni ed altre informazioni.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista ...
<https://www.misterimpresa.it/lazio/roma/fiori-e-piante.../1504032.html> ▾
Tutte le Informazioni su Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni a Roma (00155) - Fiorista - vendita fiori e piante - Indirizzo, Numero di Telefono, CAP, Mappa e ...

***Fioreria Daniela di Daniela Massaroni - Roma, 180, Via Campari ...
<https://aziende.virgilio.it/>Articoli da regalo > Fiori e piante - vendita al dettaglio> ▾
Fioreria Daniela di Daniela Massaroni, 180, Via Campari Davide, Fiori e piante - vendita al dettaglio Roma Info e Contatti: Numero Telefono, Indirizzo e Mappa.

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni ★ 4.3 ⭐⭐⭐⭐ 3 recensioni Google
Fiorista a Roma

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?
Aggiungi informazioni mancanti
Aggiungi orari di apertura
Aggiungi sito web

Conosci questo posto? Rispondi a domande rapide

1

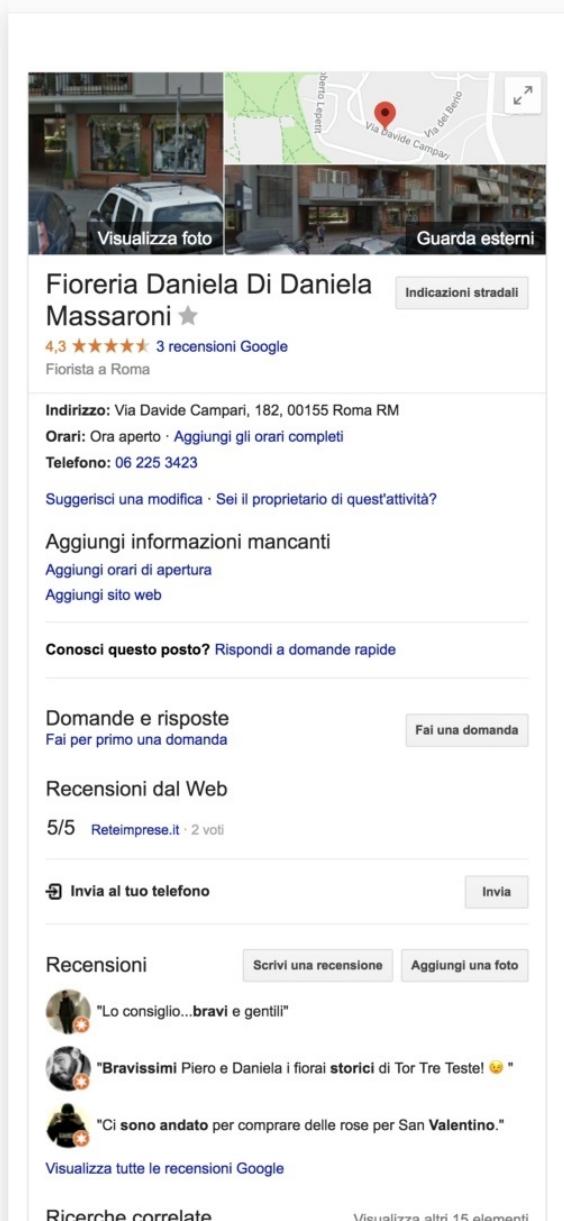
LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **ASCOLTO E ANALISI**

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.



Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni ★
4,3 ★★★★☆ 3 recensioni Google
Fiorista a Roma

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?

Aggiungi informazioni mancanti
Aggiungi orari di apertura
Aggiungi sito web

Conosci questo posto? Rispondi a domande rapide

Domande e risposte
Fai per primo una domanda

Recensioni dal Web
5/5 Reteimpresa.it · 2 voti

✉ Invia al tuo telefono

Recensioni

Scrivi una recensione Aggiungi una foto

"Lo consiglio...bravi e gentili!"
"Bravissimi Piero e Daniela i fiorai storici di Tor Tre Teste! 😊"
"Ci sono andato per comprare delle rose per San Valentino."

Visualizza tutte le recensioni Google

Ricerche correlate

Visualizza altri 15 elementi

1

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?](#)

Fioreria Daniela Di Daniela Massaroni ★
4,3 ★★★★☆ 3 recensioni Google
Fiorista a Roma

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?
Aggiungi informazioni mancanti
Aggiungi orari di apertura
Aggiungi sito web

Conosci questo posto? Rispondi a domande rapide

Domande e risposte
Fai per primo una domanda

Recensioni dal Web
5/5 Reteimpresa.it · 2 voti

✉ Invia al tuo telefono

Recensioni
Scrivi una recensione · Aggiungi una foto

"Lo consiglio...bravi e gentili"
"Bravissimi Piero e Daniela i fiorai storici di Tor Tre Teste! 😊 "
"Ci sono andato per comprare delle rose per San Valentino."

Visualizza tutte le recensioni Google

Ricerche correlate

Visualizza altri 15 elementi

1

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

1

ASCOLTO E
ANALISI

4. STUDIA IL PUBBLICO DI
RIFERIMENTO

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **ASCOLTO E ANALISI**

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.

1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE **ASCOLTO E ANALISI**

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)

1

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

1

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**

1

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?)

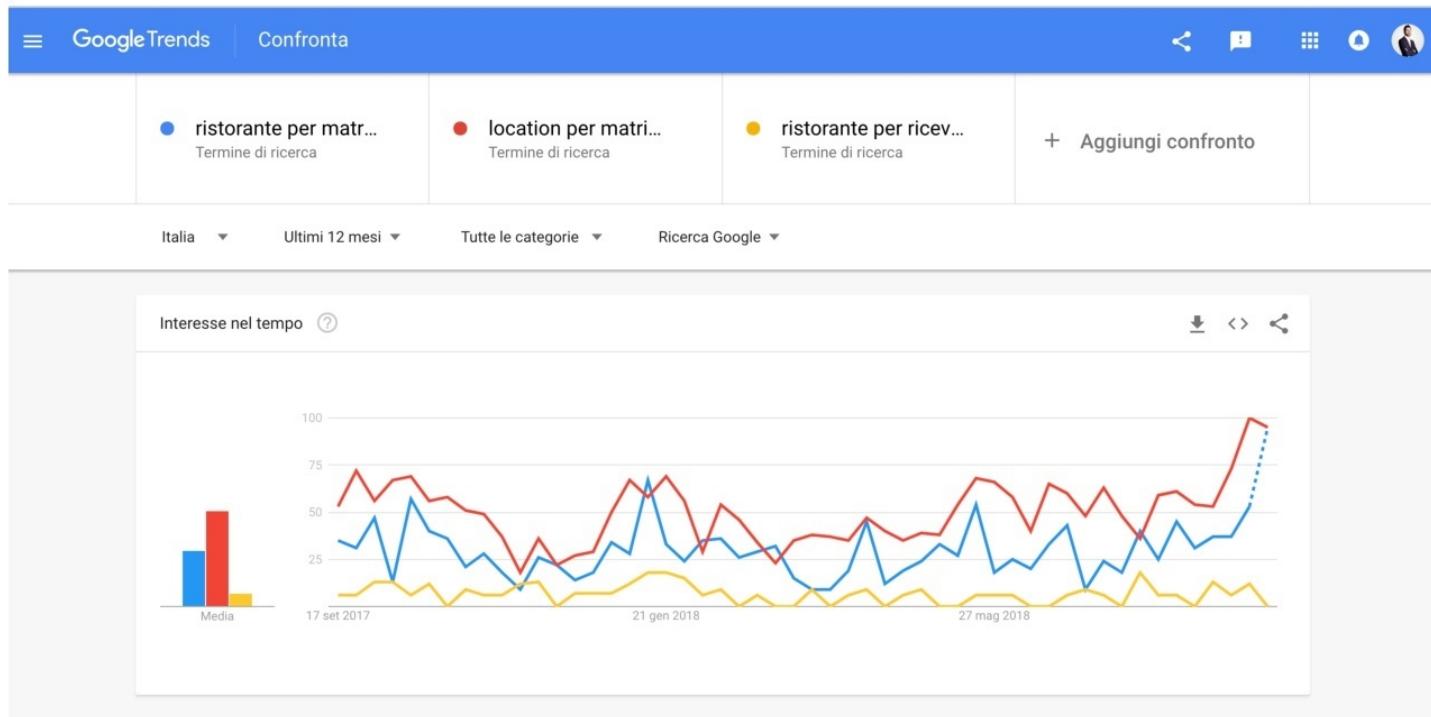
1

LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE ASCOLTO E ANALISI

4. Studia il pubblico di riferimento

Google Trends

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



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE



PIANO
STRATEGICO



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

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



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

PIANO SRATEGICO

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.



LE TRE FASI DELLA CONSULENZA DIGITALE

PIANO SRATEGICO

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 di 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

