

Clem Snide

L'evoluzione del Marketing Digitale per le PMI

Luglio 27, 2020



Per gestire in maniera produttiva **un'adeguata strategia di marketing** di una piccola o media impresa è necessario ottimizzare tutte le risorse disponibili, che spesso non sono molte.

1. Strategie di marketing per PMI
2. Come impostare una buona strategia di mercato per PMI
3. La figura del Web Media Manager

Strategie di marketing per PMI

Secondo dati ISTAT, oltre il 90% delle **realità imprenditoriali italiane** si identifica con PMI che quindi rappresentano un'importantissima realtà economica del paese. Per aumentare in maniera significativa il proprio giro d'affari, ciascuna di queste micro-imprese deve necessariamente utilizzare **un'adeguata strategia di mercato**, che sia in grado di potenziare efficacemente la sua visibilità. È ormai assodato che la maggior parte delle

transazioni si conclude sul web e che pertanto una **corretta pubblicità in rete** è fondamentale per incentivare il business. Fino a pochi anni fa, per le piccole e medie imprese, pubblicità e marketing erano praticamente sovrapponibili, mentre attualmente, con l'avvento del **digital marketing**, la situazione è nettamente cambiata. Lo spostamento dei budget di marketing dai sistemi più tradizionali (come volantini, brochure, cataloghi e gadget) verso quelli **digitali** (come e-mail, SMS, social) ha portato a un'evidente modificazione del fare pubblicità. Il fine ultimo di tali operazioni rimane sempre quello di conquistarsi un buon **posizionamento sui motori di ricerca**, dato che la visibilità è possibile soltanto trovandosi nei primi 10 posti delle varie pagine tematiche.

Come impostare una buona strategia di mercato per PMI

La gestione dei **tanti canali disponibili sul web** implica una notevole esperienza, soprattutto in quanto il tempo disponibile per tale gestione è spesso limitato e quindi bisogna cercare di sfruttarlo al meglio.

Un **imprenditore** si trova ad affrontare una notevole quantità di problematiche, tra cui anche quella relativa alla gestione dei mezzi di comunicazione digitali. Tenendo conto delle esigenze dei consumatori, diventati ormai esperti visitatori dei siti web e soprattutto delle recensioni ad essi relative, è necessario possedere le **competenze specifiche** per mantenersi aggiornati e ben visibili su internet. Una **PMI** non può avere unicamente canali attivi, ma deve anche essere in grado di saperli utilizzare con costanza e non sporadicamente, interagendo con i propri clienti in maniera continuativa e proficua. Un valido aiuto per la gestione dei canali web viene garantito da **overplace – le pagine azzurre**, un portale che da anni offre un servizio di Tutor alle PMI, in grado di consigliare l'imprenditore su come gestire la comunicazione digitale. Già oltre 10mila aziende hanno scelto le **Overplace-le pagine azzurre** non soltanto per la vasta offerta dei servizi di web marketing, ma anche per la competenza e specializzazione dei professionisti che operano nella piattaforma.

La figura del Web Media Manager

Il **Web Media Manager** è il Tutor a cui l'azienda deve fare riferimento, affidandogli la gestione della propria attività commerciale, allo scopo di incentivarne il giro d'affari. Si tratta di un consulente che, grazie alla sua **formazione professionale**, è capace di pianificare nella maniera migliore l'attuazione dei servizi web e delle più efficaci strategie di digital marketing. I suoi compiti comprendono inserimento e sincronizzazione delle news, delle promozioni, degli eventi, la loro condivisione, la creazione di cataloghi digitali e la gestione dei social; inoltre il Tutor si occupa della

gestione e del coinvolgimento delle call to action ricevute. Basandosi sui feedback ottenuti dai **10mila clienti** che si servono del suo servizio, **Overplace-le pagine azzurre** conferma che l'impiego del web media manager consente di aumentare notevolmente il giro d'affari delle PMI. È chiaro che una gestione competente delle **strategie di mercato** si conferma uno strumento indispensabile per ottenere risultati tangibili e vantaggiosi. **Overplace – Le pagine Azzurre** e i numerosi servizi ad essa collegati rappresentano un modo innovativo ed efficace che consente alle PMI di farsi trovare e offrire alla propria clientela servizi innovativi e digitali. Inoltre alla PMI viene offerta l'opportunità di fidelizzare la clientela tramite email, SMS e chat, in modo tale da creare un **rapporto interpersonale** particolarmente impattante, nonché offrire servizi promozionali standard o di couponing e servizi indispensabili nel periodo post covid come prenotazioni on-line, menu digitali con l'obiettivo di fidelizzare i clienti. **Overplace- le pagine azzurre** riesce attraverso sistemi automatici di call-to-action a coinvolgere i clienti delle PMI con l'invito automatico a recensire la Pmi, post call-to-action, al fine di aumentare la reputazione on-line dell'azienda.