

Michele De Capitani

Come trovare la tua agenzia di web marketing

10 linee guida per trovare il web partner ideale



Introduzione

Sempre più spesso si parla di Internet, delle sue potenzialità e di come poterle sfruttare per **creare nuovi business**. In un primo momento - agli albori della new economy - la **presenza online** è stata promossa dagli operatori Internet ed adottata dalla stragrande maggioranza delle PMI Italiane come "Vetrina sul mondo", dove riporre le immagini dei propri prodotti e servizi all'interno di pagine web create senza un vero obiettivo finale. Da qui, lo sconforto italiano e generalizzato verso questo nuovo media pubblicitario e promozionale. Difatti, limitando il sito internet ad una pura e semplice "esposizione", molto difficilmente si potranno **raggiungere obiettivi e traguardi** in termini di ritorno dell'investimento (ROI) e generazione di nuovi affari.

Allora è tutta un'enorme bufala?

Certo che no! Internet e la promozione online sono potentissimi **strumenti di marketing** che possono realmente far ottenere ritorni economici e far nascere **nuove opportunità di guadagno**, andando ad integrare i classici mezzi pubblicitari. Come in ogni altra decisione di strategia aziendale, l'importante è scegliere il partner ideale, che sia in grado di guidare il progetto Internet verso la soddisfazione degli obiettivi prefissati.

Cosa imparerò e cosa no?

Ho pensato di realizzare questa mini guida per darti alcuni spunti per **selezionare al meglio la tua agenzia di Web Marketing** per la promozione online del tuo sito web. Da questa guida non imparerai alcuna tecnica di ottimizzazione per il posizionamento sui motori di ricerca, né imparerai a programmare in HTML per creare strumenti di web marketing.

A chi è rivolta e com'è strutturata?

Questa guida è dedicata a chiunque sia interessato all'**investimento online**, in particolar modo per Responsabili di Marketing ed Imprenditori che vogliono cogliere le **opportunità di Internet** affiancati da partner professionali ed affidabili. La guida è composto da 10 semplici consigli (linee guida).



SU DI ME

Sono il fondatore e presidente di Prima Posizione Srl, agenzia di web marketing nata nel 2007, specializzata nella SEO (Search Engine Optimization = Posizionamento sui motori di ricerca).

- **Primo contatto: il PC**

A soli 8-9 anni avevo già il mio personal computer, un 80-86 IBM. Il "gioco" diviene passione per l'informatica e per questo strumento.

- **Studi nell'ambito del calcolo e dell'informatica**

Questa passione mi ha portato a optare per studi rivolti al calcolo, alla programmazione e al mondo dell'informatica.

- **Secondo contatto: l'HTML**

Nel 1997, da autodidatta, ho iniziato a creare le prime pagine web in HTML e a pubblicarle su spazi web gratuiti. Appena ho intuito le potenzialità del web, la mia passione per l'informatica è presto mutata nella passione per il web e la costruzione di comunicazione tramite Internet.

- **Prima Posizione Srl**

Nel 2006 ho incontrato l'imprenditore Giuliano De Danieli ed ho fondato insieme a lui la rinomata Web Marketing Agency Prima Posizione, dove aiutiamo centinaia di imprenditori a realizzare con estremo successo il loro potenziale commerciale nel web.

10 linee guida per scegliere la tua agenzia

1. Non solo marketing

Molte agenzie pubblicitarie, nell'ambito del marketing tradizionale, si improvvisano "esperti di Internet marketing", pensando di poter applicare gli stessi meccanismi e regole utilizzate per la promozione classica sui media tradizionali (televisione, radio, stampa, etc.).

Per fare effettivamente web marketing, non basta avere una preparazione generale di marketing, ma occorre essere informati ed **interpretare il comportamento degli utenti online**, come interagiscono con i portali, dove cercano informazioni, a quali prodotti e servizi sono interessati, come acquistano o perché non acquistano via Internet. Per fare ciò, è richiesto uno sforzo nel **comprendere le strategie commerciali e promozionali** che gli utenti della rete prediligono, utilizzando e testando continuamente appositi strumenti di web marketing.



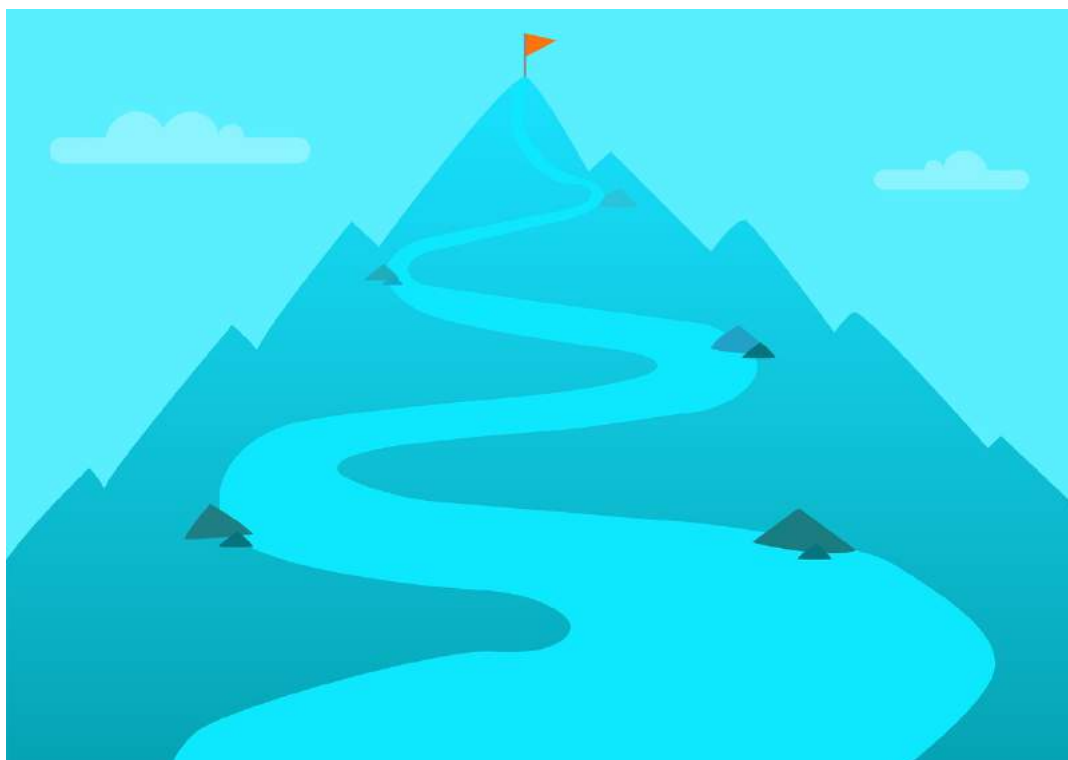
2. Informare è sinonimo di professionalità

Acquisteresti mai una macchina usata da uno sconosciuto? Non penso, ed allora perché comprare servizi di Web Marketing “alla cieca”?

Chiedi alla tua agenzia di Web Marketing di **spiegarti in modo semplice ma dettagliato i prodotti che intende proporti**, in particolar modo concentrati su:

- Vantaggi del servizio
- Eventuali rischi
- Funzionamento (se necessario anche tecnico)
- Tempi di analisi e realizzazione
- Tempistica prevista per il raggiungimento degli obiettivi
- Considerazioni di chi ha già usufruito del servizio
- Costi (una tantum, a canone, etc.)

Se non sei convinto, interpellala altri consulenti e **scegli chi ti offre migliori e maggiori garanzie** per il raggiungimento dei tuoi obiettivi.



3. Prodotti e servizi ad hoc

Ogni settore ed ogni azienda ha le proprie esigenze, differenti le une dalle altre. Scegli sempre, quindi, **prodotti personalizzati e studiati "su misura" per te** ed il tuo progetto Internet.

Anche se meno costosi, **diffida dai servizi standard**: spenderai sicuramente meno, ma il tuo investimento non avrà lo stesso ritorno economico rispetto all'acquisto di un servizio personalizzato, appositamente studiato sulla tua idea di business e sviluppato ascoltando le tue esigenze.

4. Crescere insieme

Il vero partner è colui che non si limita a vendere un servizio o una consulenza ma, al contrario, propone al proprio cliente di **crescere insieme**, sia nei risultati sia negli investimenti.

La soluzione ideale per un'azienda che si affaccia per la prima volta nel mondo del Web Marketing, infatti, è **iniziare con budget concentrati al raggiungimento di pochi obiettivi**. Una volta constatata effettivamente la validità del servizio e il reale ritorno dell'investimento, sarà l'ora di aumentare gli investimenti per perseguire altri obiettivi più ambiziosi.



5. Ragionare ad obiettivi

Nei punti precedenti ho sempre parlato di obiettivi, proprio perché ogni agenzia dovrebbe **ragionare a target** (punti fermi e mete da raggiungere), soprattutto nell'ambito del Web Marketing.

Con questo concetto in mente, occorre studiare un **piano di Web Marketing**, strumento che permette di impostare e chiarire tutti gli obiettivi da perseguire, che sono l'unica motivazione di investimento nella promozione online.

6. Il pregio di essere diretti e quindi efficaci

L'universo Internet è un mercato che serba molte perplessità a chi vuole trovare nuovi canali commerciali. Pertanto, l'agenzia di Web Marketing si deve rivolgere a te con un linguaggio semplice, in modo da rendere efficace "ogni singola parola". Questo perché il web è sinonimo di **velocità e dinamicità**, dove solo un'espressione diretta può rendere il messaggio realmente efficace.

7. Il posizionamento non è tutto

Essere ben posizionati sui motori di ricerca non deve essere considerato come il fine ultimo del Web Marketing, ma di per sé è **un mezzo per raggiungere uno scopo**. Diffida da chi dice di fare promozione online solamente con servizi di posizionamento, infatti il tuo obiettivo non dev'essere di ottenere 1.000.000 di utenti al giorno, ma quello di vendere i tuoi prodotti, incrementare gli iscritti alla tua newsletter oppure aumentare i contatti, etc.

In questi termini, essere fra le prime posizioni per parole generiche non è sufficiente, occorre **generare traffico altamente targettizzato** e interessato a quanto proponi sul tuo sito ed è necessario convincerlo ad effettuare un'azione (che sia acquisto, iscrizione ad una newsletter/forum, compilazione di un modulo, partecipazione a un sondaggio, etc.)



8. Referenze e feedback

Altro ottimo parametro di valutazione per capire come lavora un'agenzia di Web Marketing è visionare il suo portfolio clienti. Attento però: non limitarti solamente alla visione dei marchi e dei nomi presentati, ma **valuta gli effettivi risultati** riscontrati dai clienti cercando dei feedback.

Normalmente, chi ha un **pacchetto di clienti autorevoli e soddisfatti** non pensa ad altro che ad esibirli, quindi se sul sito dell'agenzia non trovi feedback e commenti di chi ha utilizzato i servizi potrebbe essere già un indice al quale porre molta attenzione.

In ogni caso, ti consiglio di non escludere a priori chi non presenta il proprio portfolio clienti, per il semplice fatto che potrebbe trattarsi di una realtà giovane (Internet è un mercato in continua espansione e con figure professionali sempre nuove), che non ha ancora un parco clienti così vasto da renderlo pubblico oppure, per mancanza di tempo, non ha ancora raccolto le opinioni dei consumatori.

9. Attenzione ai rapporti speciali

Google, così come gli altri principali motori di ricerca, **non ha rapporti privilegiati** con nessuna agenzia di posizionamento o Web Marketing. Chi promette "trattamenti di favore" oppure raccomandazioni particolari nel mondo della keyword advertising, sta mentendo spudoratamente (anche lo stesso Google nelle sue linee guida per i Webmaster riporta: "...diffida da sedicenti agenzie SEO – Search Enging Optimization – che rivelano di avere rapporti privilegiati con il motore di ricerca...").



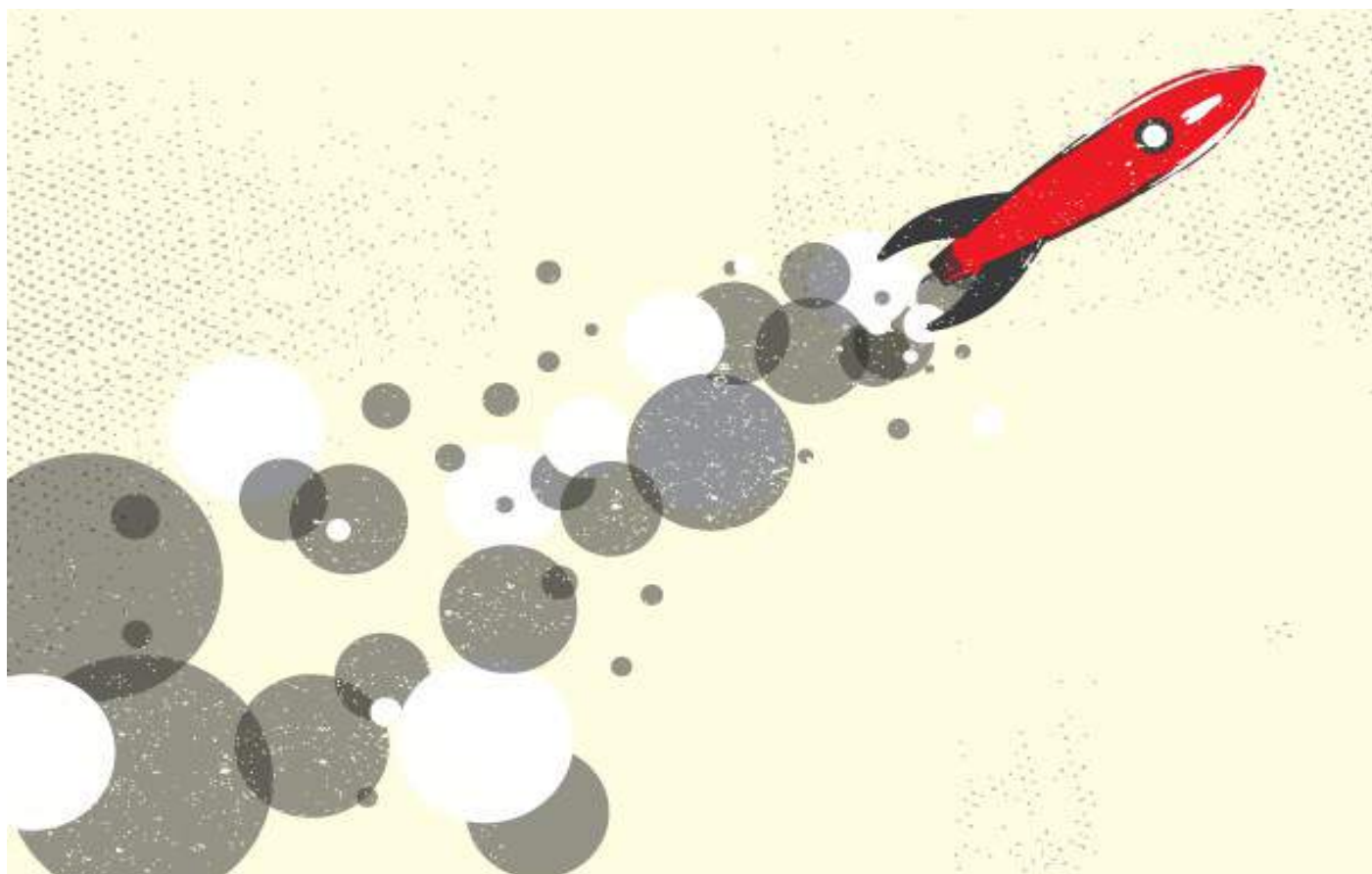
10. Attenzione ai miracoli

Attualmente, nel mondo di Internet, **nessuno può darti la certezza del risultato**, né tantomeno la garanzia del posizionamento organico del tuo sito in 2-3 giorni lavorativi, per giunta con costi estremamente competitivi.

Stai attento a ciò che l'agenzia ti sta proponendo: il posizionamento organico è tutt'altro servizio e lavoro rispetto ad una campagna con piazzamento di annunci pubblicitari a pagamento Pay per Clic! **Poni molta attenzione anche alle "sicurezze" offerte da alcune agenzie, che garantiscono il doppio dei posizionamenti acquistati (certo, ma non garantendoti le keyword che hai acquistato: leggi bene la garanzia e il contratto prima di firmare!!).**

Così come detto in precedenza, **nessuna tecnica o strumento di Web Marketing può garantire a priori determinati risultati** (se non in termini di tutela dell'investimento del cliente):

La miglior agenzia ti proporrà alcune soluzioni, raccoglierà ed analizzerà i risultati ottenuti per poi impostare e testare nuovi strumenti in grado di aumentare progressivamente il tuo ritorno dell'investimento (ROI), perché la tua soddisfazione è il suo successo.



Conclusioni

Ho scritto questa mini guida per chiarire alcuni aspetti relativi all'attività di **Web Marketing in Italia** che sono ancora poco chiari e confusi ai non addetti ai lavori. A mio avviso, questa confusione è causata dalla poca informazione in materia e dal fatto che un vero e proprio boom nella promozione su Internet non è ancora avvenuto.

Infatti, se tutti sapessero che una campagna promozionale online, impostata con i giusti strumenti di Web Marketing, può risultare **più remunerativa rispetto alla pubblicità sui media tradizionali**, il volume del mercato pubblicitario su Internet sarebbe paragonabile a quello televisivo.

Questa guida vuole quindi essere un "piccolo spunto" per la **rivalutazione del mezzo promozionale online** ed un aiuto nella scelta del partner ideale.

Qualcosa non ti è chiaro?

Per informazioni sulla guida o chiarimenti, poi contattarmi tramite il sito www.prima-posizione.it.

Vuoi pubblicare questa guida sul tuo sito?

Questa mini guida può essere ripubblicata e distribuita gratuitamente su qualsiasi supporto digitale, purché i contenuti e i collegamenti presenti nella stessa rimangano invariati.

Hai la libertà di modificare i colori e il layout grafico della guida per adattarla alle tue esigenze. Ricorda solo di non modificare i link e i contenuti.

Grazie e buon web marketing,

Michele De Capitani
(Presidente - Prima Posizione Srl)