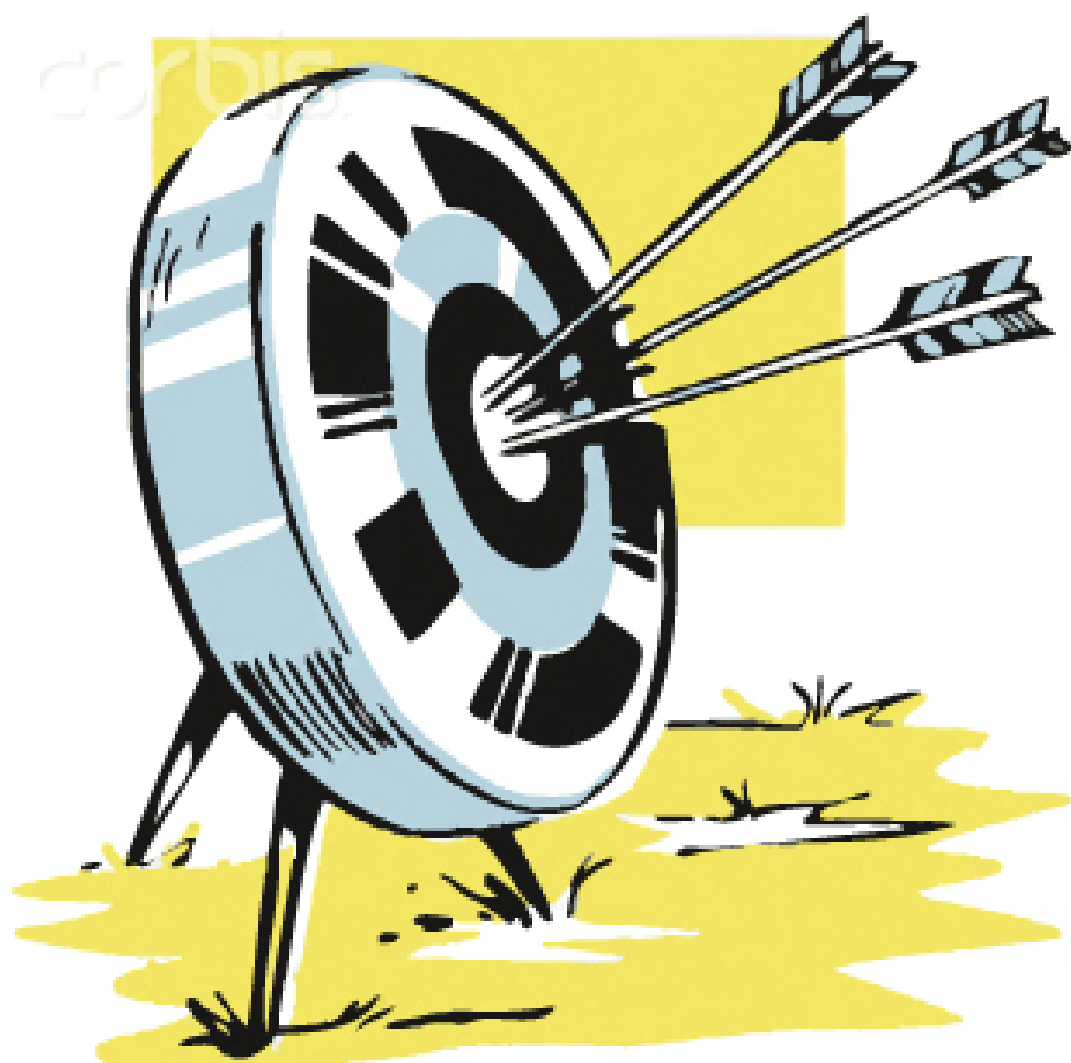


Michele De Capitani

# SCEGLIERE

Come scegliere l'agenzia di web marketing



10 linee guida per trovare il web-partner ideale



# **Come scegliere un'Agenzia di Web Marketing**

## **10 linee guida per trovare il web-partner ideale**

(a cura di Michele De Capitani  
Servizi [Web Marketing](#))

## Piccola introduzione

Sempre più spesso si parla di internet, delle sue potenzialità di come poterle sfruttare per creare nuovi business. In un primo momento - agli albori della new-economy - la presenza on-line, 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 è 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 on-line sono **potentissimi strumenti di Marketing** che possono realmente ottenere ritorni economici e far nascere nuove opportunità di guadagno ed integrazione dei classici mezzi pubblicitari.

L'importante è, come in ogni decisione di strategia aziendale, scegliere il partner ideale che sia in grado di guidare il progetto internet verso la soddisfazione degli obiettivi prefissati.

## Cosa imparerò ?

In questi termini, ho pensato di realizzare questa mini-guida per darti alcuni spunti per **selezionare al meglio la tua agenzia di Web Marketing** per la promozione on-line del tuo website.

## Cosa non imparerò ?

Da questa guida **non imparerai alcuna tecnica** di ottimizzazione per il posizionamento sui motori di ricerca o programmare in HTML per creare strumenti di web marketing.

## A chi è rivolta ?

Questa guida è dedicata a chiunque sia interessato all'investimento on-line, in particolar modo per **Responsabili di Marketing ed Imprenditori che vogliono cogliere le opportunità di internet affiancati da partner professionali ed affidabili.**

## Com'è strutturata ?

La guida è composto da **10 semplici consigli (linee guida).**

## 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 on-line, come interagiscono con i portali, dove cercano informazioni, a quali prodotti e servizi sono interessati, come acquistano o perchè 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 perchè comprare servizi di web marketing "alla cieca". Pretendi dalla 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 (ad una tantum, a canone, etc.)

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

## 3) Prodotti e servizi a Hoc

Ogni settore ed ogni azienda ha le proprie esigenze, differenti le une dalle altre. Scegli sempre **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 appositamente studiato e sviluppato sulla tua idea di business, ascoltando le tue esigenze e proponendoti soluzioni personalizzate.

## 4) Crescere insieme

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

Infatti la soluzione ideale, per una azienda che si affaccia per la prima volta al mondo del Web Marketing, è iniziare con budget concentrati al raggiungimento di pochi obiettivi. Una volta constatato 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 perchè ogni agenzia dovrebbe **ragionare a target** (punti fermi e mete da raggiungere) soprattutto nell'ambito del Web Marketing.

Con questo concetto, occorre impostare 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 on-line.

## 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 marketing si deve rivolgere a te con **linguaggio semplice** in modo da rendere efficaci "ogni singola parola".

Questo perchè 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 mezzo per raggiungere uno scopo. Diffida da chi dice di fare promozione on-line 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, interessato a quanto proponi sul tuo sito e convincerlo ad effettuare un'azione (che sia: acquisto, iscrizione ad una newsletter/forum, compilazione di un modulo o 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 i nomi presentati, ma valuta gli effettivi risultati riscontrati dai clienti cercando dei feedback.

Normalmente, chi ha un pacchetto 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 sempre nuove figure professionali) che non ha ancora un parco clienti così vasto da renderlo pubblico oppure per mancanza di tempo non sono state ancora raccogliere le opinioni dei consumatori. D'altra parte, una buona esposizione e gestione della customer satisfaction possono essere considerate come **caratteristica estremamente positiva**.

## 9) Attenzione ai rapporti speciali

Google<sup>®</sup>, 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 keywords advertising, sta mentendo spudoratamente (anche lo stesso Google<sup>®</sup> 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 darvi la certezza del risultato**, ne tanto meno il posizionamento organico del vostro 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 in 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 keywords 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), perchè la tua soddisfazione è il suo successo.**

## Conclusione

Ho scritto questa mini-guida per chiarire alcuni aspetti poco chiari relativi all'attività del **Web Marketing in Italia**, a mio avviso, è soprattutto per la poca informazione che un vero e proprio boom nella promozione su Internet non è ancora avvenuto.

Infatti, se tutti sapessero quanto una campagna promozionale on-line, impostata con i giusti strumenti di Web Marketing, è **più remunerativa rispetto alla pubblicità sui media tradizionali**, il volume del mercato pubblicitario su internet sarebbe paragonabile a quello televisivo.

La guida vuole essere un "piccolo spunto" per la **rivalutazione del mezzo promozionale on-line** ed un aiuto nella scelta del partner ideale.

## Qualcosa non ti è chiaro ?

Per informazioni sulla guida o chiarimenti, poi contattarmi a: <http://www.prima-posizione.it/>

## Vuoi pubblicare questa guida sul tuo sito ?

Questa mini-guida, può essere **ripubblicata e distribuita gratuitamente** su qualsiasi supporto digitale (floppy, cd-rom, pagine web, carta stampata etc.) purché i contenuti e i collegamenti presenti nella stessa rimangano invariati.



Scarica subito la guida in formato HTML:

[Clicca qui !](#)



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)