La comunicazione digitale e il suo linguaggio. Partiamo dall'abc… ?

L'importanza dell'educazione digitale.

Recentemente, durante i miei percorsi alla scoperta di sapori e di territori, ho avuto il piacere di conoscere Maria Grazia Rosati, Social Media Specialist, e Marco Colombo, CEO & ecommerce manager. Entrambi nel team di **KailashWeb**, un'agenzia di web marketing (SEO e SEM) di Lecco, che si occupa di progettazione e realizzazione di siti web ed e-commerce, piattaforme di content management, social media marketing, grafica web e cartacea. Tutto chiaro? Credo proprio di no, per lo meno a i non addetti.



Se vogliamo parlare, ma soprattutto far capire l'importanza della comunicazione digitale per la promozione delle risorse, forse è il caso di partire dall'abc, e rendere un pochino più chiara e comprensibile a tutti, la terminologia spesso troppo tecnica che viene utilizzata dagli addetti ai lavori.

L'avvento di internet ha reso tutto più veloce. Per molti stare al passo non è facile. L'educazione digitale e la formazione, per questo, sono di fondamentale importanza. Forse anche un po' più di semplicità servirebbe ad amplificare

questo strumento, a chi non ne comprende pienamente il linguaggio.

Ebbene, vogliamo fare di un po' di chiarezza? Direi proprio di si. Maria Grazia, Marco… oggi tocca a voi rispondere alle mie domande.

- **Partiamo dall'inizio. Siete un'agenzia di "web marketing (SEO e SEM)". Vogliamo tradurre in parole semplici questa definizione spiegando in che cosa consiste e qual è l'utilità?**



Il digitale è ormai diventato parte integrante delle nostre vite. Basti pensare che oltre il 75% degli europei ha accesso ad internet. Le persone passano sempre più ore online: per lavoro o per diletto; guardano video, leggono i quotidiani, fanno ricerche, socializzano e condividono contenuti sui social. Gli smartphone hanno dato un impulso notevole in questa direzione. Per un'azienda, tutte queste persone e tutte queste attività svolte online, rappresentano un potenziale interessante.

Come può un'azienda cogliere le opportunità che offre il web? E' qui che "entriamo in gioco". Le agenzie di web marketing aiutano le imprese, dal piccolo artigiano alla multinazionale, ad essere presenti online e a promuovere la propria attività, anche attraverso i motori di ricerca. I motori di ricerca sono un fantastico strumento di marketing che aiutano chi effettua una ricerca a trovare precisamente ciò che desidera. Ci sono due modi principali per comparire nei risultati delle ricerche:

– Il primo modo è la **SEO (Search Engine Optimizzation)**, ovvero l'ottimizzazione per i motori di ricerca che aiuta a promuovere la propria attività nei risultati di ricerca organici (non a pagamento).

-Il secondo modo è il **SEM (search engine marketing)** che

permette di comprare spazio pubblicitario nei risultati di ricerca. Quindi, essere presenti nei risultati dei motori di ricerca significa far arrivare gli utenti giusti che stanno cercando i prodotti e servizi che offri.

- **Realizzate "siti web ed e-commerce". Qual è la differenza?**



Un **sito internet** è uno spazio nel web che permette a chiunque (azienda, privato, istituzione ecc) di pubblicare contenuti che possono essere, ad esempio, testi, foto e video. Possiamo suddividere i siti web in base alla funzione che svolgono: far incontrare persone come le Community e i Social Network, diffondere informazioni e notizie come i siti delle testate giornalistiche o, come nel caso dei siti aziendali, informare e promuovere prodotti e servizi.

Il **commercio elettronico (e-commerce)** è un sito internet che ha la funzione di vendita di prodotti e servizi. E' un negozio virtuale a tutti gli effetti dove i clienti possono acquistare online le cose che gli interessano utilizzando un pc, uno smartphone o un tablet e una connessione. Le vendite online sono in costante crescita, al punto che ogni azienda dovrebbe prendere in considerazione l'opportunità di vendere i propri prodotti e servizi nel web.

- **Vi occupate anche di piattaforme di "content management". Mi fate un esempio pratico per comprenderne il significato?**



I **Content Management System (CMS)** sono delle piattaforme che permettono di gestire i contenuti dei siti internet senza dover avere competenze da programmatore. I siti internet sono creati utilizzando i linguaggi di programmazione (html, php, javascript solo per citarne alcuni), per cui per poter pubblicare degli aggiornamenti bisogna saper programmare in

tali linguaggi.

Mettiamo il caso in cui un responsabile marketing voglia comunicare, attraverso il proprio sito internet, che la sua azienda sarà presente ad una fiera. Dovrà scrivere la notizia, magari correlarla da una foto o dal logo della fiera ed inviarla al programmatore per la pubblicazione. Spesso i programmatori sono esterni all'azienda, per cui potrebbe trascorrere del tempo prima che si pubblichi la notizia. Se poi vuole aggiungere o modificare quello appena pubblicato, dovrà sempre "passare" dal programmatore con tempi che si allungano e costi che aumentano.

Se si ha a disposizione un CMS che permette di gestire tutti i contenuti del proprio sito internet, si può scrivere la notizia in maniera facile, veloce e in completa autonomia. Pubblicarla oppure modificarla. Per cui un CMS è importante poiché permette di:

> Essere autonomi nell' aggiornamento dei contenuti del proprio sito internet
> Non dover possedere competenze tecniche di programmazione, quindi chiunque può aggiornare i contenuti
> Immediatezza delle azioni non dovendo dipendere da programmatori.
> Minori costi

- **Social media strategy e social media marketing. Due percorsi e un unico traguardo. Condividete?**



I social media fanno ormai parte della nostra vita quotidiana. Se hai un'attività commerciale, i social media sono una grande opportunità perché permettono alle persone di entrare in contatto, interagire, condividere e scambiare informazioni. Questi canali possono quindi essere uno strumento utilissimo per il business, poiché rappresentano una piattaforma che ti permette di parlare direttamente ai tuoi clienti e a quelli

potenziali, essere coinvolto in conversazioni, costruire un rapporto di fiducia, raggiungere sempre più persone, e soprattutto comprendere meglio i tuoi clienti.

In base alla mia esperienza, ogni campagna di social media marketing prevede una Strategia differente in base alle esigenze del settore. Le strategie sono necessarie in ogni caso e non ne esistono di standard. Non si può pensare di essere sui Social Media senza aver fissato un'adeguata Strategia. Per poterlo fare bisogna analizzare il cliente, il settore in cui opera, i suoi competitor, il suo obiettivo e il suo Target.

Per quanto riguarda il traguardo, come accennavo prima, bisogna definire un target e un obiettivo, e per questo, prima di decidere di essere presenti sui Social Media, bisogna capire dove si vuole arrivare e a chi rivolgersi. Ad esempio, una strategia Social per un Agriturismo deve essere molto visual, quindi mi concentrerei su Instagram, Pinterest e Facebook. Mentre per uno studio professionale utilizzerei Linkedin, Twitter e Facebook.

> *Riprendo la parola oltre che per ringraziare Marco e Maria Grazia, dai più conosciuta come Mery Greiss, per sottolineare ciò che ripeto spesso: la semplicità apre molte porte, anche quella della conoscenza.*

Kailashweb.it
info@kailashweb.it