

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 sì. 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 Optimization)**, 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

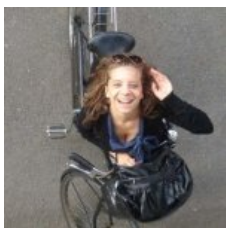
tali linguaggi.

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

“#SocialGusto : l'evoluzione

della comunicazione, e... la mia”

“Le civiltà maggiori furono dettate da popoli che ebbero le cure più grandi nell’arte e nella scienza dell’alimento... “ da “La Cucina Italiana” N. 1 – ANNO I – 15 Dicembre 1929

Come dice il mio caro amico Giorgio Ferrari: *“Gli italiani sono la somma delle esperienze fatte nella Storia. Se si perdono si ritorna ad essere il volgo confuso che voce non ha. La cucina povera che diviene ricchezza, il vino dei contadini che diventa DOC.”*

Una citazione che condivido pienamente, essendo un’appassionata di storia convinta che, per andare avanti un passo indietro va fatto. Parlo di recupero di tradizioni, di cucina povera ma ricca di storia, parlo di semplicità...

E’ un momento difficile per molti, gli ingranaggi della nostra economia stanno subendo un rallentamento generale. Dobbiamo unire, ma soprattutto dobbiamo unirci. Abbiamo bisogno di persone in cui credere, persone con vera passione per il territorio, per la sua storia e per la sua gente. Utopia, no, solo vero amore per il mio paese.

Se ognuno di noi facesse un passo avanti, a modo suo, come può, sono certa finiremmo per incontrarci. Sono una romantica nel senso più lato del termine, e lancia il mio grido, il mio #TamTamxlaTerra, per chi crede come me, che il futuro lo abbiamo sotto i piedi...

Perdonerete il mio sfogo, ma non posso far diversamente. Ogni volta

che ne ho l'occasione, a modo mio, allegramente, con i miei cappelli vistosi, con i miei sorrisi, con il mio fiume di parole, professo la mia fede per la terra.

Mi si è presentata l'occasione a **Social Gusto**, la manifestazione coordinata dalla gentile **Silvia Giovannini**, svoltasi nei magnifici **Giardini Estensi di Varese**.

Protagonista la Cucina Italiana di qualità avvicinata alla gente, ma non solo. La parte riservata all'offerta culturale ha permesso a giornalisti e blogger, di esporre le loro esperienze e il loro pensiero, nell'evoluzione della comunicazione in tema di enogastronomia.





Ho avuto il piacere di essere al tavolo con:

- **Anna Prandoni**, Direttore de La Cucina Italiana, la più importante rivista di cucina in Italia nata nel 1929
- **Laura Pantaleo Lucchetti**, foodblogger che come me collabora con il Cavolo Verde, settimanale on line di food&wine
- **Rosy Battaglia**, giornalista esperta di social media e “food blogger mancata”
- **Samanta Abalush Cornaviera**, massaia 2.0
- **Eugenio Peralta**, foodblogger ideatore del blog L’uomo è una Locusta

▪ **Jenny Maggioni**, blogger

Persone semplici che ho avuto modo di apprezzare, spinte dalla passione per il cibo e per il recupero delle tradizioni, ma con un occhio attento alla rete e alle sue grandi potenzialità per la promozione del territorio e delle sue produzioni.

Nel mio intervento ho raccontato come, ormai quasi tre anni fa, ho iniziato questa mia avventura che ora mi sta letteralmente travolgendo, ma che mi piace tanto. Non faccio un mistero sul cambiamento che la mia vita ha avuto improvvisamente. Dopo uno smarrimento iniziale mi sono rialzata reinvestendo nelle passioni di sempre, la terra, l'agricoltura, il vino, e la storia delle persone.

Da ragazzina sono cresciuta tra le vigne nelle campagne trevigiane... la terra lascia il segno, nel tempo, e nelle anime.

Creai un gruppo su Facebook, Le Vigne-tte. Condividevo link legati alle tradizioni, ai dialetti, al cibo, e al vino. Qualcuno notò questa donna rumorosa. Un giorno mi venne suggerito di leggere un'intervista fatta ad una vignaiola di Aosta. Mi emozionai così tanto che mi recai sul posto per conoscerla. Quando ho saputo che non aveva i mezzi per l'etichetta a retro della sua bottiglia di vino, ho voluto raccontare la storia di quella vigna.

Dopo averla stampata gliela portai, perché volevo che la donasse insieme alla vendita del suo vino. Qualcuno l'ha letta, e mi ha chiesto di scrivere. La mia storia ora continua qui sul blog e su Cavolo Verde, anche se ho un sogno, quello di vivere in campagna e lavorare nell'agricoltura. Tra me e me dico spesso: "Cinzia, piedi per terra, e ricordati perché hai iniziato." Sto imparando e continuerò a farlo, perché in fondo non si finisce mai...

Tra le mie tante passioni c'è anche quella della comunicazione digitale. Twitto, fotografo, lancio sui social... una vera peste! ☐ Metto in rete tutto quello in cui credo e che mi piace, per condividere i miei momenti di felicità, convinta dell'importanza della

comunicazione enogastronomica e del territorio attraverso il web.

Di una cosa però sono fermamente convinta, i social che abbiamo l'opportunità di utilizzare devono unire, e non sostituire la conoscenza diretta, esperienza indispensabile per conoscere le realtà, e i loro prodotti. Non fermatevi alle vetrine...



