



UNIONCAMERE

in collaborazione con  
**Google**



CAMERA DI COMMERCIO  
VENEZIA ROVIGO



# Eccellenze in Digitale 2019



## Funnel Marketing e SEO, SEM

22 Novembre 2019

Rovigo, Piazza Garibaldi 6

(Marghera, Via Banchina Molini, 8 – videoconf.)

---

# IDENTITÀ AZIENDALE

## PERCHÈ FARLA?

- ▶ E' l'immagine interna ed esterna del proprio business
- ▶ Permette di comunicare in modo **efficace** la propria brand identity
- ▶ Permette di creare una strategia visiva condivisa
- ▶ Permette l'espressione e il riconoscimento della propria filosofia aziendale



# DISTINGUERSI



# COERENZA COMUNICATIVA



# IMMAGINE COORDINATA

- ▶ Il logo
- ▶ La carta intestata
- ▶ La brochure
- ▶ Etc...





# MARKETING

Il marketing consiste  
nell'**individuazione** e nel  
**soddisfacimento** dei  
bisogni umani e sociali

**Philip Kotler**

# MARKETING $\neq$ VENDITA

“CONSEGUENZA”

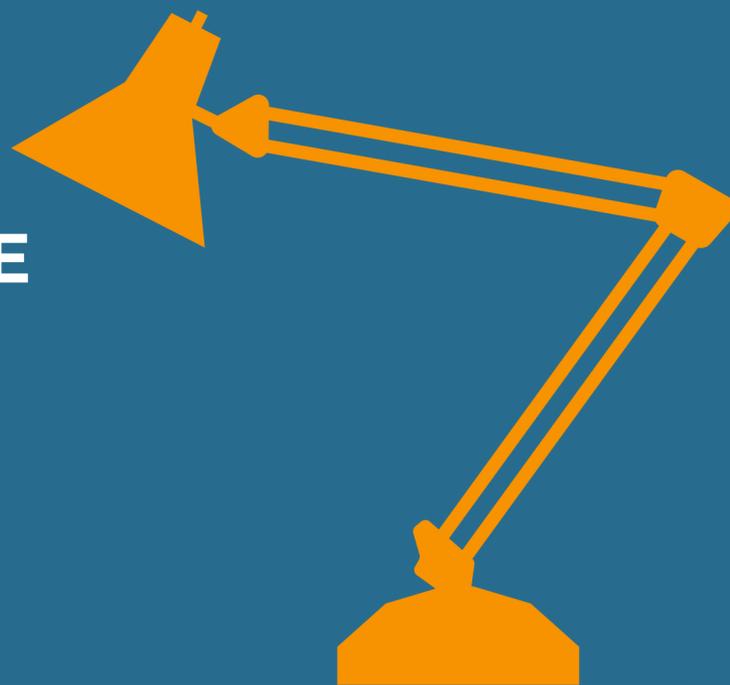


MISURABILE

VELOCITÀ DI COMUNICAZIONE

COSTI "RIDOTTI"

DIALOGO CON IL CLIENTE



# MARKETING

◆ ATTIRARE CLIENTE

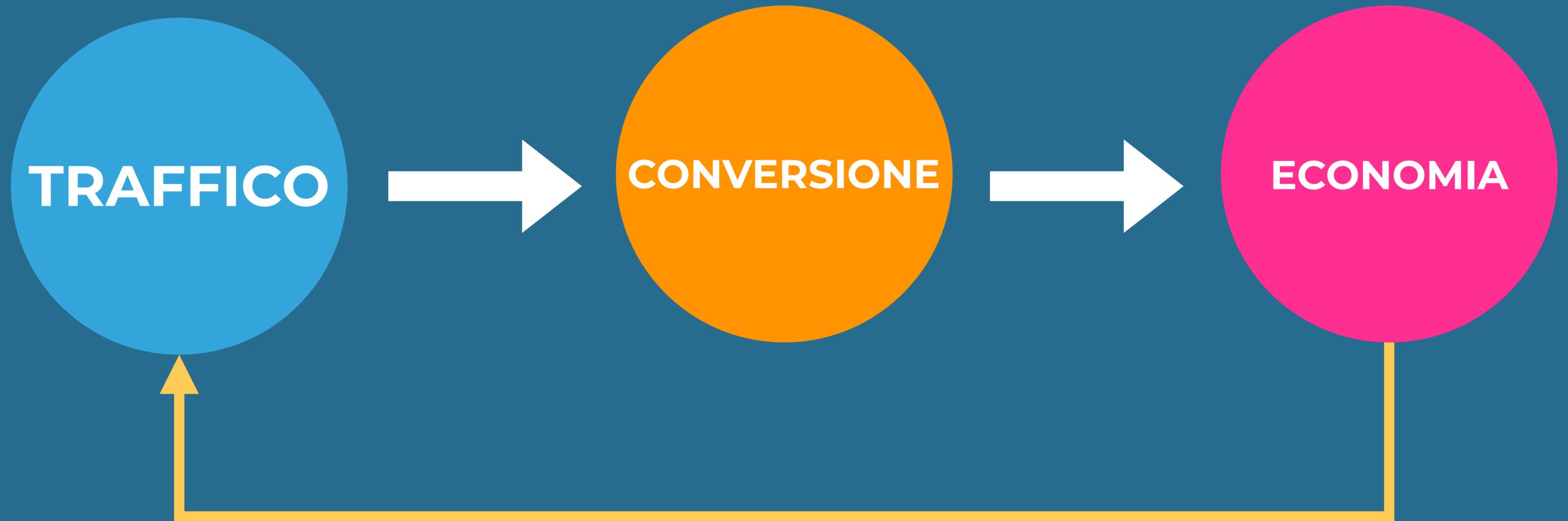
◆ COMUNICARE IL  
**VALORE** DEL TUO

SERVIZIO - PRODOTTO

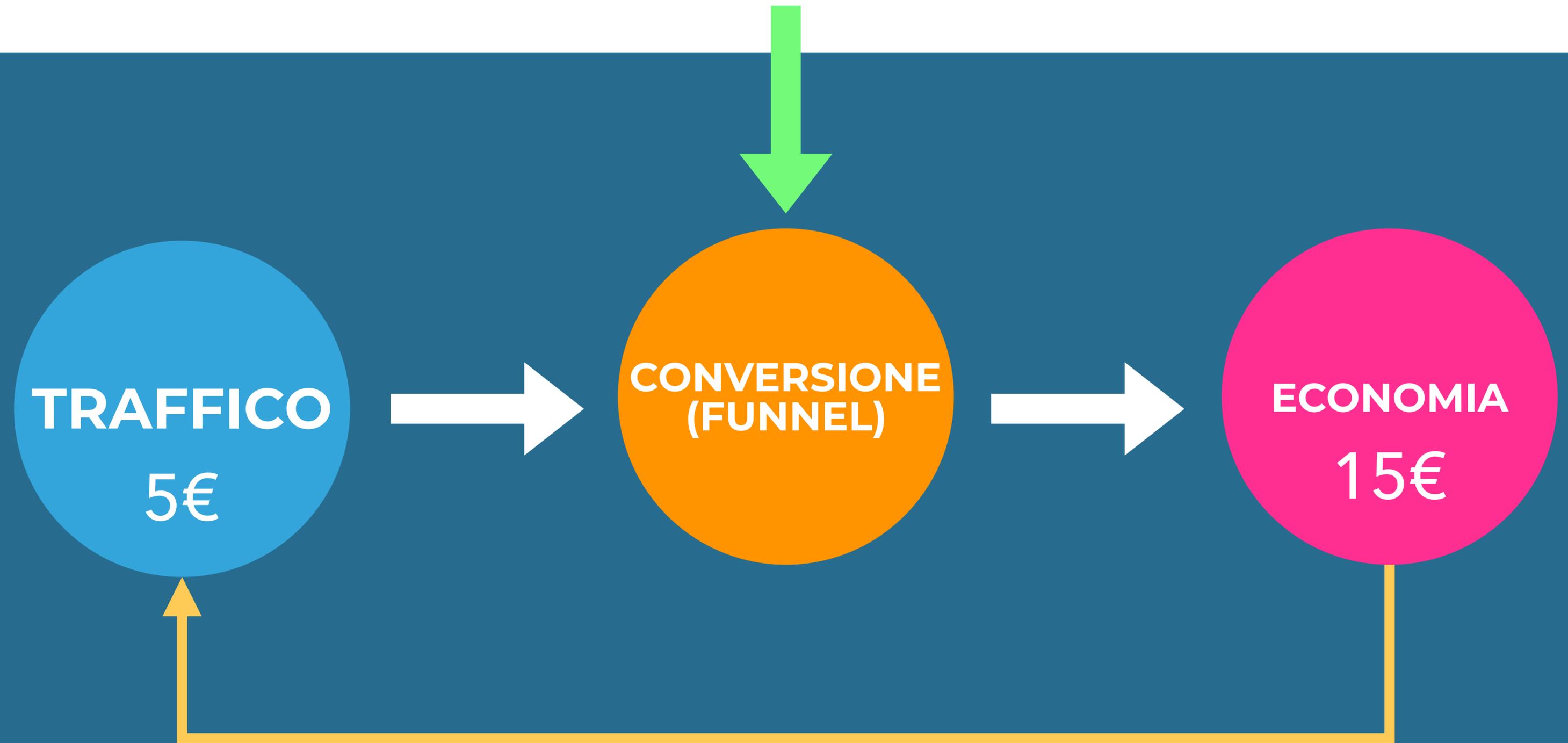


- **VENDERE**
- **FARE LEAD GENERATION**

# WEB MARKETING



# WEB MARKETING



# 1.

## TRAFFICO



BANNER AD

### DEM...

# 2.

## CONVERSIONE



ACQUISTO



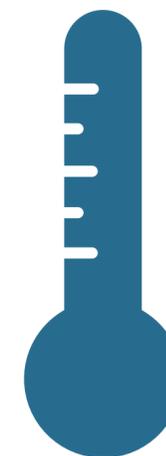
RACCOLTA E-MAIL



VISIONE VIDEO

# 3.

## ECONOMIA



## PRIMA DI PARTIRE

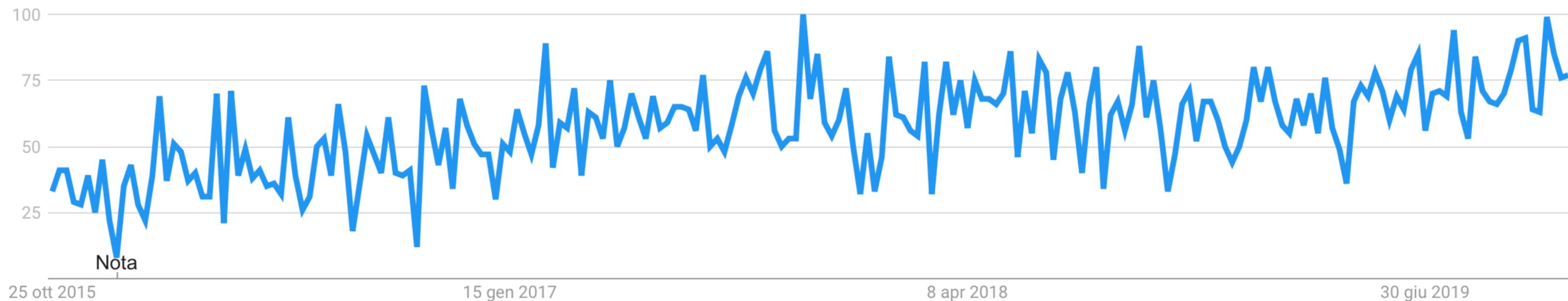
- ▶ Vendita a “freddo” è difficile
- ▶ > dei visitatori che arrivano sul sito NON converte
- ▶ Dove spariscono queste persone?
- ▶ Saper proporre la vendita al momento “giusto”



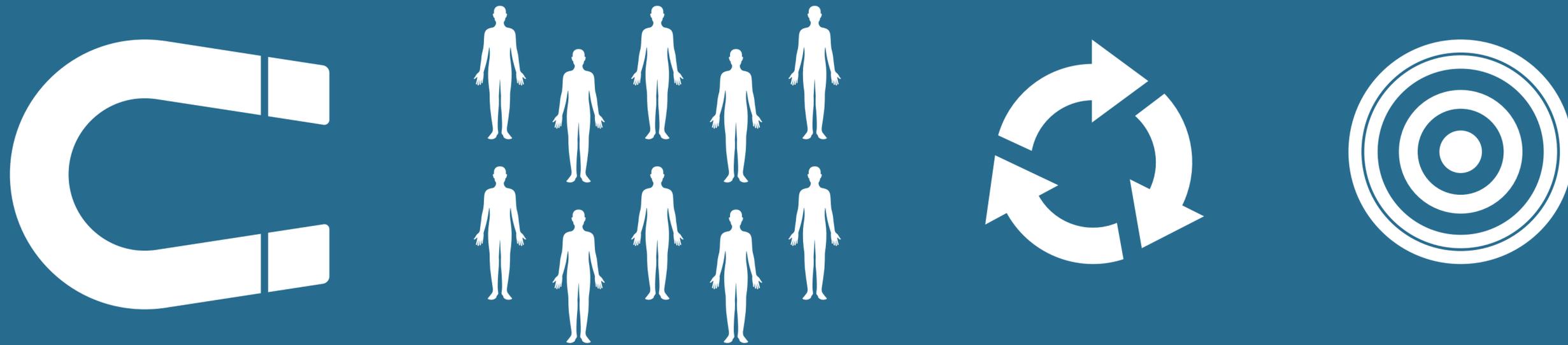
# FUNNEL MARKETING



# TREND IN SALITA 2015 AD OGGI



# FUNNEL MARKETING



**SISTEMA** DI CONVERSIONE

---

## SISTEMA DI CONVERSIONE =

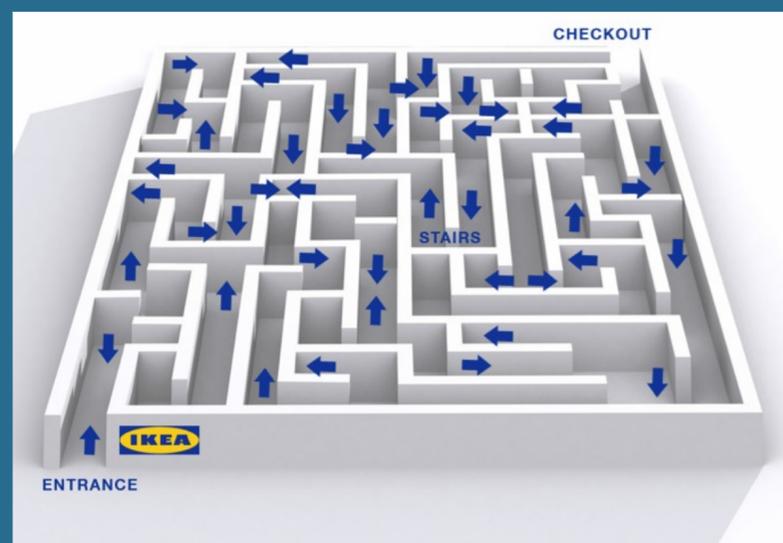
- ▶ Convertire traffico per raccogliere un maggior numero di e-mail
- ▶ Convertire i contatti per consulenze (online - offline)
- ▶ Convertire contatti per la vendita di un prodotto low cost per ammortizzare i costi
- ▶ Etc...

---

## SITO WEB VS FUNNEL. TROVA LA DIFFERENZA!

- ▶ Il **sito web** costituisce un aspetto della **presenza online**, fornisce informazioni. "Elemento" statico dove non crea interazione e spesso non ha una strategia di conversione, se non viene inserito **all'interno del processo** funnel.
- ▶ Il **funnel** è un insieme di **elementi - componenti** che aiuta a creare una relazione, educare l'utente e fargli provare un'esperienza in linea con i suoi bisogni.

# ESEMPI "GRANDI"



The screenshot shows the Ryanair website interface. At the top, there's a navigation bar with 'RYANAIR' and various menu items like 'Pianifica', 'I miei voli', 'Hotel', 'Noleggio auto', 'Iscriviti', 'Accedi', 'Info', and a language selector. Below the navigation bar is a promotional banner for 'LA COMPAGNIA AEREA CON LE TARIFFE E LE EMISSIONI PIÙ BASSE IN EUROPA' featuring a Ryanair plane. The main search area includes a 'Voli' tab, a search bar with 'Da: Bologna' and 'A: Aeroporto Di Destinazione', and a 'Continua' button. Below the search bar, there are three add-on options: 'Posti prenotati compreso', 'Bagagli aggiunti', and 'Priorità e 2 bagagli a mano inclusa'. At the bottom, there are three recommended services: 'Noleggio auto' (rental car), 'Fast Track di sicurezza' (security fast track), and 'Parcheggio in aeroporto' (airport parking).

---

## IL FUNNEL PUÒ ESSERE USATO PER:

- ▶ Vendita di prodotti e servizi (online e offline)
- ▶ Vendere biglietti per eventi
- ▶ Vendere - promuovere consulenza
- ▶ E-commerce
- ▶ Vendere libri - corsi (online e offline)
- ▶ Etc...

---

## QUALI SONO GLI ELEMENTI DEL FUNNEL:

- ▶ Sito Web (landing page, pagine web)
- ▶ Pop up quando si visita una pagina web / e-commerce
- ▶ Newsletter (e-mail automatizzate)
- ▶ Download materiali utili al cliente (e-book, pdf, guide)
- ▶ Blog informativo
- ▶ Pagine social
- ▶ Webinar
- ▶ Etc...



**RELAZIONE**



**AZIONE**

# AUTOMATICO



---

## CHI PUÒ USARE IL FUNNEL?

- ▶ Chiunque che vende un prodotto - servizio informato\*

\* per informato si intende che il cliente necessita di una molteplicità di informazioni prima di acquistare (spiegare i benefici, i prezzi, le garanzie...)

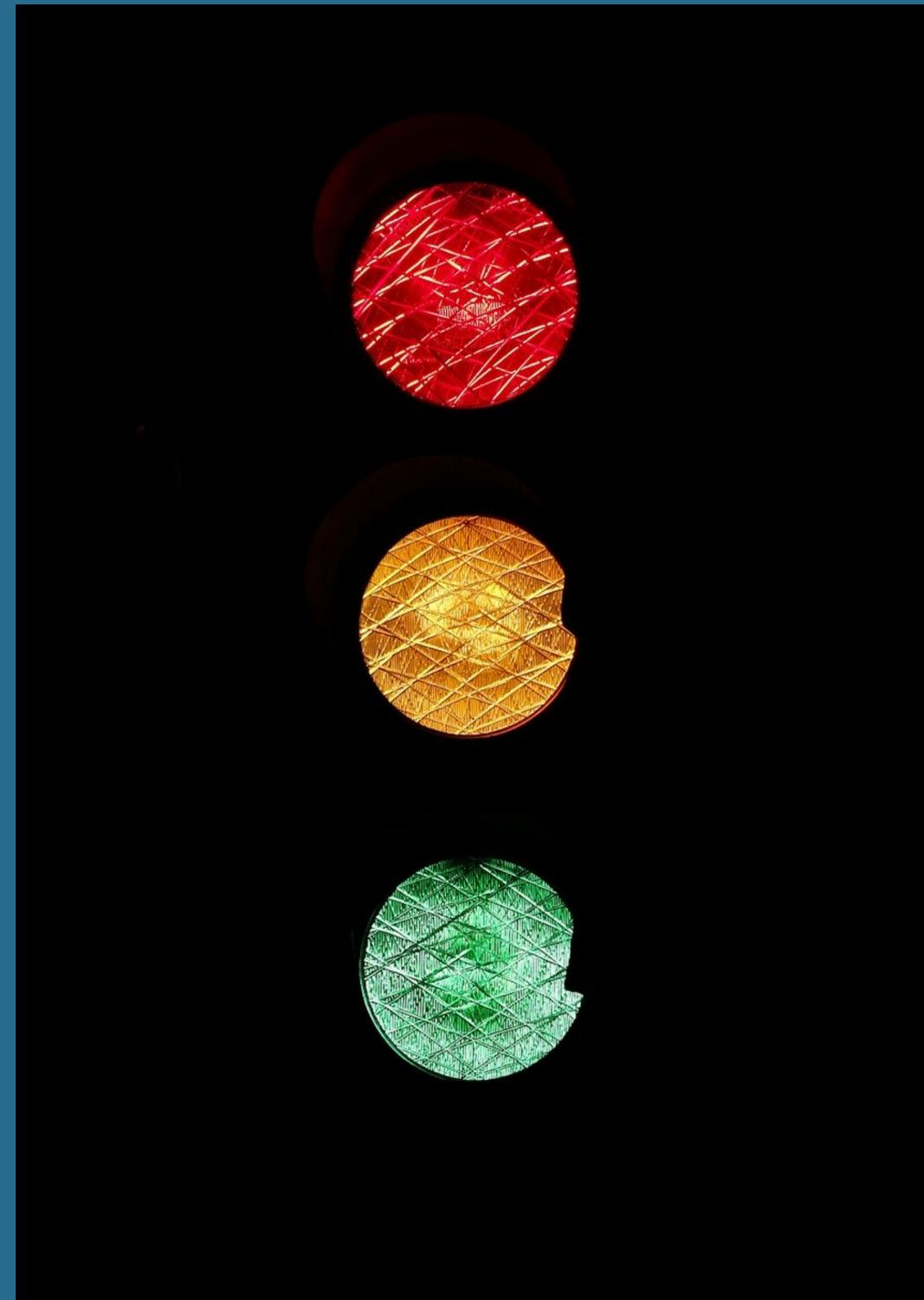
---

## NOTA BENE

- ▶ Prima di chiedere ad una persona di acquistare, dobbiamo essere i **primi** a dare qualcosa in **cambio**. **“LEGGE DELLA RECIPROCITÀ, Robert Cialdini”**
- ▶ Se aspettiamo troppo tempo, rischio che potenziale cliente si raffredda

## GRATUITO VS TRIPWARE

- ▶ Un prodotto - servizio offerto **“gratuitamente”** è utile a scaldare il cliente.
- ▶ Tripware solitamente è **low cost** però la percezione che ha il cliente è di **alto valore**. Conquistare la **FIDUCIA**



# SAPER COMUNICARE

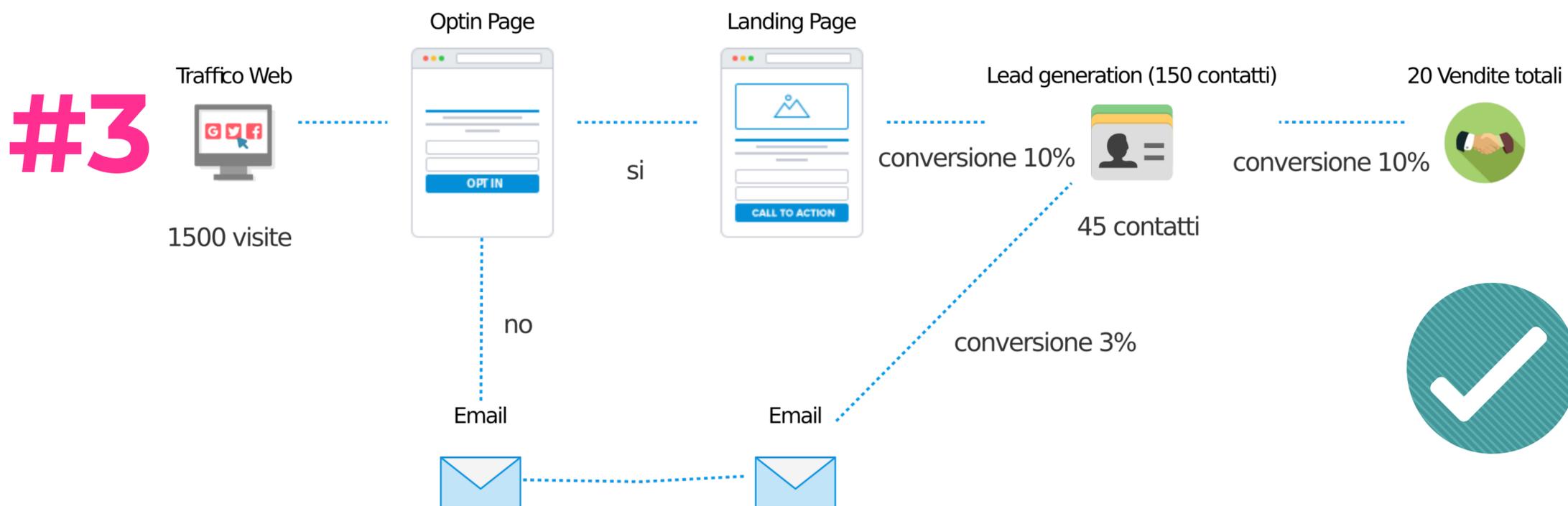
- ▶ Parlare nel linguaggio del nostro potenziale **lead**
- ▶ Usare leve **persuasive** di comunicazione o trigger psicologici
  - ★ Principio di reciprocità
  - ★ Urgenza (dettata dal tempo)
  - ★ Scarsità (dettata da pochi prodotti)
  - ★ Fiducia (dettata dalle recensioni)
  - ★ Etc....



# TRAFFICO DIRETTO

# LANDING PAGE

# FUNNEL



# WEB APP PER PROGETTARE UN FUNNEL



Welcome back.

Email

Password

Login

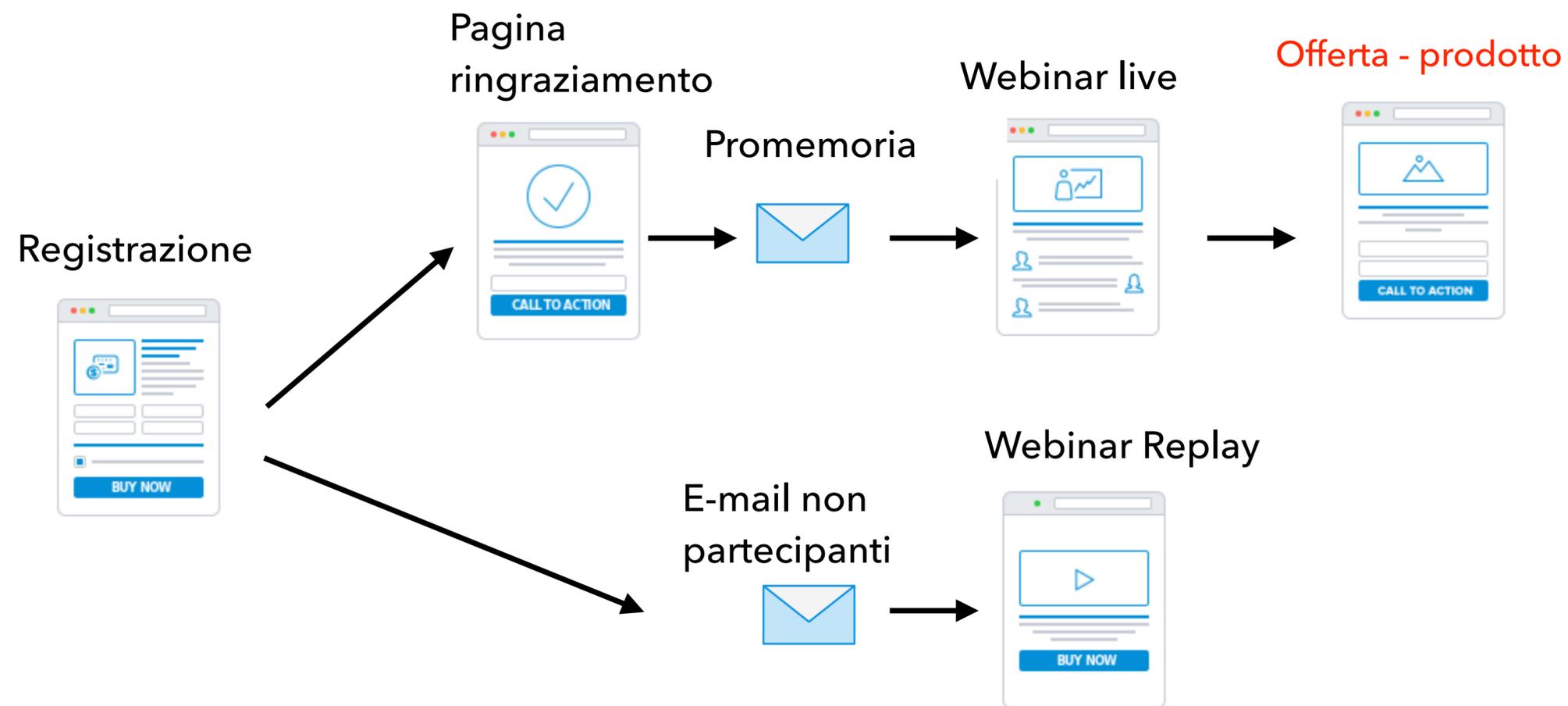
[Forgot your password?](#)

Dont have an account? [Sign up now, it's free!](#)

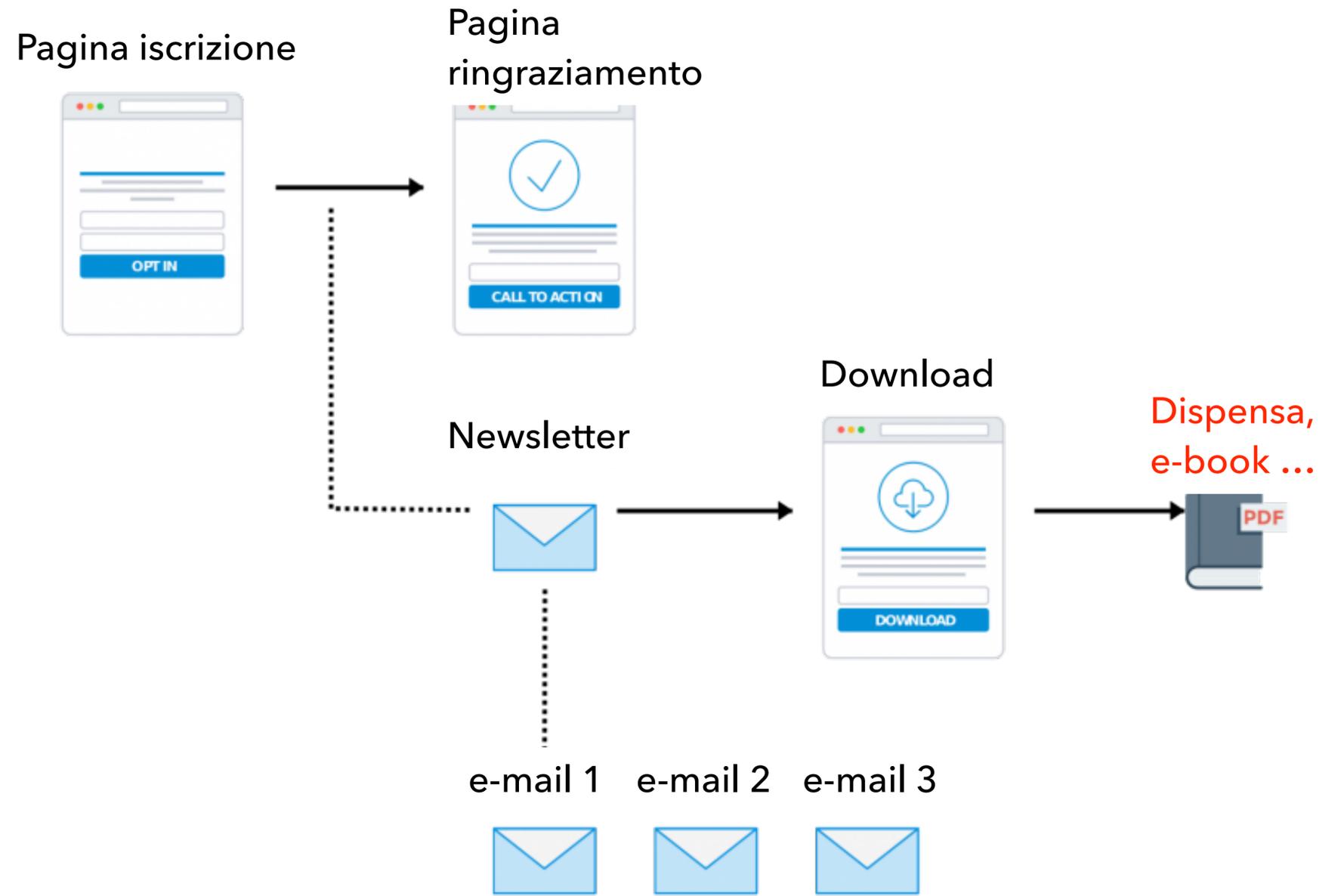


# ESEMPI FUNNEL “COMUNI”

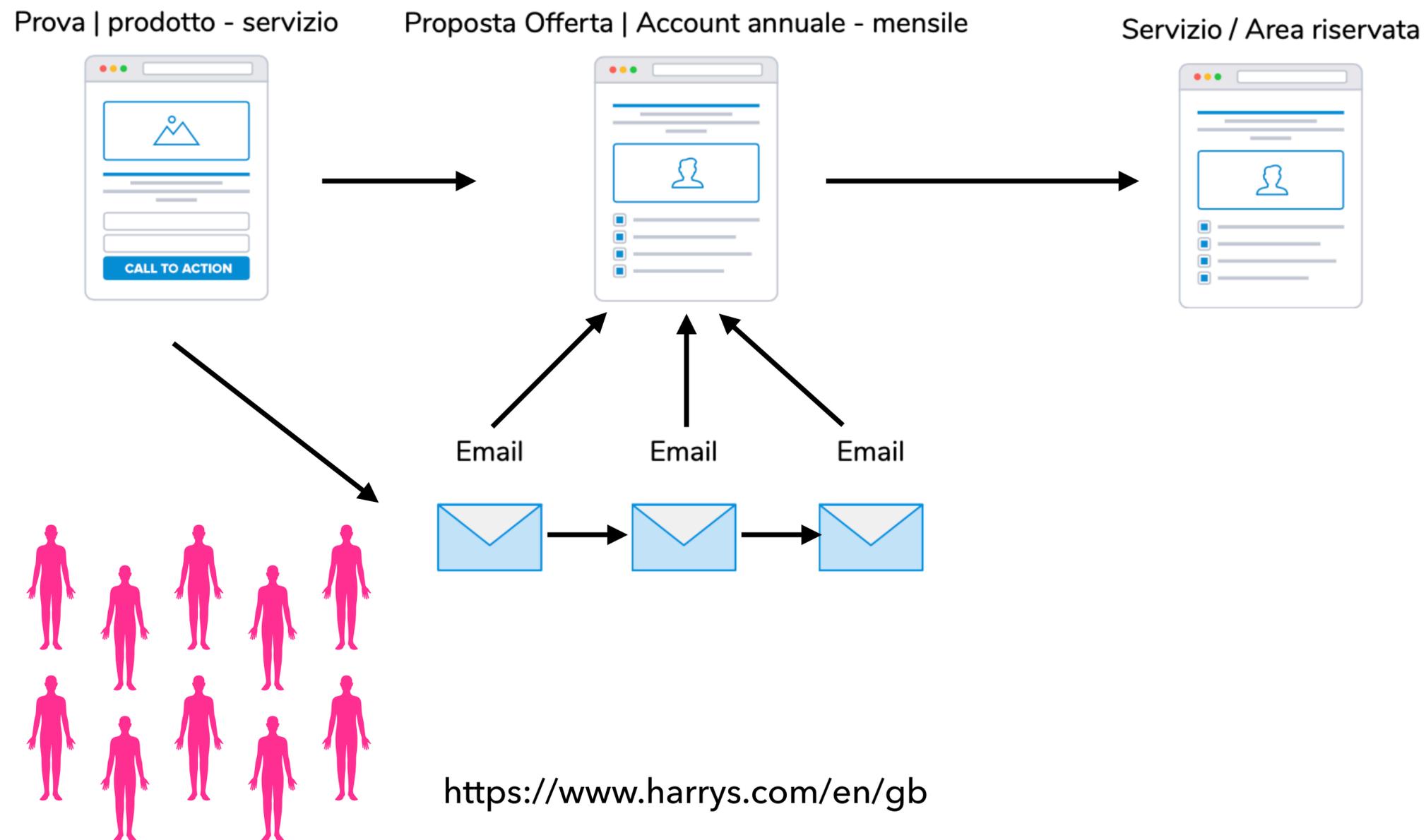
# WEBINAR FUNNEL



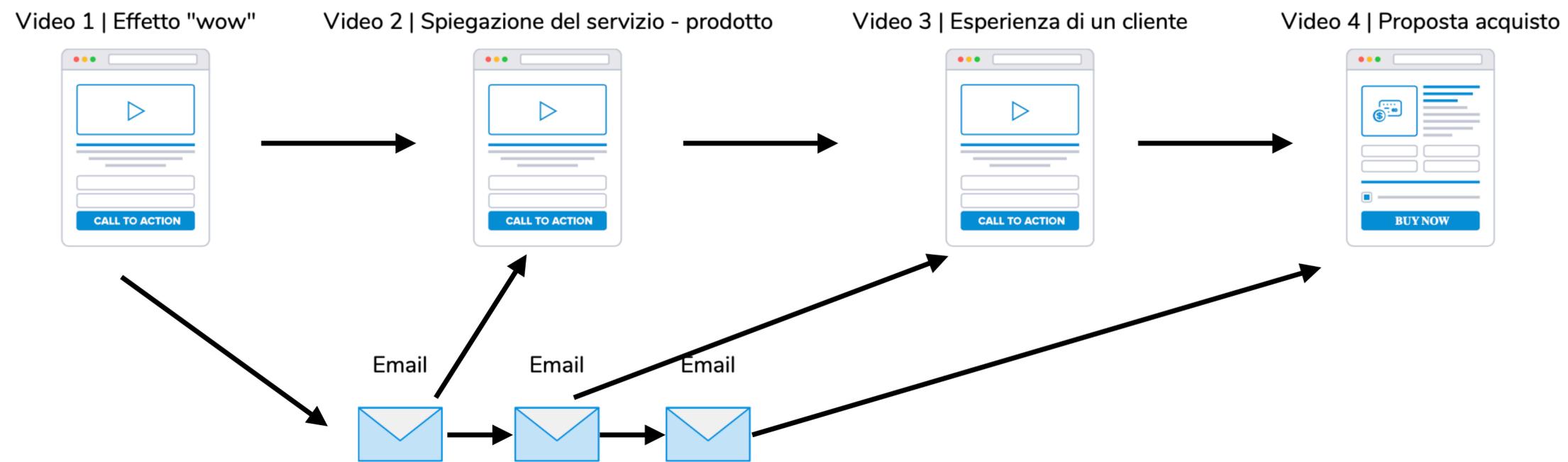
# LEAD MAGNET FUNNEL



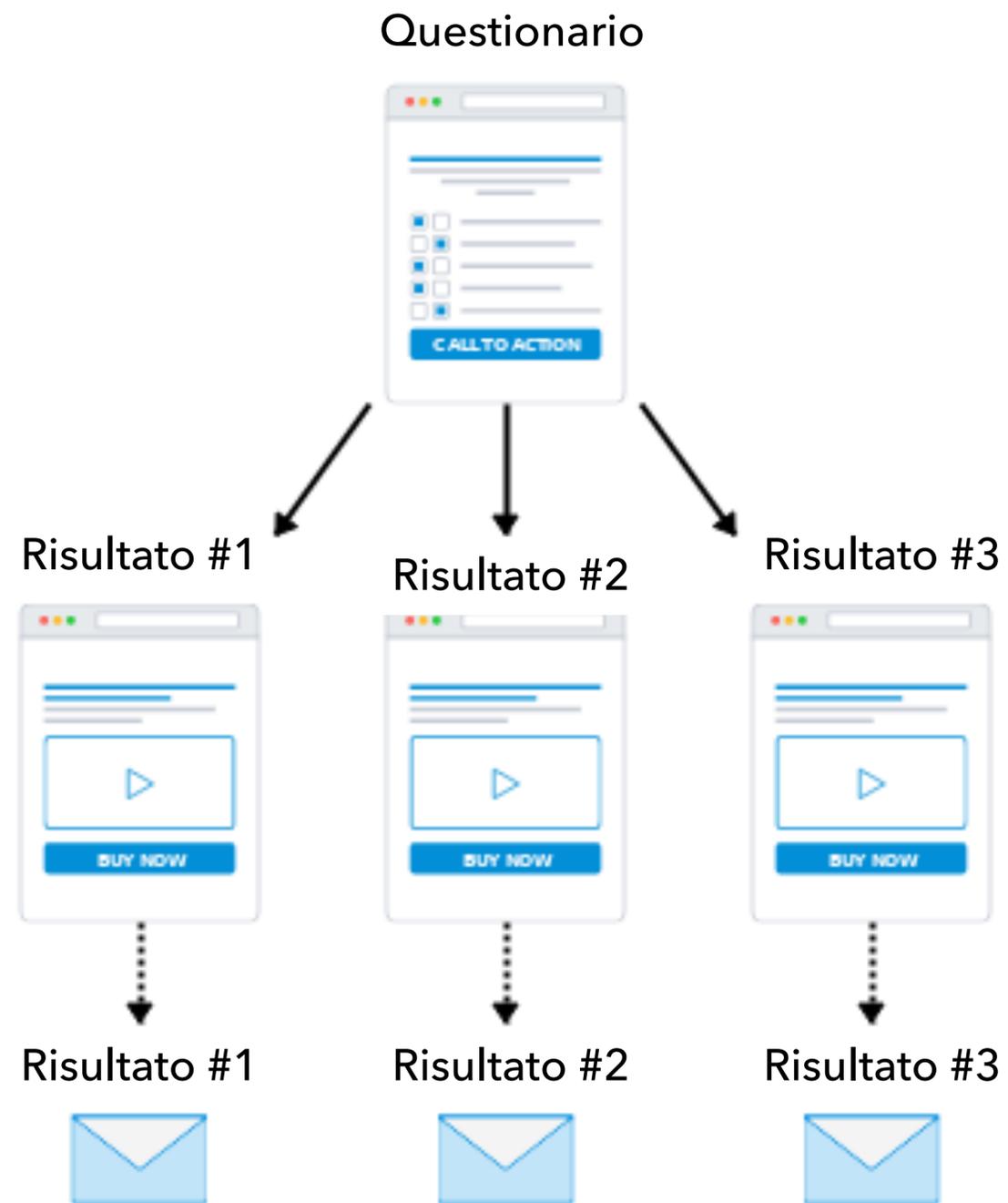
# CONTINUITY FUNNEL



# PRODUCT LAUNCH FUNNEL

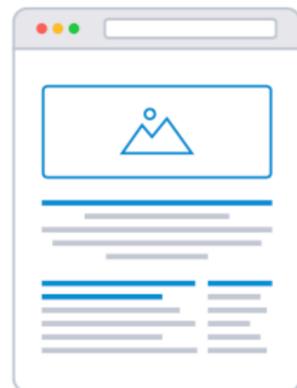


# SURVEY FUNNEL



# HIGH TICKET FUNNEL

Caso Studio



Desiderio - Bisogno



Chiama ora - prendi appuntamento



---

# CARATTERISTICHE SALIENTI

- ▶ NON sito web ma un flusso di "elementi"
- ▶ Viene ottimizzato strada facendo (in base a come risponde il mercato)
- ▶ Aiuta a vendere prodotti - servizi off-line e online
- ▶ NON sostituisce le strategie "classiche" (es. marketing diretto, PR, fiere ecc...)
- ▶ Strumento che migliora il business, NON garanzie!
- ▶ Non è "banale" nella sua costruzione
- ▶ Creazione **database** a costo "free"
- ▶ "Scalda" il cliente per passare funnel di backend (> guadagno)

## FRONTEND

- ▶ Offerte visibili a tutti i nostri lead indipendentemente da un acquisto fatto precedentemente.

## BACKEND

- ▶ Vendita di prodotti - servizi ai clienti che hanno già acquistato. > **profitto**



# (ALCUNI) SERVIZI PER REALIZZARE FUNNEL



# ANALISI BUSINESS



# DESCRIZIONE DEL MIO CLIENTE (TARGET)

- 1. ETÀ**
- 2. SESSO**
- 3. CHE LAVORO FA?**
- 4. IL SUO POTENZIALE REDDITO?**
- 5. CHE COSA DESIDERA?**
- 6. CHE COSA SI ASPETTA?**
- 7. CHE SOLUZIONE STA CERCANDO?**

# DOVE TROVARLO?

- 1. ONLINE - OFFLINE?**
- 2. ANALIZZARE LA CONCORRENZA  
(POSSIBILE AIUTO)**

# COME “CALAMITARLO”

- 1. COME ATTRAGGO LA SUA ATTENZIONE?**
- 2. QUALE “ESCA” POSSO USARE ?**
  - 1. E-BOOK**
  - 2. PDF**
  - 3. VIDEO**
  - 4. VELOCITÀ DI RISPOSTA**

# EFFETTI E “VANTAGGI”

- 1. CHE VALORE E BENEFICIO OTTIENE DAL NOSTRO SERVIZIO - PRODOTTO?**
- 2. È ARRIVATO IL MESSAGGIO DI COMUNICAZIONE IN MODO CHIARO?**
- 3. CHE “CAMBIAMENTO” DOVREBBE RICONTRARE TRA IL PRIMA E IL DOPO L'ENTRATA DEL FUNNEL ?**

# NICOLA CRIMACO

**DOTT. IN PSICOLOGIA DEL LAVORO  
CONSULENTE MARKETING**

[nicola@trasformazioneaziendale.com](mailto:nicola@trasformazioneaziendale.com)

[www.trasformazioneaziendale.com](http://www.trasformazioneaziendale.com)

# BIBLIOGRAFIA, SITOGRAFIA E APPROFONDIMENTI

- ▶ Michele Tampieri (2017). Funnel Marketing Formula. Palermo, D. Flaccovio;
- ▶ <http://www.themarketingfreaks.com/2017/08/funnel-marketing-definizione-tipologie-strategie-best-practice/>
- ▶ <https://www.digital-coach.it/blog/case-histories/marketing-funnel/>
- ▶ <https://www.autogrow.co/best-sales-funnel-examples/>
- ▶ <https://www.insightly.com/blog/2019/05/why-you-should-abandon-funnel-vision/>
- ▶ <https://gobeyondseo.com/5-ways-ikea-can-make-you-a-better-content-marketer/>
- ▶ <https://finaldesign.it/funnel-marketing/>
- ▶ <https://www.funnelsecrets.us/funnel-vision-2017/>
- ▶ <https://www.visiontechteam.com>
- ▶ <https://www.craigcherlet.com/easiest-way-to-setup-an-online-product-sales-funnel/>
- ▶ <https://www.dariovignali.net/funnel/>