

sell online, sell around the world



Il Club Digitale propone un ciclo di incontri rivolto non solo alle imprese IT ma a tutti quei profili che nelle aziende di produzione/manifatturiere utilizzano o potrebbero utilizzare l'IT per il business aziendale (responsabili marketing, responsabili commerciali, responsabili della comunicazione).

Dopo i workshop su come utilizzare al meglio i social per il business e la pubblicità della propria impresa, e gli approfondimenti sulla oculata gestione dei primi passi per avviare un processo di internazionalizzazione, il nuovo ciclo, volutamente concentrato nell'arco di poche settimane, affronterà tre tematiche fondamentali, quali la capacità di misurazione dei ritorni effettivi del web (Global User Approach), le modalità di approccio ai tanti e diversi mercati digitali europei, i nuovi percorsi decisionali di acquisto sul web.

I Workshop rispondono a tre precise necessità che impattano sulla quotidianità lavorativa delle imprese di ogni settore.

La prima è che il sito web di qualsiasi impresa deve dare sempre più in tempo reale, e con la massima precisione, i livelli di conversione e di ottimizzazione dei ritorni commerciali.

In secondo luogo, anche nel mondo virtuale e oramai transnazionale che caratterizza l'IT, chiunque voglia definire la strategia promozionale digitale deve conoscere a fondo le differenze, le varianti locali IT, i diversi impatti che i social/algoritmi hanno da paese a paese (ad esempio Google).

Infine, già oggi, e nei prossimi anni (e questa è la vera rivoluzione in atto) l'influenza del digitale nel processo d'acquisto avrà un impatto molto più decisivo dei cambiamenti portati dall'acquisto online, rendendo necessario un nuovo modo di creare l'incontro online tra prodotto/azienda e consumatore in target.



SEGRETERIA ORGANIZZATIVA:
Unindustria Reggio Emilia • tel. 0522.409775
elisabetta.salardi@unindustriareggioemilia.it

in collaborazione con



WORKSHOP #1: Mercoledì 14 settembre 2016 ore 9.30



Global User Approach: valutare e migliorare il successo del tuo sito web

Nuovi trend impongono un nuovo approccio al digitale:

- L'evoluzione degli utenti verso la direzione dell'omnicanalità
- La necessità per le aziende di avere un sito web in grado di sostenere il proprio business misurandone i ritorni
- Il rispetto degli standard qualitativi di Google (costantemente in evoluzione)

La Global User Approach è un metodo innovativo che permette di realizzare un sito web contemplando parametri misurabili e risultati tracciabili, il tutto per permettere un razionale processo di valutazione della propria presenza online e valutarne i risultati in termini di ritorni effettivi.

Grazie a questo nuovo approccio, è possibile creare un sito web che sia la base di sviluppo di strategie digitali future con un occhio di riguardo agli aspetti di conversione e di ottimizzazione dei ritorni dal web.

Come valutare il successo del tuo sito web e come definire gli indicatori chiave di performance? Come tracciare i risultati delle diverse campagne digitali per valutarne l'efficacia ed i ritorni? Come aumentare le conversioni?

Attraverso case study reali, il workshop illustrerà il metodo della Global User Approach ed i risultati concreti che si possono ottenere con questo nuovo approccio.

WORKSHOP #2: Mercoledì 28 settembre 2016 ore 9.30



Opportunità Europa: il mercato digitale è davvero unico? L'approccio G-Local: pensare globale e agire locale

All'interno del mercato unico europeo persone, merci, servizi e denaro possono circolare con la stessa facilità con cui si muovono all'interno di un singolo paese. Questo non significa affatto che per sfruttare al meglio il digitale sia sufficiente adottare la stessa strategia in tutti i mercati!

Pur essendo una, infatti, l'Europa è caratterizzata da Paesi con grandi differenze linguistiche, culturali, etniche, sociali, religiose, ... questo comporta che usi, costumi, abitudini, luoghi comuni e regole per fare affari siano estremamente differenti da nazione a nazione e che di questo si debba tenere gran conto nel definire la strategia promozionale digitale.

A completare il quadro della situazione il fatto che i canali promozionali stessi possono presentare specifiche varianti locali: basti pensare a Google, i cui algoritmi e le cui regole non impattano tutti allo stesso modo nei diversi paesi.

Il workshop approfondirà nel dettaglio come approcciarsi con successo ai mercati digitali europei, con specifici riferimenti alla Francia, alla Germania e all'Italia: è prevista, infatti, la presenza di relatori internazionali, che attraverso una tavola rotonda porteranno un contributo diretto sulle peculiarità di questi mercati e sulle strategie più adatte per proporsi in ciascuno di essi.

Durante l'evento verranno portati esempi di strategie già messe in atto e si punterà al coinvolgimento della platea offrendo ampio spazio all'interazione con i partecipanti e ad eventuali domande, stimolando la discussione ed il confronto. Il workshop verrà presentato in lingua italiana ed inglese.

WORKSHOP #3: Mercoledì 12 ottobre 2016 ore 9.30



Come sta cambiando il percorso decisionale di acquisto: il potere del web per trovare nuovi clienti e incrementare le vendite

Che ci si rivolga ad un target B2c, o ad un target B2b, è evidente che stiamo assistendo ad un cambiamento del processo di acquisto del consumatore.

Negli ultimi anni si è passati da esperienze di shopping puramente analogico ad esperienze di shopping digitalmente influenzato e questa è la vera rivoluzione in atto: l'influenza del digitale nel processo d'acquisto avrà un impatto molto più decisivo dei cambiamenti portati dall'acquisto online.

Come innovare, allora, l'approccio con gli acquirenti? Come creare l'incontro online tra prodotto/azienda e consumatore in target?

Come sviluppare esperienze di acquisto senza soluzione di continuità fra online e offline?

Il workshop metterà in luce le opportunità offerte dal web per trovare clienti ed incrementare le vendite.