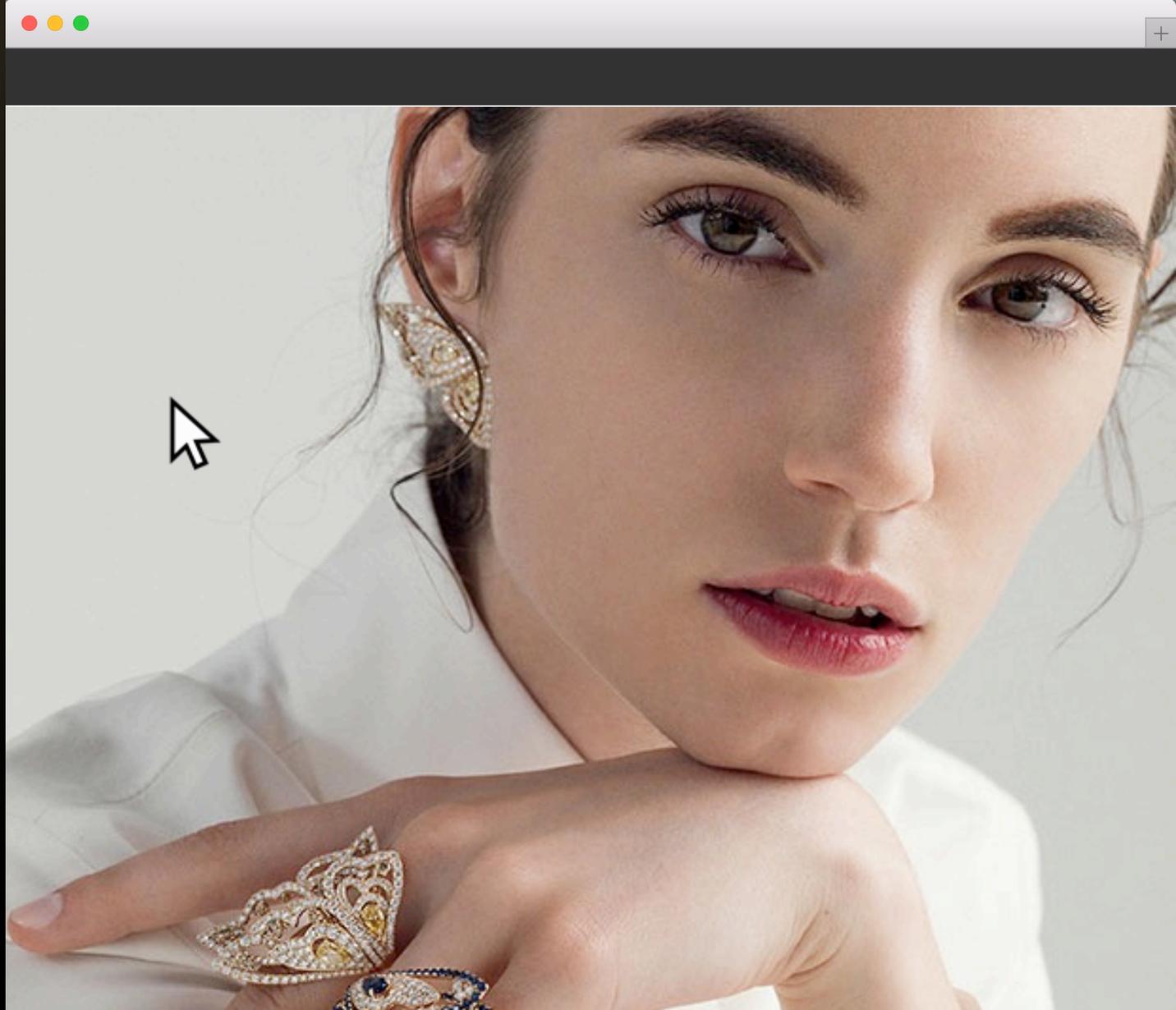


L'ETÀ D'ORO DEL WEB

Vicenza, 21 Gennaio 2018



L'ETÀ D'ORO DEL WEB



Dott. Tomaso Uliana,
Strategic Partner Manager Google

2005

Nomina Papa Benedetto XVI



2013

Nomina Papa Francesco

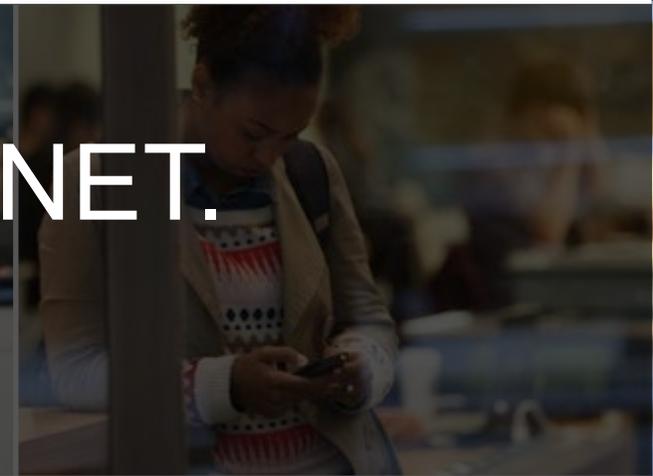


IL MONDO È CAMBIATO

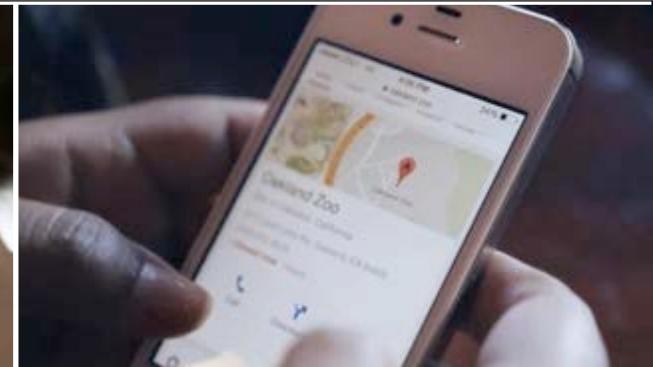
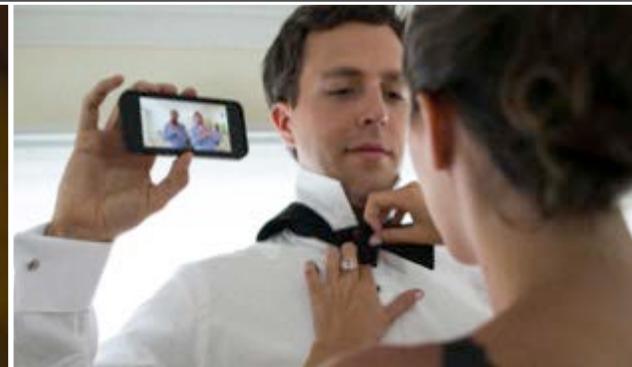


L'UTENTE È CAMBIATO





NON NAVIGHIAMO SU INTERNET.
VIVIAMO ONLINE.



VIVIAMO ONLINE CON 150 INTERAZIONI AL GIORNO



Sveglia e lettura delle news online
6:50am



Alla fermata del bus ascoltando la propria playlist musicale
8:30am



Sul bus vedo un video su un nuovo locale in città
8:42am



Sul bus cerco informazioni su come rinnovare la carta d'identità
5:29pm



Mando un messaggio per organizzare la cena di domani con i miei amici
11:15am



Al lavoro prenoto il ristorante per domani sera
11:36am



Uso le mappe per cercare il migliore percorso per arrivare a destinazione
1:13pm



Navigo alla ricerca di informazioni su come prenotare una visita all'ASL
7:15pm



A pranzo, controllo i social e posto aggiornamenti
1:33pm



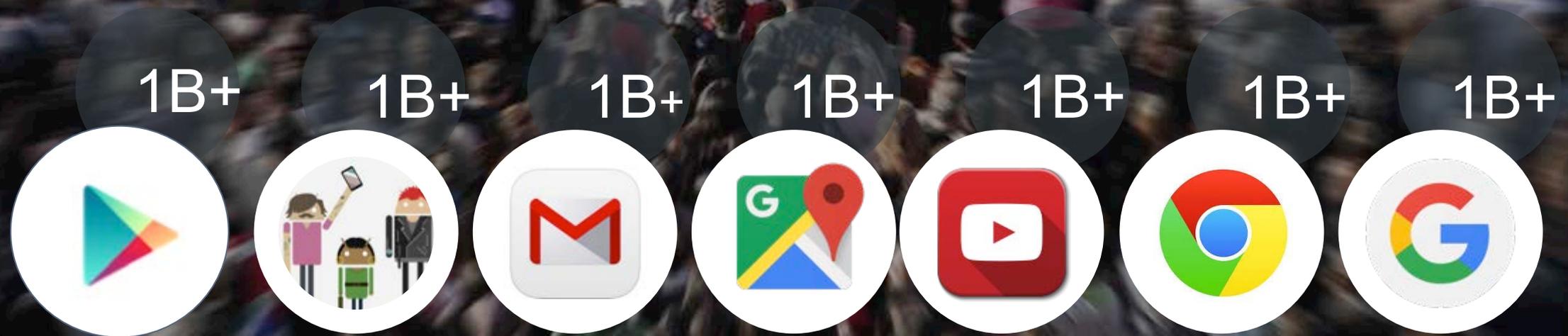
Una rapida occhiata ai social prima di andare a dormire
11:09pm

Fonte: Kleiner Perkins Caufield & Byers's Annual Internet Trends Report, 2013.



La mission di Google è organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle accessibili e utili per tutti

1B+ utenti Google su sette prodotti a livello globale





Google

AXÉLERO È GOOGLE PREMIER PARTNER

Google si affida a Partner selezionati (i Google Premier Partner) per servire le PMI.

Il contratto tra i Google e i reseller Premier Partner prevede:

Supporto tecnico, alle vendite e alla formazione da parte di Google

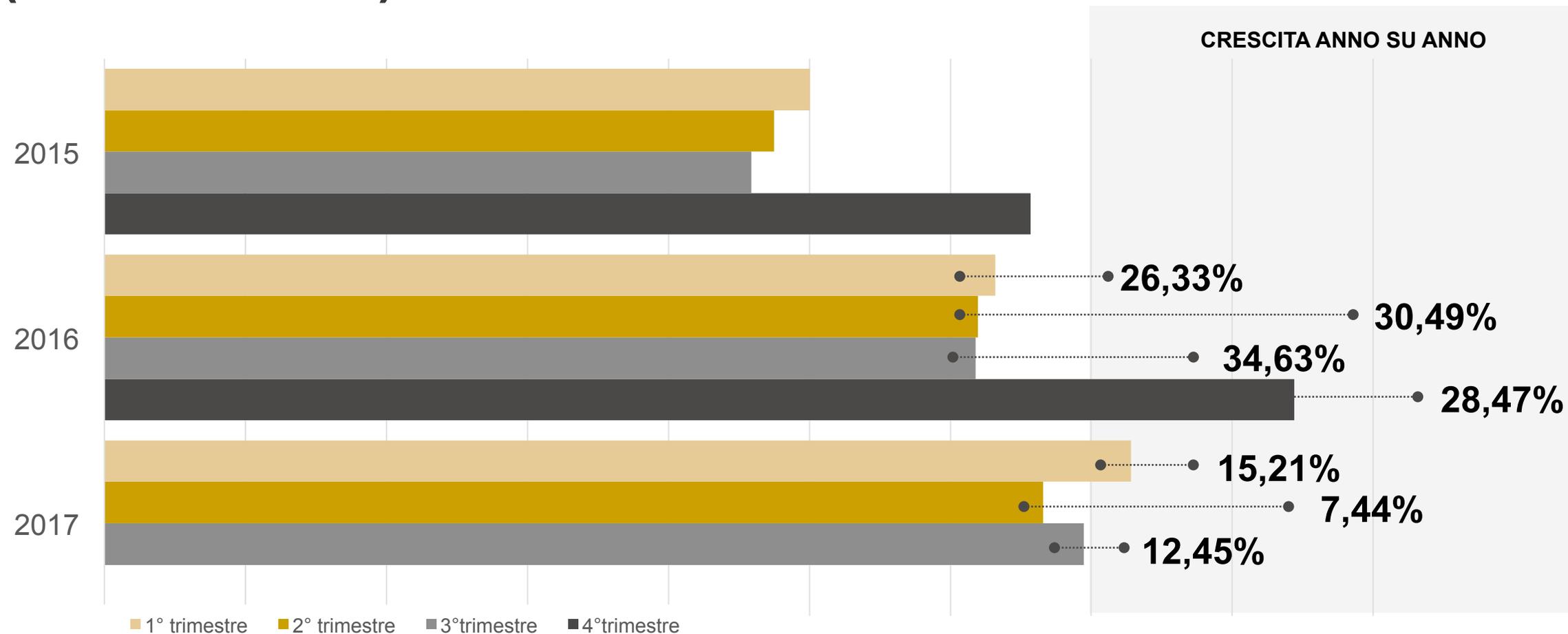
Accesso diretto ad un **gestore Google** assegnato

Requisiti di **creazione / gestione campagne** controllati da Google

Requisiti di **trasparenza verso il cliente** controllati da Google



RICERCHE PER GIOIELLI IN ITALIA SU GOOGLE (INDICIZZATE)

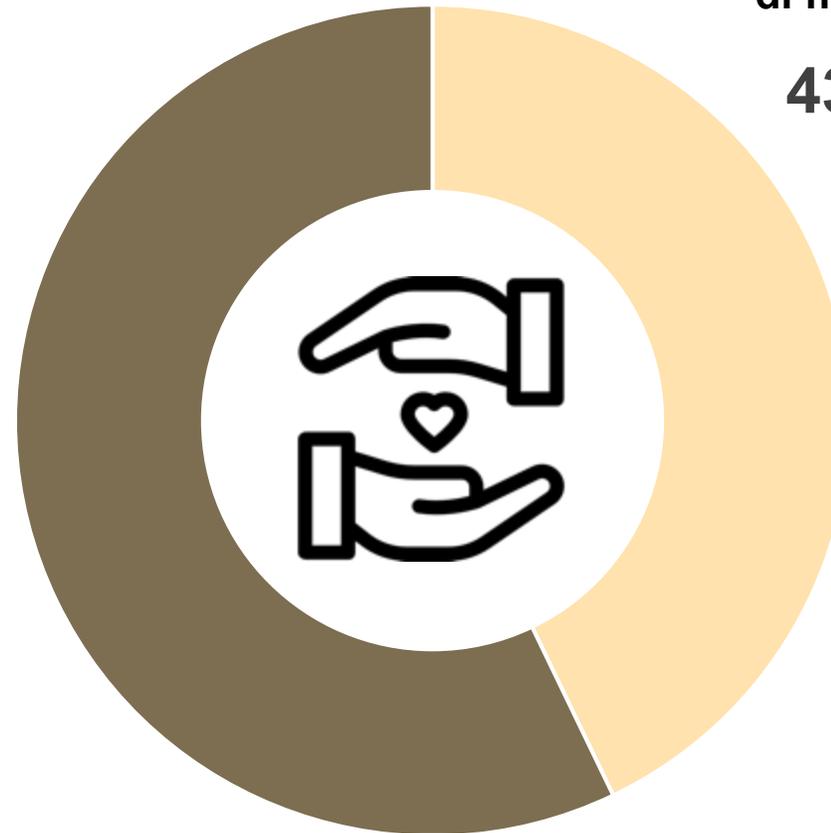


IL TUO MERCATO
IL **57%** DEI CLIENTI
DICHIARA DI AVERE
UNA GIOIELLERIA DI
FIDUCIA, UN POSTO
DOVE POTER
CHIEDERE
CONSIGLI, DOVE
SENTIRSI A
PROPRIO AGIO, E
CHE GARANTISCE
LA QUALITÀ DEL
PRODOTTO

57%



**Sì, ho un
gioielliere di
fiducia**



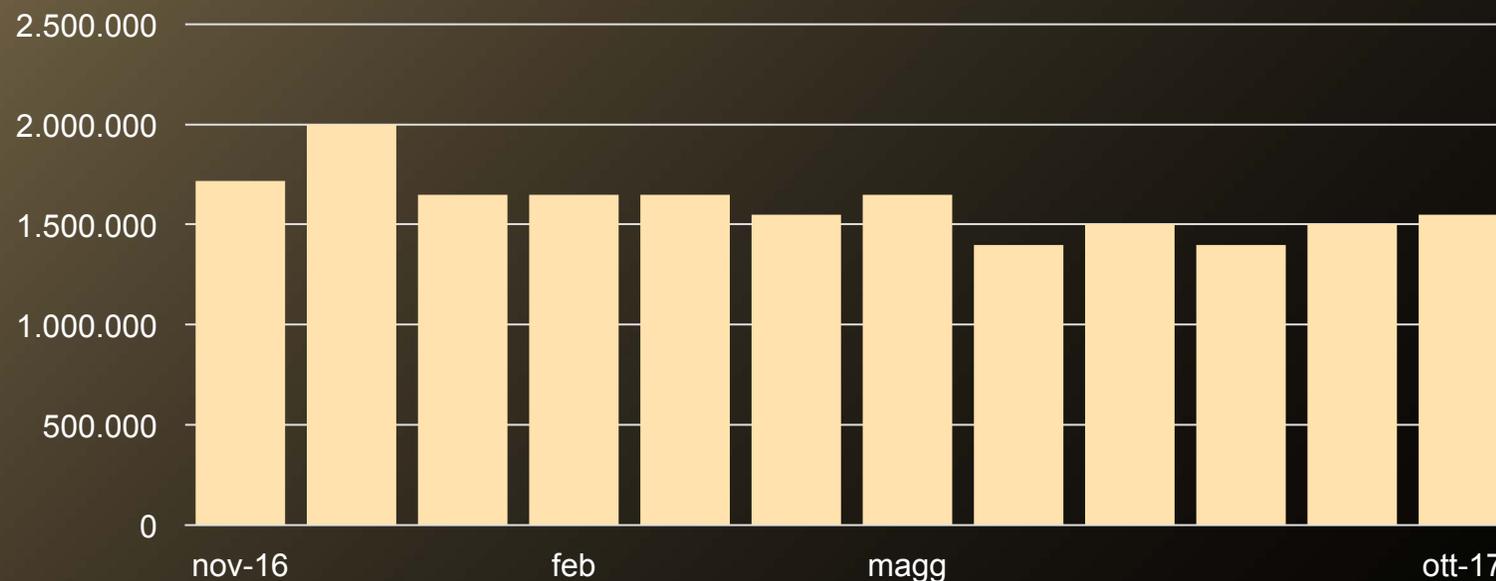
**No, non ho un gioielliere
di fiducia**

43%

IL TUO MERCATO È SEMPRE PIÙ DIGITALE

OGNI MESE SU GOOGLE VENGONO FATTE **1,47 MILIONI**
DI RICERCHE PER GIOIELLERIE.
IL 57% DI QUESTE RICERCHE AVVIENE DA SMARTPHONE.

Ricerche mensili per Gioiellieri



Fonte: Google 2017

L'ETÀ D'ORO DEL WEB



Dott. Fabio Attadio
axélero Academy Trainer

SOCIAL

BLOG

**PASSA
PAROLA**

**SITO
WEB**

MAIL

**PROGRAMMA
FEDELTÀ**

UX E STORYTELLING



INGREDIENTI PER UNA USER EXPERIENCE EFFICACE

1. Priorità
2. Chiarezza
3. Velocità
4. Coinvolgimento

serve a stimolare un'azione dell'utente... possibilmente senza minacciarlo

UX

User experience

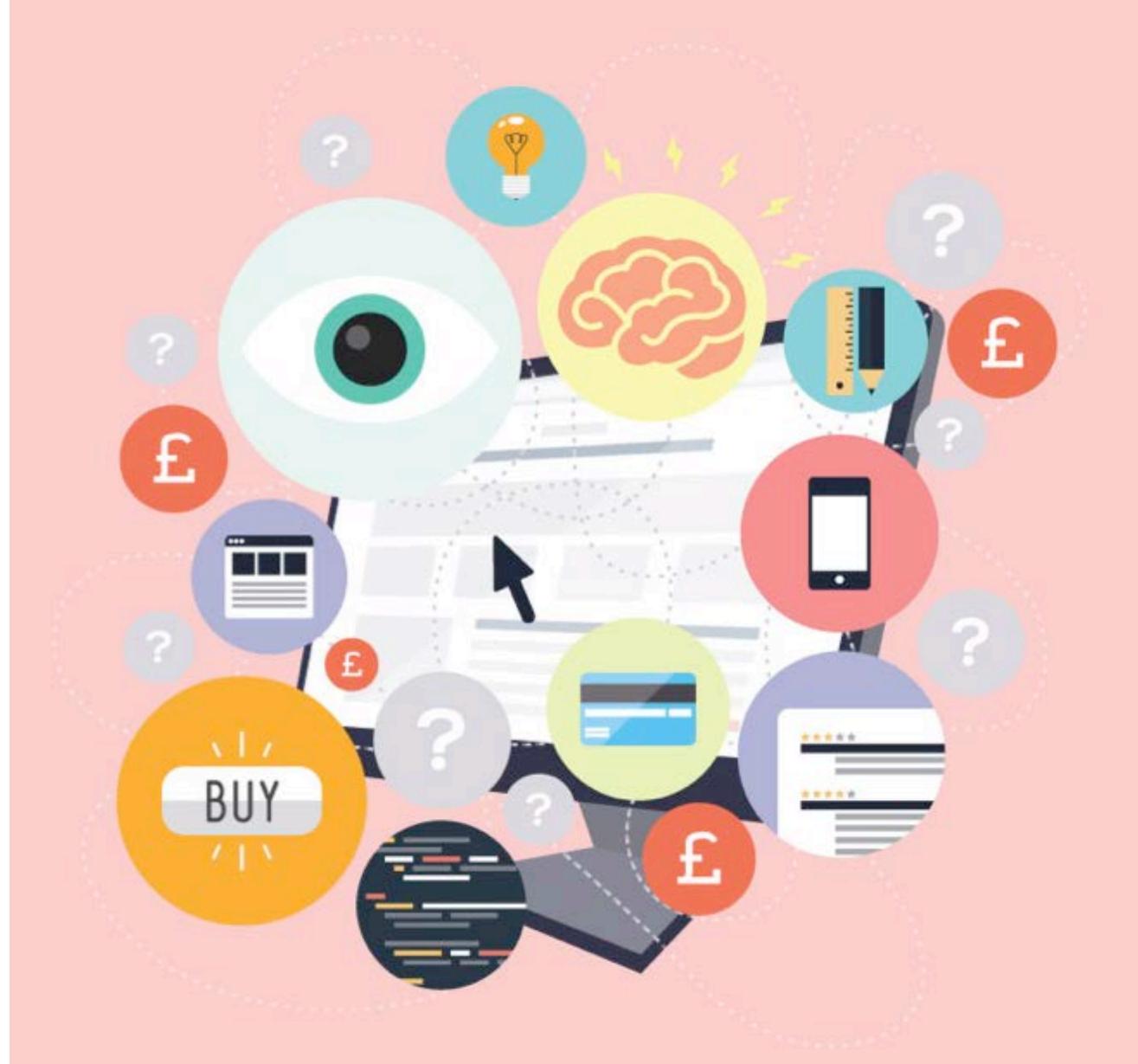
Design

UX

UX è pensare e scrivere per gli utenti:
Semplicità e chiarezza dei contenuti

Pensare in funzione del mobile, approccio
mobile first

Design, colori e font
Velocità di caricamento
Coerenza e trasparenza dei contenuti



SEMPLICITÀ

Web Immagini Video Pagine Gialle Shopping Altro

Yahoo! ITALIA

Cerca sul web

Yahoo.com Mio Yahoo! Fai di Y! la tua home page Entra Sei un nuovo utente? Registrati Che cosa stai facendo? Opzioni pagina

PREFERITI Aggiungi

- Tutti i servizi Yahoo!
- Yahoo! Mail
- Answers
- Cinema
- eBay
- Facebook
- Finanza (FTSE MIB)
- Flickr
- Kelkoo
- Messenger
- Meteo (9°C)
- Oroscopo
- Sport
- Viaggi

CONSIGLIATI

- Netlog
- Web Key
- Il Sole 24 ORE

OGGI - 03 febbraio 2010

Le prossime catastrofi avverranno qui

Un sito francese pubblica la lista dei luoghi che a breve potrebbero essere colpiti da un terremoto. » Dove sono?

- L'atracco della Cavour
- Haiti: 200mila morti
- 'We are the world' per Haiti

Le prossime catastrofi? Qui Prati: 'Il male che mi opprime' 14 anni ma che coraggio! Schumi, quanto sei snob!

1 - 4 di 16

NOTIZIE SPORT ECONOMIA GOSSIP

"Gli ebrei sono i nostri fratelli maggiori"

Berlusconi condanna le leggi razziali. "Israele unico esempio di democrazia in Medio Oriente" Leggi »

- Attacco all'Iran
- Iran testa missile vettore

- Meteo, maltempo in agguato Le previsioni
- Di Pietro, la foto della cena incriminata: la sua risposta
- Latte contaminato da melamina, 3 arresti in Cina
- Iraq, bomba nella scita Kerbaia: 20 morti

LE RICERCHE DEL GIORNO SEARCH

- Il mondo di Patty
- Superenalotto
- Lady Gaga
- Vanessa Perroncel
- Oroscopo
- Uomini e Donne
- Barbara De Rossi
- Previsioni meteo
- Ilary Biasi
- Emanuela Orlandi

Le promozioni di oggi

250% per 12 mesi Con Conto Arancio Hai il 2.50% per 12 mesi e zero spese, scopri

Yahoo! Sport Fantasy. E' gratis! Sei pronto a giocare?

Speciale San Valentino



SEMPLICITÀ



Google

A long, thin, light grey search input field with a subtle shadow. On the right side, there is a small microphone icon.

Cerca con Google

Mi sento fortunato



SEMPLICITÀ

The screenshot displays the Gioiapura website interface. At the top, a navigation bar includes the text "SPEDIZIONE e CONTRASSEGNO SEMPRE GRATIS", a service hours notice "SERVIZIO CLIENTI DALLE 9:00 ALLE 22:00", and a 4.9-star rating with "LE NOSTRE RECENSIONI". Language and account options are also present. The main header features the Gioiapura logo and a shopping cart icon showing "IL TUO CARRELLO 0 PRODOTTI € 0,00". A secondary navigation bar lists categories like Gioielli, Orologi, Accessori, Donna, Uomo, Novità, Idee Regalo, and Marche, along with a search bar.

A prominent yellow banner announces "SPEDIZIONE GRATIS + 10% DI SCONTO CON IL CODICE: PERTE10 sul tuo primo acquisto di almeno 50€".

The product page features a large image of a Versus watch with a black strap and gold accents. To the left of the main image is a vertical gallery of smaller images, including a 360-degree view and a zoom function. The product details include:

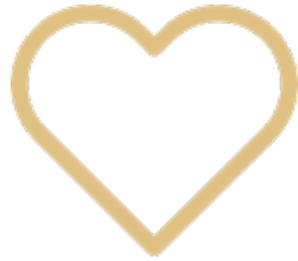
- OFFERTA** VERSUS
- Orologio Solo Tempo Donna Versus Fire Island
- Codice: 50Q050015
- 4.9 su 5 stelle
- € 71,20 € 89,00 Risparmi € 17,80
- DISPONIBILE, SPEDIZIONE IMMEDIATA
- SPEDIZIONE SEMPRE GRATIS
- Consegna entro mercoledì 17 gennaio, se ordini oggi stesso
- AGGIUNGI AL TUO CARRELLO**
- ALLA CONFEZIONE REGALO CI PENSIAMO NOI

On the right side, a list of service benefits is provided:

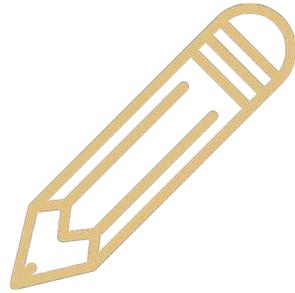
- SIAMO QUI PER TE CONTATTACI
- RESO FACILE CON RITIRO A DOMICILIO
- PAGAMENTO A CASA TUA SENZA COSTI AGGIUNTIVI
- SPEDIZIONE GRATIS
- PAGAMENTI SICURI AL 100%
- PRODOTTI ORIGINALI GARANTITI
- SODDISFATTI O RIMBORSATI IN 30 GIORNI
- RECENSIONI VERIFICATE LEGGI LE RECENSIONI

At the bottom of the product page, three tabs are visible: "INFORMAZIONI PRODOTTO", "CARATTERISTICHE OROLOGIO SOLO TEMPO DONNA VERSUS", and "RECENSIONI DEI CLIENTI".

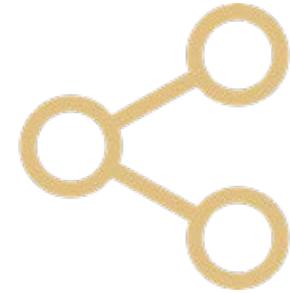
PERCHÈ LO STORYTELLING?



AMIAMO LE STORIE
da quando siamo
bambini



LE STORIE INSEGNANO
chi siamo e come
funziona il mondo



CI PIACE CONDIVIDERE
attraverso
il passaparola

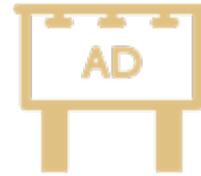
PERCHÈ LO STORYTELLING?



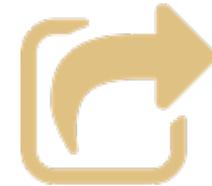
Rimane a mente
più facilmente



Elimina
lo scetticismo



L'adv tradizionale
funziona sempre
meno



Se una storia piace
viene condivisa

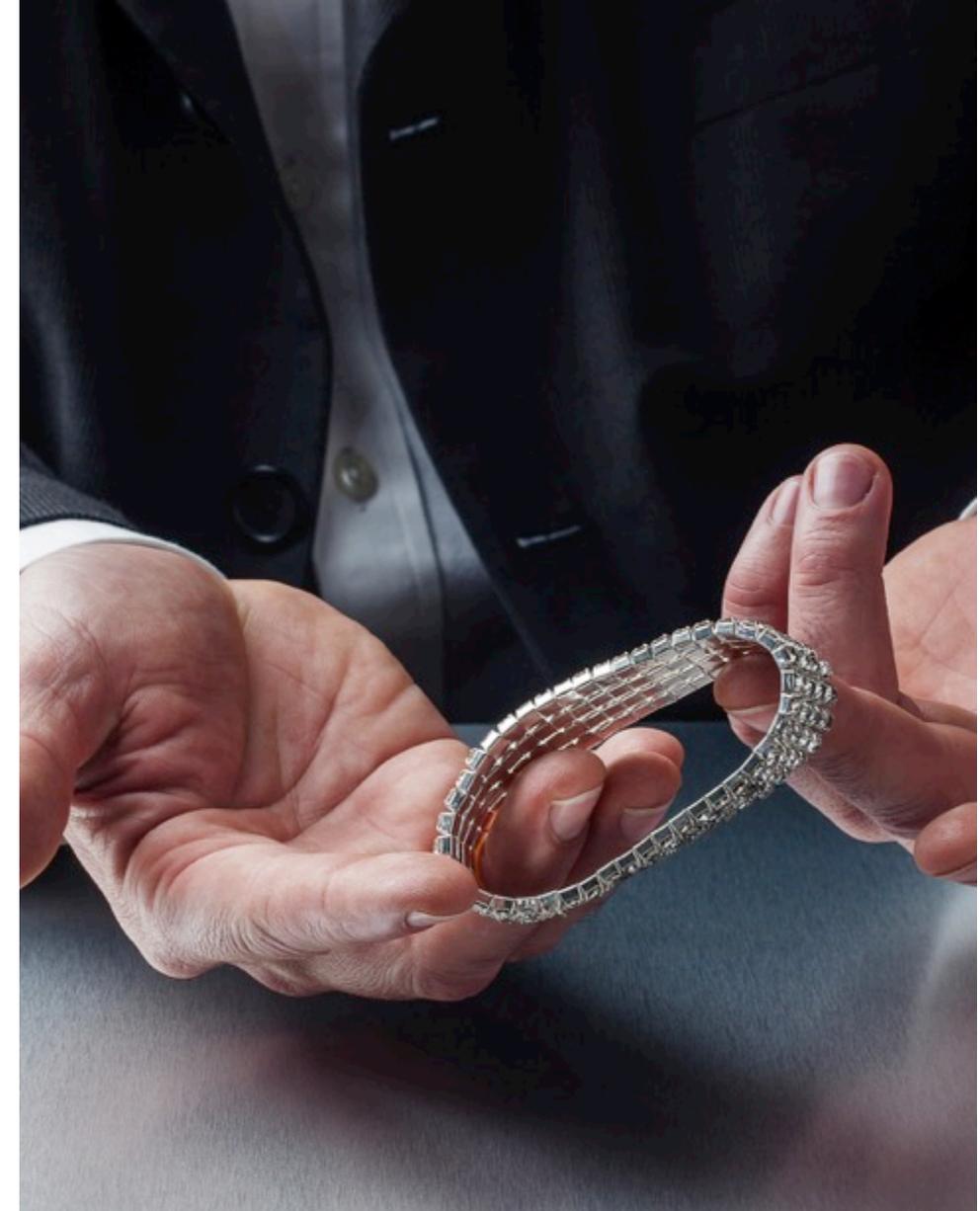
Le persone sui social parlano tra loro, condividono pensieri, opinioni, informazioni, foto, video, post, articoli, dati, risorse e qualsiasi cosa interessi loro



I MERCATI SONO CONVERSAZIONI

COME IMPOSTARE UN PIANO DI SOCIAL MEDIA MARKETING

1. Fissa uno o più obiettivi
2. Delinea e conosci il tuo pubblico
3. Osserva i tuoi competitor
4. Elenca i tuoi punti di forza e le tue debolezze
5. Scegli il tuo/i tuoi social
6. Cosa pubblicare
7. Quando, quanto e come pubblicare
8. Fissa un budget
9. Analizza e modifica
10. Datti da fare



LE 7 C DI UN SOCIAL MEDIA MARKETER

1. Competenza
2. Creatività
3. Capacità di analisi
4. Comprensione dei valori del brand
5. Costanza
6. Carisma
7. Centratura

OGGI LA COMUNICAZIONE VIAGGIA SU CANALI VISUAL

un'immagine CI
PARLA e, se ben
costruita, cattura
velocemente
l'attenzione



TUTTI NOI
SCATTIAMO FOTO
E CONDIVIDIAMO
MOMENTI DELLA
NOSTRA VITA

ancora di più quando
siamo in viaggio...

#gioielli

625.049 post

Post Più Popolari



Il potere di raccontare storie

**prodotte
esperienza**

**target
persone**

**interessi
passioni**

**luoghi
ricordi**

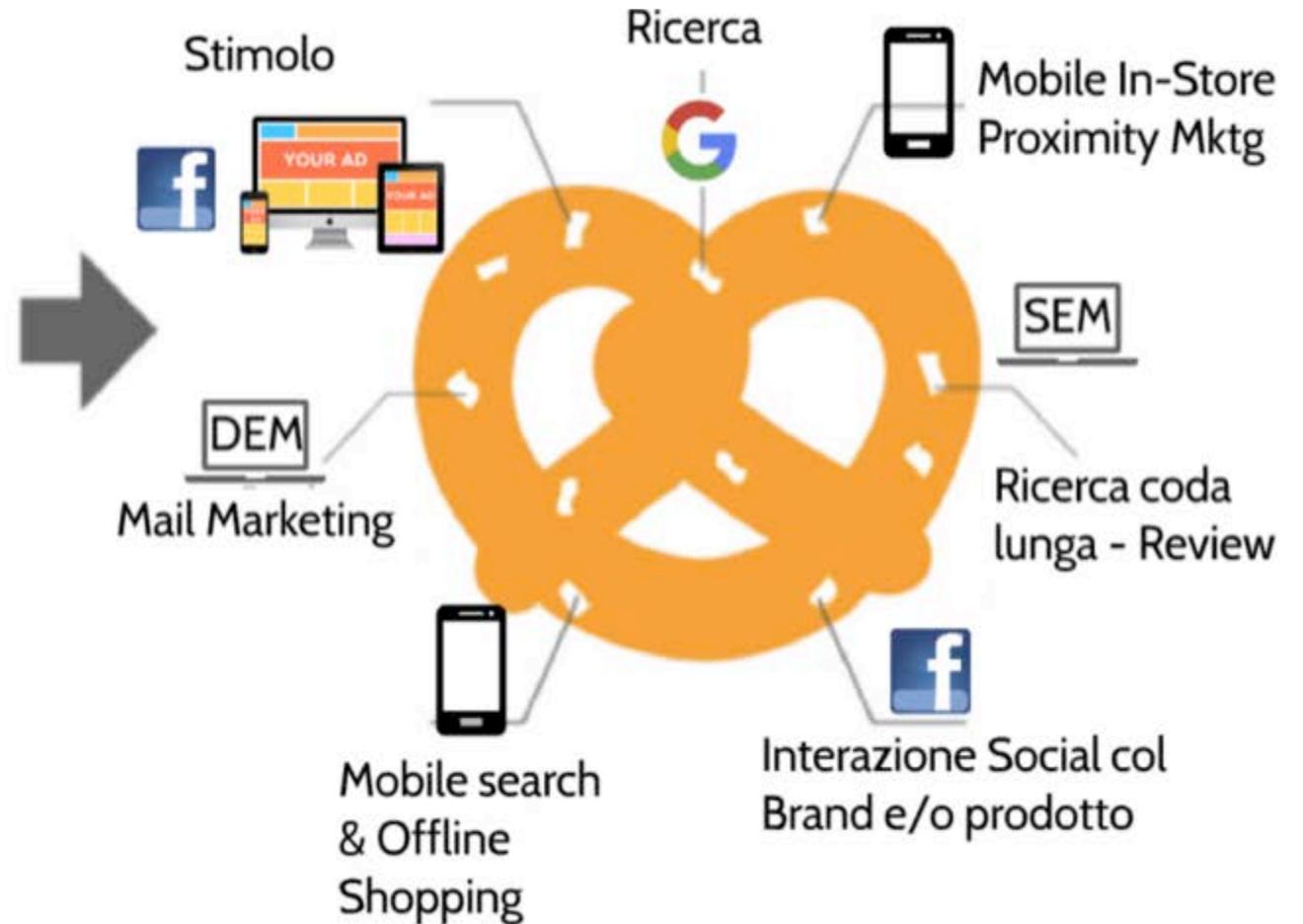
RACCONTA DELLE STORIE PER:

1. stabilire relazioni
2. scavare nella memoria
3. favorire ricordo e passaparola

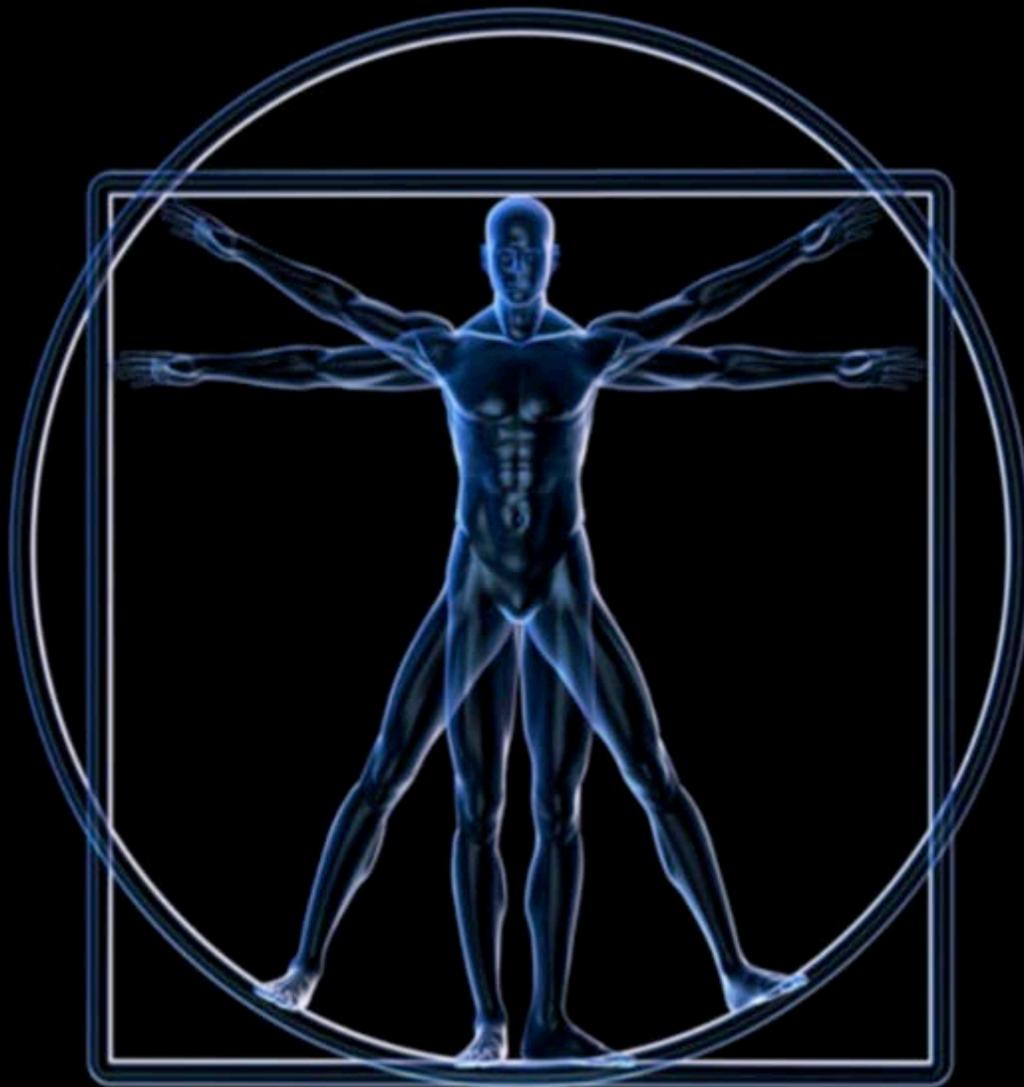
nella tua storia, ognuno deve poter ritrovare la sua storia



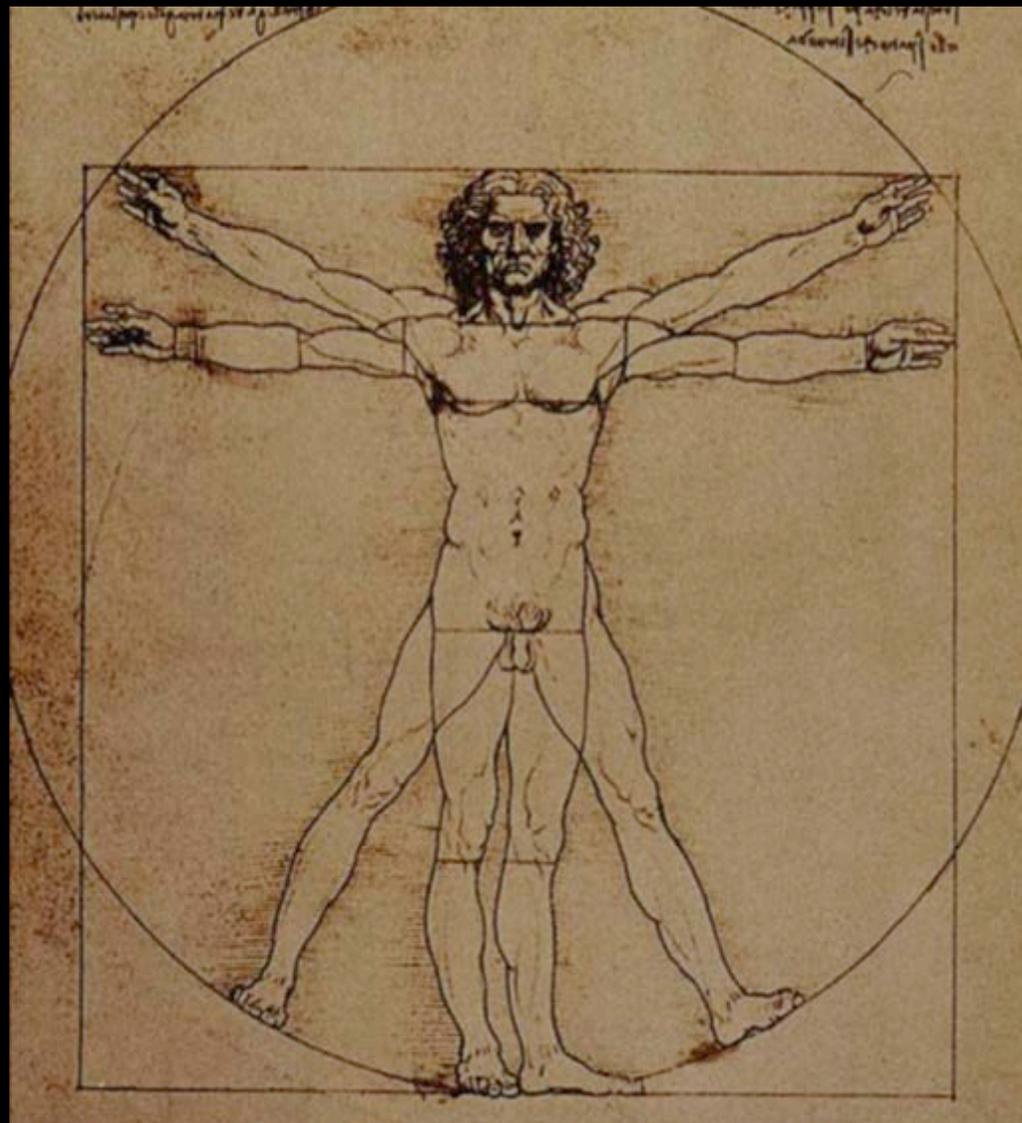
FLAT MARKETING FUNNEL vs. MODERN CUSTOMER LIFECYCLE



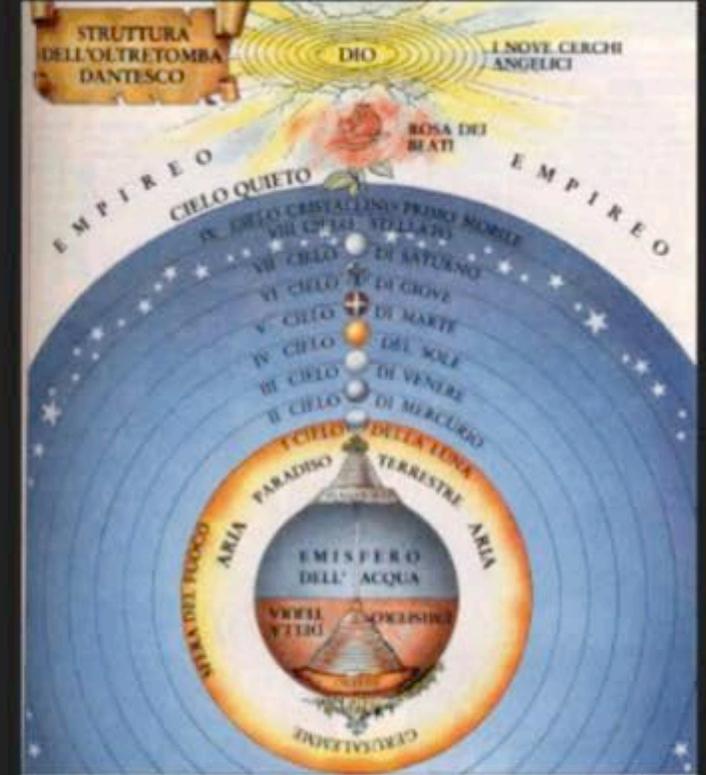
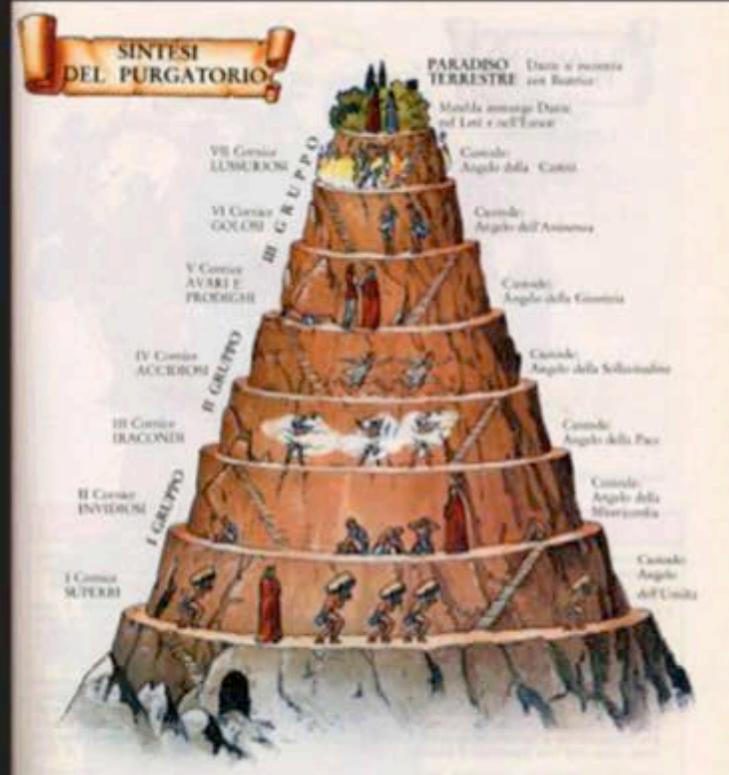
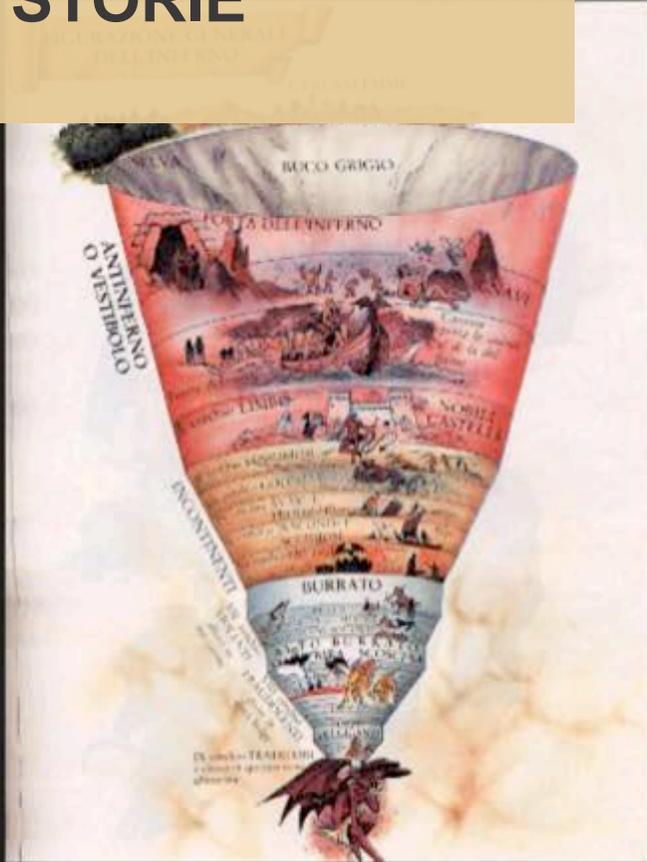
LA TECNOLOGIA
È SOLO
TECNOLOGIA



È L'UOMO CHE
FA LA
DIFFERENZA



ANCHE LE IMMAGINI SONO STORIE



LA TECNOLOGIA VA GOVERNATA DA PERSONE

La tecnologia
non ha intuito
né sentimenti,
l'uomo sì



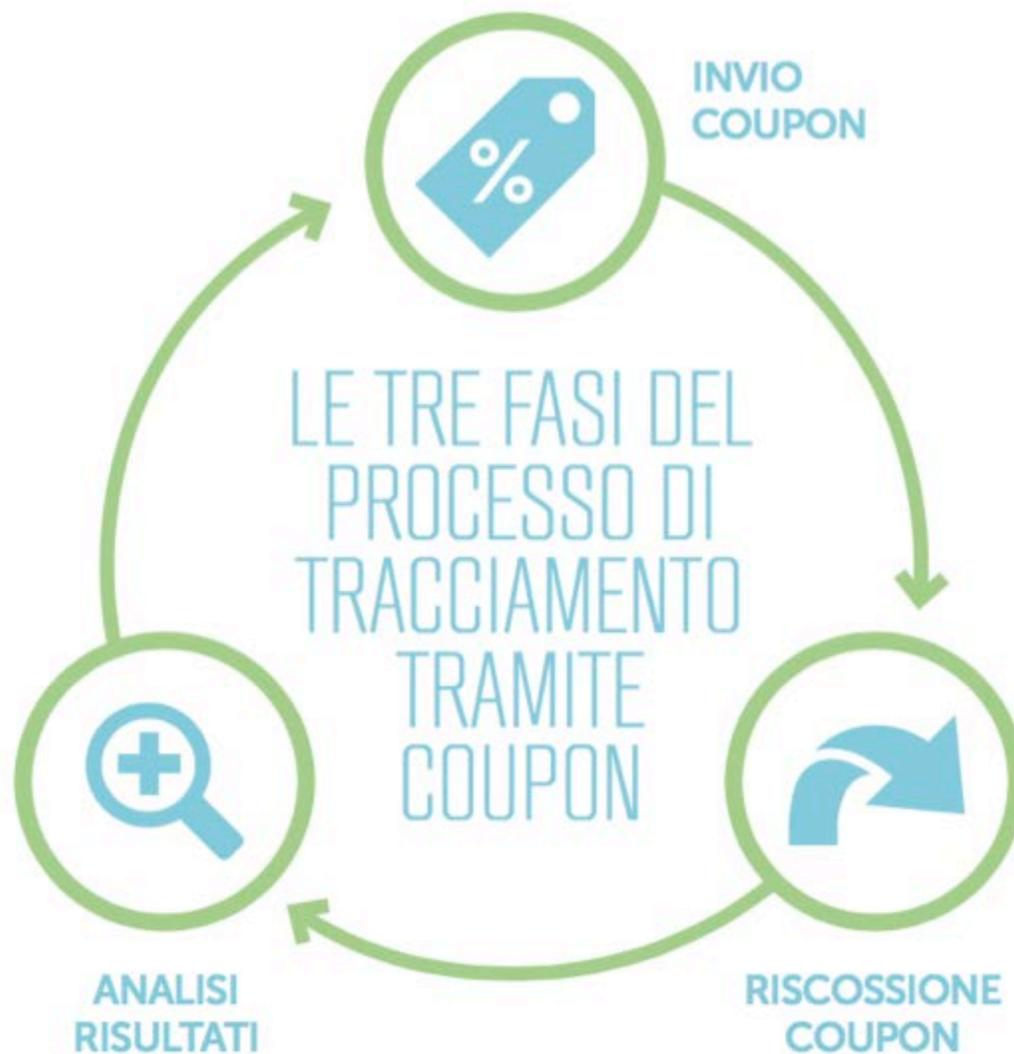
EMAIL MARKETING



INGREDIENTI PER UN EMAIL MARKETING EFFICACE

1. segmentare e frazionare sempre
2. fai piccoli regali (sconti ma anche solo considerazione)
3. cura particolarmente chi ti vuole bene
4. coltiva la relazione, non farti sentire solo quando ti fa comodo

COUPONING



COUPON ED EMAIL MARKETING

COME USARE IL COUPON CON CODICE A BARRE

SCONTI

Acquista subito e riceverai il 50% di sconto alla cassa!

PROMOZIONI

Scopri in anteprima la collezione primavera - estate

OMAGGIO GRATUITO

Ritira un omaggio gratuito entro il 15 aprile!

ACQUISTI CORRELATI

Per te, subito il 20% di sconto se acquisti collane e orecchini

ACQUISTO MULTIPLO

Prendi 3 paghi 2

OFFERTE LIMITATE NEL TEMPO

Vai nello store e acquista entro 24 ore

OFFERTE SU BASE GEOGRAFICA

Abiti a Padova? Questo sconto è per te!

COMPORAMENTO

Andrea, è da tanto che non ci si vede!
Se passi dallo store, questo coupon è per te!

STORICO D'AQUISTO

Grazie per averci scelto! Per il tuo prossimo acquisto, usa questo coupon

POSTA CARTACEA...

10 YEARS AGO



NOW



**E SE IL TUO SITO WEB GESTISSE
LA TUA AGENDA, NEWSLETTER,
SMS, COUPON, APPUNTAMENTI?**