



SABATO 13 FEBBRAIO 2010

SIVE/ANCE - Internet e lavoro

Google Challenge: aziende più presenti nel web

Un'opportunità di ampliare il mercato

Le aziende veneziane cercano strumenti di marketing nuovi per guardare oltre la crisi ma credono poco in internet e nei media di nuova generazione. Nella maggior parte dei piccoli imprenditori, sia industriali che edili, è ancorà fortemente radicata la convinzione che i migliori business nascano dalla conoscenza personale e dalla fidelizzazione continua dei clienti storici. Lo rileva Google Italia, che ha presentato questi nuovi dati nel corso di un seminario organizzato da Sive Formazione, Università di Milano e Ance Venezia, e che sta tentando di far penetrare anche nel nostro territorio la cultura del marketing on line.

I numeri sembrano dare ragione al principale motore di ricerca: nel 2009 solo la vendita pubblicitaria in internet ha fatto registrare un aumento del 5%, a fronte del crollo vertiginoso dei fatturati di tutti i principali strumenti mediatici e non di comunicazione (giornali, tv, radio). Considerando poi che il 65% dei consumatori cerca in internet informazioni sul prodotto che desidera acquistare prima di recarsi in negozio, che nel 2008 l'e-commerce è aumentato del 20% e che gli utenti internet in Italia sono ormai 23 milioni, diventa davvero importante per le aziende, anche per le piccolissime, posizionarsi bene nei motori di ricerca e testare nuove possibilità di marketing, permettendo ai clienti vecchi e nuovi un approccio più attivo all'acquisto. Focus Group nel sito aziendale, fanzine in Facebook, filmati sui prodotti caricati in YouTube... attività di rapida attivazione, bassissimi o quasi nulli costi, flessibili e misurabili in termini di performance. Per crescere in un'economia incerta i consigli di Google agli imprenditori sono: cercare nuovi bacini di utenti, seguire il cliente, investire in canali tra loro diversi, ottimizzare e rimisurare continuamente i risultati.

Anche per il 2010 le aziende hanno la possibilità di partecipare gratuitamente al Google Challenge: un team di studenti dell'Università di Milano utilizzerà il budget regalato da Google per ottimizzare la visibilità e l'appeal dei siti internet delle imprese iscritte al concorso. Nel 2009, tre aziende del veneziano sono riuscite ad arrivare ai quarti di finale a livello mondiale. Per partecipare al progetto è sufficiente contattare entro febbraio l'Università di Milano: chiara.pierani@unimi.it.