
IMPRESE E WEB MARKETING

U N A S F I D A C U L T U R A L E



OBIETTIVI

Fotografare l'uso del web marketing nelle imprese sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo.

PERCHÉ IL WEB MARKETING

IN ITALIA

INTERNET
USER



**39.21
MILION**

+11%
SINCE 2016

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USER



**28.00
MILION**

+17%
SINCE 2016

GLOBALE

INTERNET
USER



**3.773
BILION**

+10%
SINCE 2016

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USER

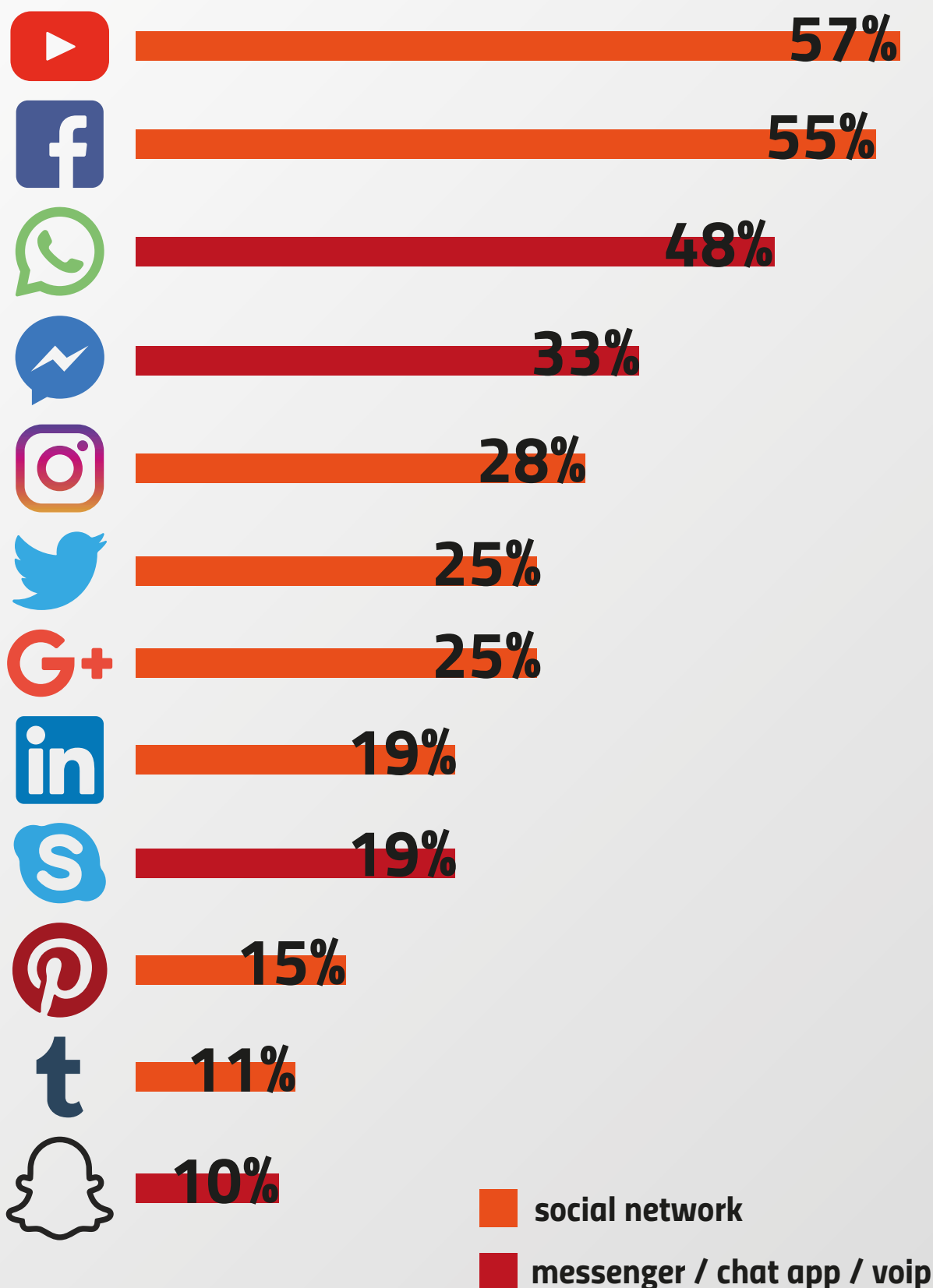


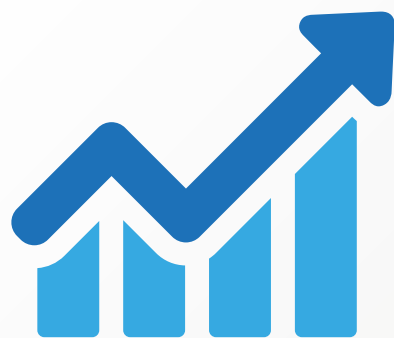
**3.448
BILION**

+5%
SINCE 2016

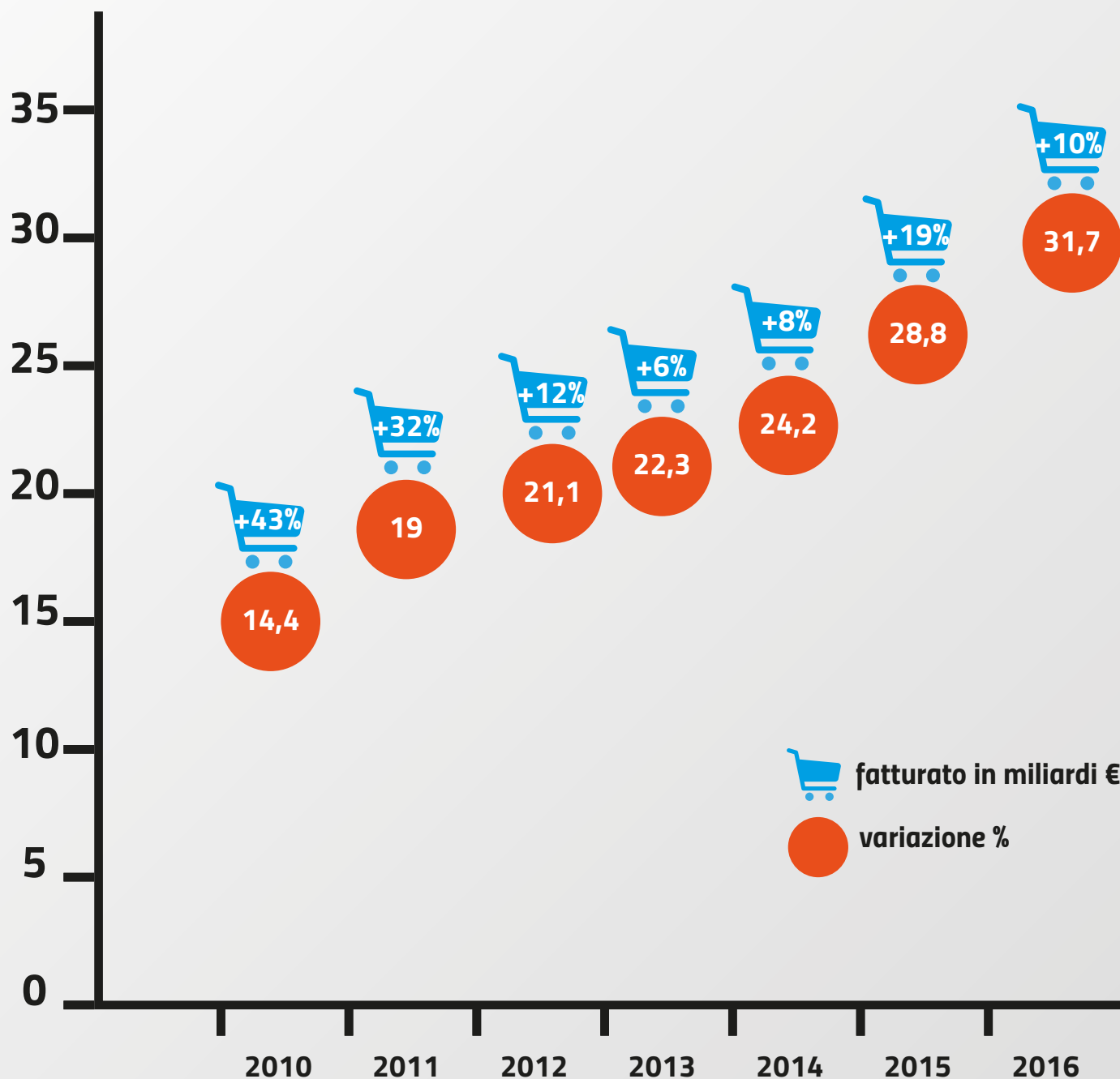


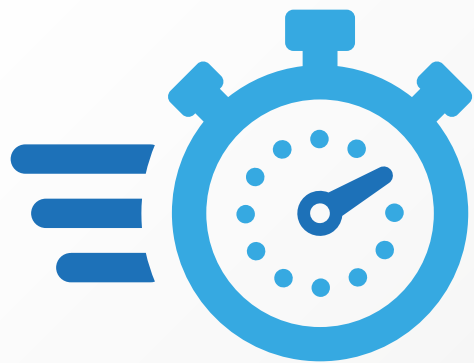
SOCIAL PIÙ USATI IN ITALIA





E-COMMERCE IN ITALIA

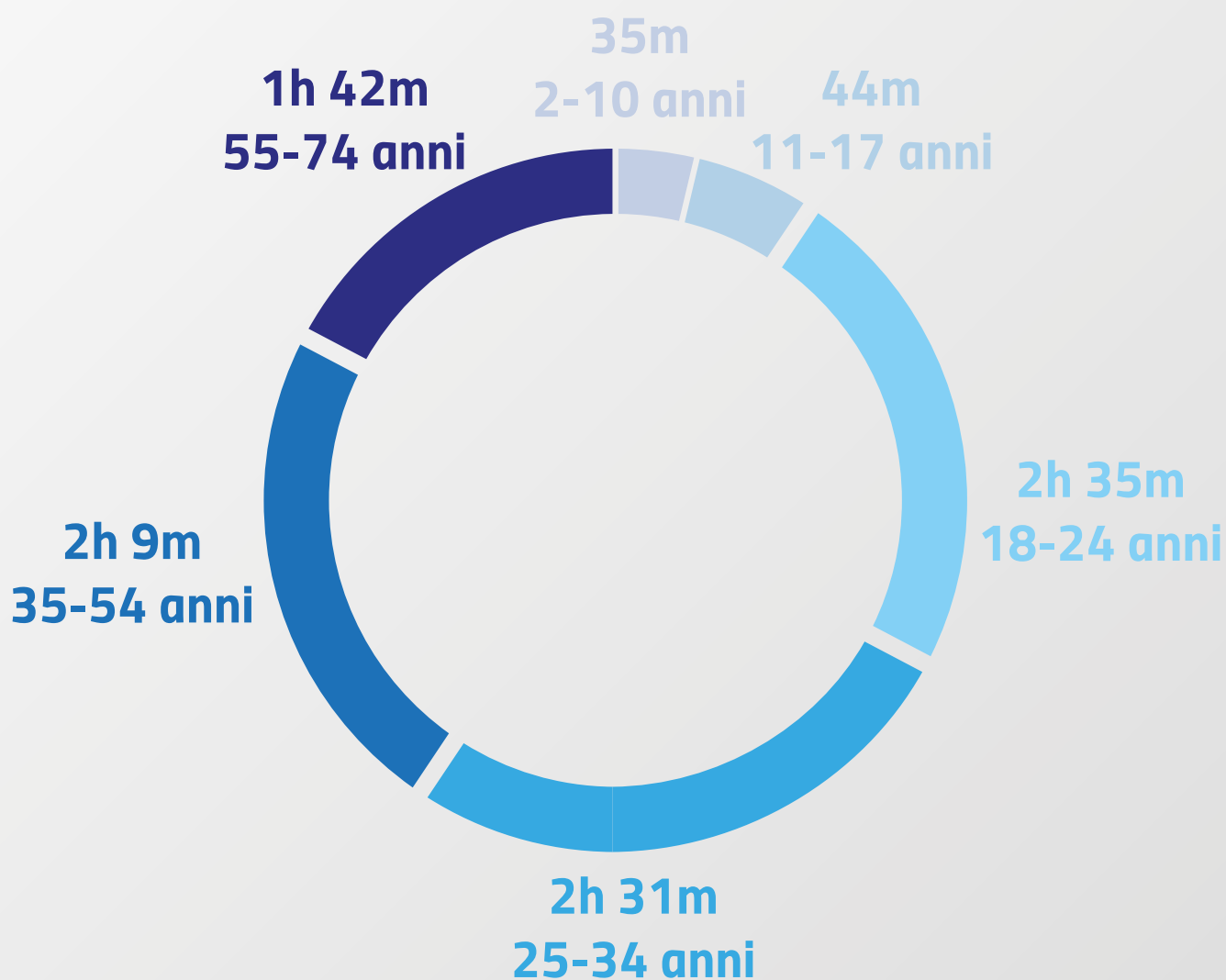




TEMPO TRASCORSO ONLINE

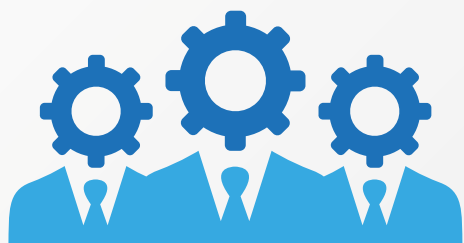


**2h 10m nel giorno medio
50h 48m al mese**





I CAMPIONI



40.076

**LE IMPRESE REGISTRATE AL REGISTRO
DELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI CHIETI**



216 CANTINE ABRUZZESI



59 SOCIETÀ PARTECIPATE ABRUZZESI



METODOLOGIA D'INDAGINE



ANALISI FIELD

**È stato sottoposto un questionario
online**



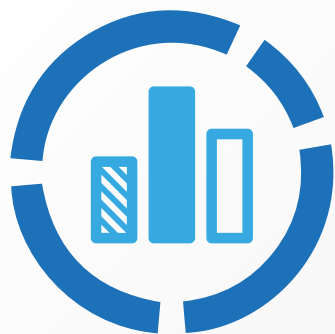
ANALISI DESK

**Il campione è stato analizzato
riprendendo delle informazioni
direttamente online**



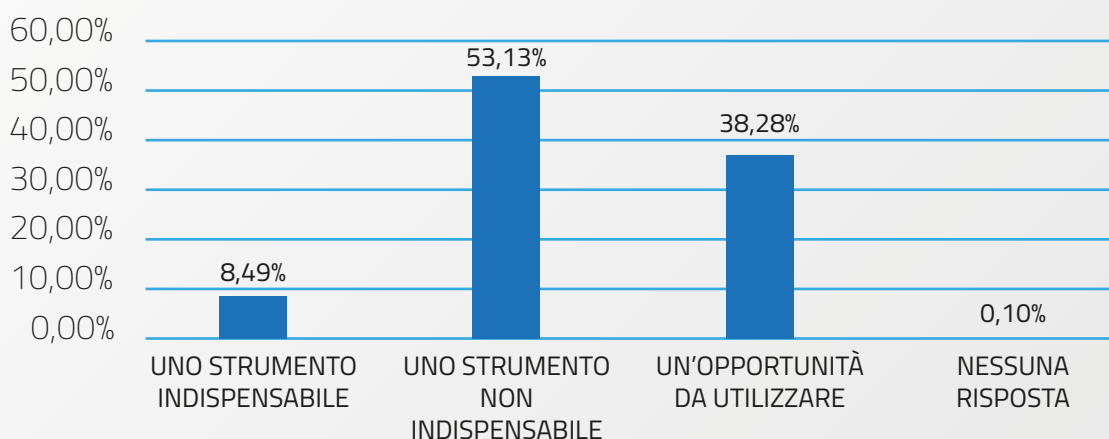
FOCUS ON

**Si è svolto un incontro nel quale 5
aziende si sono confrontate sul web
marketing e l'internazionalizzazione
d'impresa**

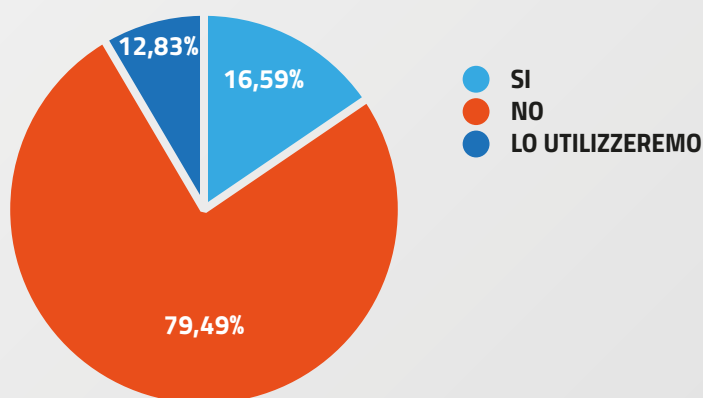


IMPRESE

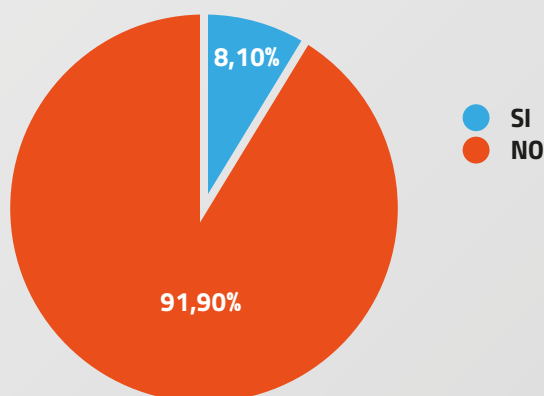
WEB MARKETING AZIENDA



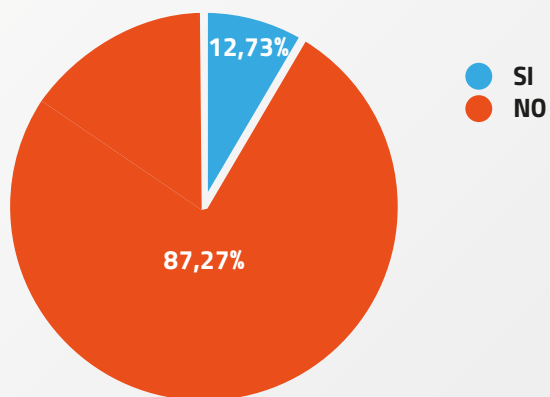
UTILIZZATE IL WEB MARKETING?



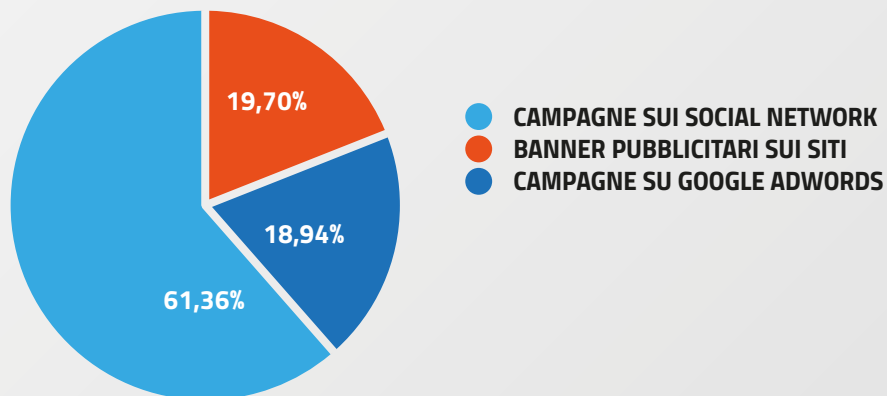
PIANIFICA



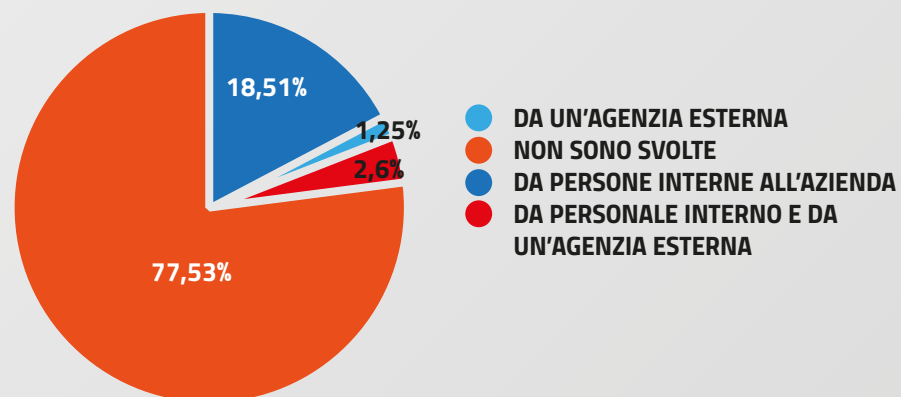
PUBBLICITÀ SUL WEB



STRUMENTI PUBBLICITARI

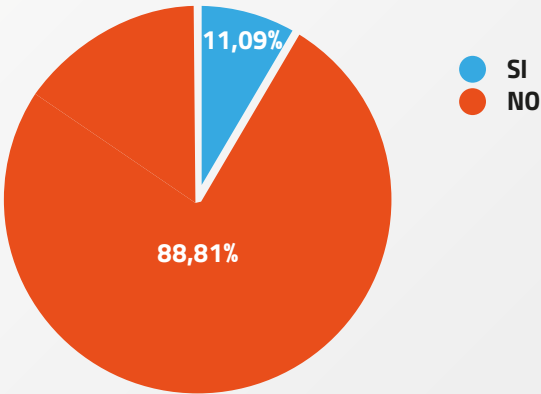


LE ATTIVITÀ SONO SVOLTE

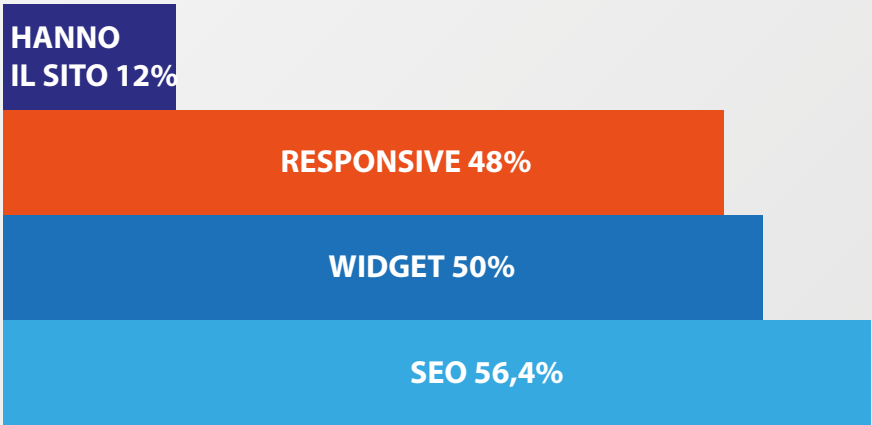




CORSI DI FORMAZIONE

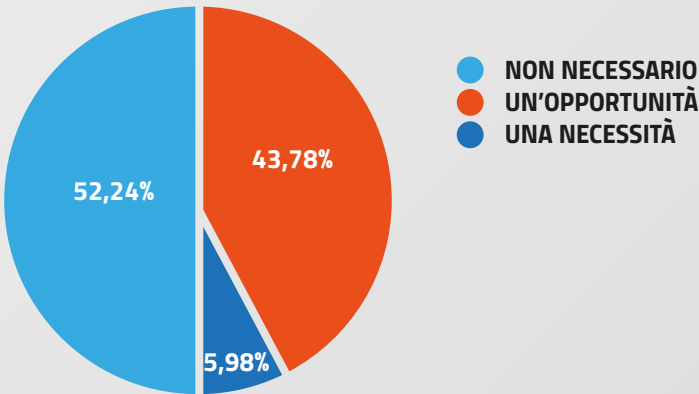


SITO

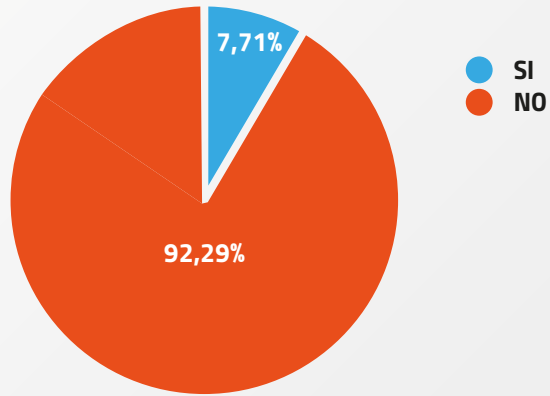


E-COMMERCE

L'AZIENDA RITIENE L'ECCOMMERCE:

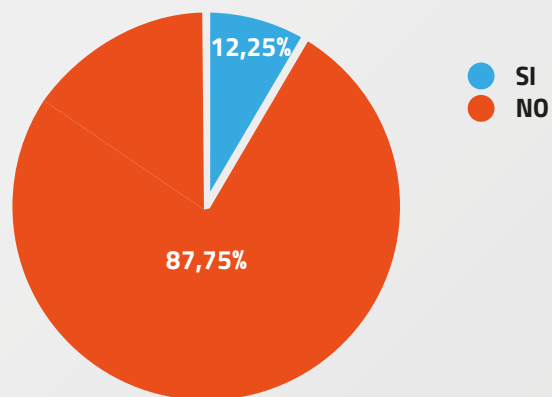


L'AZIENDA FA ATTIVITÀ E-COMMERCE

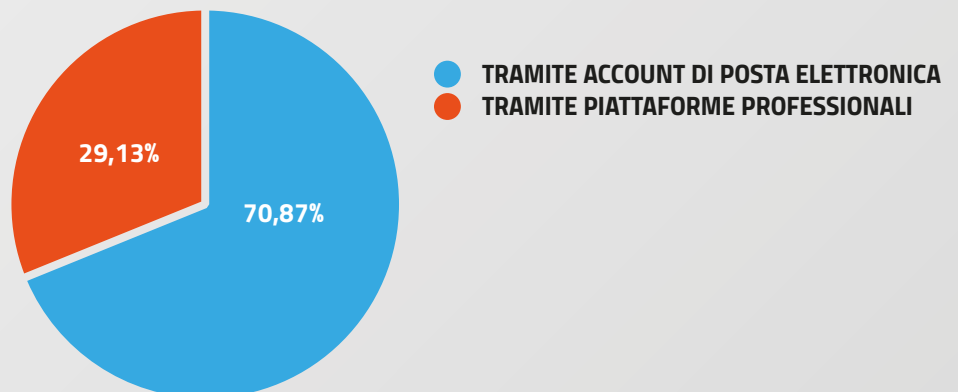


DEM

L'AZIENDA SVOLGE ATTIVITÀ DI MAIL MARKETING?

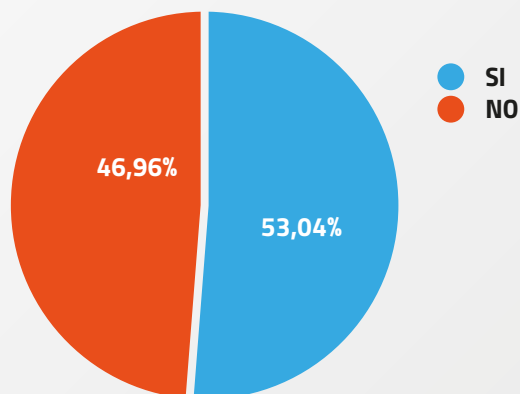


L'AZIENDA SVOLGE ATTIVITÀ DI MAIL MARKETING?



SOCIAL

PENSATE CHE I SOCIAL NETWORK POSSANO ESSERE UNO STRUMENTO UTILE PER 'L'AZIENDA?



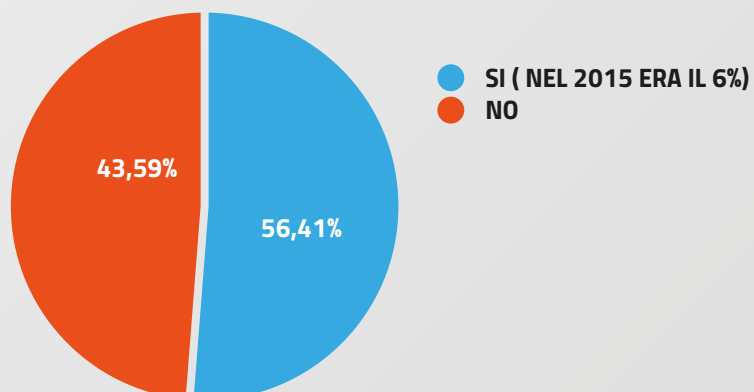
598 FAN MEDI

1,2 POST A SETTIMANA

1,2 ENGAGEMENT

PRESENZA SUL SOCIAL DAL 15,26% (2015) AL 20%

AVETE MAI REALIZZATO CAMPAGNE A PAGAMENTO SU FACEBOOK?





109,6 VISUALIZZAZIONI

2,4 VIDEO CARICATI

IL 4% DELLE IMPRESE HA UN CANALE (4,21% NEL 2015)

215 TWEET

30,5 FOLLOWER

L'USO DEL SOCIAL PASSA DAL 8% (2015) AL 3%



139 FOLLOWER

100 LIKE

3,6 COMMENTI

11 POST

L'USO DEL SOCIAL PASSA DAL 3% (2015) AL 5,5%

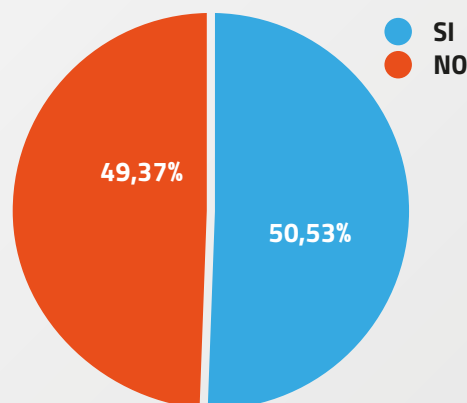


SOLO IL 9% DELLE AZIENDE DEL CAMPIONE SONO PRESENTI SU QUESTO SOCIAL



FOCUS ON: WEB MARKETING E INTERNAZIONALIZZAZIONE

**RITIENE IL WEB MARKETING
UNO STRUMENTO UTILE
ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DELL'AZIENDA?**

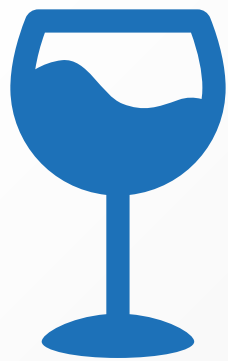


AGENZIE DI COMUNICAZIONE
Le agenzie che provano a fare internazionalizzazione d'impresa preferiscono affidarsi ad agenzie di comunicazione locali.



SFIDA: UN CAMBIAMENTO CULTURALE

Tutte le imprese hanno concordato che affinché il web marketing possa essere efficiente ed efficace è necessaria una "rivoluzione copernicana". Il web marketing non può essere pensato come estensione del marketing tradizionale, ma ha la necessità di considerare il consumatore parte attiva di un processo esperienziale in continuo divenire.



LE CANTINE

**SITO
INTERNET
77,32%+**



8,27 SEQUE

6,38

NUMERO VIDEO

90,8

VISUALIZZAZIONI



655,65 MEDIA FOLLOWER

487,03

MEDIA TWEET TOTALI

11,35

MI PIACE ULTIMO TWEET

81,98 POST



34%



373 VISITE GIORNALIERE

58,08% WIDGET

52,69% RESPONSIVE

24%

DOCUMENTO DI POLICY



2785,37 MEDIA FAN

0,156

POST A SETTIMANA

2,6

ENGAGEMENT

67,12% PRESENZA SU FACEBOOK



260 MEDIA FOLLOWER

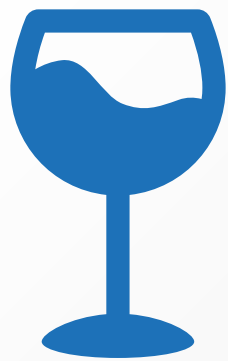
217,38

MEDIA TWEET TOTALI

1,72

MI PIACE ULTIMO TWEET

0,815 RETWEET



PARTECIPATE



**93% HA
UN SITO
INTERNET**



**49,15% SITO
RESPONSIVE**



**373 VISITE
GIORNALIERE**



**24%
DOCUMENTO DI
POLICY SUL SITO**



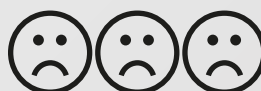
**40%
HA FB**



**NESSUNA
NETIQUETTE**



**1528 MEDIA
FAN**



ALTRI SOCIAL 