

Introduzione al marketing digitale: dal negozio tradizionale al negozio online

Data: 10 settembre 2024 | Autore: Redazione



Osservando i dati dell'economia in crescita notiamo subito che ogni settore traccia un andamento diverso ma l'eCommerce è un trend sempre sulla cresta dell'onda. Questo dato così importante sta spingendo sempre più aziende, commercianti e imprenditori a digitalizzare il proprio brand o attività, strategia che sta trovando conferma anche in chi, fino a poco tempo fa, era più scettico.

Per passare dal negozio tradizionale al negozio online è necessario fare un buon uso del marketing digitale, ma il primo step è quello di essere presenti sul Web con la propria attività, azienda o servizio.

Il sito, il blog e la pagina aziendale sui social

Questi sono i tre pilastri fondamentali che garantiscono la presenza sul Web, perché la prima cosa da fare è costruire il sito con tutta la storia del brand o dell'attività, i prodotti o i servizi offerti inseriti nelle vetrine online e anche un blog.

Il blog è uno strumento importante per condividere con i potenziali clienti idee, opinioni, riflessioni, ma anche proposte e consigli. Tutto ciò aiuta a migliorare il target di riferimento del pubblico e la pagina aziendale sui social network serve a condividere e far conoscere il brand o l'attività.

Sfruttare le strategie di marketing digitale in sinergia

Ogni strategia e canale di marketing digitale è utile per migliorare il proprio posizionamento sui

motori di ricerca, quindi raggiungere il pubblico più vasto possibile.

Il social media marketing aiuta a farsi conoscere attraverso Instagram, Facebook, Tik Tok, X e tutti gli altri social più utilizzati, è possibile condividere contenuti ad hoc ma anche ingaggiare gli influencer per aumentare le visualizzazioni e dunque solidificare la presenza sul Web.

Tra le strategie di marketing più utilizzate c'è l'email marketing e anche il marketing automation, perfetti per aumentare il raggio di azione e personalizzare al massimo il messaggio per gli utenti/clienti con offerte, sconti e tutte le novità.

Anche il marketing del passaparola è una buona tecnica per farsi conoscere, utile perché si fonda su conversazioni reali, sia faccia a faccia che sui blog, sui social e sulle piattaforme di recensioni: insomma, questa strategia si fonda sulla soddisfazione dei clienti.

Tutte queste tecniche possono essere utilizzate insieme per creare una strategia di marketing multicanale, che sfrutta la combinazione simultanea di tutti i canali digitali per ampliare il raggio d'azione.

Inserire la vetrina virtuale sui marketplace

Fino a poco tempo fa erano soltanto eBay e Amazon a contendersi il titolo di migliori marketplace presenti sul Web, mentre oggi, bisogna fare attenzione a essere presenti sulle piattaforme più utilizzate dagli utenti per lo shopping online.

Subito, Temu, Aliexpress, Etsy, ePrice, Groupon e ManoMano sono soltanto alcuni dei più famosi, inoltre, anche Instagram, Facebook e Tik Tok ormai possiedono la propria sezione marketplace, ecco perché bisogna scegliere con cura quali sono le piattaforme più adatte al settore specifico.

A questo punto la trasformazione da negozio tradizionale a negozio online è completa, i prodotti o servizi inseriti sui marketplace completano la digitalizzazione dell'attività o del brand e non resta che incominciare a vivere l'avventura virtuale sul Web. Curare i rapporti con i propri clienti e personalizzare le offerte è sicuramente il consiglio più prezioso da seguire per migliorare le vendite online.

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/introduzione-al-marketing-digitale-dal-negozio-tradizionale-al-negozio-online/141990>