

ACQUISIRE NUOVI CLIENTI ONLINE

“Un’ opportunità per gli agenti di commercio di far crescere il proprio portafoglio clienti grazie a internet”

Siamo entrati in tempi economicamente difficili che, stando alle previsioni dei principali esperti mondiali, potrebbero estendersi almeno per tutto il 2009. Non nasconde le difficoltà neppure Andrea Tomat, Presidente della Confindustria del Veneto, il quale pone l’attenzione su alcuni dati forniti dal suo Ufficio Studi: produzione a -15,6%, ordini totali a -16,1%, occupazione a -3,3% e l’export a -16,6%. La crisi non ha risparmiato nessun settore: l’edilizia, la meccanica, l’arredamento, il tessile, fino ai prodotti alimentari (seppur in misura più lieve). Sembra che l’effetto devastante dello tsunami economico mondiale, per il Veneto, si esaurirà a settembre e che si raggiungerà una certa stabilità nel primo semestre del 2010. In questo contesto e di fronte alla contrazione dei consumi le aziende – piccole o grandi che siano – hanno capito che saper vendere fa la differenza. Hanno così ricominciato a rivolgersi a professionisti del settore, in grado di seguire personalmente i clienti con assiduità e precisione, ma anche capaci di acquisirne altri fino ad oggi irraggiungibili. Siamo parlando di quegli agenti di commercio – dando per scontato che siano capaci venditori – , che tecnologicamente evoluti, sfruttano le tecnologie ed in particolare internet e i motori di ricerca, per incrementare il proprio portafoglio clienti, il fatturato aziendale e le relative provvigioni di vendita. Con i motori di ricerca si incontrano gli utenti quando sono loro a volerlo e - cosa più importante - nel momento in cui esprimono i loro interessi attraverso le parole chiave che usano nella ricerca. Insomma, il motore di ricerca può essere considerato come un nuovo intermediario controllato dall’utente finale e con il quale l’agente di commercio deve saper interagire per trasformarlo in un formidabile partner commerciale.



AdWords, il programma pubblicitario di Google

Analizziamo ad esempio Adwords definito come il programma pubblicitario di Google: esso consente di generare nuovi contatti commerciali creando annunci semplici ed efficaci che saranno visualizzati dagli utenti che stanno effettuando ricerche on-line. Ma come funziona in pratica? Quando un utente accede a Google e inserisce i termini di ricerca – come ad esempio “noleggio auto” – verranno visualizzati una serie di annunci AdWords (i cosiddetti Link sponsorizzati) collegati a siti web di aziende che offrono servizi relativi al noleggio auto. La particolarità è che tali annunci vengono visualizzati solo dagli utenti che hanno effettuato una ricerca pertinente agli annunci stessi (nel nostro esempio non saranno visualizzati annunci che nulla hanno a che fare con il noleggio auto). E’ sufficiente un clic sull’annuncio per portare l’utente nel sito dell’azienda inserzionista (nel nostro esempio potrebbe essere un’azienda di autonoleggio). Pertanto essere

presenti come inserzionisti nei Link sponsorizzati significa ricevere contatti selezionati ed interessati al prodotto/servizio offerto. Interessante notare che - a differenza di altre forme pubblicitarie - solo a contatto avvenuto (clic dell’utente sull’annuncio) scatta l’addebito del costo del servizio. Nessuna commissione deve essere corrisposta per la semplice visualizzazione dell’annuncio pubblicitario.



Alcuni dati relativi al monitoraggio degli utenti

- ✓ 1,4 miliardi di persone on-line nel mondo
Internetworldstats.com, giugno 2008
- ✓ 26,7 milioni di navigatori in Italia si sono connessi al web almeno una volta al mese
Nielsen Online NetView, Report Internet Applications, accessi da casa e da ufficio, settembre 2008 Nielsen Online
- ✓ ogni utente visita circa 1700 pagine web al mese
NetView, settembre 2008
- ✓ per l'80% delle persone con più di 35 anni, internet rappresenta la prima fonte di informazione
Netcom and GfK Eurisko, maggio 2008
- ✓ in Italia, più di una persona su quattro viene influenzata da internet nel processo di acquisto di un prodotto. Nessun altro paese in Europa ha un indice così alto.
Harris Interactive, marzo 2008
- ✓ il 73% degli utenti ritiene che i motori di ricerca siano una risorsa importante per cercare un prodotto, più dei consigli personali (63%)
Studio EIAA Mediascope Europe, novembre 2007
- ✓ l'82% degli utenti internet ricerca un prodotto online prima di effettuare un acquisto e il 48% completa il processo di acquisto in rete
Istat - gennaio 2008;
- ✓ La ricerca online influenza l'80% degli acquisti offline.
Istat - gennaio 2008
- ✓ Negli ultimi 3 mesi, gli utenti di Internet hanno utilizzato la Rete prevalentemente per cercare informazioni su prodotti e servizi (65%).
TNS Infratest giugno 2008. Categorie: tecnologia, auto, turismo, media, intrattenimento, vendita al dettaglio, prodotti finanziari

I costi per clic possono variare da pochi centesimi a decine di euro, ma per avere il pieno controllo della spesa è possibile definire un budget massimo di spesa giornaliero. Un ulteriore vantaggio rispetto alle forme promozionali tradizionali è la maggiore flessibilità. Infatti la promozione dei propri prodotti /servizi può essere in qualsiasi momento sospesa e successivamente riattivata, in totale autonomia e senza costi aggiuntivi. E' possibile inoltre controllare il rendimento dell'attività svolta, ad esempio quantificando i clic ricevuti e la spesa sostenuta. Monitorando la provenienza e i comportamenti degli utenti che hanno raggiunto il sito web dell'inserzionista è possibile modificare e migliorare le strategie di promozione rendendo le campagne promozionali sempre più efficaci e profittevoli, contenendone i costi. Oggi quindi, le tecnologie offrono vere opportunità per acquisire nuovi clienti, approcciare nuovi mercati e per differenziarsi dalla concorrenza.

Dott. Ing. Alberto Bulzatti
Consulente Nuove Tecnologie USARCI-Venezia

Studio Bulzatti
Consulenza & Formazione Nuove Tecnologie
P.le Madonna Pellegrina n.12 - 30172 Mestre - VE

 Tel.: +39 (041) 8020557

 Cell.: +39 (338) 5442434

 Fax: +39 (02) 700406185

 Mail: studiobulzatti@tiscali.it