

Cronaca

Un percorso sul “digital marketing” in tre aperitivi...più uno

Giovedì 2 marzo il primo incontro: come definire la strategia. Ferrowine (via Borgo Padova, 101/A Castelfranco Veneto - TV) ore 17.00 -19.00



Un percorso per orientarsi nel mondo del Digital Marketing, che si snoda in una serie di incontri gratuiti: tre aperitivi tra imprenditori e professionisti, assieme agli esperti di GC&P, in un clima rilassato, parlando di strategia e di strumenti operativi per approcciare il nuovo modo di intendere il marketing, nell'era del digitale. Il primo dei tre incontri si terrà giovedì 2 marzo dalle 17 alle 19 da Ferrowine (via

Borgo Padova, 101/A Castelfranco Veneto); Matteo Miotto, consulente per la "Digital Transformation" di GC&P, converserà su come creare una strategia

social per l'azienda, utilizzando un modello di pianificazione ben preciso, a guidare le varie azioni durante l'anno, utilizzando i canali adeguati e misurando puntualmente i risultati. L'incontro è a partecipazione libera, con prenotazione entro giovedì 23 febbraio (inviando una mail a c.canciani@gianesincanepari.com). A maggio e a luglio si terranno i successivi appuntamenti, per conoscere da vicino le potenzialità di Facebook e di LinkedIn per il business. Ci sarà anche un quarto incontro, previsto per l'autunno, su un tema che sarà scelto assieme ai partecipanti. La serie di incontri crea un percorso per la progettazione di un piano marketing che si declina anche sul terreno digitale. «Il Digital Marketing non deve essere inteso come un "nuovo modo di fare marketing" - afferma Matteo Miotto - ma piuttosto come uno strumento, potentissimo, a disposizione del marketing per raggiungere gli obiettivi aziendali, integrando metodi e sistemi per entrare in contatto con le persone e far crescere il business. Fondamentale è strutturare una buona strategia: l'errore più classico che compiono le aziende, al primo approccio al digitale, è di iniziare senza la definizione di un obiettivo, trovandosi poi a gestire con fatica una quotidianità di azioni di cui

non si vedranno risultati significativi.» Il primo incontro degli "aperitivi digitali" si concentra proprio sulla pianificazione, che gli esperti di GC&P organizzano in un sistema a sei punti: analisi della situazione, definizione degli obiettivi, pianificazione strategica, definizione delle tattiche, azioni da intraprendere, controllo e analisi dei risultati. Il Digital Marketing offre strumenti e potenzialità di un contesto che è in costante crescita, se consideriamo che il 66% degli italiani (circa 39 milioni di persone) e il 50% della popolazione mondiale (3,77 milioni di utenti) naviga su Internet, anche per scopi professionali. «È una grande opportunità per ogni impresa entrare in queste conversazioni, e aprirsi nuovi mercati - conclude Miotto. Un programma di accompagnamento guiderà gli imprenditori verso i loro obiettivi. È attraverso una profonda conoscenza delle dinamiche e degli strumenti che sottendono il Digital Marketing che si otterranno risultati soddisfacenti. Questi incontri sono il primo passo per entrare nel business di domani.» Possiamo misurare il valore strategico del Digital Marketing per le PMI anche alla luce degli ultimi dati, comunicati dal "Digital Yearbook", lo

studio presentato di recente da We Are Social in collaborazione con Hootsuite, che riporta lo stato dell'arte del digitale nel mondo. Con una popolazione mondiale di 7,5 miliardi di persone, circa la metà naviga sul web, con 3,77 miliardi di utenti connessi ogni mese. Il 66% di questi naviga da dispositivi mobile (4,92 miliardi di persone). 2,8 miliardi di persone sono presenti sui social (37% della popolazione mondiale) di cui la maggior parte è connessa da dispositivi mobili. Un consumatore su cinque (1,6 miliardi di utenti) effettua acquisti su e-commerce. Il trend globale si riflette anche in Italia, dove circa 39 milioni di persone sono connesse a internet (66% della popolazione) e circa 31 milioni di utenti utilizzano i social network (circa il 52% degli italiani), di cui 28 milioni da mobile; l'85% della popolazione (50,7 milioni di utenti) si connette da dispositivi mobile. Grande crescita hanno registrato proprio i social network, con +11% di utenti che sempre più si connettono da dispositivi mobili (+17%). Il mondo digitale italiano, pur ancora legato alla connessione da rete fissa, vede comunque un'interessante crescita dell'uso di dispositivi mobili (+44%).

DA FERROWINE **Strategia “social”** **per tutte le aziende**

CASTELFRANCO. Un percorso per orientarsi nel digital marketing, che si snoda in tre aperitivi tra imprenditori e professionisti, assieme agli esperti di **GC&P**, parlando di strategia e strumenti operativi per approcciare il nuovo modo di intendere il marketing nell'era digitale. Il primo si terrà giovedì 2 marzo dalle 17 alle 19 da Ferrowine (borgo Padova, 101/). **Matteo Miotto**, consulente per la Digital Transformation di **GC&P**, spiegherà come creare una strategia social per l'azienda. **Partecipazione libera con prenotazione entro il 23 febbraio (mail a c.canciani@gianesincanepari.com).**



Comunicati Stampa

Un percorso sul “digital marketing” in tre aperitivi ... più uno.

Giovedì 2 marzo il primo incontro: come definire la strategia. Ferrowine (via Borgo Padova, 101/A Castelfranco Veneto - TV) ore 17.00 -19.00

Un percorso per orientarsi nel mondo del Digital Marketing, che si snoda in una serie di incontri gratuiti: tre aperitivi tra imprenditori e professionisti, assieme agli esperti di GC&P, in un clima rilassato, parlando di strategia e di strumenti operativi per approcciare il nuovo modo di intendere il marketing, nell'era del digitale.

Il primo dei tre incontri si terrà giovedì 2 marzo dalle 17 alle 19 da Ferrowine (via Borgo Padova, 101/A Castelfranco Veneto - TV); **Matteo Miotto, consulente per la “Digital Transformation” di GC&P**, converserà su come creare una strategia social per l'azienda, utilizzando un modello di pianificazione ben preciso, a guidare le varie azioni durante l'anno, utilizzando i canali adeguati e misurando puntualmente i risultati. **L'incontro è a partecipazione libera, con prenotazione entro giovedì 23 febbraio** (inviando una mail a c.canciani@gianesincanepari.com).

A maggio e a luglio si terranno i successivi appuntamenti, per conoscere da vicino le potenzialità di Facebook e di LinkedIn per il business. **Ci sarà anche un quarto incontro, previsto per l'autunno, su un tema che sarà scelto assieme ai partecipanti.** La serie di incontri crea un percorso per la progettazione di un piano marketing che si declina anche sul terreno digitale. **«Il Digital Marketing non deve essere inteso come un “nuovo modo di fare marketing” – afferma Matteo Miotto – ma piuttosto come uno strumento, potentissimo, a disposizione del marketing per raggiungere gli obiettivi aziendali, integrando metodi e sistemi per entrare in contatto con le persone e far crescere il business. Fondamentale è strutturare una buona strategia: l'errore più classico che compiono le aziende, al primo approccio al digitale, è di iniziare senza la definizione di un obiettivo, trovandosi poi a gestire con fatica una quotidianità di azioni di cui non si vedranno risultati significativi.»**

Il primo incontro degli “aperitivi digitali” si concentra proprio sulla pianificazione, che gli esperti di GC&P organizzano in un sistema a sei punti: analisi della situazione, definizione degli obiettivi, pianificazione strategica, definizione delle tattiche, azioni da intraprendere, controllo e analisi dei risultati. **Il Digital Marketing offre strumenti e potenzialità di un contesto che è in costante crescita**, se consideriamo che il 66% degli italiani (circa 39 milioni di persone) e il 50% della popolazione mondiale (3,77 milioni di utenti) naviga su Internet, anche per scopi professionali.

«È una grande opportunità per ogni impresa entrare in queste conversazioni, e aprirsi nuovi mercati – conclude Miotto. Un programma di accompagnamento guiderà gli imprenditori verso i loro obiettivi. È attraverso una profonda conoscenza delle dinamiche e degli strumenti che sottendono il Digital Marketing che si otterranno risultati soddisfacenti. Questi incontri sono il primo passo per entrare nel business di domani.»

Possiamo misurare il valore strategico del Digital Marketing per le PMI anche alla luce degli ultimi dati, comunicati dal **“Digital Yearbook”**, lo studio presentato di recente da **We Are Social** in collaborazione con **Hootsuite**, che riporta lo stato dell'arte del digitale nel mondo. Con una popolazione mondiale di 7,5 miliardi di persone, circa la metà naviga sul web, con 3,77 miliardi di utenti connessi ogni mese. Il 66% di questi naviga da dispositivi mobile (4,92 miliardi le persone). 2,8 miliardi di persone sono presenti sui social (37% della popolazione mondiale) di cui la maggior parte è connessa da dispositivi mobili. Un consumatore su cinque (1,6 miliardi di utenti) effettua acquisti su e-commerce.

Il trend globale si riflette anche in Italia, dove circa 39 milioni di persone sono connesse a internet (66% della popolazione) e circa 31 milioni di utenti utilizzano i social network (circa il 52% degli italiani), di cui 28 milioni da mobile; l'85% della popolazione (50,7 milioni di utenti) si connette da dispositivi mobile. Grande crescita hanno registrato proprio i social network, con +11% di utenti che sempre più si connettono da dispositivi mobili (+17%). Il mondo digitale italiano, pur ancora legato alla connessione da rete fissa, vede comunque un'interessante crescita dell'uso di dispositivi mobili (+44%).