



# L'utilizzo dell'ICT per la promozione e la vendita online



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea. La presente comunicazione riflette solo le opinioni dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.



## Argomenti

1.0 Introduzione .....	4
Gli strumenti più comuni per le aziende dell'Unione Europea .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.0 Marketing etico .....	9
2.1 Marketing .....	9
2.2 L'etica negli affari .....	11
2.3 Marketing etico .....	12
2.4 Principi del marketing etico.....	12
2.5 Benefici del marketing.....	13
3.0 Promozione sia online che offline .....	13
4.0 Modi per promuovere il tuo business online .....	14
4.1 Social Media .....	15
4.2 Sito web.....	21
4.3 E-mail.....	23
5.0 Sviluppo del piano di web marketing.....	25
6.0 Strumenti web per la vendita online.....	28
6.1 PayPal .....	28
6.2 Etsy .....	29
6.3 WooCommerce .....	30
Riferimenti bibliografici.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>





## Partners



Smart Educational Projects  
(Romania)

<https://www.sep-ngo.eu/>



IED - Institute of Entrepreneurship development  
(Grecia)

<http://www.ied.eu/>



Inercia Digital  
(Spagna)

<http://www.inerciadigital.com/>



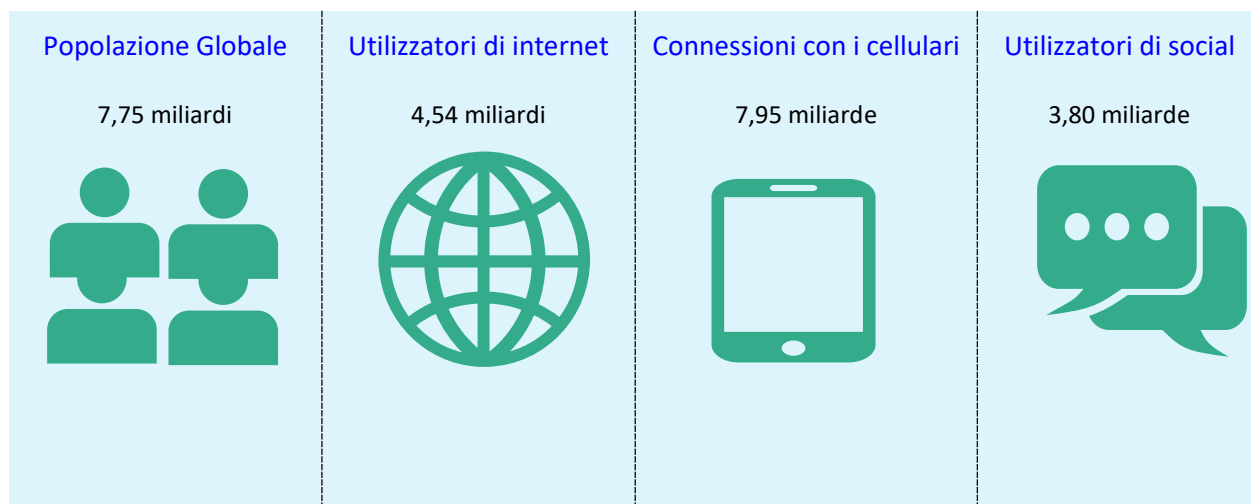
Infolog srl  
(Italia)

<http://www.infologsrl.it/>



## 1.0 Introduzione

**ICT, Information and Communications Technology**, è stata parte integrante delle imprese dell'UE negli ultimi decenni. Al giorno d'oggi, la tecnologia è una delle scienze più sviluppate al mondo, quindi è inevitabile che internet cambi la vita personale e professionale dell'uomo, il loro modo di comunicare e relazionarsi. Oltre il **77%**<sup>1</sup> delle imprese dell'UE ha un sito web, questo ha contribuito in modo impressionante alle loro vendite online. Considerando che l'**85%**<sup>2</sup> della popolazione dell'UE sono utenti di internet, vale la pena imparare ad utilizzare le ICT nell'ambiente di lavoro per promuovere e vendere online.



Source: [We are social & Hootsuite \(2020\)](#)<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Eurostat. December 2019. "Ecommerce statistics". Retrieved from [shorturl.at/cjMN2](https://shorturl.at/cjMN2)

<sup>2</sup> Eurostat. "Individuals – internet users". Retrieved from [shorturl.at/nxIW6](https://shorturl.at/nxIW6)

<sup>3</sup> We are Social & Hootsuite. 2020. "Global Digital Overview 2020". Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>



## Romania



Popolazione Rumena	Utilizzatori di internet	Connessioni con i cellulari	Utilizzatori di social
19,30 milioni	15,35 milioni	26,63 milioni	11,00 milioni

## Grecia





Popolazione greca

10,45 milioni



Utilizzatori di internet

8,30 milioni



Connessioni con i cellulari

15,83 milioni



Utilizzatori di social

6,20 milioni





## Italia



Popolazione italiana	Utilizzatori di Internet	Connessioni con i cellulari	Utilizzatori di social
60,51 milioni	49,48 milioni	80,40 milioni	35,00 milioni

## Spagna



Popolazione spagnola	Utilizzatori di internet	Connessioni ai cellulari	Utilizzatori di social
46,75 milioni	42,40 milioni	54,11 milioni	29,00 milioni



Nelle illustrazioni soprariportate ci sono i dati basati per paese riguardanti la popolazione, gli utenti di Internet e dei social media al fine di creare un'idea chiara di come le ICT ed Internet stiano influenzando la vita delle persone. Come si può notare, il numero di connessioni di telefonia mobile supera ampiamente il numero della popolazione totale in ciascun paese e allo stesso modo nel mondo.

Ciò deriva dal fatto che una persona può possedere più di una connessione di telefonia mobile in due con due o più compagnie di telefonia. Rispetto al 2019 in Europa, gli utenti attivi dei social media sono aumentati di 20 milioni (+4,4%) e quelli di Internet di 11 milioni (+1,6%).

### Gli strumenti ICT più utilizzati dalle imprese dell'UE

La stragrande maggioranza delle imprese in tutta l'UE utilizza software, hardware e strumenti ICT per svolgere le proprie attività commerciali come dimostrato di seguito<sup>4</sup>:

<sup>4</sup> Eurostat. May 2019. "Digital Economy and Society Statistics - enterprises", Retrieved from: [shorturl.at/cgtu6](https://shorturl.at/cgtu6)





E-mail

---



Archiviazioni

---



Software office

---



Gestione data base d'azienda

---



Programmi di gestione contabilità e finanza

---



Programmi di gestione CRM

---



Applicazioni e programmi di propria creazione

Non è un caso che il 20% delle imprese nell'UE impieghi specialisti delle ICT. Le ICT possono influenzare positivamente o negativamente il contesto imprenditoriale e condizionando gli scambi.

## 2.0 Marketing etico

### 2.1 Marketing

La stragrande maggioranza delle persone ha un'idea sbagliata del significato di marketing, in quanto credono che il marketing sia solo pubblicità o vendita. Il marketing è stato ampiamente utilizzato non solo per pubblicità, ma per la comunicazione e la consegna di prodotti o servizi, raggiungendo il potenziale clienti e consumatori, per comprensione del comportamento dei clienti, ecc. Pertanto, come termine è difficile da definire.

Tuttavia, i concetti prevalenti sono:





**“Il marketing è un lavoro che coinvolge ed incoraggiare le persone ad acquistare un prodotto o servizio.”**

*Dizionario Cambridge*



***"Il marketing è la scienza e l'arte di esplorare, creare e fornire valore per soddisfare le esigenze di un mercato di riferimento in un profitto. Il marketing identifica i bisogni e i desideri insoddisfatti. Esso definisce, misura e quantifica la dimensione del mercato e il potenziale di profitto. Individua quali segmenti l'azienda è in grado di servire al meglio, progettando e promuovendo prodotti e servizi appropriati"***

*Dr. Philip Kotler*



## 2.2 L'etica negli affari

*"Un'azienda è un'organizzazione produttiva, un'organizzazione il cui scopo è creare beni e servizi da vendere, di solito con un profitto. L'etica aziendale può quindi essere intesa come lo studio dell'etica dimensioni delle organizzazioni produttive e delle attività commerciali. Ciò include l'etica analisi della produzione, distribuzione, commercializzazione, vendita e consumo di beni e servizi"*

*Enciclopedia di filosofia dell'Università di Stanford*

Nella storia umana, l'etica degli affari è uno degli argomenti più complicati da definire. Il rapporto tra fare la cosa giusta e fare profitto è stata studiata per anni sia dagli accademici che dai leader aziendali trovandosi fin'ora poco d'accordo.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Marketing-Schools.org. "Ethical Marketing". Retrieved from: <http://shorturl.at/dnz16>



## 2.3 Marketing etico

Il marketing etico è una combinazione di strategia e filosofia di marketing dove si dà enfasi principalmente alla filosofia. Cerca di promuovere l'onestà, l'equità e la responsabilità in

tutte le attività pubblicitarie e divulgative. Dato che ciò che è "giusto" e "sbagliato" è difficile da determinarlo in ogni attività commerciale, l'etica aziendale è un insieme generale di linee guida per assistere le aziende nella creazione o valutazione delle strategie di marketing.

La strategia differisce in base al tipo di azienda o di persona e dipende dalle conoscenze, competenze, esperienze, l'etica e le priorità. Ultimamente si osserva che il 92% dei consumatori (principalmente millennial) hanno una maggiore propensione ad acquistare prodotti da aziende etiche. Pertanto creare una strategia di marketing etico ti aiuta a costruire un forte percorso di business e una percezione positiva del tuo marchio.

## 2.4 Principi del marketing etico





## 2.5 Benefici del Marketing

Un'impresa può beneficiare delle azioni di marketing che permettono di contribuire alla sua sostenibilità, crescita e visibilità. I risultati delle politiche di marketing contribuiscono a:

- ✓ Lanciare nuovi prodotti o servizi sul mercato
- ✓ Avvicinare nuovi clienti fornendo prodotti o servizi che soddisfino le loro esigenze e desideri
- ✓ Fidelizzare i clienti offrendo loro sconti o regali
- ✓ Costruire consapevolezza del marchio
- ✓ Misurare i risultati raggiunti
- ✓ Aumentare le vendite o le probabilità di vendita
- ✓ Raggiungere una portata globale, nazionale e internazionale
- ✓ Far crescere rapidamente il tuo business

## 3.0 Promozione sia online che offline

La promozione di prodotti o servizi può essere condotta online, utilizzando tecnologie digitali ICT oppure offline, utilizzando tecnologie tradizionali. I giovani cercano facilità, velocità, efficacia e metodi a basso costo per avviare la propria attività e promuoverla online. Ci sono vari modi per promuovere la propria attività online e offline e di seguito vengono presentati i più facili e a costi bassi.

### Promozione on-line

#### **SOCIAL MEDIA**

Utilizzo delle piattaforme social (Facebook, twitter, Instagram, etc)





#### **WEBSITE**

È un luogo che contiene una presentazione concreta delle attività, dove puoi scrivere la tua storia, mostrare i tuoi prodotti, informare i clienti ecc.

#### **EMAIL**

È la più datata forma di promozione online. L'email marketing viene utilizzato per la comunicazione diretta con i tuoi clienti, per evidenziare contenuti, offrire offerte speciali o per promuovere un evento.

### Promozione off-line

#### **STAMPE**

Brochures, volantini, programmi ecc.

#### **GIORNALI**

È una delle più antiche forme di promozione offline con la quale si divulga la notizia di un evento organizzato oppure il lancio di un prodotto ecc.

#### **TELEFONO**

Un modo semplice e veloce per promuovere un evento che organizzi per un nuovo prodotto o servizio.

## 4.0 Modi per promuovere il tuo business online

Supponiamo che tu abbia già realizzato il prodotto o il servizio che venderai e sei alla ricerca di modi efficaci e a basso costo per costruire la tua immagine “marchio” per iniziare a promuoverlo e divulgarlo.

Puoi cominciare con tre fasi:

Fase ① Social Media

Fase ② Site web

Fase ③ E-mail

Prima di procedere devi identificare le seguenti cose:

Pubblico di riferimento





La **segmentazione** è un processo che ti permetterà di dividere i tuoi potenziali clienti in piccoli gruppi, in base alle loro caratteristiche che hanno in comune.

Il tuo pubblico può essere diviso in 4 categorie di base:

<b>Geografico</b>	<b>Demografico</b>	<b>Comportamentale</b>	<b>Psicologico</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Paese</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Sesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Tasso di utilizzo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Attività</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Città</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Età</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Condizione di utilizzo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Interessi</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Lingue</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Liv. Occupazionale</li><li>● Livello di educazione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Stile di vita</li></ul>	

È ancora difficile per te identificare quale sia il tuo pubblico e ha bisogno di altro aiuto come conoscere leggere [esempi](#) esistenti? Esempi di come rendere la segmentazione del pubblico possono essere trovati in questo elenco. Inoltre, è possibile iniziare a utilizzare il modello da [yourfreetemplates.com](http://yourfreetemplates.com).

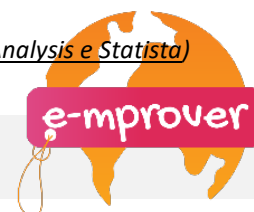
## 4.1 Social Media

### Scegli il tuo social media

**I social media creano un grande vantaggio per le startup e le piccole imprese che consentono loro di comunicare direttamente ai clienti e ai follower.**

#### I più popolari social media

*(fonte: i dati degli utenti attivi mensili sono stati recuperati modulo: We Are Social, Hootsuite, Kepios Analysis e Statista)*





### Facebook

2,45 miliardi di utilizzatori attivi.

Facebook è il più grande social nel mondo ed è la piattaforma più importante per Marketing. Italia e Spagna sono sull'elenco dei primi 20 paesi al mondo che sfruttano nella pubblicità il suo potenziale.



### YouTube

2 miliardi di utenti attivi mensilmente.

YouTube è la più grande piattaforma multimediale al mondo. Viene utilizzato per il caricamento di video breve o lunga durata.



### Instagram

1 miliardo di utenti attivi mensilmente.

Instagram è utilizzato principalmente per la condivisione di immagini, video e e brevissime storie personali. Questa piattaforma è principalmente famoso tra i giovani.



### TikTok

800 milioni di utentiattivi

mensilmente. Tiktok è usato per video di breve durata. Questa piattaforma è principalmente famoso tra i giovani



### Pinterest

322 milioni di utenti attivi

mensilmente. Pinterest è utilizzato per le immagini e video di breve durata.



### Twitter

340 milioni di utenti attivi mensilmente.

Twitter è utilizzato principalmente per la pubblicazione di brevi messaggi di testo riguardo argomenti che succedono nel mondo in tempo reale. Questa piattaforma è famosa tra le celebrità e le personalità politiche.





### LinkedIn

303 milioni di  
utenti attivi

mensilmente. LinkedIn si concentra sul networking professionale e sullo sviluppo della carriera. È famoso soprattutto tra le aziende e le persone che sono alla ricerca di lavoro, formazione o seminari.



### Tumblr

321 milioni di  
utenti attivi

mensilmente. Tumblr è usato per il blogging. Questa piattaforma è famosa per proprietari di negozi di e-commerce e persone che enfatizzano il loro marchio.



### WhatsApp

1.6 Miliardi di  
utenti attivi

mensilmente. È l'applicazione più utilizzata per messaggistica diretta e richiede la registrazione sul proprio numero di tel. personale. Aiuterà i tuoi clienti a raggiungerti se avrai bisogno di ulteriori informazioni su prodotti o servizi che vorrebbero acquistare.

## PROMEMORIA



### PUBBLICO

Qual è il tuo pubblico di destinazione? Quali sono le loro caratteristiche comuni? Con quale social è più probabile raggiungerli?



### TEMPO

Identifica quanto tempo ci vorrà per lavorare attraverso il social selezionato. 30' minuti per social potrebbe essere sufficiente per la promozione della tua attività.



### RISORSE

Di quali risorse digitali hai bisogno? Quali competenze o sono richieste per fare post efficaci?

## Strategia per postare



## Cosa “postare”? Priorità.....

- Video
- Immagini o grafiche
- Storie o video
- Articoli
- Link

Puoi utilizzare ogni volta un tipo diverso, al fine di raggiungere tutti i gruppi del tuo pubblico di destinazione, chi ama leggere, chi preferisce guardare video o chi ama la visualizzazione. <sup>6</sup>

## Quanto spesso esegui i post ?

All'inizio puoi pubblicare una volta alla settimana. Questa è una buona opportunità per verificare se il tuo pubblico commenta e reagisce. Non essere deluso se non raggiungi le reazioni immediatamente, ma cerca di seguire ciò che hai in programma. Nel corso del tempo, puoi aumentare il tuo attività di divulgazione pubblicando più spesso.

## Quando posterai ?

<sup>6</sup> Kevan Lee. September 2017. Buffer Marketing Library. “How to Create a Social Media Marketing Plan From Scratch”. Retrieved from: <http://shorturl.at/wzELS>



E' tutta una questione di tempo... Ogni social richiede un differente momento per postare. Indicativamente...<sup>7</sup>

Facebook	<ul style="list-style-type: none"><li>• Da lunedì a mercoledì e nel weekend orario 13:00 - 16:00</li><li>• Giovedì e venerdì orario 13:00 - 15:00</li></ul>
YouTube	<ul style="list-style-type: none"><li>• Da lunedì a mercoledì orario 14:00 - 16:00</li><li>• Giovedì e venerdì orario 12:00 - 15:00</li><li>• Nel weekend orario 09:00 - 11:00</li></ul>
Instagram	<ul style="list-style-type: none"><li>• Giornalmente orario 17:00 - 18:00</li><li>• Nel weekend orario 11:00 - 13:00 e 19:00 - 21:00</li></ul>
TikTok	<ul style="list-style-type: none"><li>• Giornalmente orario 17:00 - 18:00</li><li>• Nel weekend orario 11:00 - 13:00 e 19:00 - 21:00</li></ul>
Pinterest	<ul style="list-style-type: none"><li>• Giornalmente e nei weekend orario 14:00 - 16:00 e 20:00 - 23:00</li></ul>
Twitter	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lunedì e martedì orario 13:00 - 15:00</li></ul>
LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"><li>• Giornalmente e nei weekend orario 07:00 - 08:00 e 17:00 - 18:00</li><li>• Martedì orario 11:00 - 12:00</li></ul>
Tumblr	<ul style="list-style-type: none"><li>• Giornalmente e nei weekend orario 13:00 - 15:00</li></ul>

**Raccogli e analizza i risultati**

<sup>7</sup> Sproutsocial. March 2020. "The best times to post on social media in 2020". Retrieved from: <http://shorturl.at/fiiMO>



Alla fine di ogni mese, puoi raccogliere tutti i post dei vari account social e puoi iniziare ad analizzarli. Individua i migliori risultati in termini di mi piace e numero di follower che sei riuscito a raggiungere. Nel corso del tempo, ti renderai conto di quali media funzionano perfettamente e cosa dovrai adattare o cambiare nel prossimo periodo. Inoltre, puoi consigliare i 5 modi per analizzare le tue prestazioni di social media marketing<sup>8</sup>

### Utilizzo #hashtag

Gli hashtag svolgono un ruolo significativo nell'aumentare la tua visibilità. Includere un hashtag nel tuo post consente gli utenti possono visualizzare e trovare i tuoi contenuti mentre cercano i loro interessi. Ti aiuta anche per ottenere più follower e raggiungere più Mi piace. Crea un elenco di 10-15 hashtag. Uno o due hashtag in base al nome e allo slogan della tua attività (se ne hai) e dai dieci ai dodici in base al tuo argomento di business. Puoi usare diversi hashtag nei tuoi post, ma ti aiuterà sicuramente ad avere un elenco in cui puoi essere ispirato e consigliare ogni volta. L'elenco ovviamente può essere aggiornato ogni tempo in cui trovi altri hashtag accattivanti. Cerca di evitare di usare molti hashtag, da 4 a 5 hashtag per post sarà sufficiente.

### Per esempio

Supponiamo che tu stia lavorando nel campo del turismo e che la tua attività sia denominata "esempio" e questa offre gite in barca sull'isola di Italiana. L'elenco degli hashtag:

**Reindirizza al tuo business name**

<sup>8</sup> Social Media Examiner. February 2017. "5 Ways to Analyze Your Social Media Marketing Performance" Retrieved from: <http://shorturl.at/pBFTZ>





#esempio #esempio\_rossi #esempio\_bianchi ecc.

### Reindirizza al tuo argomento

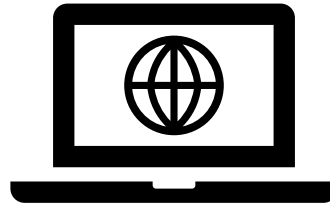
#canoa #mare #borghiitaliani #estaterimini #eventiculturali #sole #fotografie #avventura #turismo  
#cucinamediterranea etc.

## Unirsi ai gruppi

I gruppi di social media sono essenziali quando lanci o promuovi il tuo prodotto e quando organizzare un evento. È più probabile che raggiunga il tuo pubblico di destinazione in questi gruppi. Come iniziare? Cerca con parole chiave e scegli di unirti ai gruppi che ritieni più appropriati per te e per il tuo business. I gruppi possono essere locali, nazionali o internazionali.

## 4.2 Sito web

Un sito web ben costruito può fornire messaggi di marketing forti indipendentemente dal fatto che la tua attività sia nuova e o di piccole dimensioni. Nel caso in cui la tua azienda offra prodotti e servizi appropriati per la vendita su Internet, dovrai prendere in considerazione la creazione di un sito di e-commerce. In entrambi i casi, sia se si tratta di un tipico sito web o un sito di e-commerce, è fondamentale utilizzare e consigliare quanto segue:



- Avere un URL facile da ricordare.
- Tutte le informazioni importanti su prodotti, servizi, offerte, missione organizzativa, visione aziendale e infine il tuo team dovrebbe essere visibile.
- Il sito web dovrebbe essere ben strutturato e facile da navigare.
- Il design e i colori dovrebbero avere un bell'aspetto.
- Il sito web dovrebbe essere compatibile con i dispositivi intelligenti e avere un design reattivo per i dispositivi mobili telefoni, tavoli e iPad.

Un modo semplice e gratuito per creare il tuo sito web è utilizzare:<sup>9</sup>

[Wordpress](#): la maggior parte dei client sono ospitati su WordPress. La struttura è user-friendly e adattabile. Puoi creare il tuo sito Web di base gratuitamente.

[Squarespace](#) : una piattaforma consigliata per fare e-commerce anche se per principianti. È molto facile da usare ma è a pagamento.

<sup>9</sup> Blue corona. "Why your business needs a website?" Retrieved form: <http://shorturl.at/ckvV9>



Non appena crei il tuo sito web, **Google Analytics** può essere utilizzato per tracciare e analizzare il tuo traffico del sito web. Di seguito le caratteristiche principali:

- Il servizio di analisi web più utilizzato.
- E'gratuito e offerto da Google.
- Tiene traccia del traffico del sito web
- Fornisce report ai siti web
- Consente di raccogliere dati di utilizzo da app iOS e Android,

## 4.3 E-mail

L'email marketing è una delle strategie di marketing digitale altamente efficaci. È un modo diretto per informare i tuoi clienti sui tuoi servizi o eventi, ed è sempre aggiornato e fa parte del tuo identità. La stragrande maggioranza delle aziende utilizza le e-mail per comunicare con i propri partner, fornitori, clienti esistenti e potenziali clienti.

Inizia la giornata controllando le tue e-mail. Pianifica quale ore del giorno controllerai le tue e-mail. Una relazione di fiducia inizierà a costruirsi tra la tua azienda e i tuoi collaboratori e clienti esterni se rispondi quotidianamente. Puoi impostare una sequenza temporale in base alle tue esigenze aziendali





(ad esempio dal lunedì al venerdì può controllare le tue e-mail un'ora al mattino e un'ora al pomeriggio).

## Email list

Per iniziare a creare una community e un networking per la tua azienda, costruisci una mailing list includendo i tuoi contatti esistenti.

- Contatti personali
- Contatti professionali
- Contatti social media





## 5.0 Sviluppare un piano di web marketing

Un piano di marketing serve per tracciare linee guida e dare informazioni utili per la comunicazione e le attività che saranno utilizzate durante un certo periodo al fine di ottenere risultati specifici. Grazie al il piano di marketing saranno identificati tutti i canali rilevanti, il pubblico, le informazioni e i contenuti da produrre e diffondere al proprio pubblico scelto.

### Tuoi obiettivi

Inizia a scrivere il tuo piano di marketing definendo quali sono i tuoi obiettivi. Hai bisogno di creare traffico sul tuo sito web? Hai bisogno di raggiungere i Mi piace su Facebook? Potresti avere più di un obiettivo per le azioni di marketing online, ma questo passaggio ti aiuterà a definire in maniera più accurata quali sono i tuoi obiettivi suddividendoli per priorità, creare una sequenza temporale e stimare quante ore saranno necessarie per lavorarci.

### Pubblico target

Il tuo marketing online funzionerà meglio se chiarisci qual'è il tuo pubblico di destinazione. L' Utilizzo della tecnica di segmentazione ti permette di scoprire quali sono i tuoi gruppi target, quali sono le loro caratteristiche e come eventualmente raggiungerle.

### Analisi SWOT

L'analisi SWOT è un potente strumento che ti consente di comprendere e valutare la tua attività. Come tecnica di pianificazione strategica, l'analisi SWOT ti aiuta a identificare i punti di forza del tuo business, debolezze, opportunità e le sfide.





### PUNTI DI FORZA

- Quali risorse hai tra clienti, attrezzature, tecnologia?
- Quali risorse hai come conoscenza, rete, competenze?

### PUNTI DI DEBOLEZZA

- Quali risorse ti mancano?
- Avrai bisogno di essere addestrato in sociale piattaforme multimediali?
- Di quale processo di comunicazione ha bisogno miglioramento?

### OPPORTUNITA'

- Avete una forte partnership?
- Stai organizzando un evento?

### SFIDE

- Cosa può influire negativamente sulla tua attività online?

## Siglă

Il logo è una delle parti più importanti della tua attività. Se non l'hai già sviluppato, è fondamentale procedere il prima possibile nella sua realizzazione. [I 20 migliori creatori di logo online: crea il tuo logo.](#)

## Canali e Strumenti

Quali strumenti e canali utilizzerai per la promozione della tua attività? I canali e gli strumenti di comunicazione garantiscono di migliorare la visibilità della tua attività e costruire relazioni a lungo termine con il tuo pubblico di destinazione. Un sito web, alcuni account sui social media ed un' e-mail sono gli strumenti più appropriati per il tuo business online.





Il lancio di un nuovo prodotto o servizio richiede spesso campagne pubblicitarie. Pubblicità a pagamento su Facebook o la pubblicazione a pagamento alla Stampa ti aiuteranno ad attirare più pubblico. Inoltre, è possibile creare volantini o brochure che puoi condividere attraverso il tuo sito web, account di social media o E-mail. Nel caso in cui si organizzi un evento, banner e poster sono fondamentali e vanno stampati.

## Evento

Conferenze e workshop offrono una grande opportunità per espandere la tua rete, incontrare Specialisti del settore, scambiare informazioni e condividere la tua missione e visione aziendale. Puoi cercare eventi che si svolgono nella tua città, nel tuo paese o in tutto il mondo. Valuta e scegli quelli che creano valore per il tuo business.

## Scadenario

Il piano di marketing può essere completato creando una sequenza temporale complessiva delle attività necessarie intraprendere per un periodo di tempo. Per cominciare, è possibile progettare una tempistica di un anno.

### Esempio

Compiti ed attività	Chi	Iunite	
		2019	2020



		N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Sviluppo del piano di marketing													
Sviluppo del logo													
Sviluppo del sito we													
Aggiornamento del sito web													
Sviluppo del profilo social													
Aggiornamento del profilo social													
Sviluppo di volantini e manifesti													
Brochure													

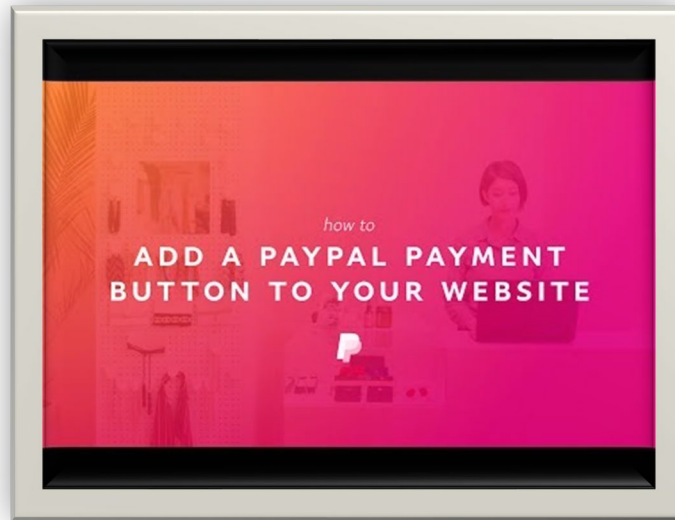
## 6.0 Strumenti web per la vendita online

### 6.1 PayPal

PayPal è un servizio che consente agli utenti di pagare, inviare denaro e accettare pagamenti. Utilizza i dati crittografia e tecnologia antifrode per proteggere le informazioni, riducendo il rischio di frode online.

**Come si aggiunge un tasto di pagamento con Paypal nel tuo sito web ?**





Fonte: [Youtube - Paypal](#)

## 6.2 Etsy

Etsy è un sito di e-commerce che si concentra su oggetti fatti a mano e vintage e forniture artigianali. Questi gli articoli rientrano in una vasta gamma di categorie, tra cui gioielli, borse, abbigliamento, decorazioni per la casa e mobili, giocattoli, arte, così come forniture e strumenti artigianali.

Come si vende con Etsy?



Fonte: [Youtube - Cedcommerce](#)


## 6.3 WooCommerce

Woo Commerce è una piattaforma di eCommerce flessibile e open source, costruita su WordPress. Corteggiare Commerce converte il tuo sito in un negozio online impostando le opzioni di spedizione, gestendo inventario, impostazioni fiscali, accettazione di pagamenti tramite gateway come PayPal ed estrazione dettagliata rapporti sulle prestazioni complessive del tuo negozio. [Una guida passo-passo su come iniziare a vendere online è fornito dalla piattaforma.](#)







## Una storia di successo sostenuta da WooCommerce.




Shop Collections Co Brand About Why No Plastic



### Know your size




	Espresso	Macchiato	Piccolo	Cafe Latte	Flat White	Cappuccino	Long Black	Tea
XS	4oz	118ml	✓	✓	✓			✓
S	6oz	177ml			3/4	3/4	3/4	✓
S/M	8oz	236ml			✓	✓	✓	✓
L	12oz	345ml			✓	✓	✓	✓
XL	16oz	454ml			✓	✓	✓	✓




Joco Cup 4oz  
\$23.95      XS • 118ml

● ● ● ● ● +10




Joco Cup 6oz  
\$25.95      S • 177ml

● ● ● ● ● +35



8oz JOCO Cup  
\$27.95      S/M • 236ml

● ● ● ● ● +16



12oz JOCO Cup  
\$29.95      L • 345ml

● ● ● ● ● +27



## Bibliografia

1. Dr. Jeff Tanner & Dr. Mary Anne Raymond (2012). Principles of Marketing 2.0.
2. Marketing: Principles & Practices (D. Adcock & A. Halborg & C. Ross, 2001)
3. Eurostat. December 2019. "Ecommerce statistics". Retrieved from [shorturl.at/cjMN2](http://shorturl.at/cjMN2)
4. Eurostat. "Individuals – internet users". Retrieved from [shorturl.at/nxIW6](http://shorturl.at/nxIW6)
5. We are Social & Hootsuite. 2020. "Global Digital Overview 2020". Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>
6. Eurostat. May 2019. "Digital Economy and Society Statistics - enterprises", Retrieved from: [shorturl.at/cgtu6](http://shorturl.at/cgtu6)
7. Marketing-Schools.org. "Ethical Marketing". Retrieved from: <http://shorturl.at/dnz16>
8. Kevan Lee. September 2017. Buffer Marketing Library. "How to Create a Social Media Marketing Plan From Scratch". Retrieved from: <http://shorturl.at/wzELS>
9. Sproutsocial. March 2020. "The best times to post on social media in 2020". Retrieved from: <http://shorturl.at/fijMO>
10. Social Media Examiner. February 2017. "5 Ways to Analyze Your Social Media Marketing Performance" Retrieved from: <http://shorturl.at/pBFTZ>
11. Blue corona. "Why your business needs a website?" Retrieved from: <http://shorturl.at/ckvV>

### Immagini

<https://www.flaticon.com/>

<https://unsplash.com/>

