

**KAM**group

IL 1° STUDIO DI COMUNICAZIONE D'ITALIA

# Innovazione Tecnologica

il potere di far  
perdurare la tua azienda  
nel tempo

**ClassOneEditore**

Kam Group

# **Innovazione Tecnologica**

Il potere della continuità nel tempo della  
tua azienda

Kam Group  
**Class One Editore s.r.l.**

Copyright © **CLASS ONE EDITORE** s.r.l.

Corso Lodi no. 47 Milano (Italy)  
servizi@classoneditore.it  
www.classoneditore.it

Tutti i diritti riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali.

Qualsiasi riproduzione, parziale o totale, anche a uso interno o a scopo didattico, priva dell'autorizzazione scritta da parte di CLASS ONE EDITORE s.r.l. sarà perseguita ai sensi di legge.

**Isbn: 978-88-945269-4-3**

Prima Edizione: Novembre 2020

**Strategia, tecnica e risultato**

Per combattere la crisi è necessario programmare il futuro. Per risolvere grandi problemi non servono facili soluzioni, ma e' necessario tecnica e organizzazione.

I risultati sono l'intreccio tra tecnica e organizzazione.

# Sommario

**Idee vincenti per la comunicazione una guida  
pratica su come migliorarsi!**

**Pag.08**

Aumentare il fatturato attraverso l'uso dei social  
network

Pag.14

**Come vendere su Amazon**

**Pag.18**

Come fare comunicazione su You Tube

Pag.23

**LinkedIn: una forma alternativa di comunicazione**

**Pag.27**

Twitter per le aziende

Pag.31

**Modo migliore per fare SEO per piccole imprese**

**Pag.35**

Trasformare i visitatori del sito web in clienti  
Pag.39

**10 potenti pubblicità che invogliano le persone a comprare da te**  
**Pag.47**

CONSIGLI e SUGGERIMENTI per rilanciare la tua attività dopo un periodo di crisi  
Pag.55

**Social Selling**  
**Pag. 60**

Perché fare un Blog Aziendale?  
Pag.62

**Video post per il Tuo social**  
**Pag. 64**

Come NON fare marketing per la tua azienda  
Pag.67

# Idee vincenti per la comunicazione una guida pratica su come migliorarsi!

Prima di effettuare delle scelte, quante domande ci poniamo? Le scelte che compiamo quotidianamente, ci condizionano la vita, alcune scelte sono banali come acquistare un cellulare e scelte difficili come l'acquisto di una macchina. Per ogni scelta che compiamo, creiamo delle conseguenze.

Scegliere di fare **impresa** e scegliere di farlo senza avere alla spalle una preparazione adeguata potrebbe rilevarsi una scelta azzardata. Anche scegliere di fare impresa senza essere dotati di uno studio di **comunicazione** è una scelta totalmente scellerata.

Ho voluto fare una introduzione a doppio binario, da una parte la riflessione e l'importanza delle scelte che si compiono dall'altra l'importanza dell'essere stati edotti le nozioni didattiche e pratiche, nella speranza di dare al lettore uno spunto di riflessione.



In questo contributo vorrei illustrate l'importanza e allo stesso tempo la complessità degli ingranaggi che muovono la comunicazione per le piccole e medie imprese, nell'era digitale.

Partendo dal presupposto che la tecnologia corre così veloce che anche per i marketing manager, riuscire a stare al passo non è cosa da poco.

**Idee guida indispensabile per iniziare a livello zero.**

Per agevolarne sempre la comprensione, immaginiamo in lancio di una New.Co con vetrina su strada. Escludendo tutti gli aspetti burocratici ecc..., noi ci concentreremo sulla a b c, del comparto comunicativo. Partendo dal Piano strategico di sviluppo, che sarà diviso in macro aree:

- **Insegna del locale**, sarà necessario contattare uno studio grafico, che vi proponga il logo per vetrina, biglietti da visita, carta intestata, sito web, profili social. Attenzione a non commettere gli errori più banali, come non avere il logo senza sfondo o non a adattabile per i profili dei social network. E necessario che la produzione venga seguita da un professionista e non dal classico fai da te, per evitare di dover pagare lo scotto della inappropriatazza.
- **Vetrina**, impegnatesi sempre al massimo a tenere pulita la vostra vetrina e sempre

rinnovata di novità e offrire. Ogni settimana sarebbe opportuno intervenire.

- **Biglietti da visita**, l'esigenza di un biglietto anche nell'era digitale ha la sua importanza. All'interno devono essere riportati i dati anagrafici dal nome e cognome con il ruolo, la sede dell'impresa, i recapiti telefonici, l'indirizzo del sito web e la email. Sconsigliamo sempre l'uso di email di dominio pubblico, ma di usare la desinenza del nome del sito web.
- **Carta intestata**, rafforza la brand image della vostra impresa. Deve sempre riportare la ragione sociale, capitale sociale, rea, sede legale e operativa e sempre i recapiti.
- **Brochure**, uno degli strumenti più efficaci, dove potete inserire tutto ciò che ritenete essenziale come elenco completo dei servizi che offrite e le relative descrizioni. E' consigliabile approfondire gli argomenti che trattare. Non dimenticatevi di inserire i contatti.
- **Volantini**, è uno strumento utile per l'inaugurazione della vostra attività, o per promuovere prodotti o servizi. Consigliamo sempre un volantino semplice, con poche informazioni. Se si tratta dell'inaugurazione del vostro store, sarà necessario inserire il cosa si inaugura e non dovranno mancare la data, luogo, contatti,

- **Sito web**, bisogna sempre partire dal nome a domino, che dovrebbe coincidere con il nome dell'insegna e non dell'impresa. Successivamente si passerà allo sviluppo del sito web. Facile e fruibile dall'utente, che sia fatto a prova di bambino. Nel senso che anche un bambino possa trovare le informazioni che cerca. Ovviamente non dovete essere avari di contenuto. Ma dovete riportare più nozioni possibili. Un consiglio utile, mettere bene in chiaro nel fondo della pagina e creare una pagina dedicata ai contatti e la via.
- **E-mail**, evitate le classiche mail con info@... usate sempre i vostri nomi e cognomi, così da dare un'immagine di azienda. Oltretutto, una casella email che porta nome e cognome dà l'idea di riservatezza, "non invio una mail una casella dove tutti la possono leggere.
- **Facebook, Instagram** l'apertura del canale è necessaria. Quando creerete la vostra pagina, create una descrizione che corrisponda alla vostra insegna. Non omettete tutte le informazioni come: orario di apertura, giorni di chiusura, contatti, recapiti, tutti elementi necessari a identificare bene la vostra attività. Non basta solo creare il canale, andrà anche alimentato con post cadenzati.
- **Tik Tok**, non aprire questo canale sarebbe un errore, perché oggi è uno dei canali più in voga.

- **You Tube**, segue dopo i canali sociale, anche questo è necessario l'apertura dell'account.
- **Mappa web**, ricordate di inserire nei motori di ricerca nella sezione maps la vostra attività. La scheda non è da sottovalutare, necessita di cura e attenzione. Ricordate che si possono creare anche post.
- **Pubblicità on-line**, dopo aver sviluppato il sito web, aperto i canali social il passo successivo è affidare la parte adv ad un professionista del marketing.
- **Foto**, se il vostro store tratta prodotti, vi consigliamo di usare immagini professionali all'interno del vostro sito web e social network. Vi sconsigliamo di usare immagini sgranate o di fare foto con il cellulare e poi pubblicarle.
- **Testi**, i contenuti da inserire all'interno del sito web e del piano editoriale dei social, devono essere chiari e possibilmente privi di errori grammaticali. Per questo è sempre meglio far leggere il testo prima di pubblicarlo ad almeno un'altra persona.

Ricordate che l'immagine oggi fa più del 50% del lavoro

So che potrete dirmi ma si lo so, mica c'è bisogno  
che me o dici tu. Beh meglio dirlo una volta in  
più!