

# Web Marketing nelle Aziende Agricole

Prof.ssa Maria Antonietta Raimondo, Università della Calabria

# Web Marketing

Nuove opportunità economiche, nuovi modelli di business, nuovi strumenti di interazione con la domanda e di gestione delle relazioni con i clienti (dal livello di utilizzo tattico a quello strategico)



# Web Marketing nelle aziende agricole

- Riconfigurare business esistenti: dal sito vetrina all'e-commerce
- Strumenti di comunicazione digitale
  - Display advertising
  - E-mail marketing
  - SEO e SEM
- Social media marketing

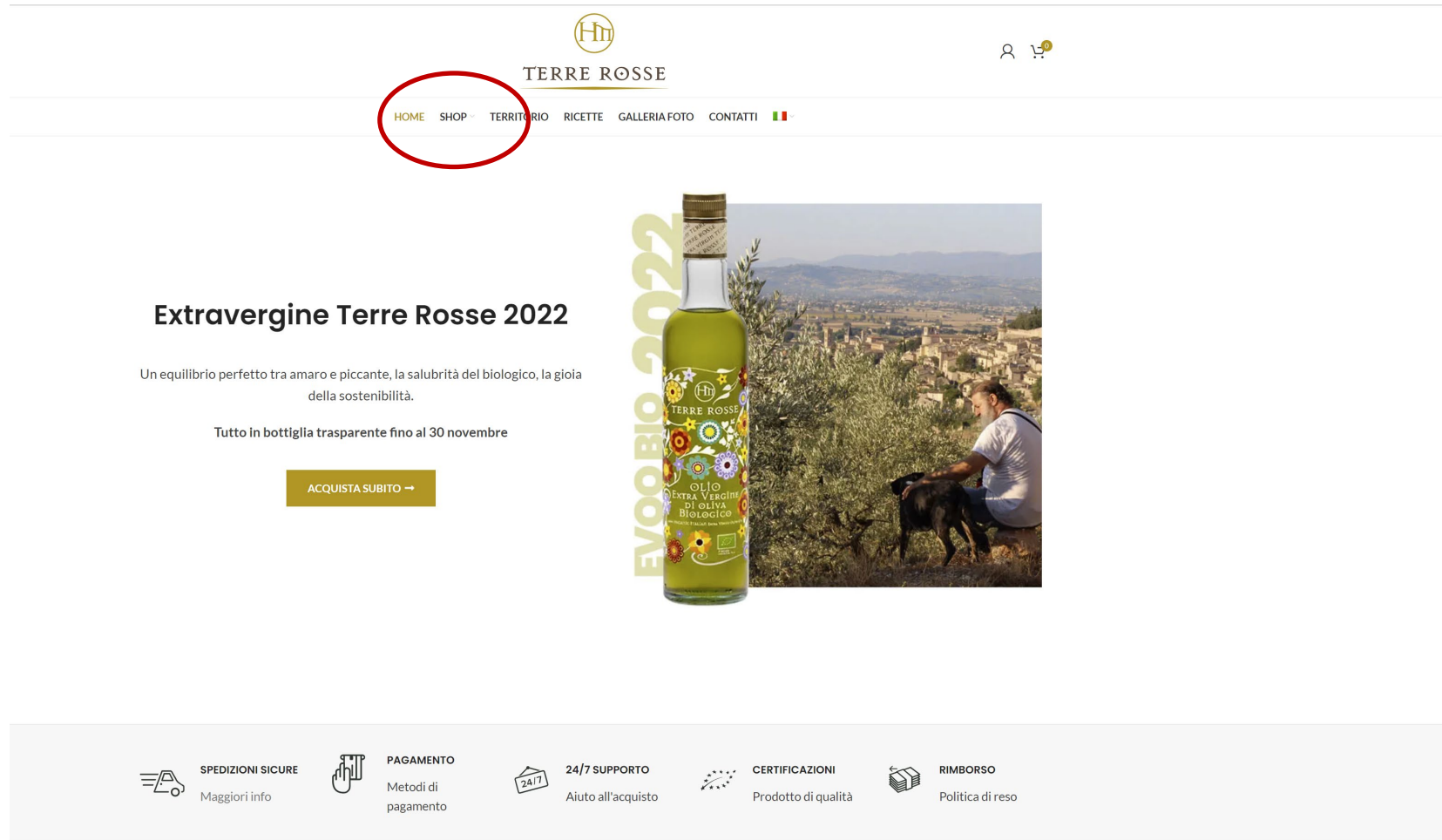
# Riconfigurare business esistenti

Sito vetrina



# Riconfigurare business esistenti

Da sito vetrina ...

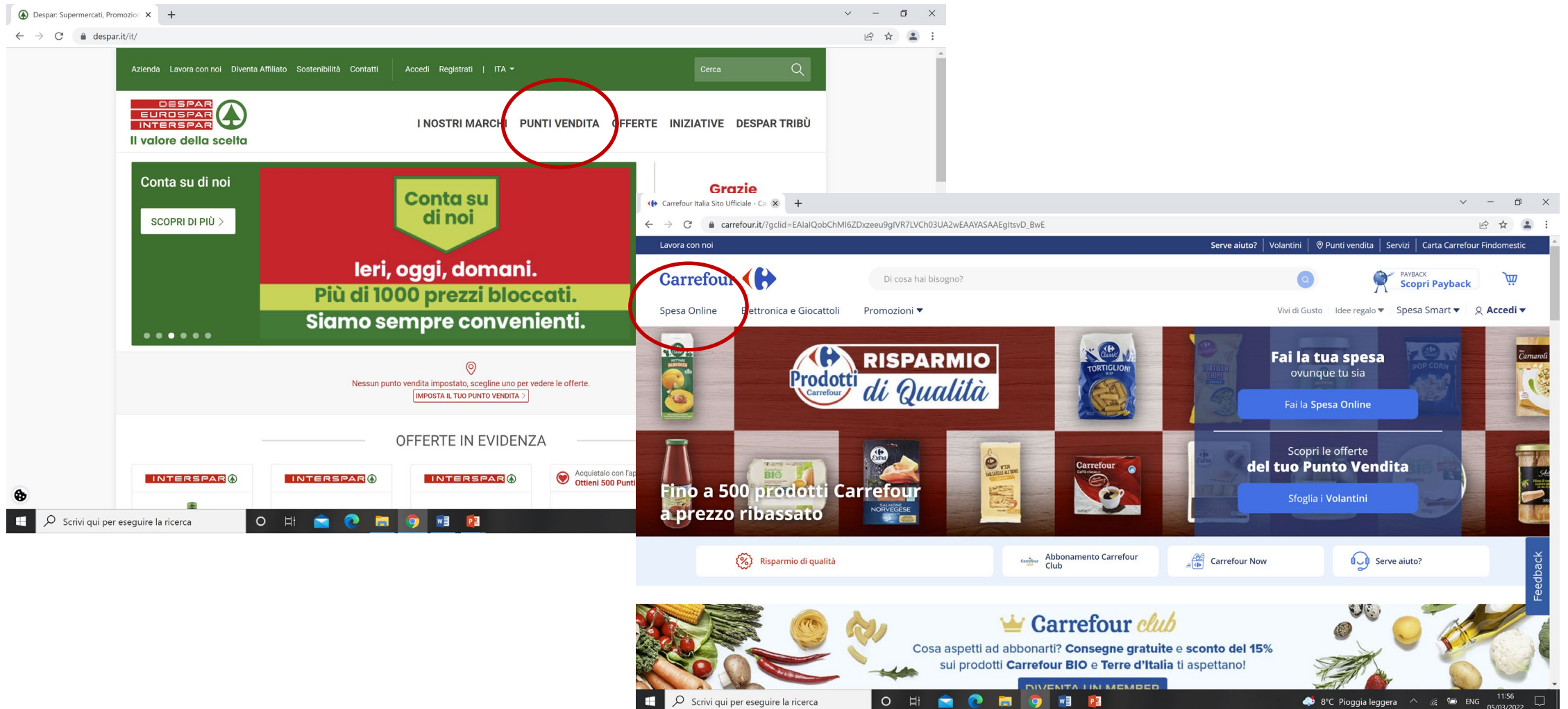


The screenshot shows the website for 'TERRE ROSSE'. The navigation menu includes 'HOME', 'SHOP', 'TERRITORIO', 'RICETTE', 'GALLERIA FOTO', and 'CONTATTI'. The 'HOME' link is circled in red. The main content area features a product page for 'Extravergine Terre Rosse 2022' with a description: 'Un equilibrio perfetto tra amaro e piccante, la salubrità del biologico, la gioia della sostenibilità.' and a call to action 'ACQUISTA SUBITO →'. A large image of the product bottle is shown, with a vertical watermark 'EVO BIO 2022' on the left. The footer contains icons and text for 'SPEDIZIONI SICURE', 'PAGAMENTO', '24/7 SUPPORTO', 'CERTIFICAZIONI', and 'RIMBORSO'.

... a E-Shop

# Riconfigurare business esistenti

## Modalità multiple di vendita



# Strumenti di comunicazione digitale

## Display advertising: banner e button

**Obiettivi** di brand awareness, promozione eventi, offerte promozionali, ...

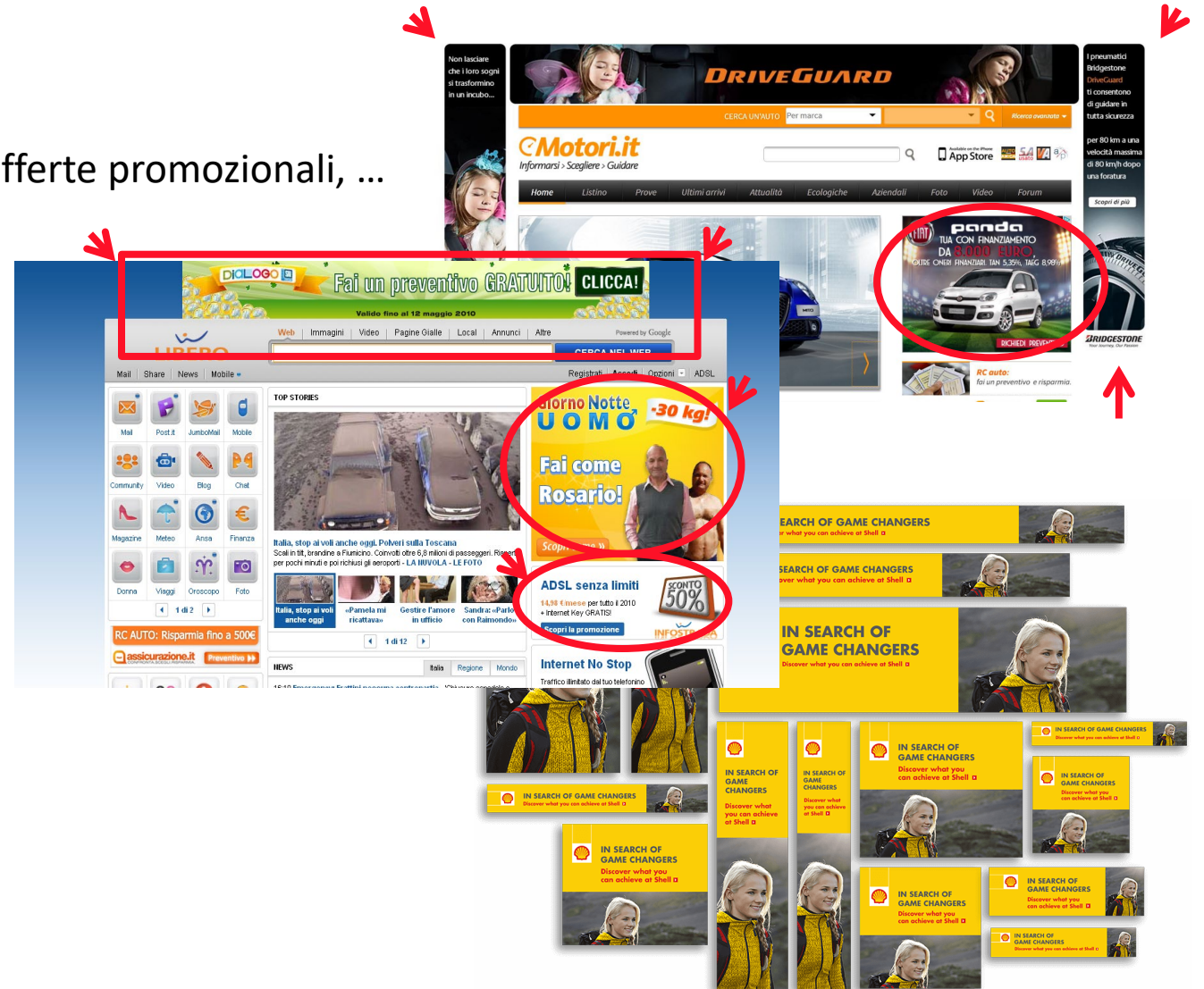
Statici, animati, interattivi, rich media

gli standard dimensionali

## General rotation versus targettizzazione

Si distinguono diverse modalità di placement:

1. Run-of-site (l'intero sito)
2. Sezione specifica del sito
3. Particolare ora del giorno
4. Solo particolari profili di utenti registrati
5. In base al comportamento dell'utente



# Strumenti di comunicazione digitale

## E-mail marketing

L'e-mail marketing: testuali o con supporto multimediale

**Obiettivi** di gestione della relazione con il cliente, brand loyalty, ...

Le politiche di permission marketing

I rischi di overload di comunicazione e di spam

Newsletter ed *e-mail-alert*, DEM (Direct Email Marketing)



# Strumenti di comunicazione digitale

## E-mail marketing

### Esempio gestore newsletter Mail Chimp

1,926 Recipients

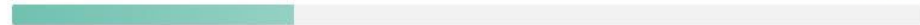
List: Marzo 2016

Delivered: Tue, Mar 01, 2016 10:20 am

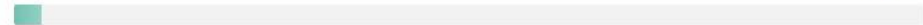
Subject: [nuovo trimestre, tantissime promozioni!](#)

[View email](#) · [Download](#) · [Print](#) · [Share](#)

Open rate **31.0%**



Click rate **3.1%**



List average ..... 26.6%

List average ..... 2.4%

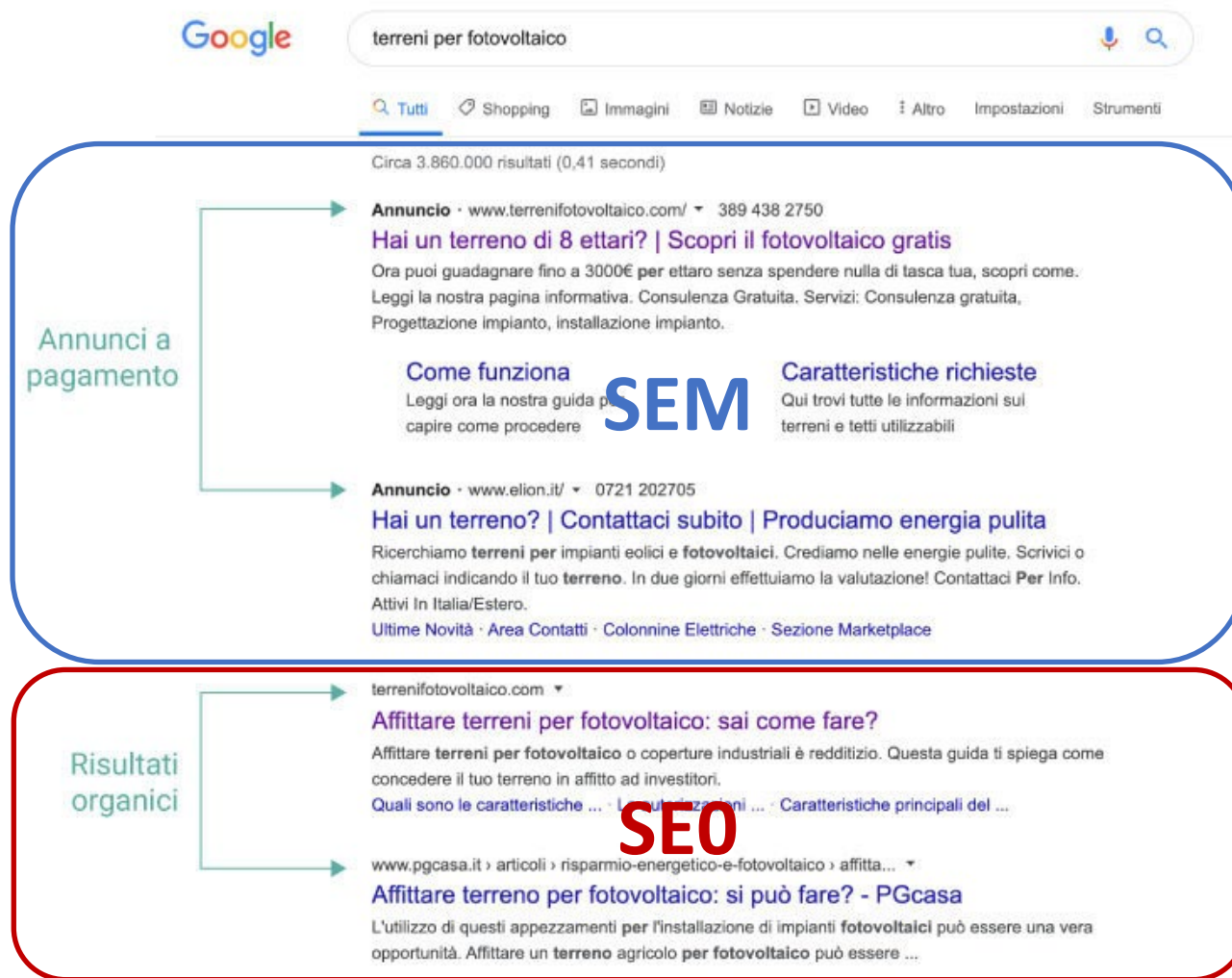
Industry average (Sports) ..... 22.5%

Industry average (Sports) ..... 2.7%

567 Opened	56 Clicked	97 Bounced	2 Unsubscribed
---------------	---------------	---------------	-------------------

# Strumenti di comunicazione digitale

## Search Engine Optimization (SEO) & Search Engine Marketing (SEM)



The image shows a Google search for "terreni per fotovoltaico". The search results are divided into two sections: "Annunci a pagamento" (Paid Ads) and "Risultati organici" (Organic Results).

**Annunci a pagamento (SEM):**

- Annuncio - www.terrenifotovoltaico.com/ - 389 438 2750**  
**Hai un terreno di 8 ettari? | Scopri il fotovoltaico gratis**  
Ora puoi guadagnare fino a 3000€ per ettaro senza spendere nulla di tasca tua, scopri come. Leggi la nostra pagina informativa. Consulenza Gratuita. Servizi: Consulenza gratuita, Progettazione impianto, installazione impianto.  
Come funziona | Leggi ora la nostra guida per capire come procedere  
Caratteristiche richieste | Qui trovi tutte le informazioni sui terreni e tetti utilizzabili
- Annuncio - www.elion.it/ - 0721 202705**  
**Hai un terreno? | Contattaci subito | Produciamo energia pulita**  
Ricerchiamo terreni per impianti eolici e fotovoltaici. Crediamo nelle energie pulite. Scrivici o chiamaci indicando il tuo terreno. In due giorni effettuiamo la valutazione! Contattaci Per Info. Attivi in Italia/Estero.  
Ultime Novità · Area Contatti · Colonnine Elettriche · Sezione Marketplace

**Risultati organici (SEO):**


- terrenifotovoltaico.com  
**Affittare terreni per fotovoltaico: sai come fare?**  
Affittare terreni per fotovoltaico o coperture industriali è redditizio. Questa guida ti spiega come concedere il tuo terreno in affitto ad investitori.  
Quali sono le caratteristiche ... | Le migliori ... | Caratteristiche principali del ...
- www.pgcasa.it › articoli › risparmio-energetico-e-fotovoltaico › affitta...  
**Affittare terreno per fotovoltaico: si può fare? - PGcasa**  
L'utilizzo di questi appezzamenti per l'installazione di impianti fotovoltaici può essere una vera opportunità. Affittare un terreno agricolo per fotovoltaico può essere ...

# Strumenti di comunicazione digitale

## Search Engine Optimization (SEO)

**Finalità:** aumento di traffico mediante la risalita nei risultati di ricerca forniti spontaneamente (ossia non per effetto di iniziative a pagamento)

**Ottimizzazione** del codice HTML, dei contenuti e della struttura in modo tale che il sito sia indicizzabile dagli *spider* dei motori di ricerca



The image shows a Google search interface with the query "motori". Below the search bar, there are navigation tabs: Tutti (selected), Notizie, Immagini, Video, Shopping, Altro, and Strumenti di ricerca. The search results show approximately 40,100,000 results in 0.46 seconds. The first result is from "Motori.it" with the title "Motori.it – News sulle Auto: prezzi, allestimenti e modelli". The URL is "www.motori.it/". The meta description is "Motori.it: il portale delle Automobili, news sui modelli in commercio: prezzi, test drive, prove di acquisto, allestimenti e motorizzazioni. Listino - Ultimi arrivi - Prove su strada - Prove". The second result is from "Repubblica.it" with the title "Motori-Copertina - Repubblica.it" and the URL "www.repubblica.it/motori/". The meta description is "Il canale dedicato del noto quotidiano. Contiene notizie e foto su auto, moto e formula uno." Three arrows point from the right to the title, URL, and meta description of the first result, with labels: "Tag title", "URL/Nome file", and "Meta Description".

# Strumenti di comunicazione digitale

## Search Engine Marketing (SEM)

I **link sponsorizzati** sono annunci ad hoc che appaiono quando un utente effettua la ricerca digitando una specifica parola chiave di interesse

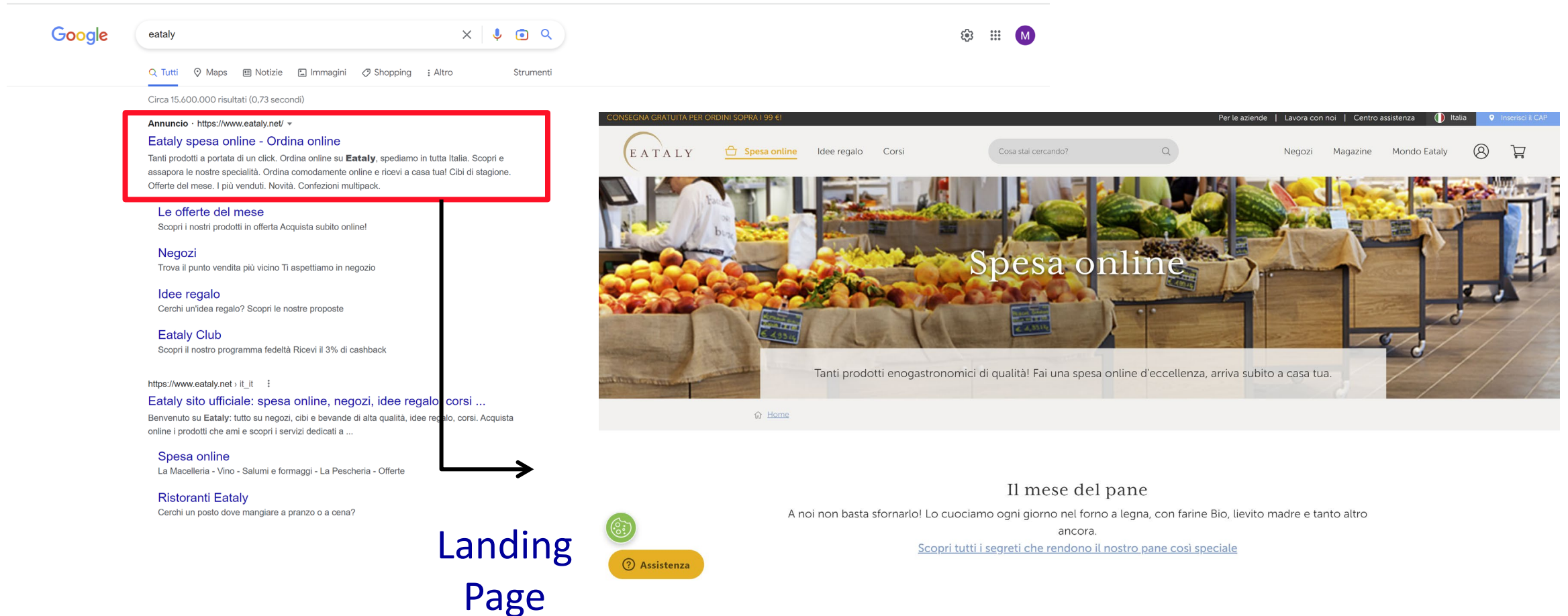
L'inserzionista remunera il motore di ricerca in base al **numero di click**. Il costo di un click è determinato da una sorta di **asta** sulla keyword. La visibilità finale è data anche dal **quality-score** dell'annuncio (alto quality score = costo per click più basso, maggiore visibilità)

### Esempi di applicazione

- Scopi offensivi: presidiare una keyword per la quale non emergeremmo nei risultati organici
- Scopi difensivi: presidiare una keyword per evitare la presenza di un competitor su keyword per noi cruciali
- Motivazioni situazionali: promuovere una specifica iniziativa e/o sezione del sito

# Strumenti di comunicazione digitale

## Search Engine Marketing (SEM)



The image shows a Google search for 'eataty'. The top result is an advertisement for 'Eataly spesa online - Ordina online'. The ad text reads: 'Tanti prodotti a portata di un click. Ordina online su **Eataly**, spediamo in tutta Italia. Scopri e assapora le nostre specialità. Ordina comodamente online e ricevi a casa tua! Cibi di stagione. Offerte del mese. I più venduti. Novità. Confezioni multipack.'

Below the ad, there are several links: 'Le offerte del mese', 'Negozi', 'Idee regalo', 'Eataly Club', and 'Eataly sito ufficiale: spesa online, negozi, idee regalo, corsi ...'. A red box highlights the advertisement, and an arrow points from it to the landing page snippet on the right.

The landing page snippet shows the Eataly website header with the text 'Spesa online' overlaid on a background image of a market stall. Below the image, it says 'Tanti prodotti enogastronomici di qualità! Fai una spesa online d'eccellenza, arriva subito a casa tua.' Below this, there is a section titled 'Il mese del pane' with the text 'A noi non basta sfornarlo! Lo cuociamo ogni giorno nel forno a legna, con farine Bio, lievito madre e tanto altro ancora.' and a link 'Scopri tutti i segreti che rendono il nostro pane così speciale'.

At the bottom of the landing page snippet, there is a yellow button with a question mark icon and the text 'Assistenza'.

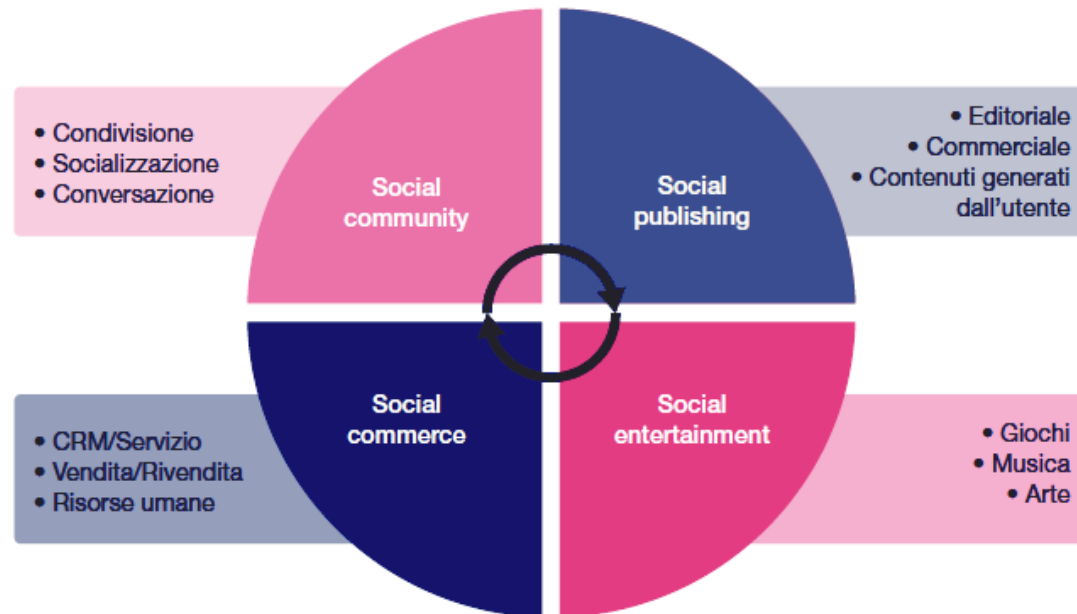
**Landing Page**

# Social media marketing

**Social community:** canali di social media focalizzati sulle relazioni e sulle attività comuni a cui le persone partecipano insieme ad altre che condividono lo stesso interesse o fattore identitario (e.g., Social network sites, Forum, Wiki).

**Social publishing:** piattaforme che favoriscono la diffusione di contenuti a un pubblico e danno la possibilità agli utenti di contribuire direttamente alla produzione collaborativa e alla diffusione dei contenuti stessi (e.g., Blog, Microsharing/Microblogging, Media sharing).

**FIGURA 1.1** Le aree dei social media.



**Social commerce:** piattaforme SM che favoriscono la vendita e l'acquisto online (ma anche offline) di beni e servizi, stimolando gli acquirenti online a interagire e collaborare durante l'esperienza d'acquisto (e.g. siti di Recensioni, Siti di occasioni/Group buying, Social shopping, Vetrine social)

**Social entertainment:** canali e veicoli che offrono opportunità di giocare e divertirsi (e.g., Giochi social, Mondi virtuali, Comunità di social entertainment).

# Social media marketing

**Paid media (a pagamento):** spazi pubblicitari a pagamento che vengono utilizzati per inviare messaggi sul brand o sul prodotto (ADV, SEM, contest, coupon)

**Earned media (guadagnati):** canali non controllati dall'impresa. Messaggi distribuiti senza costi diretti per l'impresa e che vanno oltre il suo controllo (WOM)

**Owned media (di proprietà):** canali controllati da un'impresa, come i siti web aziendali, i siti di e-commerce, i blog aziendali

# Social media marketing

## Social community: paid media

### Inserzioni

#### Definizione del target

**Pubblico**

Persone a cui piace la tua Pagina [?]  
 Persone a cui piace la tua Pagina e i loro amici [?]  
 Persone che scegli mediante la targetizzazione [?]

16 - 55 Cosenza

[Modifica pubblico](#) | [Crea un nuovo pubblico](#)

**Paese di residenza:**  
Italia: Castiglione Cosentino, Castrolibero, Cerisano, Co...

**Interessi:**  
Nuoto, Piscina, Sport, Swimming lessons, Palestre, Fitn...

**Età:**  
16 - 55

**Budget e durata**

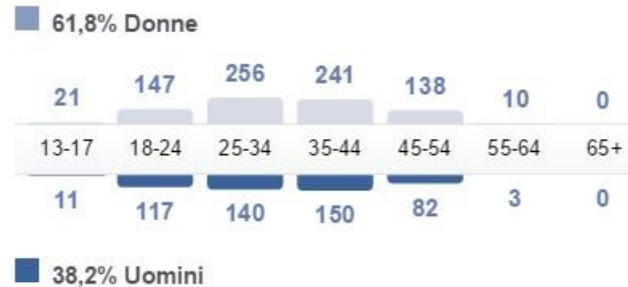
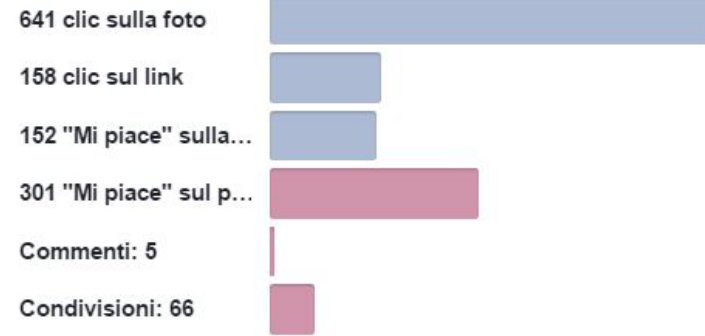
Budget totale ⓘ

€ 47,00

#### Monitoraggio dei risultati

**44.871**  
 Copertura a pagamento [?]  
**1323**  
 Azioni [?]  
**€ 101,00**  
 Budget speso

Azioni | Persone | Paesi

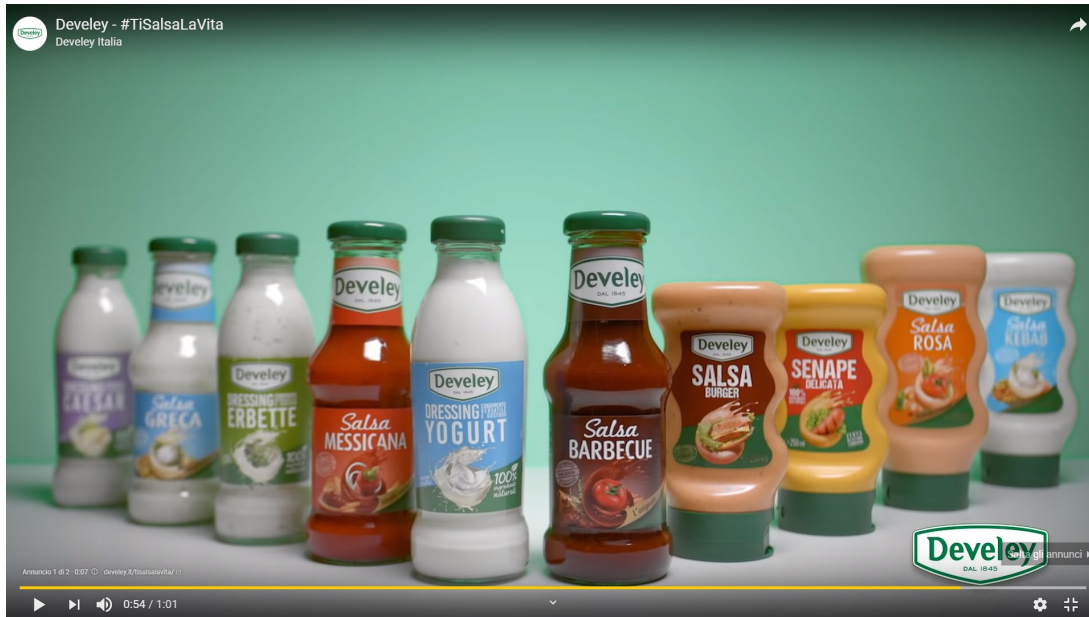




# Social media marketing

## Social publishing: paid media

### Pre-Roll Ad



### Discovery Ad

SHARE SAVE ...

**SUBSCRIBE 4.2K**

**GEAR BACKPACKERS DITCH FIRST**  
Homemade Wanderlust  
635K views • 93%

**10 Best Personal Tents**  
Ezvid Wiki  
5K views  
**Ad**

**Living in a Tiny House Stinks (Sometimes)**  
Tiny House Giant Journey  
Recommended for you • 96%

**What I HATE About My Tiny Hou** 7:29

# Metriche digitali

## Click through rate (CTR)

- Il tasso che misura il valore percentuale di click sull'elemento pubblicitario (es., sul banner o sul link pubblicitario) rispetto al numero totale di impression generate dallo stesso elemento.
- Con riferimento all'unità di tempo considerata (es., il giorno, la settimana), quindi, il CTR si calcola dividendo il numero di click per il numero di impression, moltiplicato per 100.

## Conversion rate

- La conversione dipende concretamente dall'obiettivo prefissato (es., completamento della registrazione, download completato di un'app, completamento ordine d'acquisto).
- Con riferimento all'unità di tempo considerata (es., il giorno, la settimana), quindi, il conversion rate è calcolato come il numero di risultati ottenuti diviso per il numero di visitatori unici, moltiplicato per 100.

# Metriche digitali

## Social media

- **Awareness:** total reach, tasso di crescita della reach, numero fan, tasso di crescita dei fan
- **Reputation:** rapporto like/dislike, sentiment index
- **Engagement:**  $(\text{Reactions} + \text{commenti} + \text{share}) / \text{N}^\circ \text{ di post} / \text{N}^\circ \text{ dei fan}$

