

EXPORT 4.0

Strategie web per i mercati esteri

Con gli strumenti giusti, grazie al Web Marketing, le distanze cambiano paradigma e il mondo si avvicina.



L'Europa alla portata della vostra impresa.



Gabriele Carboni, Weevo S.r.l.

Weevo, agenzia di marketing e comunicazione specializzata nel web marketing per i mercati esteri

- *Export Digitale B2B*
- *Siti web in Drupal*
- *Contenuti*



exporthdigitale.weevo.it



Philip Kotler



«Sia le piccole medie imprese che le grandi aziende dovrebbero sfruttare i vantaggi del web marketing, e dovrebbero leggere questo libro per comprendere il potenziale dell'export digitale»



Strategie web per i mercati esteri

- ▷ Aziende italiane e web
- ▷ Web marketing e internazionalizzazione
- ▷ La localizzazione dei contenuti
- ▷ Il Visual Communication Planner (casi di studio)
 - Definizione della strategia
 - Il sito web per l'estero

www.visualcommunicationplanner.it

Le aziende italiane e il web

▷ Il 71,3% delle aziende con almeno 10 addetti hanno il sito web

- 70,7% nel 2015;
- 67,3% nel 2013;

▷ Dall'8,2 al 10% ha un e-commerce (2015)

- 11,7% nel 2013;

▷ Il 39,2% utilizza almeno un Social Media

- 37,3% nel 2015;
- 24,7% nel 2013;

- Il 79% dei siti web italiani non vengono aggiornati da più di un anno
- L'83% delle aziende italiane fallite nel 2013 non era sul web

<http://www.istat.it/it/archivio/194611> dicembre 2016

<http://www.istat.it/it/archivio/176914> dicembre 2015

<http://www.istat.it/it/archivio/107732> dicembre 2013

http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2014/02/eu_low_res.pdf febbraio 2014



Esiste una relazione diretta e positiva tra digitalizzazione, internazionalizzazione ed esportazione

Google – Doxa Digital

PMI, export e digitalizzazione

Le imprese italiane che hanno commercializzato i propri prodotti online oltre confine sono riuscite a compensare meglio la crisi o addirittura hanno ottenuto un incremento nel proprio fatturato.

In particolare:

- ▷ le aziende digitalizzate esportano di più;
- ▷ le imprese digitalmente avanzate realizzano in media un 24% di fatturato estero in più.

Le nostre aziende affrontano sempre più in gran numero i mercati esteri. Perché le loro azioni siano fonte di successo, reddito e crescita, è importate che imparino a conoscere le opportunità della comunicazione digitale e delle dinamiche social e inizino a usarle come leva di sviluppo.

Riccardo M. Monti, Presidente ICE

Export Digitale

Il progresso e la scienza delle telecomunicazioni hanno avvicinato le distanze e abbattuto molti muri, riducendo costi e rischi.

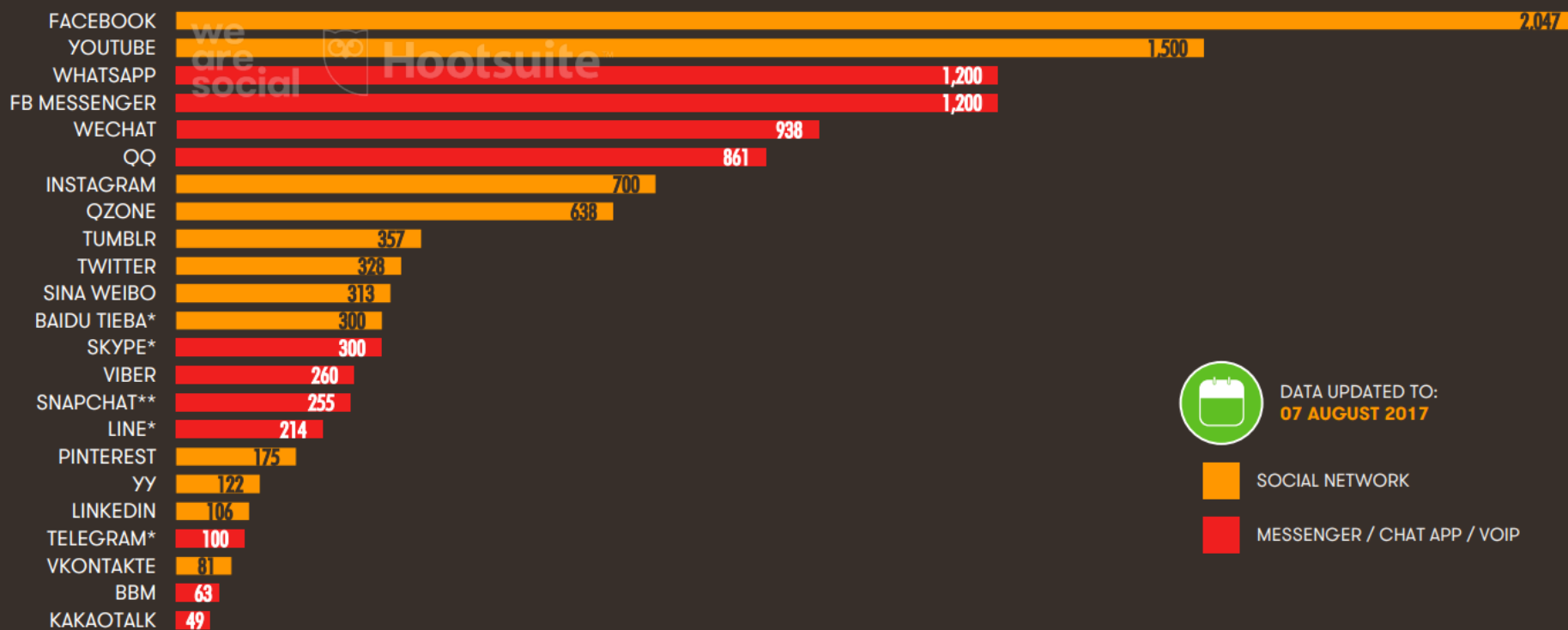
- ▷ Possiamo comunicare in tempo reale con tutto il mondo
- ▷ Possiamo conoscere i nostri potenziali clienti
- ▷ Possiamo imparare dai nostri competitor
- ▷ Possiamo acquistare e vendere prodotti e servizi tramite e-commerce (B2C)
- ▷ **Possiamo stimolare il contatto spontaneo da parte di importatori, distributori, rivenditori (B2B)**

Le piattaforme social

AUG
2017

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



DATA UPDATED TO:
07 AUGUST 2017



SOCIAL NETWORK



MESSENGER / CHAT APP / VOIP

Social Media più utilizzati per Paese

Polonia:

- Youtube: 64%
- Facebook: 62%
- Google+: 33%
- Twitter: 24%
- Instagram: 24%

Slovacchia:

- Facebook: 77%
- Pinterest: 11%
- Tumblr: 6%
- Twitter: 3%
- Instagram: 1,5%

Emirati:

- YouTube: 93%
- Facebook: 92%
- Instagram: 62%
- LinkedIn: 60%
- Twitter: 56%
- Google+: 49%
- Pinterest: 37%

Germania:

- YouTube: 69%
- Facebook: 61%
- Instagram: 21%
- Google+: 20%
- Twitter: 19%
- Pinterest: 16%
- LinkedIn: 10%

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-europe>

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe>

<https://adcombo-blog.com/internet-usage-in-slovakia/>

<https://www.statista.com/statistics/602354/slovakia-distribution-of-social-media-usage-to-share-content-by-frequency/>

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-asia>





Visual Communication Planner

**Lo strumento per definire il proprio piano di
comunicazione**

Il percorso di analisi e stesura della strategia di comunicazione **deve identificare e valutare la metodica migliore, azzerando criticità e problematiche operative.**



Per aiutare questo processo è possibile utilizzare il Visual Communication Planner, che **permette di visualizzare graficamente la strategia in modo semplice e comprensibile**, anche a chi non ha basi di marketing o comunicazione.

La strategia è il punto di partenza

www.visualcommunicationplanner.it

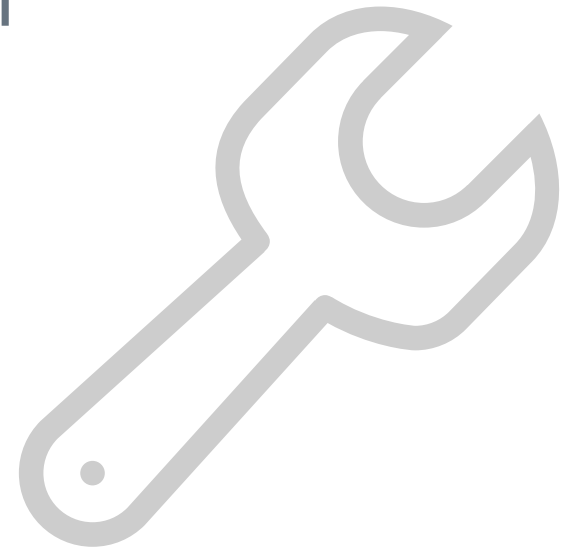
- ▷ **MERCATI TARGET**
- ▷ **POSIZIONAMENTO**
- ▷ **OBIETTIVI**
- ▷ **BUDGET**
- ▷ **CANALI E AZIONI**
- ▷ **CONTENUTI**
- ▷ **METRICHE**
- ▷ **TIMELINE DELLE ATTIVITÀ**



VISUAL
COMMUNICATION
PLANNER

COME SI USA

L'utilizzo del Visual Communication Planner è molto semplice: è sufficiente rispondere alle domande proposte per compilare i diversi elementi dello schema.



VISUAL COMMUNICATION PLANNER

azienda

Caffè Hardy

data

2013->

progetto

Export Digitale

descrizione

Predisporre e attivare un piano strategico di comunicazione verso i mercati esteri di interesse, con l'obiettivo di generare contatti spontanei da parte dei player dei settori nei quali l'azienda opera

TARGET

B2B:

- importatori, distributori, rivenditori:
- Paesi anglofoni
- Polonia
- Slovacchia

POSIZIONAMENTO

Hardy, il caffè di Milano

OBIETTIVI

Contatti da importatori, distributori, rivenditori

BUDGET

- Budget dedicato a ogni Paese
- web advertising:
 - LinkedIn 10,00€/giorno
 - Facebook 5,00€/giorno
 - Google AdWords 10,00€/giorno

CANALI E AZIONI

- Durata delle attività: 12 mesi
- Sito web italiano/inglese con contenuti localizzati: *caffehardy.com*
- Siti web single-page localizzati:
 - Polonia: *caffehardy.com/pl*
 - Slovacchia: *caffehardy.com/sk*
- Pagina globale su Facebook: *www.facebook.com/CaffeHardyEMEA/*
- Account localizzati su Twitter:
 - Italia: *twitter.com/caffehardy*
 - Paesi anglofoni: *twitter.com/caffehardyEMEA*
 - Polonia: *twitter.com/caffehardyPL*
 - Slovacchia: *twitter.com/caffehardySK*
- Pagina LinkedIn multilingue

CONTENUTI

- Paesi anglofoni: *All it takes to be in Milano* (tutto ciò che serve per sentirsi a Milano - è bere un caffè Hardy)
- Polonia: *Kawa prosto z Mediolanu* (il caffè che arriva direttamente da Milano)
- Slovacchia: *Prenešie vás do Milána* (verrete trasportati a Milano - dal caffè)
- Utilizzo di copywriter madrelingua:
 - campagna istituzionale
 - campagna storytelling
 - content curation

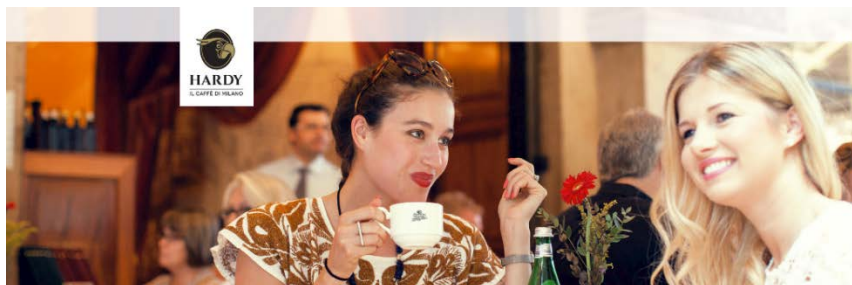
METRICHE

- 3- *Metrica di canale: numero di accessi al sito web da ogni canale*
- 2- *Metrica di business: numero di form compilati*
- 1- *Obiettivo di business: nuovi clienti acquisiti*

TIMELINE ATTIVITÀ



Polonia: sito web single page



UDOSKONALAMY NASZĄ KAWĘ OD 1954

Just od 1954 Caffè Hardy dba o doskonałą jakość kawy w mediolanских domach. Espresso to dla nas sztuka, dlatego spędziliśmy się w niej od pokoleń.

Nasz cel? Przekazać prawdziwą, naszym rodzinnym doświadczeniom, czyli wyjątkową kawę o bogatym, intensywnym aromacie, z dystyngowanymi nutami i delikatnymi. Chcemy podzielić się z Wami wyjątkowym doświadczeniem picia kawy Hardy, w której skryta jest kawiarnia Mediolanu.

Przed nami eksperymenty czas rozszerzamy naszą ofertę najlepszych smaczków kawy Hardy na nowe kraje. Dlatego do nas i staniemy dystrybutorami kawy Hardy.

CHCESZ ZOSTAĆ DYSTRYBUTOREM NASZEJ KAWY?

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI



Espresso serwowane codziennie w Mediolanie



HISTORIA I TRADYCJA

To był jeden z pierwszych punktów 1954 roku. W powstaniu zainicjował ją jego koneser aromatu kawy, a jego doświadczenia stały się inspiracją dla innych. W latach 1954-1955, w Mediolanie, w rodzinnej kawiarni Hardy i Lindo, po raz pierwszy mogliśmy spróbować prawdziwego smaku kawy. Była to nie przypadek, ale wybór, który stał się tradycją. Wtedy to właśnie Hardy i Lindo zaczęli eksperymentować z nowymi smaczkami kawy, które dzisiaj są już częścią naszej oferty.

Espresso i Lindo nie porzucali na Bawarii. Chcąc poznać światową kawiarnię, smak podawanej kawy, zaczęli podróżować. By podzielić się z Wami, stając się wybitnymi smaczkami o wysokiej jakości. Tak powstała marka kawy Hardy, która stała się symbolem kawy w Mediolanie i w Włoszech.

Just od 60 latich ich marzenie jest rzeczywistością i gości w filiżankach smacznej kawy. Caffè Hardy to nie tylko doskonała kawa i codzienny towarzysz ludzi na całym świecie, to również tożsamość kulturowa i tradycja.

NASZA KAWA
PODAWANA JEST W
NAJLEPSZYCH
KAWIARNIACH
MEDIOLANU. NASZ
HERB 'CAFFÈ DI MILANO'
NOSIMY Z RADOŚCIĄ I
DUMĄ.



POSZERZAMY ZASIĘG SPRZEDAŻY NASZYCH DOSKONAŁYCH BLENDÓW O KOLEJNE RYNKI. DOŁĄCZ DO BIZNESÓW, KTÓRE Z DUMĄ OFERUJĄ SWOIM KLIENTOM KAWĘ HARDY.

- STANISŁAW
- WARSZAWA
- WROCLAW
- KATOWICE
- GDAŃSK
- KRAKÓW
- ŁÓDŹ
- BIAŁYSTOK
- WARSZAWA
- WARSZAWA
- WARSZAWA

DOŁĄCZ DO NAS I STAŃ SIĘ
DYSTRYBUTOREM KAWY ESPRESSO CAFFÈ HARDY

IMIĘ I NAZWISKO *

FIRMA *

TELEFON

E-MAIL *

MIASTO *

OPIS ZAMÓWIENIA

WYRAŻAM ZGODNIE NA PRZETWARZANIE MOICH DANYCH OSOBOWYCH DO CELÓW MARKETINGOWYCH ZGODNIE Z USTAWĄ Z DNIA 29 SIERPNIA 1997 R. O OCHRONIE DANYCH OSOBOWYCH (DZ.U. NR 133, POZ. 2303) PRZEZ WŁAŚCICIELA SERWISU HARDY.

PRYWACY POLICY

ZACZNIJ



Polonia: messaggi social


Caffè Hardy - Polska @CaffeHardyPL · 27 lug
W #Mediolanie mamy 9 dzielnic - łatwo odnaleźć tam #Hardy #espresso.
#kawazmediolanu hardycoffeecompany.com/pl
Traduci dalla lingua originale: polacco



HARDY
COFFEE COMPANY

Caffè Hardy
1mo

Twój sukces może mieć zapach najlepszego włoskiego espresso. To dobra propozycja biznesowa. Zostań dystrybutorem kawy Hardy.
<https://lnkd.in/dSpAMPZ>

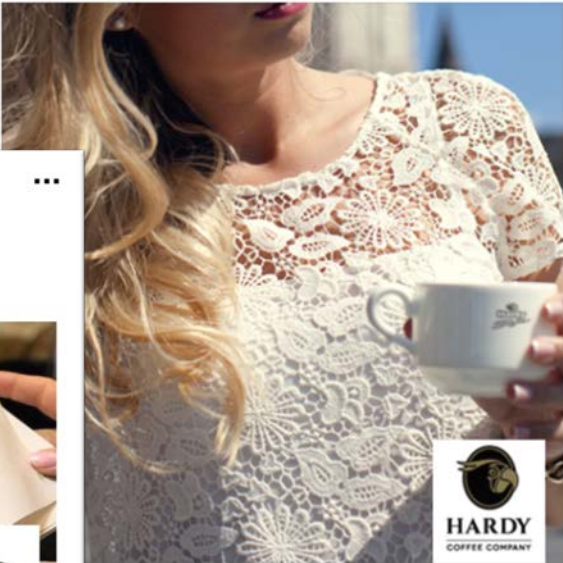


1 Like

Like Comment Share

Caffè Hardy (PL)
Published by Buffer [?] · July 6 · 🇮🇹

#Mediolan to nie tylko stolica włoskiej mody, ale też prawdziwej włoskiej #kawy. #kawaprostozmediolanu #kawa
<http://www.hardycoffeecompany.com/pl>
See Translation



HARDY
COFFEE COMPANY

Riepilogo strategia

- ▷ Mercati target: Paesi anglofoni, Polonia, Slovacchia
 - B2B: importatori, distributori, rivenditori
- ▷ Posizionamento: localizzato attraverso campagne creative dedicate
- ▷ Obiettivi: ottenere contatti commerciali spontanei -> **circa 30 contatti/anno**
- ▷ Budget dedicato a ogni mercato
- ▷ Canali e azioni specifiche per i Paesi target:
 - Facebook, Twitter, LinkedIn
 - Facebook Ads, LinkedIn Ads, Google AdWords
- ▷ Contenuti localizzati, creati da copywriter madrelingua
- ▷ Definizione di metriche per l'analisi dei risultati
- ▷ Timing: almeno 12 mesi per Paese

VISUAL COMMUNICATION PLANNER

azienda

Biocharme

data

2016/2017

progetto

Export Digitale

descrizione

Predisporre e attivare un piano strategico di comunicazione verso i mercati esteri di interesse, con l'obiettivo di generare contatti spontanei da parte dei player dei settori nei quali l'azienda opera

TARGET

B2B:

- rivenditori online e offline:
- Emirati Arabi Uniti

POSIZIONAMENTO

L'unica azienda ad avere 10 prodotti diversi per 10 tipologie di pelle secca differenti

OBIETTIVI

Contatti rivenditori online e offline

BUDGET

- Budget dedicato
- web advertising:
 - LinkedIn 20,00€/giorno
 - Facebook 5,00€/giorno

CANALI E AZIONI

- Durata prevista delle attività: 12 mesi
- Sito web single-page localizzato in inglese:
 - e-filler-ae
- Pagina Facebook dedicata al mercato: www.facebook.com/EFillerUAE/
- Account Twitter dedicato al mercato
- Pagina LinkedIn multilingue: www.linkedin.com/company/11052483/

CONTENUTI

- The antidote for dry, damaged skin
- infografica localizzata
- Utilizzo di copywriter inglese locale:
 - campagna istituzionale
 - campagna storytelling
 - content curation

METRICHE

3. Metrica di canale: numero di accessi al sito web da ogni canale
2. Metrica di business: numero di form compilati
1. Obiettivo di business: nuovi clienti acquisiti

02 sito web single-page, ricerca hashtag, stesura messaggistica, apertura canali definiti;

04

06 analisi e correttivi;

08

10

12 analisi e correttivi;

TIMELINE ATTIVITÀ

01 Raccolta informazioni, definizione strategia, stesura brief copywriter;

03 avvio azioni preventivate;

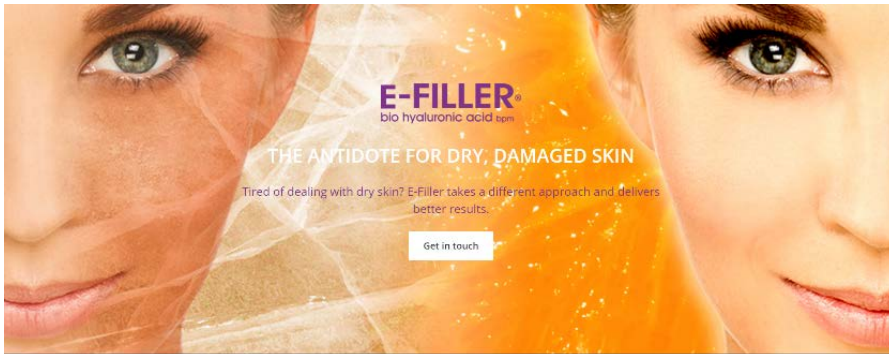
05

07

09 analisi e correttivi;

11

EAU: sito web single page



E-FILLER®
bio hyaluronic acid skin

THE ANTIDOTE FOR DRY, DAMAGED SKIN

Tired of dealing with dry skin? E-Filler takes a different approach and delivers better results.

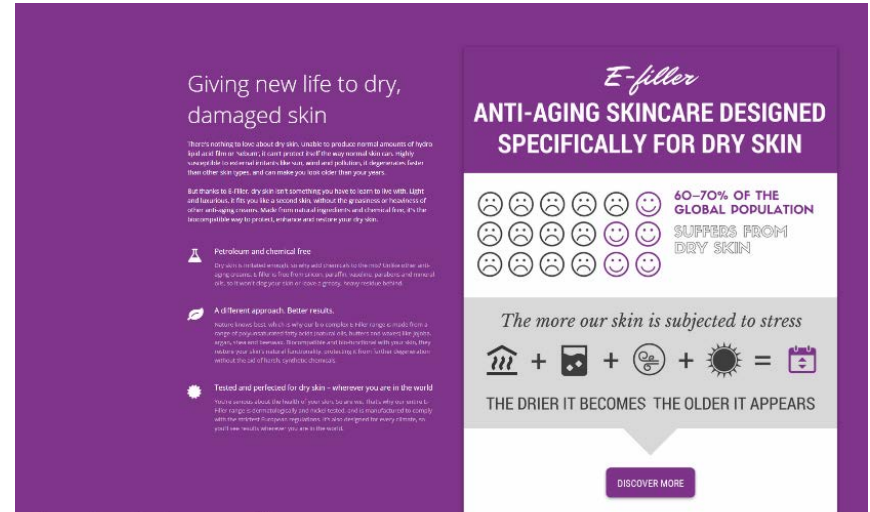
[Get in touch](#)



No woman wants to look her age.
But when you have dry skin, the appearance of aging can be all too obvious. Redness, flakiness and irritation are just some of the unwanted signs that your skin is not as hydrated as it should be. And traditional anti-aging products aren't designed for dry skin. Moisturized fillers called "humal" skin, instead of providing much-needed moisture, they clog the skin, making it feel and look oily and heavy - exactly what you don't want.

At E-motion Skincare, we know dry skin is different.
That's why we've spent years perfecting our E-Filler range. Developed specifically for dry skin, it's an anti-aging cream like you've never known it before. Made of 100% natural, natural ingredients, it hydrates the skin and reduces the visible signs of aging, restoring the skin's natural firm beauty and vitality.

What's more, it delivers results in as little as 15 days.
So if you've been searching for an anti-aging cream that provides hydration and hydrates your skin, your search is over - E-Filler is the answer.



E-filler
ANTI-AGING SKINCARE DESIGNED SPECIFICALLY FOR DRY SKIN

There's nothing to love about dry skin, unable to produce normal amounts of hyaluronic acid and E-Filler restores it and protects you from environmental damage, making you able to resist stressors like sun, wind and pollution, it regenerates, better than other skin types, and can make you look older than your years.

But thanks to E-Filler, dry skin isn't something you have to learn to live with. Light and breathable, it lets you live a second life, without the irritation or flakiness of other anti-aging creams. Made from natural ingredients and chemical free, it's the incomparable way to protect, restore and ensure your dry skin.

60-70% OF THE GLOBAL POPULATION SUFFERS FROM DRY SKIN

The more our skin is subjected to stress

THE DRIER IT BECOMES THE OLDER IT APPEARS

[DISCOVER MORE](#)



Restorative relief for dry skin


Warm, radiant, revitalized skin? E-Filler takes a different approach to hydrating dry skin, creating results you'd never dreamed were possible. Here's just a taste of the E-Filler range.



E-AU: messaggi social

E-FILLER Biocharme S.r.l.
2mo

We've been in the skincare business since 1984, and as one of the original distributors of luxury skincare brands, we know a lot about what works, as well as what doesn't. In fact, it's what led us to create our own line of skincare products, including our innovative E-filler range. Made specifically for dry skin, it's been one of our best sellers since 2012. We're currently looking for UAE online and offline retailers to join our team, so get in touch to learn more. <http://e-filler.ae/>




E-FILLER® bio hyaluronic acid bpm

Like Comment Share

E-FILLER Biocharme S.r.l.
3mo

You pride yourself on offering your customers a range of affordable, effective skincare brands. Delivering results in just 15 days, E-filler is the luxurious yet affordable anti-ageing line your customers can't afford not to have. And ...see more



6 Likes

Like Comment

Gained Sponsored Reach Hide stats
Running on 1 campaign • [Campaign Manager](#)

9,994 Impressions	0.87% Engagement	11 New Followers
76 Clicks	0 Social Actions	0.76% Click-through rate

Organic Reach
Targeted to: All followers

185 Impressions	3.78% Engagement	Sponsoring an update allows your company to reach non-followers.
1 Click	6 Social Actions	Learn More

E-FILLER E-Filler UAE
June 8

From eye cream, to masks, serums and creams, we've got everything your dry skin needs. Formulated to hydrate, nourish and protect, E-filler is your complete dry skin solution #skinrecoveryroutine <http://e-filler.ae/>



E-FILLER® bio hyaluronic acid bpm

Riepilogo strategia

▷ Mercati target: Emirati Arabi Uniti

- B2B: rivenditori online e offline

▷ Posizionamento: gli unici a proporre diversi tipi di creme per le varie tipologie di pelle secca

▷ Obiettivi: ottenere contatti commerciali spontanei -> **6 contatti nelle prime 8 settimane**

▷ Budget dedicato

▷ Canali e azioni specifiche:

- Sito web single-page con dominio localizzato .ae
- Facebook, Twitter, LinkedIn
- Facebook Ads, LinkedIn Ads

▷ Contenuti in inglese, creati da copywriter locale

▷ Definizione di metriche per l'analisi dei risultati

▷ Timing: 6 mesi

VISUAL COMMUNICATION PLANNER

azienda

JAS

data

2017

progetto

Export Digitale

descrizione

Predisporre e attivare un piano strategico di comunicazione verso i mercati esteri di interesse, con l'obiettivo di generare contatti spontanei da parte dei player dei settori nei quali l'azienda opera

TARGET

B2B:

- Germania, Austria, Svizzera:
- aziende nei settori automotive ed elettrodomestici

POSIZIONAMENTO

Precisione, qualità, puntualità

OBIETTIVI

Supporto agli agenti locali

BUDGET

Budget contenuto

CANALI E AZIONI

- Company profile italiano
- Company profile tedesco
- Sito web single-page localizzato:
 - Germania: jassrl.de

CONTENUTI

- Precisione -> esecuzione precisa
- Qualità -> controlli rigorosi
- Puntualità -> consegna puntuale
- Utilizzo di copywriter madrelingua

METRICHE

- 3- Metrica di canale: numero di accessi al sito web da ogni canale
- 2- Metrica di business: numero di form compilati
- 1- Obiettivo di business: nuovi clienti acquisiti

TIMELINE ATTIVITÀ

01 *Produzione contenuti, realizzazione company profile, realizzazione sito single-page*

02

04

06

08

10

12

03

05

07

09

11

Germania: sito web single page

Zuverlässigkeit ohne Abweichungen.

Seit über 40 Jahren und mit einer Fertigung von mehr als 100 Millionen Stück pro Jahr, sind wir 300 und mehr unserer Lieferanten für das präziseste Qualitätsniveau. Made in Italy - ISO 21 ist nach UNI EN ISO 9001:2015 zertifiziert.



Wie können wir Ihnen helfen?

Riepilogo strategia

- ▷ Mercati target: Germania
 - B2B: aziende nei settori automotive ed elettrodomestici
- ▷ Posizionamento: esecuzione precisa, controlli rigorosi, consegna puntuale.
- ▷ Obiettivi: supportare gli agenti locali
- ▷ Canali e azioni:
 - sito web single page, con dominio localizzato .de
 - company profile
- ▷ Contenuti localizzati, creati da copywriter madrelingua
- ▷ Definizione di metriche per l'analisi dei risultati

Export Digitale: consigli utili

- ▷ Definire una strategia per ogni mercato -> Visual Communication Planner
- ▷ Verificare il posizionamento del brand o del prodotto per mercato
- ▷ Delineare obiettivi di business: es. ottenere contatti commerciali spontanei
- ▷ Dedicare un budget specifico a ogni mercato
- ▷ Canali e azioni:

Si può partire da un sito web single-page

Social Media consigliati: Facebook, Twitter, LinkedIn

Canali di web advertising consigliati: Facebook Ads, LinkedIn Ads, Google AdWords

- ▷ Utilizzare copywriter madrelingua per la produzione dei testi
- ▷ Definire metriche per l'analisi dei risultati
- ▷ Programmare le attività per un minimo di 12 mesi



Sito web single page

Un sito web single page si compone di una sola pagina (oltre all'eventuale pagina per privacy e cookie), e può assolvere alla funzione di punto di atterraggio per attività specifiche di promozione.

<http://jassrl.de/>

<http://www.lae-srl.ru>

<http://e-filler.ae/>

<http://www.wlochynawidelcu.com.pl>

<http://www.caffehardy.com/pl>

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

<http://colonna.stlouisschool.com/>

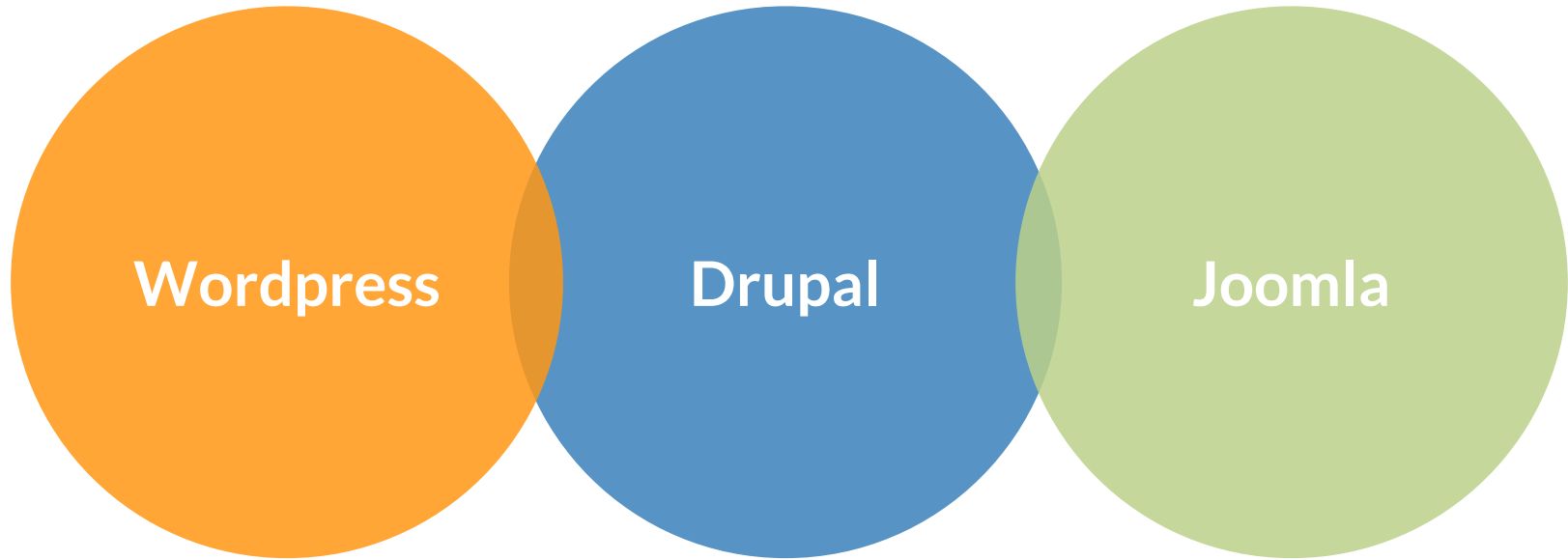
<http://visualcommunicationplanner.com/>

<http://tastelombardy.com/>

<http://global.weevo.it/>



I CMS più utilizzati



- Supporta il multilingue di default
- Permette di creare il proprio CMS
- È l'unico con un team di sicurezza
- È scalabile

Sito web per l'estero: consigli utili

1. Se il sito dell'azienda è vecchio, è necessario rifarlo;
2. Utilizzare un [CMS](#) di ultima generazione, che supporti il multilingua a livello nativo;
 - Eventualmente ipotizzare un sito web multi-regionale con domini localizzati per ogni mercato
3. Assicurarsi di scegliere un font che supporti le lingue in cui si intende localizzare il sito web (es. Google Fonts);
4. Predisporre i contenuti prima di realizzare il sito;
5. Scegliere un servizio **hosting** efficiente e veloce, ottimizzato per l'estero;
6. Impostare un'interfaccia semplice e facile da navigare: se l'utente trova in fretta i contenuti, lo fa anche il motore di ricerca;
7. Accertarsi di fornire un'esperienza **mobile** ottimizzata;
8. Utilizzare copywriter madrelingua per i testi.

Gabriele Carboni, Weevo S.r.l.

▷ *Weevo, agenzia di comunicazione web specializzata nei mercati esteri*

- *Export Digitale B2B*
- *Siti web in Drupal*
- *Contenuti*

▷ *Giornalista e co-editore de Il Giornale delle PMI*

- ▷ Twitter: @gabbariele
- ▷ Sito web: <http://www.weevo.it>
- ▷ Blog: <http://gabbariele.weevo.it>
- ▷ E-mail: gabriele@weevo.it

exporthdigitale.weevo.it

