

Digital Marketing Audit

Verifica la tua presenza web in 16 passi



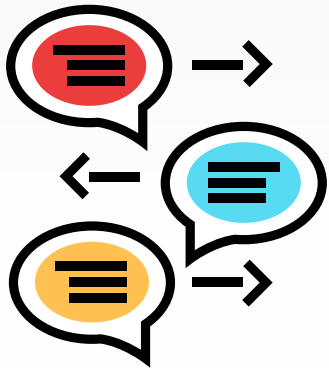
webnovo[®]
digital marketing

ATTRARRE

1

Blog

Il marketing inbound inizia con il blogging. Il blog è il miglior sistema in assoluto per attrarre nuovi visitatori sul vostro sito. Le aziende che usano blog generano il 55% in più di potenziali rispetto a quelle che non li usano. Per farvi trovare dai clienti potenziali, dovete avere contenuti che li attraggano. Il vostro blog è la fonte di questi contenuti magnetici.



- 0 Punti: non so cosa sia un blog.
- 1 Punto: sì, abbiamo provato a farlo in passato.
- 3 Punti: postiamo regolarmente sul nostro blog, ma non ci sono lettori.
- 5 Punti: il nostro blog è un successo e porta traffico.

Punteggio

ATTRARRE

2

Social

Oggi quando la gente va online lo fa per interagire con gli amici, domandare qualcosa, rispondere, condividere contenuti e discutere su qualsiasi argomento. Occorre fare in modo che i vostri contenuti siano una componente essenziale delle “conversazioni” nel vostro settore. Se il vostro contenuto è parte della conversazione, aiuterà ad attirare gente verso il vostro sito.



- 0 Punti: non usiamo i social
- 3 Punti: abbiamo una pagina su Facebook ma con poche interazioni. Non abbiamo un piano editoriale.
- 4 Punti: siamo attivi su Twitter e Facebook, ma non abbiamo molto traffico sul sito.
- 5 Punti: usiamo i Social in modo corretto, ciascuno per le sue caratteristiche, e stiamo ottenendo traffico sul nostro sito.

Punteggio

ATTRARRE

3 SEO

I vostri clienti iniziano il loro percorso d'acquisto online, solitamente su un motore di ricerca. Occorre quindi assicurarsi di essere rintracciati con le parole chiave connesse con il vostro settore del mercato, ottimizzando le pagine del sito internet, creando contenuti e costruendo collegamenti.

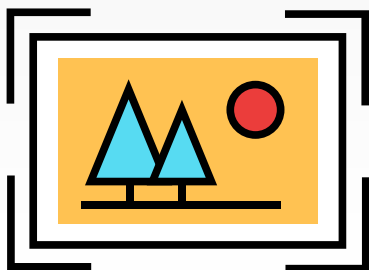


- 0 Punti: nessuna attività SEO
- 1 Punto: inserendo il vostro esatto nome uscite in seconda pagina.
- 3 Punti: ci lavoriamo costantemente ma non andiamo oltre la 4 pagina
- 4 Punti: l'ottimizzazione è parte di tutto quello che facciamo e siamo in terza pagina
- 5 Punti: siamo in prima pagina con ogni prodotto e servizio.

Punteggio

ATTRARRE

4 Pagine Web



Devi ottimizzare il tuo sito per renderlo sempre più interessante e in grado di comunicare al profilo ideale del vostro cliente. Fai diventare il tuo sito un punto di riferimento con contenuti utili, in grado di attirare la curiosità e l'interesse a leggere le pagine del tuo sito, anche da parte di visitatori sconosciuti.

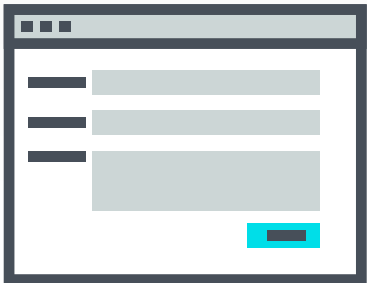
- 0 Punti: non abbiamo un sito web
- 1 Punto: abbiamo un sito internet. Fatto male, molto triste.
- 3 Punti: abbiamo un bel sito web.
- 4 Punti: attraverso il nostro sito riusciamo a chiudere alcune vendite.
- 5 Punti: il nostro sito è una vera macchina per vendere e uno dei migliori asset della nostra azienda.

Punteggio
Attrarre Totale

CONVERTIRE

1 Moduli di contatto

Per trasformare un visitatore in lead, è necessario che questi compili un form in cui rilasci i suoi dati di contatto. Tali forms devono essere ottimizzati per rendere questo step cruciale del processo di conversione il più semplice possibile.



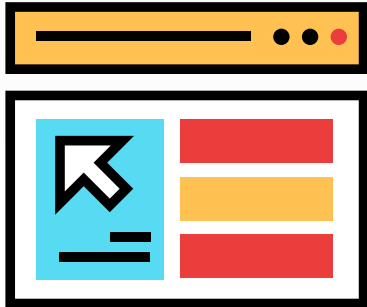
- 0 Punti: nessun modulo
- 2 Punti: abbiamo un modulo contatti, ma nessuno lo utilizza.
- 4 Punti: abbiamo alcuni moduli sul sito e riusciamo ad ottenere buoni lead.
- 5 Punti: abbiamo molti moduli di contatto differenziati per buyer persona e raccogliamo quantità di lead per raggiungere i nostri obiettivi di vendita.

Punteggio

2

Call to Actions

Una chiamata all'azione (CTA) è un'immagine o un testo che induce i visitatori ad un'azione, sia attraverso la sottoscrizione ad una newsletter che la richiesta di demo di prodotto, oppure spingendo i visitatori ad agire con un'offerta. Una CTA efficace indirizza i visitatori su una landing page, dove potrete ottenere informazioni per effettuare un contatto, in cambio di un'offerta di una qualche offerta, portando più contatti commerciali e più conversioni al vostro sito.



- 0 Punti: nessuna CTA
- 4 Punti: abbiamo disegnato alcune CTA che qualche volta sono cliccate dai nostri visitatori.
- 5 Punti: abbiamo disegnato, testato e migliorato le nostre CTA. Il nostro tasso di conversione è superiore alla media di settore.

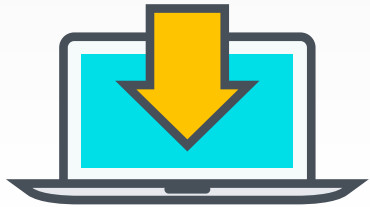
Punteggio

3 Landing Pages

Una landing page è quella pagina dove l'offerta legata alla chiamata all'azione viene realizzata, quella dove il visitatore inserisce le informazioni che il vostro team commerciale può usare per iniziare un dialogo.

Per esempio, se il vostro invito all'azione offre di scaricare un e-book, la landing page sarà quella nella quale i visitatori inseriranno le informazioni necessarie per scaricare il file.

Quando i visitatori di un sito compilano dei formulari su una landing page, ecco che diventano contatti qualificati.



- 0 Punti: nessuna landing pages.
- 3 Punti: abbiamo un paio di landing page. Nessuna conversione.
- 5 Punti: abbiamo disegnato landing page specifiche per ogni Buyer Persona ed otteniamo ottimi lead.

Punteggio

CONVERTIRE

4

Contenuti Premium

Per attrarre nuovi prospects e aumentare drasticamente il tasso di conversione visitatore-contatto è necessario rendere disponibili ottimi contenuti come ad esempio whitepapers, webinars o kit demo che rispondono agli interessi delle diverse tipologie di prospects e ai vari stadi del loro ciclo d'acquisto.



- 0 Punti: nessun contenuto premium.
- 1 Punto: abbiamo la nostra brochure istituzionale scaricabile compilando un modulo di contatto molto dettagliato.
- 4 Punti: abbiamo un paio di guide e checklist che i visitatori apprezzano molto.
- 5 Punti: abbiamo realizzato una libreria di contenuti di qualità con i quali siamo in grado di generare lead di alta qualità.

Punteggio

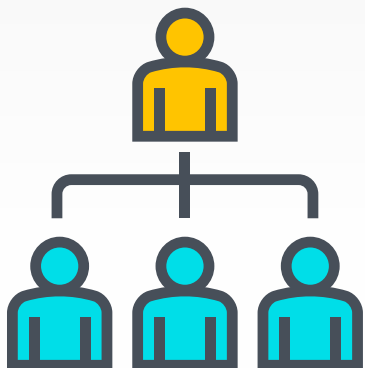
Convertire - Totale

CHIUDERE

1

CRM

Il CRM, acronimo di Gestione della relazione con il cliente (Customer Relationship Management), è un sistema software che permette di gestire le relazioni con i propri clienti in modo più facile e soprattutto in maniera più efficace.



- 0 Punti: non so cosa sia.
- 3 Punti: abbiamo un CRM ma non lo usiamo.
- 5 Punti: il nostro CRM contiene molte informazioni che utilizziamo per attività di marketing persuasive.

Punteggio

2

Closed Loop-Reporting

Il Closed Loop Marketing (CLM) è un ambiente di reporting dove il risultato e l'impatto delle campagne di marketing può essere ottenuto mettendo in relazione l'attività di marketing con le vendite ed i ricavi ottenuti, permettendo il calcolo del ritorno sull'investimento (ROI) e chiudendo il ciclo tra le spese di marketing ed i ricavi generati.



- 0 Punti: non so cosa sia.
- 1 Punto: Marketing e Vendite parlano tra loro. In ascensore :-)
- 3 Punti: Marketing e Vendite condividono lo stesso obiettivo, ma è una relazione conflittuale.
- 5 Punti: Marketing e Vendite condividono lo stesso obiettivo e sono perfettamente allineati.

Punteggio

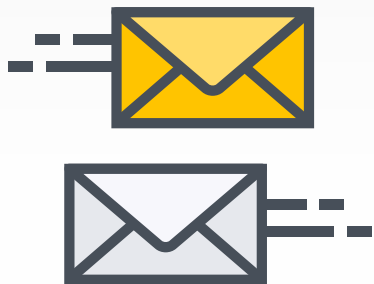
Se non avete un team di vendite non è possibile chiudere il ciclo tra le spese di marketing ed i ricavi generati (-5 punti)

CHIUDERE

3

Email

Cosa fate quando un visitatore clicca su una chiamata all'azione, compila una landing page, scarica il vostro e-book ma non è ancora pronto per diventare un cliente? Dovete coltivare una relazione a lungo termine con quel contatto commerciale. Il marketing via email è un modo per farlo. Una serie di email dai contenuti utili e specifici può generare fiducia nel potenziale cliente e renderlo pronto all'acquisto.



- 0 Punti: molte attività di marketing sono fatte con flyer e volantini.
- 2 Punti: Inviamo email di conferma dopo un acquisto. Nient'altro.
- 3 Punti: Inviamo una email ogni settimana ad un'unica lista di contatti e i risultati sono indefiniti.
- 4 Punti: Inviamo email personalizzate ed otteniamo un buon tasso di apertura e di conversione.
- 5 Punti: la nostra lista contatti è in crescita, i tassi di apertura e di conversione sono alti, le persone condividono le nostre comunicazioni ed abbiamo ottimi ritorni in termini di vendite.

Punteggio

4

Marketing Automation

Il marketing automatizzato si riferisce a campagne di email ed alla coltivazione di contatti commerciali dove la sequenza delle email ed il loro contenuto sono basati su dati che il destinatario vi ha permesso di raccogliere.

Per esempio, se il visitatore ha scaricato una guida, potreste inviargli altri contenuti dello stesso tenore, in modo da seguire costantemente il suo avvicinamento all'acquisto.



0 Punti: oggi è un'attività ancora poco utilizzata dalle aziende. Non vi preoccupate se ancora non l'avete nella vostra azienda.

1 Punto: Inviamo email automatica quando una persona si cancella dalla nostra lista.

4 Punti: Inviamo una serie di email automatizzate e le persone sembrano gradire.

5 Punti: Identifichiamo accuratamente tutti i possibili automatismi e le nostre email sono tarate sui bisogni e le varie fasi del ciclo di acquisto. Abbiamo alti tassi di conversione e bassi tassi di cancellazione.

Punteggio

Chiudere - Totale

Se non avete un software
di Marketing Automation
spuntate questa casella (-5 punti)

FIDELIZZARE

1

Sondaggi

I sondaggi servono per stilare i rapporti di ricerche di mercato e grazie a questi risultati. le società che producono beni o erogano servizi riescono a capire come migliorare nel tempo la loro offerta, in base alle esperienze dei consumatori.



- 0 Punti: Nessun sondaggio.
- 3 PUNTI: Abbiamo fatto uno o due sondaggi.
- 4 PUNTI: Usiamo sondaggi per migliorare il nostro processo.
- 5 PUNTI: Inviemo sondaggi a quasi tutti i clienti e abbiamo ottenuto alcuni feedback davvero preziosi dalle loro risposte. Abbiamo ottenuto anche alcune testimonianze che stiamo utilizzando per aumentare il tasso di conversione sul nostro sito web.

Punteggio

2

Testi dinamici

Creare testi personalizzati per gli interessi dei clienti (nelle email, nelle landing page, all'interno del sito internet) è un ottimo modo per farli sentire davvero importanti.



- 0 punti: nessun testo dinamico.
- 3 punti: personalizziamo qualche testo nelle nostre comunicazioni.
- 5 punti: nome, cognome, nome azienda, stadio del percorso di acquisto, usiamo tutti per personalizzare completamente l'esperienza dell'utente e farlo sentire importante.

Punteggio

Se non avete CTA dinamiche
spuntate questa casella (-5 punti)

3 CTA dinamiche

Offerte personalizzate per il nostro cliente. L'obiettivo dell'Inbound Marketing è quello di fornire contenuti di qualità, per trasformare i semplici visitatori in clienti attivi. Conquistato un nuovo cliente, sta a noi fidelizzarlo con attività che permettano di renderlo promotore di noi stessi.



- 0 Punti: non le utilizziamo.
- 3 Punti: abbiamo poche CTA che cambiano una volta che il lead è diventato cliente.
- 5 Punti: una volta diventato cliente, il sito cambia aspetto. Il cliente si sente come in famiglia ed otteniamo molti acquisti ripetuti da parte sua.

Punteggio

Se non avete CTA dinamiche
spuntate questa casella (-5 punti)

4 Monitoraggio Social

Fornire informazioni in tempo reale che possano essere condivise. Il modo per trarre il maggior profitto dai vostri Social Media è ascoltare ciò che il pubblico sta dicendo su di voi, e per fare questo ci sono diversi strumenti che la Rete mette a disposizione



- 0 Punti: il Social Media è per i ragazzini. Come molte altre forme di marketing moderno
- 1 Punto: abbiamo una pagina su Facebook. Ogni tanto qualcuno pubblica un post.
- 3 Punti: rispondiamo ai commenti e cerchiamo di essere utili.
- 4 Punti: controlliamo cosa viene detto su di noi e rispondiamo velocemente.
- 5 Punti: Se il nostro nome è citato nei Social Media lo sappiamo. E se c'è la possibilità di aiutare qualcuno a risolvere un problema siamo felici di farlo.

Punteggio

Fidelizzare - Totale

PUNTEGGIO FINALE

ATTRARRE
CONVERTIRE
CHIUDERE
FIDELIZZARE

Punteggio totale

Ricordati che il valore totale di 80 deve essere diminuito di 5 Punti per ciascuna attività non gestita (Closed Loop Reporting, Marketing Automation, Testi e CTA dinamiche)

Valutazione finale

%



Com'è andata?

C'è un pò di spazio per un miglioramento, giusto? Naturalmente sì. Siamo tutti in costante crescita e miglioramento e con il punteggio ottenuto sapete esattamente dove avete bisogno di intervenire.

Da dove iniziare?

Da qui!

Potrai richiederne l'assistenza di uno specialista certificato in Inbound Marketing e fare il check-up gratuito della tua presenza web e del tuo marketing digitale.

Webmarketing sostenibile per PMI

Webnovo è uno studio specializzato in marketing online e comunicazione digitale.

Dal 2003 lavoriamo con l'obiettivo di mettere in relazione le aziende con le persone, attraverso le opportunità offerte da internet.

Il nostro metodo di lavoro consiste nell'affiancare il Cliente nello sviluppo della propria strategia Internet, usando ciò che serve nel momento opportuno, per ottenere i risultati migliori.

Proponiamo un approccio sostenibile, fatto di servizi e percorsi su misura alla portata delle piccole medie imprese e di chiunque abbia compreso l'esigenza di investire nel web in modo intelligente.

Webnovo potrà supportare la tua Azienda a definire un piano di digital marketing e scegliere gli strumenti più adeguati alle tue necessità, tra i molti offerti e disponibili.

Trasformare ogni azione in un risultato

Webnovo dispone di un team di persone con competenze nelle aree fondamentali del digital marketing.

Siamo in grado di integrare in un'unica offerta le attività di progettazione e design di siti web, marketing sui motori di ricerca, email marketing, social media marketing, content marketing, brand awareness, gestione della reputazione del brand, analisi e monitoraggio dei risultati.

I nostri servizi sono differenziati sulla base delle esigenze delle aziende e degli obiettivi da raggiungere e comprendono attività di consulenza ed analisi, creatività, sviluppo tecnico, gestione e supporto operativo.