

Obiettivi per il Web Advertising

di Silvia Contessi (Web marketing 1mas) – 26/06/2009

Definizione degli obiettivi per il web advertising

Il sito web è un ottimo strumento per acquisire nuovi clienti e ampliare il proprio mercato ma un sito web senza una adeguata promozione rimane uno strumento limitato.

Ci sono diverti tipi di advertising on line che aiutano a sfruttare appieno le qualità di un sito. Prima di scegliere gli strumenti migliori per attivare la propria campagna pubblicitaria on line si devono avere chiari gli obiettivi da raggiungere. Definire gli obiettivi in fase di progettazione consente di verificare l'efficacia delle azioni durante l'analisi finale dei risultati.

I due obiettivi più comuni riguardano la scelta di pubblicizzare un marchio o un prodotto.

Quando si vuole puntare sulla comunicazione del marchio, l'obiettivo è di far conoscere il nome dell'azienda e permettere al pubblico di collegare il nome ad un settore. Creando consapevolezza del marchio si produce quella che in gergo pubblicitario è chiamata brand awarness che consente di legare un'azienda ad un settore di mercato o ad un prodotto o servizio. La conoscenza e la diffusione del marchio potrebbe essere il punto di partenza per ulteriori operazioni pubblicitarie e di comunicazione anche per prodotti e servizi.

La comunicazione di prodotti o servizi avviene quasi sempre dopo aver diffuso il marchio e può avere obiettivi diversi: descrivere caratteristiche peculiari di un prodotto, incrementarne le vendite o fidelizzare i clienti.

Una campagna di web advertising per un prodotto può essere supportata dalla presenza di un sito web che contenga tutte le informazioni sul prodotto, in questo modo si lascia all'annuncio il compito di attirare l'attenzione su una caratteristica particolare e al sito il compito di convincere l'utente attraverso l'approfondimento.

Non è necessario che dietro ad una campagna di web advertising per un prodotto ci sia un sito di e-commerce, a volte può bastare convincere il consumatore che poi potrà acquistare il prodotto in modo tradizionale.

Ogni campagna di web advertising deve essere strutturata in base agli obiettivi da raggiungere. Gli obiettivi saranno funzionali alla scelta dei contenuti della campagna e del messaggio.

Questo articolo è solo la base su cui ragionare per partire con una campagna pubblicitaria on line, le variabili in gioco sono molte e ogni comunicazione va studiata per obiettivi specifici.

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it