



LA BUSSOLA DIGITALE

orientarsi nel
marketing online



ADVERTISING

L'insieme delle attività finalizzate alla promozione pubblicitaria di aziende, marchi, prodotti e servizi. Spesso si trova indicato con la sigla AD o ADs.

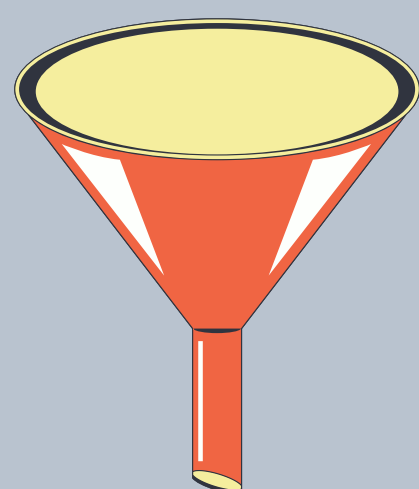


DIRECT EMAIL MARKETING

Campagna di marketing diretto basato sull'invio periodico di comunicazioni, promozioni, messaggi via email a un target di utenti ben definito con obiettivi di varia natura.

E-COMMERCE

Sito o portale web sviluppato e gestito direttamente dall'impresa per vendere prodotti e servizi online.



FUNNEL

Modello usato per descrivere e analizzare il percorso di acquisto del consumatore, che davanti a un'offerta variegata procede a una progressiva scrematura fino alla scelta del prodotto o servizio a lui più idoneo.



Camera di Commercio
Roma





KEYWORD

Parola o combinazione di parole con cui l'utente effettua una ricerca su Internet. In risposta a tale richiesta il motore di ricerca (ad esempio Google) estrae un elenco di pagine web o documenti che le contengono.

IMPRESSION

La frequenza di visualizzazione di un banner, di un link pubblicitario o di una pagina web da parte di un utente.



MARKETPLACE

Servizio online che offre bacheche, vetrine o negozi virtuali (eShop) con strumenti di comunicazione, gestione ordini, customer care nonché un bacino di potenziali clienti già fidelizzati alla piattaforma. Tra i più famosi Amazon, eBay e Aliexpress.

NUDGING

Attività di progettazione strategica dell'architettura decisionale dell'utente per spingerlo verso alcune scelte piuttosto che altre. Al bancomat, per esempio, non richiedere la ricevuta cartacea del prelievo è indicata come l'opzione più ecologica.



PARTNERSHIP

Una forma di collaborazione continuativa fra imprese, regolamentata da un contratto, in cui i partecipanti (partner) si impegnano a realizzare progetti comuni o complementari per procurarsi un vantaggio competitivo.



Camera di Commercio
Roma



QR CODE



Un codice a barre bidimensionale di forma quadrata. Le informazioni contenute, codificate in maniera rapida, vengono principalmente lette attraverso la fotocamera dello smartphone.

REFERRAL

Segnalazioni o raccomandazioni di persone che, conoscendo l'impresa produttrice, suggeriscono a terzi di rivolgersi alla stessa per la qualità e le prestazioni dei suoi prodotti e servizi.



SEO

Investimenti e interventi eterogenei volti a posizionare il brand e i suoi contenuti web nei primi risultati dei motori di ricerca tramite le keyword più usate e appetibili per la sua offerta commerciale.

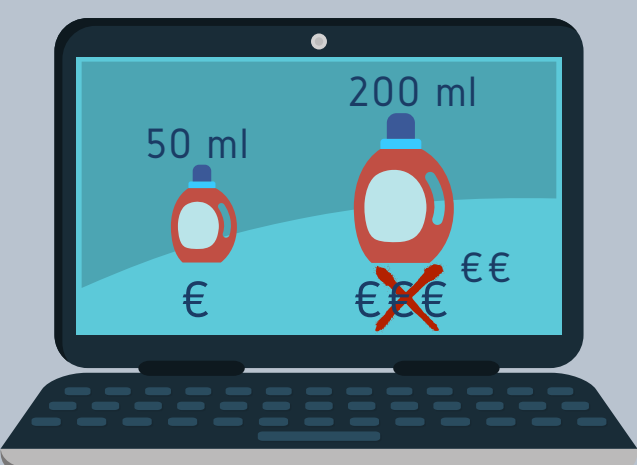
TARGET

Particolare segmento di pubblico a cui è rivolto un messaggio pubblicitario o fascia dei potenziali acquirenti di un certo prodotto.



UP-SELL

Tecnica di vendita con la quale si incentiva il cliente all'acquisto di una quantità di prodotto maggiore rispetto a quanto inizialmente richiesto: ad esempio, uno sconto per l'acquisto di un più grande flacone di detersivo.



Camera di Commercio
Roma

