

Corso di 3 mezze giornate

**Strategia Web, Google Analytics e
digital KPIs**



ANTONELLA PESCIO
MARKETING STRATEGICO • RISULTATI OPERATIVI

Destinatari



- Imprenditori, Direttori Generali
- Direttori Commerciali e Marketing
- Area ed Export Manager
- Promoter
- Assistenti Commerciali e Customer Service

Obiettivi e Key Learning



Trasferire ai partecipanti le competenze necessarie per:

- > Leggere in autonomia i dati offerti dalla piattaforma **Google Analytics**
- > **Estrarre le informazioni dai dati**
- > Utilizzarle per **riprogettare il proprio sito** e per individuare le **azioni di digital marketing da implementare per ottimizzare la strategia web**
- > Definire i **KPIs** rilevanti **per misurare i risultati** delle **azioni di web-marketing**
- > **Personalizzare la presentazione dei dati**

#2 PROGETTARE UN NUOVO SITO WEB TRIPPLICANDO IN UN ANNO LE VISITE DI ARCHITETTI E DESIGNER

SETTORE

AZIENDA

Azienda leader nella produzione di mosaico, determinata a costruire marca di lusso nel settore pavimenti e rivestimenti.

SFIDA

Il sito web era "cheap", datato e non veniva aggiornato da anni: risultava quindi completamente disallineato con l'identità di marca ispirata al mondo della moda e del lusso. Inoltre mancavano sezioni specifiche per gli architetti (che sono i principali fruitori di un sito di prodotti per la decorazione d'interni) i rivenditori e i posatori.



PROGETTO

E' stato completamente rivista la grafica del sito, creando un'home page ispirata al mondo della moda e del lusso. Sono inoltre state create sezioni ad hoc per:

- **Architetti/ interior designer:** sono state inserite referenze prestigiose realizzate da archistar. Ogni volta che l'azienda collaborava con un nuovo archistar per sviluppare una collezione o una referenza, veniva realizzata una videointervista al progettista che oltre a valorizzare al massimo la referenza spiegasse in che modo e per quali ragioni aveva utilizzato il mosaico nel suo progetto, in modo da fornire spunti e idee per i loro progetti a tutti gli architetti/ interior designer
- **Rivenditori:** sono stati collocati in una sezione riservata tutti i materiali POP, mantenendola costantemente aggiornata
- **Posatori:** sono stati realizzati manuali posa illustrati scaricabili dal sito



RISULTATI

Le visite da parte di architetti ed interior designer sono più che triplicate nel giro di un anno. I rivenditori hanno gradito moltissimo la sezione a loro dedicata

L'approccio formativo è basato interamente su casi reali, esercitazioni e workshop interattivi, per:

- Trasferire metodologie e competenze in modo **interessante, efficace, concreto** e memorabile
- Valorizzare al massimo l'**esperienza** e il **contributo dei partecipanti**
- Consentire ai partecipanti di acquisire contemporaneamente **competenze strategiche** e metodologie **operative**
- Garantire la massima **flessibilità** del percorso formativo, che è tarato sulle esigenze e gli interessi specifici dell'aula

Il corso è articolato in 3 incontri della durata di 4 ore

- 1.DATI:** Google Analytics: l'articolazione della piattaforma, i **dati** e le varie metriche disponibili e come trasformarle in **Key Performance Indicators** per supportare le **decisioni di marketing: esercitazione pratica** su sito di studio
- 2.REPORT:** La personalizzazione dei **Report** in base agli **obiettivi di marketing** ed il **monitoraggio periodico: esercitazione pratica** su sito di studio
- 3.INSIGHT:** L'analisi del sito/ portale, l'evidenziazione dei suoi punti di forza e debolezza e la sua riprogettazione, collegando KPIs agli obiettivi: **workshop** ed **esercitazione pratica** su sito di studio

Dati

Google Analytics è una straordinaria piattaforma che permette di analizzare e monitorare l'andamento del proprio sito web. I dati che raccoglie sono moltissimi e di diversi tipi: per questo è importante sapersi orientare tra le varie metriche disponibili e trasformarle in Key Performance Indicators in grado di essere di supporto alle decisioni di marketing

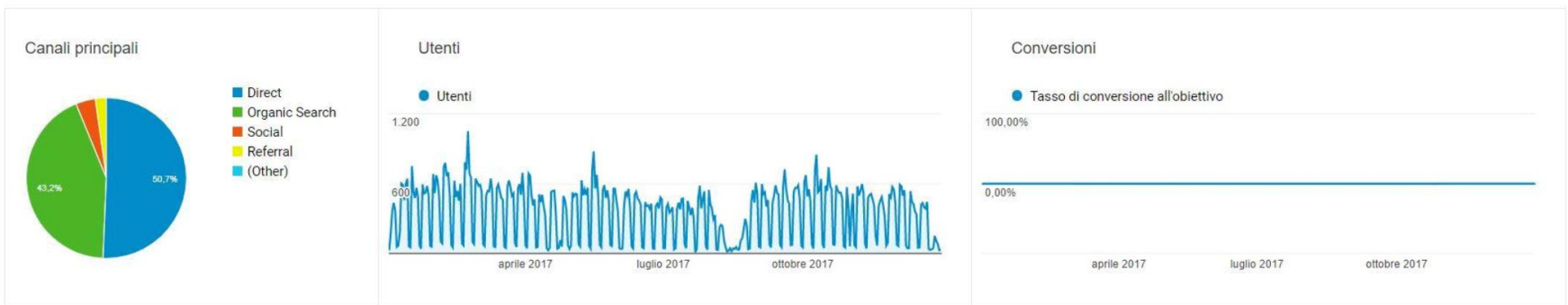
- > Web analytics
- > Metriche e KPI
- > Panoramica dei dati rilevati da Google Analytics



Reporting

Al fine di ottenere il meglio dalla piattaforma, è importante esplicitare gli obiettivi di marketing e personalizzare l'estrazione dei dati con alcune particolari impostazioni. Anche i report vanno progettati ad hoc per facilitare l'analisi da parte dei vari referenti aziendali

- > Definizione degli obiettivi
- > Personalizzazione degli analytics
- > Attività di reporting
- > Monitoraggio periodico

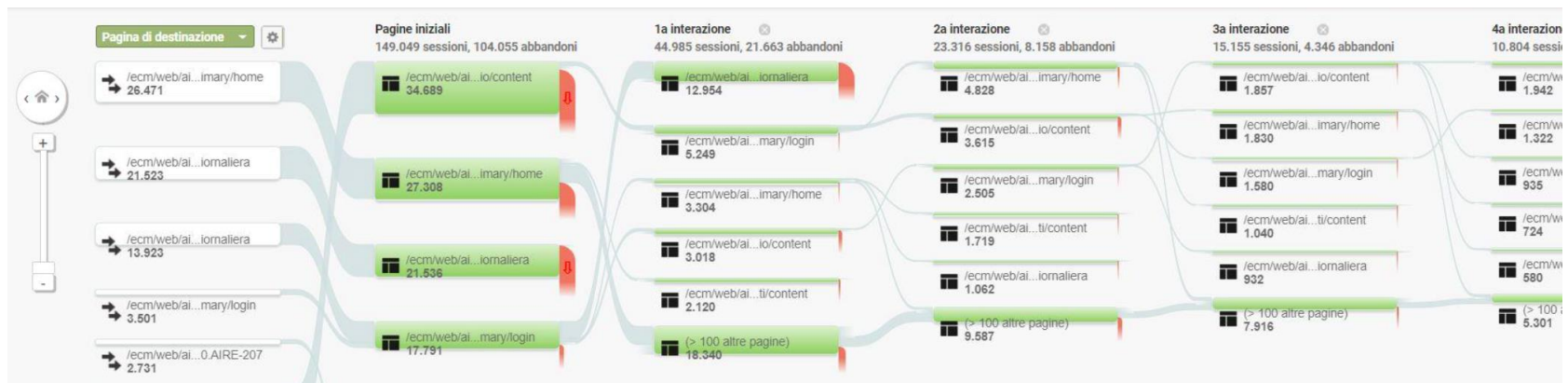


Insight

Mettere in pratica quanto appreso negli incontri precedenti e analizzare il sito in chiave critica per estrapolare i punti di forza e di debolezza.

Collegare gli obiettivi di marketing ai Key Performance Indicators per verificarne il raggiungimento

- > Workshop analisi sito di studio
- > Individuazione dei propri KPI





Antonella Pescio

- Laurea in Economia e Commercio e MBA alla Columbia Business School di New York
- Ha maturato significative esperienze nel marketing internazionale in **Colgate-Palmolive, Barilla, Quaker, illycaffè e Bisazza Mosaico**
- Oggi è consulente e temporary manager specializzata in marketing strategico, digitale ed internazionale
- Ha seguito progetti per clienti come **Manfrotto, Gruppo Cimbali, Automobili Lamborghini, Mastrotto Group, Cesar Cucine**
- Formatrice in azienda, collabora con UNIS&F e ha collaborato con Ca' Foscari Challenge School, Cuoia ed Istud come docente di marketing nei corsi master
- Parla correntemente inglese, francese e spagnolo e discretamente tedesco



NADIA PACE

- Master in Marketing e Comunicazione presso Fondazione CUOA di Altavilla Vicentina
- Dal 1995 al 2010 collabora con agenzie pubblicitarie allo sviluppo di piani di comunicazione BtoB e BtoC
- Tra i marchi seguiti: **Ariston Thermo, Alluflon Moneta, Marangoni Tyre, Spidi Sport, Givi, Arai e Mobirolo**
- Si specializza in Digital Marketing per integrare gli strumenti web nella strategia di marketing e in Data Driven Marketing per analizzare la performance del marketing attraverso i dati
- Parla correntemente inglese e francese