

E Commerce Marketing Vendite Strumenti E Strategie Per Vendere Online

100.756

Il marketing digitale sta vivendo una rivoluzione rilevante: da una parte i dati a disposizione per analizzare il proprio business online crescono sempre più, dall'altra i mezzi per poter promuovere la propria attività stanno diventando sempre più potenti. La marketing automation consente di automatizzare i processi legati al business online e in questi anni le aziende che hanno adottato questo metodo di lavoro hanno incrementato in maniera significativa il proprio giro d'affari. Questo libro è rivolto a chi già opera o vuol operare nel mondo del digitale e che desidera potenziare il proprio business online, trovando soluzioni per automatizzare i processi e le attività, utilizzando strategie di web marketing e piattaforme che dialogano tra loro in automatico. Questo libro illustra la Marketing Automation per tutte le azioni di marketing e analizza tutti gli strumenti attualmente a disposizione di manager, imprenditori e PMI per semplificare e rendere più produttiva ogni attività online.

Imparare dall'emergenza di oggi per saper affrontare quelle che inevitabilmente arriveranno. L'esperienza della pandemia covid-19 deve insegnare ad adottare strutture di impresa e modelli organizzativi flessibili e resilienti, in grado di adattarli all'emergenza e non di subirla. Una strategia che, se ben messa a terra, estenderà il suo scudo di protezione anche contro le prossime, inevitabili epidemie che dovremo fronteggiare.

1065.22

Stiamo vivendo una grande rivoluzione imprenditoriale. Le persone e le cose sono sempre più connesse online e offline. Le identità fisiche coincidono con le identità digitali e i consumatori si aspettano di trovare beni e servizi in ogni punto di contatto si possa avere con le aziende. Essere presenti online non è più solo una necessità, ma la condizione per esistere come impresa. Il commercio del futuro è fatto di presenza online, di acquisti via mobile, di esperienza del consumatore e di nuovi modelli di business. Da qui la necessità di costruire un e-commerce che venda: quali sono gli investimenti necessari, gli errori da evitare e le strategie da adottare per rendere profittevole il nuovo canale web prima dei propri competitor. Nell'era del "social-commerce e del mobile-commerce", il negozio online non è solo un ulteriore punto vendita, ma diventa la piattaforma attraverso la quale coordinare tutta la presenza online dell'azienda.

100.841

100.471

Un libro che raccoglie suggerimenti basati su anni di esperienza pratica in progetti reali, che permetteranno ai lettori di costruirsi una personale e perfetta strategia di eCommerce. Si stima che entro il 2020 il fatturato mondiale dell'eCommerce raggiungerà i 4000 miliardi di dollari, il 15% delle vendite globali. Nel pieno della rivoluzione digitale, i cambiamenti sono così repentini da rendere essenziale l'aggiornamento costante per mantenere la competitività sul mercato. Come creare allora un progetto di eCommerce che funzioni davvero? Come scegliere i consulenti o gli interlocutori giusti? Come costruire un valido team di web marketing ottimizzando le risorse? Questo libro offre una risposta a queste e ad altre domande, e presenta uno scenario completo sugli aspetti che possono decretare il successo di un progetto di vendita online.

Conoscere i fondamenti dell'e-commerce - Acquisire gli strumenti di vendita più efficaci - Creare una strategia marketing vincente. Raggiungere il successo online non è semplice, ma nemmeno impossibile. Quando si parla di e-commerce, in particolare, non basta avere esperienza nel commercio offline, ma occorre conoscere le specifiche dinamiche che intervengono nel digitale. Questo libro ti accompagnerà in un interessante viaggio alla scoperta del mondo e-commerce, partendo dai concetti base fino ad arrivare a scoprire tutti i segreti della vendita online.

100.800

Circa 10 anni fa il mondo del lavoro è stato invaso da una nuova epidemia che colpiva tutti i responsabili marketing e creativi delle aziende. L'epidemia si chiamava: web marketing manager! Qualsiasi preparazione precedente veniva cancellata per esaltare questo nuovo approccio. Tutti diventavano magicamente esperti e si vendevano come guru, specialist, fondatori di metodi innovativi. Ma le competenze e le qualità richieste dove venivano apprese? Il fai da te del web marketing è iniziato così: selvaggiamente. Ancor oggi viviamo di questo pressappochismo che porta le aziende a non fidarsi più dei professionisti del settore e a diffidare degli esperti last minute. Web Marketing Manager & Digital Strategist è il primo manuale italiano, scritto da docenti universitari che sono anche professionisti del mondo web, che delinea le competenze e le professionalità richieste alle figure di web marketing manager & digital strategist. L'esperienza e l'alta preparazione dell'autore e dei contributori, l'assiduo contatto con le grandi aziende italiane hanno portato alla nascita di questa bibbia delle nuove professioni web. Nel volume troverai tutte le competenze e abilità richieste a queste figure professionali, e le modalità di formazione e di conoscenze necessarie per specializzarsi in questo settore e ottenere successo.

La globalizzazione dei mercati, la diffusione delle nuove tecnologie, ecc., stanno modificando il contesto competitivo in cui operano le Pmi. Principale ostacolo al loro sviluppo è la mancanza di una "cultura quantitativa d'impresa", che impedisce loro di avvantaggiarsi delle moderne metodologie e tecnologie, abilitanti l'innovazione e la competitiva aziendale. L'opera, che colma questa lacuna, ha la seguente struttura: Parte I - Innovazione, Digitale e Industria 4.0 Parte II - Competitività e Crm Parte III - Strategia di internazionalizzazione Parte IV - Pianificazione strategica e budgeting. AMEDEO DE LUCA, Data scientist, è uno dei massimi esperti e studiosi di analisi dei dati di mercato/marketing operanti in Italia.

Una guida pratica per organizzare al meglio le tue attività di web marketing La gestione delle diverse attività di web marketing richiede metodo e disciplina ed è fondamentale sapere coordinare le diverse strategie e i diversi strumenti a disposizione. Questo manuale spiega esattamente qual è il ruolo di ciascuno strumento all'interno di una strategia che porti risultati concreti per la tua attività. Strategia che cambia in base al tuo modello di business, alla situazione attuale della tua azienda (online e offline), al processo

d'acquisto del tuo cliente tipo e ai tuoi obiettivi specifici. Ecco perché questo è un ebook da usare come un vero strumento di lavoro: grazie alla semplicità di linguaggio utilizzato dall'autrice, qui trovi sintetizzati concetti molto complessi e vengono illustrate strategie specifiche e di successo. Nella prima parte del libro si affronta la fase di startup tecnica di un progetto di web marketing. Partendo dall'analisi delle informazioni, si indica come stabilire i giusti obiettivi e la definizione del target di riferimento in relazione anche ai competitor. La seconda parte si concentra sulle scelte delle principali piattaforme di Inbound Marketing: dai CMS (Content Management System) per la gestione del sito web, vero fulcro delle attività di web marketing (in special modo per la SEO) fino alla scelta della piattaforma per l'e-commerce, se si vuole vendere direttamente online. La terza parte è dedicata all'operatività: come aumentare la propria Brand Awareness, ottenere nuovi contatti utilizzando Google Adwords e Facebook ADS, utilizzare campagne di email marketing e tracciare tutti i risultati attraverso la Web Analysis. L'ebook termina affrontando un aspetto di primaria importanza e spesso trascurato: le tutele e i vincoli legali online. Contenuti dell'ebook in sintesi . Startup di un progetto di web marketing: analisi preliminari, definizioni degli obiettivi, strumenti pratici . Startup Strategica e Startup Tecnica (Audit SEO) . Come scegliere la piattaforma giusta . La scelta del CSM . Dentro il progetto: Brand Awareness, Ecommerce, Lead Generation . Tutele e web Perché leggere questo ebook . Per conoscere e imparare a usare gli strumenti del web efficacemente . Per definire e costruire la migliore strategia di web marketing per te e il tuo business . Per usare gli strumenti del web e i social in modo strategico per i tuoi specifici obiettivi . Per promuovere il tuo brand in qualunque settore e con qualunque budget L'ebook si rivolge . A privati, a chi ha un'attività, a imprenditori e ai liberi professionisti che vogliono improntare una efficace strategia attraverso gli strumenti di web marketing . Ai professionisti della comunicazione e direttori di marketing . Agli studenti di comunicazione e agli appassionati del web . Ai formatori e docenti di comunicazione, per utilizzare esempi pratici una guida utile e aggiornata da utilizzare nei loro workshop e corsi p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} p.p2 {margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'; min-height: 16.0px} p.p3 {margin: 0.0px 0.0px 3.6px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} p.p4 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'; min-height: 16.0px} p.p5 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} p.p6 {margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} span.s1 {letter-spacing: 0.0px} Now in its second edition, this updated text explores the contemporary trends in retail and channel marketing. Disentangling the complexity of channel marketing issues, it offers a systematic overview of the key concepts and intricacies of the subject and provides a holistic approach to retail and channel marketing.

100.790

1065.48

1065.28

e-Commerce è un manuale pratico, utile per affrontare le fasi che portano all'apertura di un negozio online e al conseguente periodo di avviamento. Una guida completa che racconta di strategie, opinioni, errori evitabili ed esperienze di successo; legata tanto al metodo quanto agli strumenti. Ecco perché i suoi contenuti vi saranno utili sia come guida nella fase di progettazione del sito sia come reference nella fase di gestione. Il testo illustra tutti i passaggi obbligati per chi desidera aprire un negozio online: dall'idea all'analisi, dal prodotto alla concorrenza, dalla realizzazione all'ottimizzazione, dagli aspetti legali a quelli di gestione. Ma è anche una vera guida pratica che aiuta a risolvere le problematiche nel singolo progetto, basandosi sull'analisi di shop di successo, sull'esperienza di chi fa e-Commerce da anni e sulla valutazione delle scelte che poi, a seconda dei casi, si rivelano profittevoli o inconcludenti. Tra i contenuti oltre 250 immagini, screenshot e grafici, 470 link, 30 tabelle, 170 note, 12 interviste a esperti, 14 contributi da merchant e professionisti, casi studio ed esempi reali con lo scopo di ispirare e rendere la lettura il più possibile varia e piacevole.

366.123

Completamente rivisto rispetto alla prima edizione, il testo è stato pensato e scritto per gli imprenditori, gli esperti di marketing e gli sviluppatori che desiderano avviare, gestire e progettare un e-commerce di successo. Tratta con precisione e dettaglio ogni singolo aspetto della filiera del commercio elettronico, dalla validazione dell'idea al modello di business (dropshipping, marketplace, subscribe ecc.), dal team agli strumenti necessari, dal Business Plan al piano di marketing, dalla definizione del prezzo agli indici di performance (KPI), dall'imballaggio alla spedizione, dalla gestione dei resi alle tecniche per incrementare le vendite, dagli aspetti fiscali (SCIA, VIES e IVA) a quelli legali (condizioni di vendita, privacy, cookie e ODR). Sono presenti estratti di codici di programmazione, script, approfondimenti sulle strategie adottate da Amazon, eBay, YOOX e Zalando nonché indicazioni tecniche per le piattaforme Magento, PrestaShop e WooCommerce. Sul sito ecommerce-vincente.it sono disponibili approfondimenti e aggiornamenti per i lettori.

100.755

100.719

1066.4

Il mondo del web è oggi invaso da Ecommerce di ogni tipologia e dimensione, la maggior parte dei quali è stato creato senza una strategia adeguata né obiettivi misurabili. Il risultato? Meno dell'1% degli Ecommerce del pianeta genera oltre il 35% del fatturato totale sul web, mentre oltre il 50% deve dividersi appena il 3% dei ricavi. Come creare allora un progetto di Ecommerce che funzioni davvero? Come scegliere i consulenti o gli interlocutori giusti? Come costruire un valido team di web marketing ottimizzando le

risorse? Questo libro offre una risposta a queste e ad altre domande, e presenta uno scenario completo sugli aspetti che possono decretare il successo di un progetto di vendita online. Il compagno di viaggio di ogni persona convinta che l'Ecommerce possa diventare il lavoro della vita o di ogni azienda che voglia aumentare le vendite ed espandere i propri orizzonti.

A fronte dell'importanza crescente che le vendite rivestono oggi in ogni settore, anche in ambito commerciale innovazione e metodo si rivelano fattori critici di successo, soprattutto quando si tratti di aumentare la capacità delle organizzazioni di vendita nel gestire la complessità di aziende e mercati. I manager che vogliono eccellere devono rafforzare le proprie competenze e investire sulla propria professionalità. Alle vendite è infatti chiesto di essere sempre meno arte e sempre più scienza: al talento naturale e alla de-strutturazione tipicamente associati al successo nei ruoli commerciali, si affianca progressivamente l'esigenza di solide fondamenta metodologiche che permettano di sviluppare una visione strategica e di tradurla in una programmazione più efficace e in un più attento controllo delle attività. Sulla base di una ventennale esperienza come ricercatori, formatori e consulenti d'impresa sui temi di gestione delle vendite, gli autori propongono un modello di sales management che consente di strutturare in modo logico e sintetico i più rilevanti concetti e strumenti necessari per organizzare e gestire professionalmente i processi di vendita e le risorse che li animano. Sostenuto da un forte rigore metodologico, robusto nelle argomentazioni e attento a fornire indicazioni manageriali concrete, il libro propone numerosi esempi e casi aziendali di successo.

This book constitutes the thoroughly refereed proceedings of the 15th Italian Research Conference on Digital Libraries, IRCDL 2019, held in Pisa, Italy, in January/February 2019. The 22 full papers and 5 short papers presented were carefully selected from 42 submissions. The papers are organized in topical sections on information retrieval, digital libraries and archives, information integration, open science, and data mining.

Il testo è una guida operativa per orientarsi nel panorama del digital marketing, ovvero il nuovo marketing. A tale scopo, i primi capitoli presentano le sfide che le aziende devono affrontare per attrarre un consumatore radicalmente cambiato attorno al mondo dei social media, dei dispositivi mobili e del cloud computing. I capitoli successivi, attraverso la metafora del Customer Journey, indagano i diversi punti di contatto tra l'azienda e i suoi consumatori, esplicitando le azioni possibili, le metriche e gli indicatori necessari per la valutazione. Vengono quindi presentati diversi casi, pratici e reali, dove alcune tra le più importanti aziende italiane o internazionali presenti in Italia hanno raccolto la sfida digitale, con quali mezzi l'hanno affrontata finora e quale sia stato il ritorno dell'investimento. Il testo si conclude con la presentazione delle nuove sfide organizzative e culturali che il Digital ROI impone oggi agli imprenditori.

[Copyright: 88e626605607c985da71bf2ad7d71f80](https://www.pdfdrive.com/e-commerce-marketing-vendite-strumenti-e-strategie-per-vendere-online-p123456789.html)