



REVAB

Reuse and Valorisation of Agricultural Building
through training based on real experiences

MODULO 4

Pianificare un progetto per il riutilizzo e la valorizzazione degli edifici:
Come promuovere un progetto per il riutilizzo e la valorizzazione



Con il sostegno del
Programma Erasmus+
dell'Unione europea

Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Progetto n°: 2015-1-BE01-KA202-013183

OBIETTIVI


Attraverso questo modulo, gli studenti devono acquisire le basi per comunicare e promuovere al meglio il progetto. La comunicazione è un fattore chiave nel successo dell'impresa, specialmente nelle aree rurali.

Questo fornisce gli strumenti di base e i fondamenti per realizzare una mirata strategia di comunicazione.





INDICE

1. Introduzione
 2. Obiettivi
 3. Target
 4. Incanalare le scelte
 5. Integrazione
 6. Valutazione
- 



1. Introduzione



Lo scopo di questo modulo è presentare i primi passi per promuovere il vostro progetto. Si può sempre fare di più e migliorare la propria azienda. Per iniziare è necessario prevedere tre cose:

Definire il proprio marchio

Pianificare la propria strategia di comunicazione

Metterla in atto e valutarne l'efficacia

Avete già avuto modo di individuare alcuni elementi del vostro business plan nei precedenti moduli. Ora bisogna riconsiderarli per essere certi di avere una buona strategia di marketing a supporto del vostro progetto, e adeguati strumenti per portarla avanti.



COME RACCONTARE LA PROPRIA STORIA

Nella promozione del vostro progetto, dovete mettere al centro fin dall'inizio l'esigenza di essere all'avanguardia. Potete avere il miglior progetto, servizio o prodotto, ma se non arriva al cliente, non serve a niente!

Leggendo i casi di studio, non dimenticate di prendere nota delle diverse idee che vi verranno in mente. Prendete tempo per imparare come questi progetti hanno programmato la loro attività di promozione e comunicazione, e come lo stanno portando avanti.

Questo è il modo migliore di apprendere dagli esempi migliori ma anche di evitare errori!



2. Obiettivi



PIANO DI MARKETING

La definizione di un marchio, le attività marketing e comunicazione devono essere parte del business plan sin dall'inizio. Quindi nella sua stesura, assicuratevi che sia inclusa la pianificazione del marketing.

La vostra clientela è già stata identificata durante l'elaborazione del business plan. Nella vostra strategia di comunicazione dovrete focalizzarvi su questo gruppo.

Avrete anche bisogno di definire i vostri obiettivi, basati sui target del vostro piano. Teoricamente, dovete selezionare un numero di metri rilevanti, chiamati Indicatori Chiave di Prestazione (KPI).

Ad esempio:

- Quanti visitatori avrà il vostro sito web,
- Quanti follower vi prefiggete di avere sui social network.

Questi indicatori vi aiuteranno a rimanere in linea con i vostri obiettivi e a muovervi di conseguenza.



2. Obiettivi



STRATEGIA DI MARKETING



PERCHÉ VOI?

Come vi ponete
per differenziarvi
dalla concorrenza?



Qual è il vostro
target di mercato?



Budget

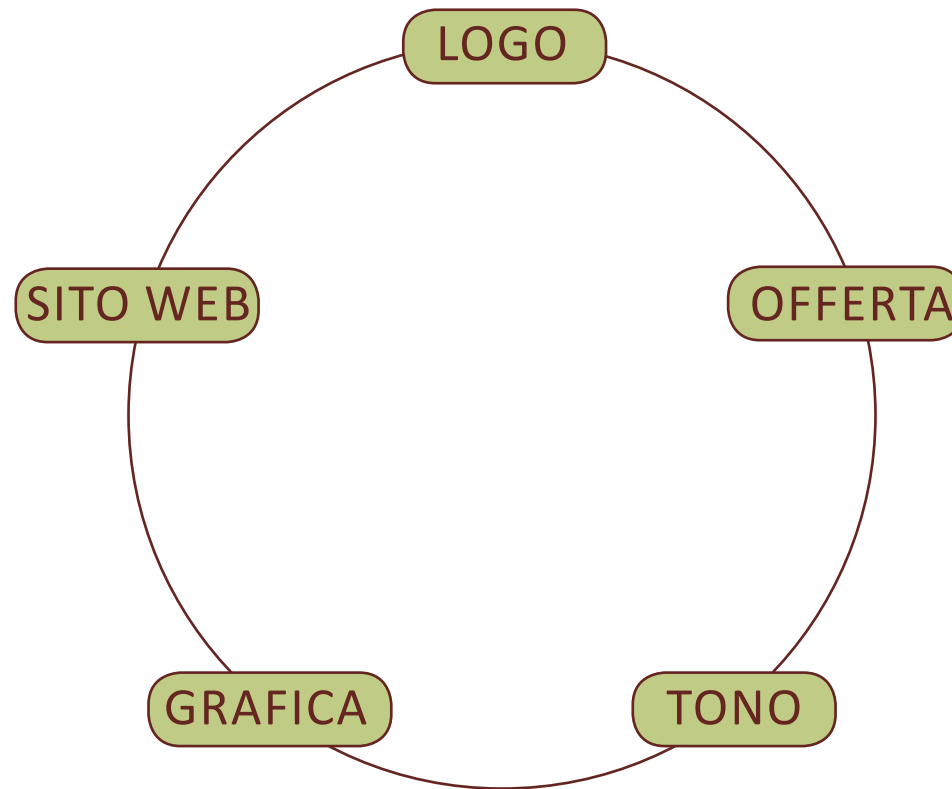




3. Il target



IMMAGINE IDENTIFICATIVA





3. Il target



PROGETTARE IL MARKETING





3. Il target

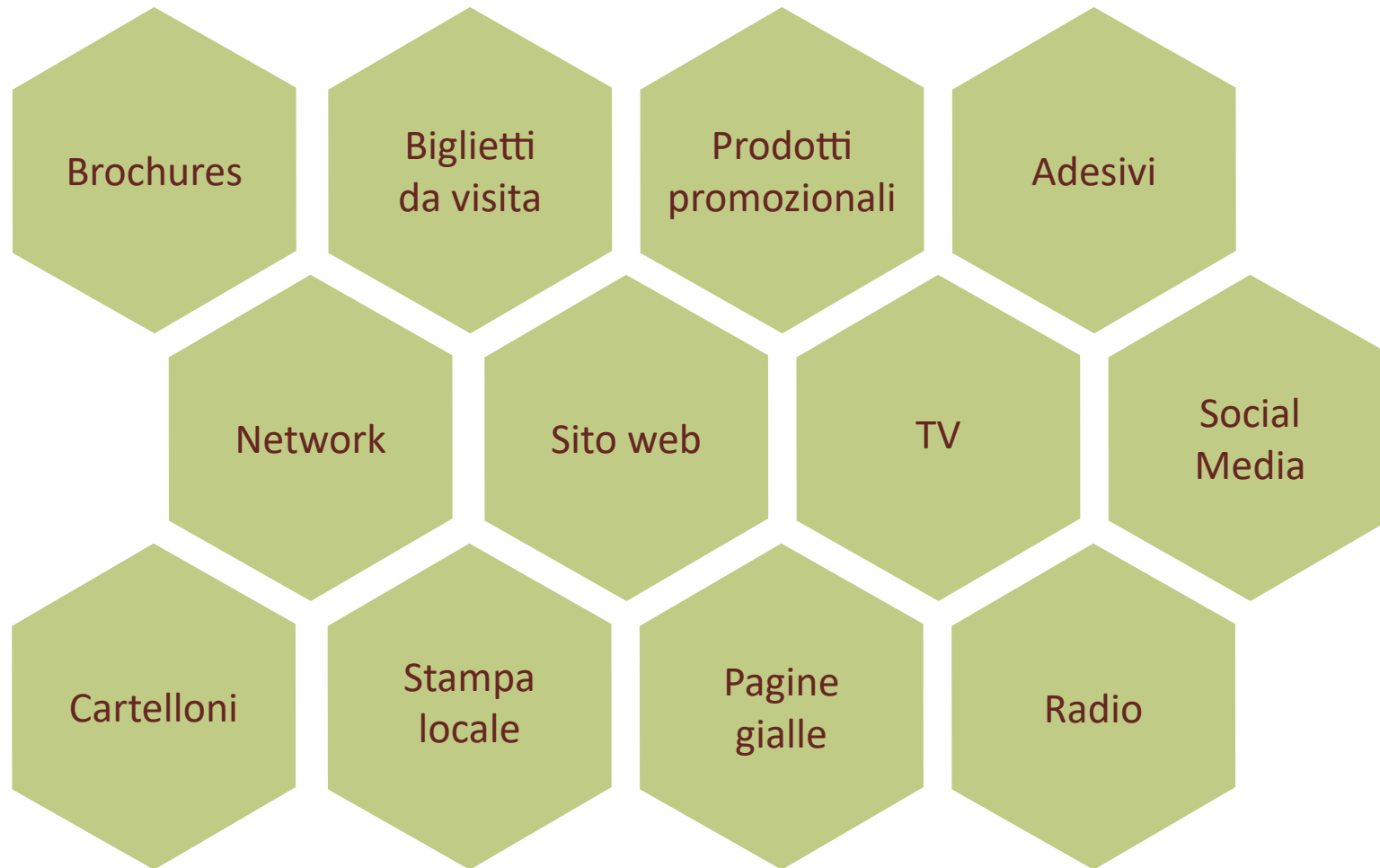


INDICE

1. Aggiornate o create un piano di marketing.
2. Rivedete o iniziate la vostra ricerca di marketing.
3. Coordinate un focus group.
4. Sviluppate una proposta di vendita unica (USP).
5. Affinate il vostro target e la nicchia di riferimento.
6. Diffondete il vostro prodotto e l'offerta di servizi.
7. Pianificate il vostro budget.



4. La scelta di diversi canali





4. La scelta di diversi canali



SITO WEB

- Ora ci sono molti nuovi strumenti per creare e gestire un sito web come Wordpress;
- Proteggi il nome del tuo sito web;
- Poni attenzione all'ottimizzazione del motore di ricerca – il tuo progetto deve comparire in cima ai risultati della ricerca;
- È importante che il sito sia facile da usare sia per voi che per il pubblico;
- Includi i link ai tuoi profili social;
- Non dimenticare di inserire i dettagli per i contatti;
- Le informazioni devono essere presentate in ordine di importanza;
- Prestate attenzione all'adattamento a computer, smartphone e/o tablet;
- I titoli devono essere piccoli, accattivanti e chiari;
- Potete aggiungere una mappa, il materiale visivo è molto importante e utile;
- Accertatevi di avere il copyright di tutte le immagini utilizzate;
- Realizzate dei video – hanno funzione di intrattenimento e sono un buon modo per presentare ed illustrare un prodotto.



4. La scelta di diversi canali



SITO WEB

- Guardate i tutorial gratuiti su youtube per apprendere come ottimizzare la vostra comunicazione on line;
- Scegliete indicatori significativi (es. numero di visitatori, tempo di connessione al sito) ed installate un programma gratuito per misurare le performances del vostro sito, ad esempio “like google Analytics”;
- Qualora appaia la segnalazione “404 ERROR” (quando la pagina non è attiva) – inserite il numero telefonico della persona di contatto.

Fate un test con amici e familiari per individuare eventuali problemi prima di attivare il link!

Ricordate

Aggiornate il sito regolarmente!
Non abbiate timore nel chiedere l'aiuto di un professionista



4. La scelta di diversi canali



SOCIAL MEDIA

Attualmente i social media sono elemento essenziale del marketing e vi permettono di raggiungere un pubblico ampio a costi minimi, se comparato alla pubblicità tradizionale.

Preoccupatevi di evitare una routine nella strategia per i social media, ma mantenete un messaggio e un profilo coerenti.

Cercate di ricevere feedback da parte dei clienti, e osservate con attenzione le loro reazioni. al loro comportamento. Impostate le vostre azioni sui loro interessi.

L'utilizzo dei social media per la promozione del vostro progetto implica una costante comunicazione. Assicuratevi che essa mantenga vivo l'interesse e non sia noiosa o banale.





4. La scelta di diversi canali



SOCIAL MEDIA

I contenuti su Facebook e Twitter tendono ad essere superati velocemente, per cui è importante aggiornare i post regolarmente. In altre piattaforme come LinkedIn e Instagram i contenuti non subiscono cambiamenti così rapidi, e pertanto non è necessario pubblicare post con la stessa frequenza. Indipendentemente dalle piattaforme utilizzate, la chiave è la ricchezza dei contenuti. Non c'è niente di peggio che un blog che non sia stato aggiornato da sei mesi.

La qualità è un altro elemento importante. Pensate al contenuto che mettete in condivisione e accertatevi che sia interessante per il vostro target commerciale.

Potete anche “dialogare” con altri account attraverso le funzioni “mi piace”, “condividi”, “retweet”, a seconda delle differenti piattaforme. In questo modo, non dovete necessariamente aggiornare continuamente i vostri contenuti, ma potete rimanere comunque attivi sui social media.

Dovete aggiornarli regolarmente

Non abbiate timore di chiedere a un professionista di aiutarvi!

Non dimenticate di porre i vostri Indicatori Chiave di Prestazione per ogni canale



4. La scelta di diversi canali



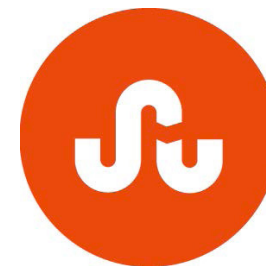
ULTERIORI STRUMENTI PER IL MARKETING ONLINE

Marketing tramite email:

- Crea la tua mailing list;
- Periodiche campagne dirette via mail utilizzando programmi come MailChimp o Campaign Monitor;
- Un modo per promuovere offerte speciali, voucher, incentivi;
- Un modo per curare le relazioni anche con la clientela esistente

Social Bookmarking:

Marketing con contenuto di probabile condivisione ed interesse; es. “Reddit” o “Stumbleupon”.





4. La scelta di diversi canali



COSTRUIRE RELAZIONI

- Costruite i vostri Contatti personali
- Prendere parte alle conferenze
- Fare la conoscenza di altri imprenditori e delle autorità locali
- Iscriverti alla camera del commercio locale o altre organizzazioni
- Prendere parte a eventi locali/fiere ecc...



Di norma è sempre meglio intraprendere azioni sostenibili, sia finanziariamente che a livello di risorse:

Meglio un limitato numero di iniziative gestite in maniera proficua piuttosto che dedicare poco tempo a troppi eventi.

Ricordatevi che i contenuti e l'affidabilità sono molto importanti.



5. Integrazione



- Assicuratevi che tutti gli obiettivi del business plan siano nella strategia di marketing e nel progetto.
- Individuate le persone in grado di diffondere il vostro messaggio, o i vostri amici e la vostra famiglia come vostri “**Ambasciatori del Marchio**”.
- **Siate preparati a ricevere commenti e feedback negativi** sul vostro progetto, ed abbiate le risposte pronte.
- La miglior pubblicità per il vostro progetto è la “**buona parola**”. Trattate bene i vostri clienti consumatori, affinché essi parlino del vostro progetto nel loro circuito di relazioni.





6. Valutazione



CI AUGURIAMO CHE IL VOSTRO PROGETTO ABBIA SUCCESSO!

