Rassegna stampa
18 ottobre 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

Marketing digitale? Tutti lo vogliono

Il confronto. Tema chiave per i negozianti, la parola al direttore generale di Confcommercio Lecco, Alberto Riva
«Sensibilità crescente tra gli associati, noi privilegiamo la formazione sull'uso professionale dei social media»

LECCO
MARIA G. DELLA VECCHIA

Cogliere le opportunità fornite dal digital marketing adottando le strategie più consone per arrivare ad acquisire nuovi clienti in un mercato che sta cambiando a ritmi sostenuti.

Proprio a partire da questa convinzione e nell'ottica di porsi a fianco delle imprese associate, Confcommercio Lecco ha organizzato lunedì scorso, nella sede di piazza Garibaldi, il convegno "Innovazione digitale nel commercio, turismo e servizi: crescita, opportunità e sviluppo".

Di attività del commercio, grandi e piccole, e di investimenti nel digitale parliamo con il direttore generale di Confcommercio Lecco, Alberto Riva.

Tra le imprese associate quanta sensibilità c'è sull'utilizzo delle nuove tecnologie?
Di fatto la sensibilità c'è ed è crescente. Il nostro spettro di associate è molto ampio, include piccole attività ma anche imprese più grandi e strutturate, come sono ad esempio le concessionarie di auto, oppure le aziende legate ai servizi per l'industria manifatturiera. Tuttavia anche le piccole imprese stanno via via sempre più capendo che andare sul digitale è estremamente utile, alcune attività anche piccole lo stanno facendo con risultati positivi. Senza arrivare all'e-commerce che comporterebbe aprire una sezione di vendita in più da seguire con la stessa attenzione che si dedica al negozio, le nostre imprese stanno capendo che utilizzando il digitale,

Alberto Riva, Confcommercio

quindi profilando i propri clienti creando delle mailing list, si dà il via a un'attività fondamentale che consente di avvisare magari sui saldi o sulle promozioni, dando vantaggi pur senza arrivare alle card della grande distribuzione. Per cui sempre di più grazie anche all'azione di sensibilizzazione che stiamo facendo la tendenza è in crescita. Noi abbiamo iniziato a erogare corsi sul digitale da almeno 15 anni e questo impegno sta dando frutti molto positivi.

Le aziende sono disposte a spendere per investire nel digitale?
Si tratta spesso di fare post personalizzati magari sui social. È chiaro che postare messaggi targettizzati di settore aumenti il numero di contatti e di entrata in negozio reali sono più performanti di altre attività promozionali. Quindi è evidente che se uno si approccia al digitale con i nostri docenti capisce che qualcosa deve investire, e investono. Quelli sul digitale mediamente non sono costi particolarmente esorbitanti e sono quindi anche accessibili alle piccole attività.

> «Investimenti? I costi non esorbitanti sono accessibili alle piccole realtà»

Negli anni com'è cresciuta la partecipazione ai corsi?
L'attenzione è sempre cresciuta ma è evidente che sul digitale c'è una concorrenza incredibile. Noi privilegiamo la formazione sull'uso professionale dei social media, anche se fra i nostri corsi ci sono anche quelli base sul digitale. Raccogliamo sempre adesione proprio perché anche i piccoli hanno capito l'importanza del digitale. Il convegno è stato molto positivo, l'interesse è stato grande come hanno dimostrato le domande molto pertinenti che sono emerse dai partecipanti. Non dimentichiamo che ad interessarsi del digitale nelle attività del commercio ci sono le nuove generazioni, quindi in ognuna delle nostre attività a gestione famigliare si trova sempre un giovane che utilizzando con facilità le varie possibilità diffonde in famiglia una certa attitudine. Al nostro convegno erano presenti sia i senior che i giovani e le domande interessanti sono arrivate da entrambi. Sono lontani i tempi in cui i commercianti identificavano il digitale solo con Amazon, quindi con un certo tipo di concorrenza. Oggi hanno capito che l'uso professionale garantisce anche a loro risultati che altrimenti non avrebbero.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Confcommercio Lecco ha organizzato il convegno "Innovazione digitale nel commercio, turismo e servizi"

Video sui canali giusti Un aiuto per il business

Un incontro voluto per "fornire un aiuto concreto per aiutare il vostro business": lo ha detto Chiara Silverij, responsabile dell'Ufficio Formazione di Confcommercio Lecco, in apertura del convegno sull'innovazione digitale organizzato dall'associazione il 9 ottobre a cui hanno partecipato i consulenti di Adv Riccardo Sala (Digital Marketing Manager) e Andrea Giammaria (Search Engine Marketing Specialist). «Per impostare al meglio il digital marketing occorre una strategia di vendita chiara - ha detto Sala - Oggi è riduttivo parlare di multicanalità, perchè le imprese devono affrontare l'omnichannel, ovvero un piano strutturato con i vari canali di vendita interconnessi e integrati». Fra l'altro Sala ha spiegato che «per arrivare al processo di acquisto occorre porsi tre obiettivi: di business (in termini di volume di affari), di marketing (cerco di parametrizzare, di capire i canali e il tipo di prodotti oltre che la loro visibilità e rilevanza) e di comunicazione (come faccio a "tradurre" il marketing in vendita). La vera domanda da porsi è: quanto sei disposto a spendere per ottenere un cliente?». Tra gli aspetti affrontati anche quello relativo all'utilizzo di canali audio e video: «Sono uno strumento prezioso: catturano l'attenzione; coinvolgono gli spettatori; attirano più traffico verso i siti web; migliorano il ricordo del marchio». Al termine è stato dato spazio alle domande e alle richieste dei commercianti presenti in sala. **M.Del.**