



# STRATEGIE ONLINE

per

# AZIENDE

# FISICHE!

WEBINAR



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**STRATEGIE ONLINE**  
per  
**AZIENDE FISICHE!**  
WEBINAR

**Attira, Coinvolgi e Fidelizza  
i Clienti! Le Strategie  
Online che aumentano il  
tuo Fatturato e  
trasformano la tua Azienda  
Locale in un punto di  
riferimento!**

## **COSA VEDREMO OGGI:**

- 1) Perché l'Online funziona meglio per le Aziende fisiche?**
- 2) Gli strumenti online per attirare Clienti locali**
- 3) 3 Tecniche per massimizzare il Fatturato su ogni Cliente**
- 4) Come far crescere la tua Azienda fisica: integrare Online e Offline!**

**» Domande e Risposte «**

## **»» Domande e Risposte ««**

- 1 - Scrivi qui in chat**
- 2 - Invia un messaggio sui Social**
- 3 - Compila il form anonimo su [www.isartidelweb.it](http://www.isartidelweb.it)**

# **Per chi è questo Webinar?**

**Per quelle aziende che hanno:**

**1 - una sede fisica**

**2 - una clientela geolocalizzata**

**CASO 1 - hai una sede fisica in cui  
accogli i clienti**

**CASO 2 - hai dei tecnici che vanno a  
fare il servizio dal cliente**



# Enrico Cecchini



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Umberto  
Masiello**



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**

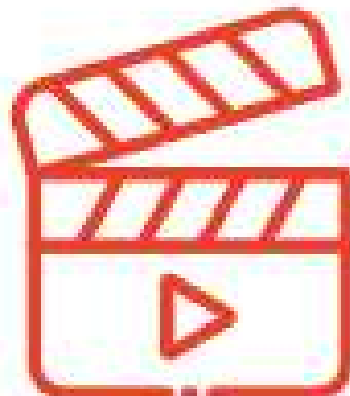


**I Sartì del Web sono  
un'Agenzia di  
Comunicazione  
Specializzata in Strategie  
cucite su Misura!**

# **Materiale gratuito**



Articoli



Video



Podcast

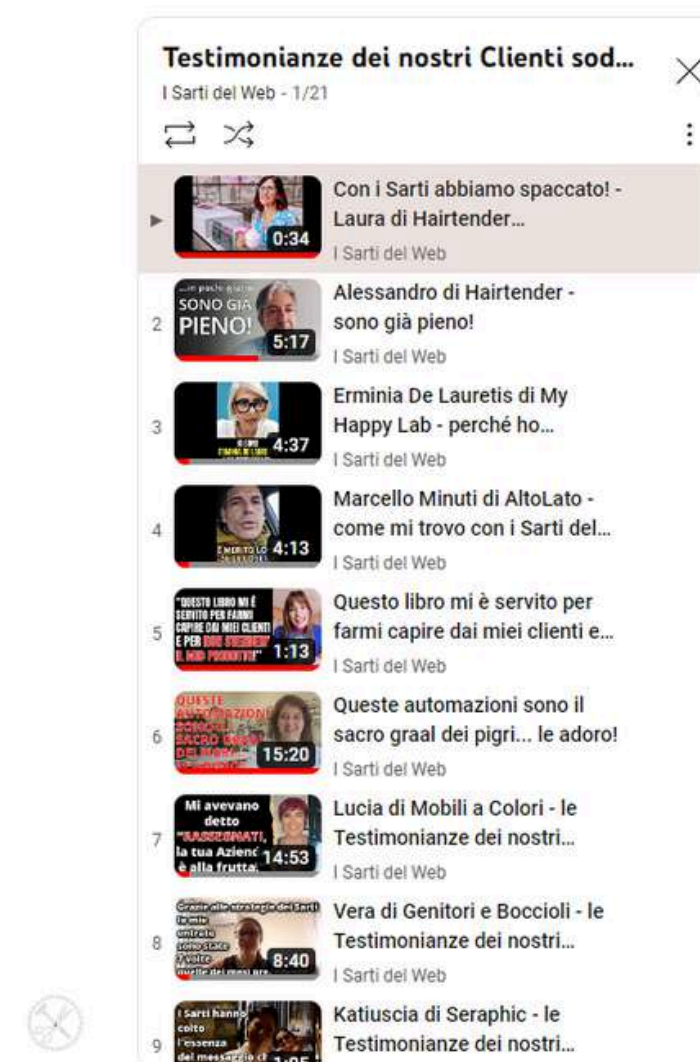
Su [www.isartidelweb.it](http://www.isartidelweb.it)

**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Dove operiamo: edilizia,  
avvocati, dentisti,  
immobiliare, cibo,  
estetica, editoria,  
gioielli, abbigliamento,  
consulenza, packaging,  
viaggi, trasporti etc**

# Strategie Online per Aziende Fisiche!



Trovi le testimonianze dei nostri clienti su  
[www.isartidelweb.it/testimonianze](http://www.isartidelweb.it/testimonianze)

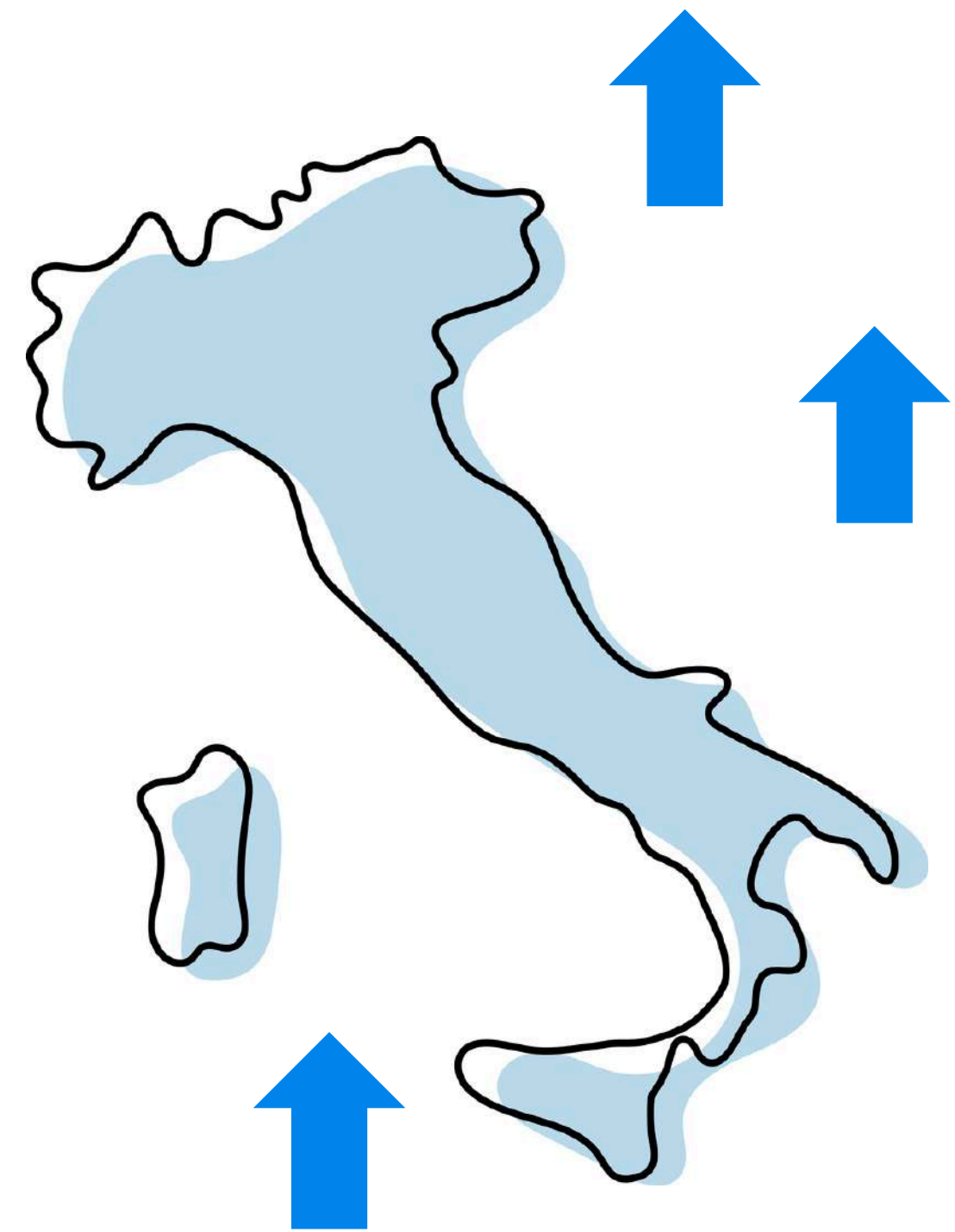
**Perché** abbiamo organizzato questo Webinar?

**Perché il mercato è cambiato profondamente e le strategie utili sino a due o tre anni fa, oggi non funzionano più**



## Strategie Online per Aziende Fisiche!

In Italia un'azienda che **vuole crescere** ha un bisogno continuo e costante di **nuovi clienti e fatturato** per **auto finanziare** il proprio sviluppo

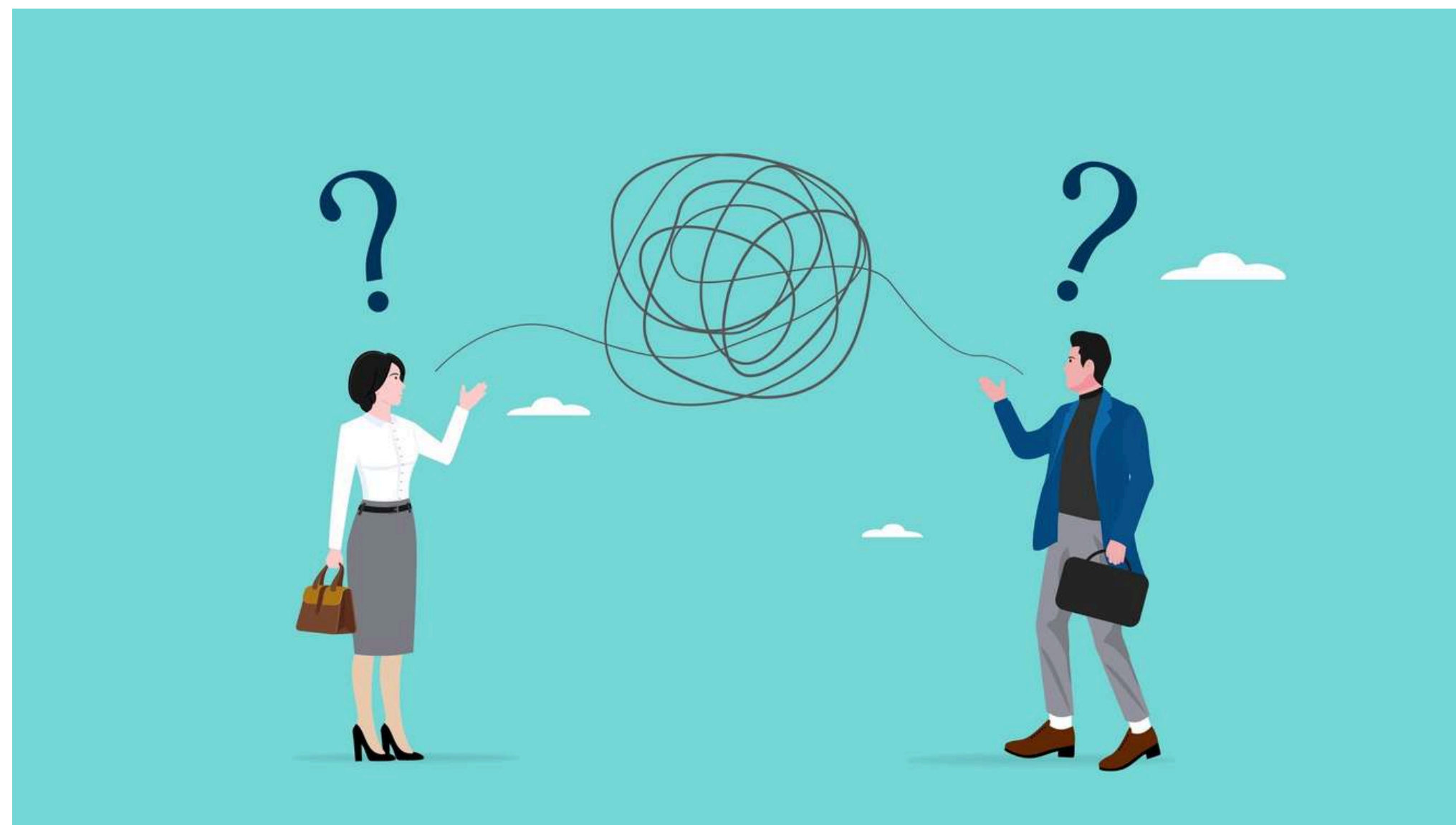


**SARTI**  
del web

## **PUNTO 1**

**» Perché l'Online funziona meglio per le Aziende fisiche?**

**C'è un grosso **equivoco** nella mente degli italiani quando si parla di internet...**



# Perché la Comunicazione Online **funziona meglio** per le Aziende fisiche?

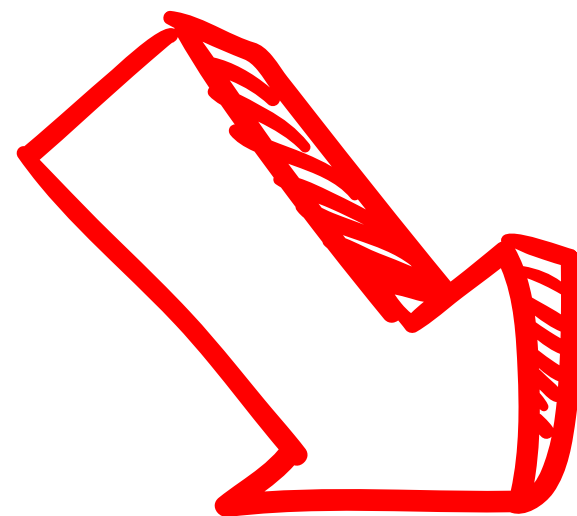
## 1 - **Minore** Competizione

La prima azienda che ci viene  
in mente quando parliamo di  
**vendita Online?**

**amazon**

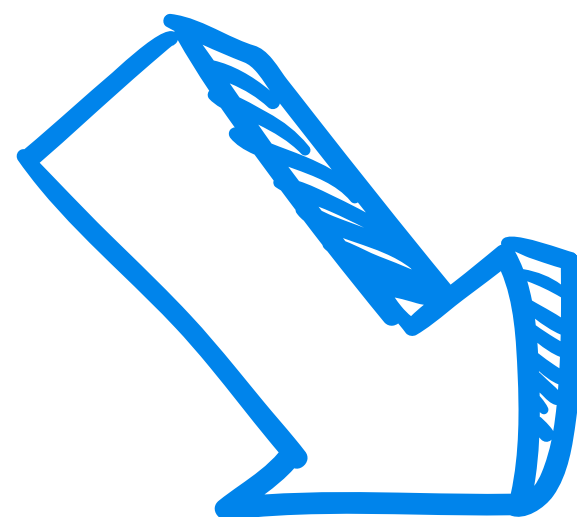
The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a bold, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'n', pointing to the right.

Una **Azienda Digitale**, grande o piccola che sia, nasce e vive online sin dal suo primo istante



Le Aziende Digitali sono in **continua competizione** sul web

Una **Azienda Fisica** nasce offline e non sa usare internet



La maggior parte di queste imprese **non usa** (o lo fa male)  
gli strumenti online!

**RISULTATO:** la stragrande maggioranza delle imprese fisiche **non attira clienti online** (dove c'è meno concorrenza) e rimane solo offline (dove la **competizione è serratissima**)



# Perché la Comunicazione Online **funziona meglio** per le Aziende fisiche?

## 2 - Conversione più **Rapida**

### PER VENDERE DEVI:

- 1 - attirare l'attenzione
- 2 - dare un motivo valido per scegliere te e non la concorrenza
- 3 - costruire fiducia
- 4 - spingere il Cliente a fare una "prova"



**Che tu abbia  
un'azienda digitale  
o fisica, questi due  
passaggi richiedono  
lo stesso sforzo**

- 1 - attirare l'attenzione**
- 2 - dare un motivo valido per scegliere te e non la concorrenza**

3 - costruire fiducia  
4 - spingere il Cliente a fare una  
"prova"

**Per un'Azienda  
Digitale, questi  
passaggi sono molto  
più complessi!**

**Per una persona è molto  
più “naturale” fidarsi e  
provare un’Azienda Fisica**



**Ovviamente non basta comunicare a caso!  
Così facendo vai a **confonderti** nella marea delle  
imprese che usano male gli strumenti online**

**Devi concentrarti sul tuo 1%  
che **aumenta le vendite:****

- 1 - differenziante
- 2 - rilevante
- 3 - chiaro

# CASO STUDIO

## Identità Differente



Salone di parrucchieri **PIENI** sino a metà gennaio!

**Quale strategia è in grado di portarti fiumi di clienti paganti?**



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Parliamone in una  
Consulenza su Misura!**



**[www.isartidelweb.it/tutor](http://www.isartidelweb.it/tutor)**

## **PUNTO 2**

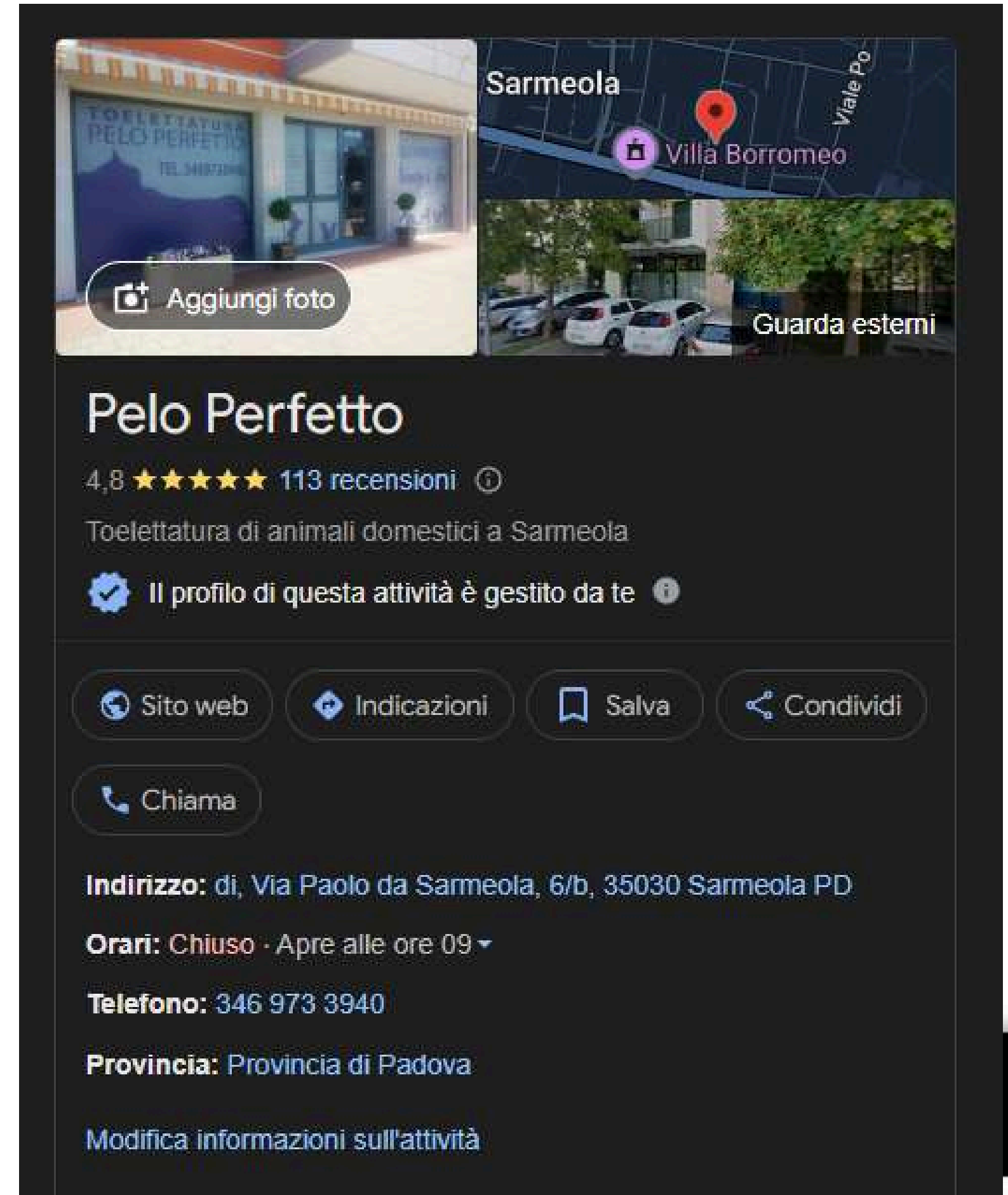
**»»** **Gli strumenti online per attirare Clienti  
locali**

**Dato che li si ritiene (A TORTO) non indispensabili, c'è una diffusa ignoranza sugli strumenti più potenti che internet offre alle aziende fisiche**

## GOOGLE MY BUSINESS

ti offre la possibilità di far apparire la sede della tua attività su Google Maps e sui risultati di ricerca locali!

Poi far visualizzare informazioni importanti sulla tua attività, inclusi gli orari di apertura/chiusura, i dettagli di contatto o un link al tuo sito web



The screenshot displays a Google My Business profile for 'Pelo Perfetto'. At the top, there are two images: a storefront photo of the business and a map showing its location in Sarmeola, near Villa Borromeo. Below the images, the business name 'Pelo Perfetto' is prominently displayed, followed by a 4.8-star rating and 113 reviews. The business description is 'Toelettatura di animali domestici a Sarmeola'. A status indicator shows the profile is managed by the user. Action buttons for 'Sito web', 'Indicazioni', 'Salva', 'Condividi', and 'Chiama' are visible. The address is 'di, Via Paolo da Sarmeola, 6/b, 35030 Sarmeola PD', and the phone number is '346 973 3940'. The current status is 'Chiuso' with a note to 'Aprire alle ore 09'. A link to 'Modifica informazioni sull'attività' is provided at the bottom.

**OVVIAMENTE** va gestito correttamente o sarà  
solo un'**ottima opportunità sprecata**

## LE SPONSORIZZATE LOCALI DEL CIRCUITO META

Ti consentono di indirizzare le tue inserzioni a specifici segmenti di pubblico in base a criteri come età, interessi, posizione geografica e comportamenti abituali!



**Il 95% dei tuoi clienti sono su Meta!**

Una Sponsorizzata correttamente settata ti permette non solo di farti conoscere ma di incuriosire positivamente gli utenti e di aumentare la tua autorità nella zona



Come far **percepire il tuo Valore** al potenziale cliente?

Educandolo con una serie di **contenuti ottimizzati** per  
le persone che vuoi attirare!

## SERIE DI MAIL

Ti serve lo spazio ed il modo di spiegare correttamente cosa rende diversa e unica la tua attività



### VIDEO SU MISURA

Uno strumento in grado di tenere incollati i clienti al tuo contenuto e far penetrare i concetti in maniera diretta!



**RM Car Wash a Roma**  
4 autolavaggio sparsi  
per la capitale!



**Abbiamo realizzato un  
Video su Misura per il  
trattamento automatico  
e per quello superiore**



## Strategie Online per Aziende Fisiche!

Scopri come su  
[www.isartidelweb.it/  
progetto-video-su-  
misura/](http://www.isartidelweb.it/progetto-video-su-misura/)

E ora scopri tutti i segreti e i retroscena della realizzazione di  
questo spot:  
**guarda il Documentario**



*Vuoi scoprire anche tu quale Video Su Misura farà decollare i tuoi incassi?  
Clicca qui sotto e **prenota una Consulenza Su Misura Gratuita!***

## **Caso Studio - Pencil**

Negoziò in centro storico con una lunga storia positiva alle spalle ma un ENORME problema di viabilità causato dal comune

# Strategie Online per Aziende Fisiche!

## Cantieri tram: preferenziali sospese in S. Felice-Riva Reno

Publicato il: 2 maggio 2024



linea rossa tram



il Resto del Carlino  
**CRONACA**

Accedi

Abbonamento mensile: 3 mesi a 19 €



Pierina intelligenza artificiale Mamma uccisa Funerale Fallou Nadia Gresini Previsioni meteo Nato Leone Sinisa

MENÙ

SPECIALI

VIDEO

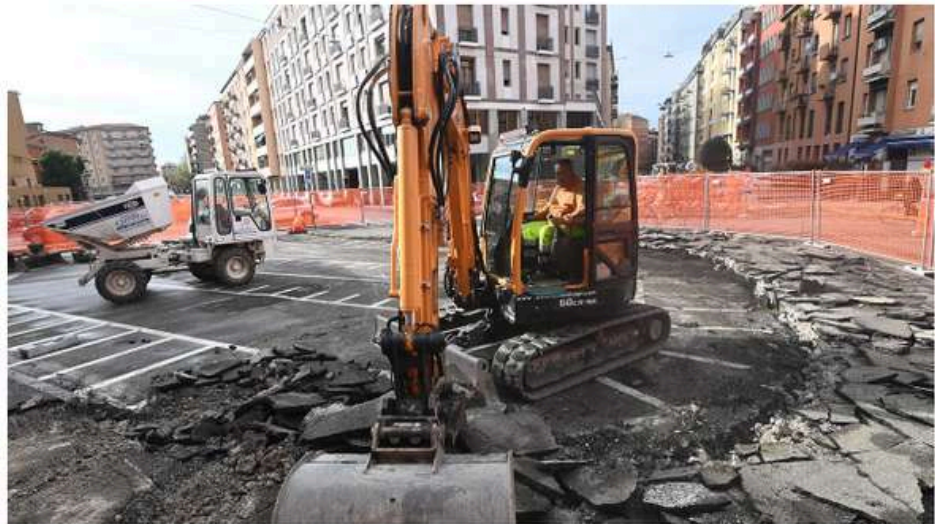
ULTIM'ORA

Ricerca

Il Resto del Carlino • Bologna • Cronaca • Tram Bologna, via San Felic...

### Tram Bologna, via San Felice e Riva Reno: 45 nuovi posti auto, azzerate le preferenziali

Fruibili da lunedì saranno a pagamento per i non residenti, gratuiti invece per chi risiede in zona. Il Comune: "Vengono contemperare anche le esigenze delle attività commerciali presenti nell'area"



Ruspe al lavoro nel cantiere del tram di via Riva Reno.

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

Cronaca

Funerale Fallou Sall oggi, l'ultimo saluto al 16enne ucciso da un coetaneo in via Piave a Bologna. La diretta

Cronaca

Omicidio di Vitalina, la speranza di Rossi. Il perito: "La donna strozzata a mani nude"

Cronaca

Caso Amato, luci e ombre: "I passi sull'orologio all'alba del delitto?. Andavo al lavasecco"

Cronaca

Via Farini, Sassone attacca: "Si rispettino le Belle Arti"

Cronaca

# Strategie Online per Aziende Fisiche!

## Cantieri tram: preferenziali sospese in S. Felice-Riva Reno

Pubblicato il: 2 maggio 2024

linea rossa tram



il Resto del Carlino  
**CRONACA**

Accedi

Abbonamento mensile:  
3 mesi a 19 €

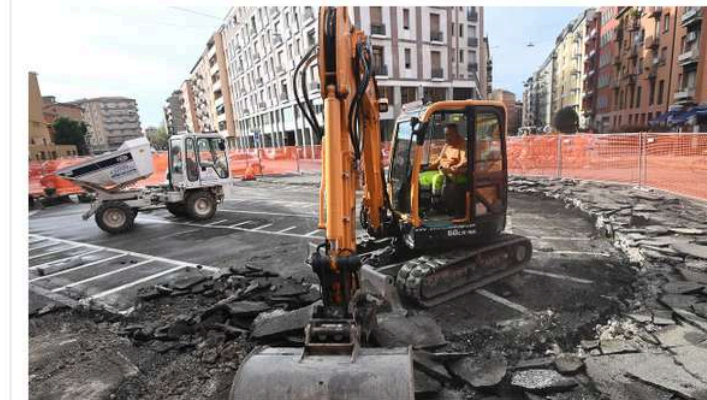
Pierina intelligenza artificiale Mamma uccisa Funerale Fallou Nadia Gresini Previsioni meteo Nato Leone Sinisa

MENÙ SPECIALI VIDEO ULTIM'ORA Ricerca

Il Resto del Carlino • Bologna • Cronaca • Tram Bologna, via San Felice...

### Tram Bologna, via San Felice e Riva Reno: 45 nuovi posti auto, azzerate le preferenziali

Fruibili da lunedì saranno a pagamento per i non residenti, gratuiti invece per chi risiede in zona. Il Comune: "Vengono contemperare anche le esigenze delle attività commerciali presenti nell'area"



Ruspe al lavoro nel cantiere del tram di via Riva Reno

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

Cronaca

Funerale Fallou Sall oggi, l'ultimo saluto al 16enne ucciso da un coetaneo in via Piave a Bologna. La diretta

Cronaca

Omicidio di Vitalina, la speranza di Rossi. Il perito: "La donna strozzata a mani nude"

Cronaca

Caso Amato, luci e ombre: "I passi sull'orologio all'alba del delitto?. Andavo al lavasecco"

Cronaca

Via Farini, Sassone attacca: "Si rispettino le Belle Arti"

Cronaca

Gli hanno bloccato la strada con dei lavori che dureranno anni!

## **Caso Studio - Pencil**

Si aspettava -15% sul Fatturato...

Ha realizzato un +32% sul Fatturato!

Con clienti che le ordinano i prodotti da sotto l'ombrellone all'estero!

**Quale strategia è in grado di portarti fiumi di clienti paganti?**



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Parliamone in una  
Consulenza su Misura!**



**[www.isartidelweb.it/tutor](http://www.isartidelweb.it/tutor)**

## **PUNTO 3**

**➤➤ 3 Tecniche per **massimizzare il Fatturato**  
su ogni Cliente**

Ogni azienda fisica ha un **numero limitato** di "POSTI", quindi per aumentare il tuo Fatturato, oltre ad attirare nuovi Clienti devi far **aumentare lo scontrino medio** di ogni "POSTO"



# **STRATEGIA 1**

**Educazione e persuasione per **preparare i clienti** all'acquisto**

L'educazione è la fase in cui l'azienda fornisce ai potenziali clienti **informazioni utili** a comprendere meglio il prodotto o servizio, il problema che risolve e **i benefici che offre**

Questa fase è particolarmente utile per le aziende fisiche che vogliono **differenziarsi dalla concorrenza**, mostrando competenza e trasparenza



### **Contenuti Informativi:**

Utilizzare contenuti come articoli di blog, video esplicativi, post sui social e brochure informative per educare i clienti su temi specifici

Per esempio, un centro estetico potrebbe spiegare i vantaggi dei trattamenti anti-invecchiamento e come distinguersi per qualità e risultati rispetto alla concorrenza

### **Testimonianze e Recensioni:**

Mostrare testimonianze di clienti soddisfatti o recensioni online aiuta a costruire credibilità e a rafforzare la fiducia nell'azienda

I clienti sono più inclini ad acquistare quando vedono esempi concreti di persone simili che hanno ottenuto benefici reali

### **Tutorial e Guide Pratiche:**

Publicare contenuti pratici (come video tutorial) permette di educare i clienti su come utilizzare il prodotto o servizio al meglio

Questo non solo aumenta la fiducia ma riduce eventuali obiezioni all'acquisto

### **Persuasione:**

Guidare il Cliente verso la decisione di acquisto trasformando l'interesse e la fiducia costruiti nella fase educativa in un impulso ad acquistare

È un passaggio delicato, che richiede di rispondere alle obiezioni e di creare un senso di urgenza e desiderio

### **ESEMPIO**

Offrire un'anteprima del prodotto o servizio per ridurre l'ansia dell'acquisto e creare familiarità

Un centro benessere potrebbe, ad esempio, offrire una sessione di prova gratuita o un tour guidato del centro, mostrando ambienti e attrezzature

# STRATEGIA 2

Upsell e cross-sell per **aumentare i profitti** su ogni cliente

### **1. Upsell: Offrire Versioni Migliorate o Più Complete**

Una versione superiore del prodotto o servizio scelto, facendo leva sul valore aggiunto che questa offre

Questa strategia funziona bene nei business fisici perché il cliente è già in fase di acquisto e potrebbe essere disposto a spendere di più se percepisce un beneficio ulteriore

## 2. Cross-Sell: Proporre Prodotti o Servizi Correlati

Articoli complementari che arricchiscono o completano l'acquisto originale

Questa strategia è particolarmente efficace nei business fisici dove è facile mostrare fisicamente i prodotti aggiuntivi e descriverne i vantaggi

## **COSA SERVE?**

### **1 - Conoscere le Preferenze del Cliente:**

Il personale deve comprendere le preferenze e le esigenze del cliente, proponendo solo prodotti o servizi che realmente aggiungono valore

## **COSA SERVE?**

### **2 - Tempismo Perfetto:**

Offrire il cross-sell o l'upsell nel momento giusto è essenziale  
Il momento ideale è quando il cliente ha già deciso di acquistare, ma non ha ancora completato la transazione

## **COSA SERVE?**

### **3 - Formazione del Personale:**

Perché upsell e cross-sell siano efficaci, il personale deve essere formato per spiegare chiaramente i benefici e il valore dei prodotti o servizi aggiuntivi.

Il cliente deve sentire che l'offerta è pensata per migliorare la sua esperienza, non per fargli spendere di più.

# **COSA OTTIENI**

## **1 - Incremento del Fatturato:**

Ogni upsell o cross-sell completato aumenta il valore della transazione e quindi il fatturato complessivo dell'azienda

Anche piccoli incrementi per ciascun cliente possono fare una grande differenza sul totale mensile e sull'incasso annuale!

# **COSA OTTIENI**

## **2 - Fidelizzazione del Cliente:**

Se gestite bene, queste tecniche aumentano la soddisfazione del cliente, che percepisce un miglioramento del servizio e del supporto

Questo porta il cliente a tornare e a mantenere un rapporto positivo con l'azienda

# **STRATEGIA 3**

**La prevendita: come ottimizzare il cash flow e fidelizzare i clienti**

La prevendita è una strategia efficace per **migliorare il cash flow** e **rafforzare la fidelizzazione** dei clienti

Questa tecnica consiste nell'offrire la possibilità di acquistare un prodotto o servizio **prima che sia disponibile**, assicurandosi un ritorno economico anticipato e generando un **senso di esclusività e urgenza** per il cliente

# **COSA SERVE**

## **1 - Senso di Scarsità:**

Limitare i posti disponibili o il numero di prodotti offerti in prevendita aumenta il desiderio di acquisto, perché il cliente percepisce che l'offerta è riservata a pochi privilegiati

Ad esempio, un centro benessere potrebbe offrire pacchetti limitati per un evento speciale, incentivando i clienti a prenotare per non perdere l'occasione

# **COSA SERVE**

## **2 - Strumenti adeguati**

Devi presentare il prodotto o servizio in maniera soddisfacente e in linea alle aspettative del potenziale Cliente

E devi poter incassare con un click

## **COSA OTTIENI**

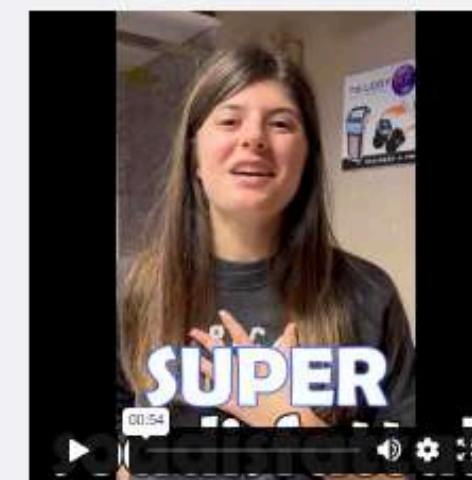
- 1 - Generare Entrate Anticipate**
- 2 - Ridurre il Rischio Economico**
- 3 - Flusso di Cassa Positivo**

**Caso Stop Peli:**  
**+200% sul fatturato**  
**rispetto all'anno**  
**precedente**

**In 4 mesi recuperato**  
**l'investimento in**  
**Comunicazione Online!**



SCARICA IL BUONO PER LA TUA  
CONSULENZA PERSONALIZZATA



**SARTI**  
del web

**La sua recensione su**  
<https://isartidelweb.it/testimonianze>



**Quale strategia è in grado di portarti fiumi di clienti paganti?**



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Parliamone in una  
Consulenza su Misura!**



**[www.isartidelweb.it/tutor](http://www.isartidelweb.it/tutor)**

## **PUNTO 4**

**»» Come far crescere la tua **Azienda fisica**:  
integrare Online e Offline!**

## 3 potenziali Vantaggi per un'Azienda Fisica

1. Più di 9 potenziali Clienti su 10 **sono Online**
2. **I tuoi concorrenti** sfruttano poco e male gli strumenti digitali
3. Le persone usano internet per **farsi un'opinione** e cercare soluzioni

**2 azioni da fare ora e portarsi avanti per sempre!**

- 1 - Unire il Fisico al Digitale
- 2 - Analizzare e tracciare il Cliente

## 1 - Unire il Fisico al Digitale

### 1 - Creazione di esperienze senza soluzione di continuità

Creare un'esperienza senza soluzione di continuità significa far sì che il cliente percepisca il passaggio tra il mondo digitale (online) e quello fisico (offline) come un flusso naturale e coerente

Questo richiede una strategia di marketing che unisca il digitale e il fisico, mantenendo il messaggio, l'immagine e l'esperienza del brand consistenti in entrambi gli ambiti

## Strategie Online per Aziende Fisiche!

Esempio: Un cliente vede una promozione online su un prodotto e va in negozio per acquistarlo

In negozio trova lo stesso tono comunicativo, immagini coerenti e persino lo stesso personale

Inoltre, dopo la visita, il negozio può inviare al cliente email personalizzate con suggerimenti di acquisti correlati o promozioni future

## 2 - Click-and-Collect:

Questa opzione permette ai clienti di ordinare online e ritirare il prodotto in negozio  
Oltre a migliorare la comodità per il cliente, offre l'opportunità al business di incrementare le vendite con il cross-sell e l'upsell  
Ad esempio, un negozio di abbigliamento può proporre accessori complementari al momento del ritiro

## 3 - Maggior Fedeltà del Cliente:

I clienti che vivono un'esperienza digitale e fisica ben integrata sono più inclini a tornare, dato che apprezzano la flessibilità e la coerenza dell'azienda

La fidelizzazione aumenta con servizi personalizzati e attenzione continua, sia online che offline

# Esempio MOTOR SPACE ROMA




Se vuoi che la tua moto sia la più bella di tutte, hai bisogno di un **DETAILER**

- »» **DI FIDUCIA**
- »» **CERTIFICATO**
- »» **SPECIALIZZATO**

*e, soprattutto...*  
**MOTOCICLISTA** come noi!

*Prenota subito il tuo lavaggio da Motor Space!*

 **PRENOTA IL TUO LAVAGGIO**

## 2 - Analizzare e tracciare il Cliente

Analisi dei Dati per Comprendere i Comportamenti del Cliente

Una volta raccolti i dati, l'analisi diventa cruciale per identificare schemi e tendenze che aiutano a comprendere meglio i comportamenti delle persone che vuoi "duplicare"

### Identificazione dei Prodotti Popolari:

Analizzando le vendite, è possibile scoprire quali prodotti o servizi sono più apprezzati dai clienti e capire le stagionalità o le tendenze di mercato

### Segmentazione del Pubblico:

L'analisi dei dati consente di suddividere il pubblico in gruppi in base a preferenze, comportamenti di acquisto o dati demografici

Ad esempio, una palestra può segmentare i clienti in base agli obiettivi di fitness (perdita di peso, aumento muscolare, benessere generale) e proporre offerte specifiche per ogni segmento

### Monitoraggio delle Preferenze di Canale:

Alcuni clienti preferiscono interagire tramite social media, altri tramite email o visite in negozio Tracciare queste preferenze aiuta a capire dove concentrare gli sforzi di comunicazione per ottenere una risposta migliore

## Strumenti per il Tracciamento del Cliente

Per tracciare efficacemente i clienti, è fondamentale utilizzare strumenti che consentano di raccogliere e analizzare i dati in tempo reale

## **CRM (Customer Relationship Management):**

Un sistema CRM consente di registrare e monitorare le interazioni del cliente con l'azienda, centralizzando le informazioni e facilitando la personalizzazione delle comunicazioni

## **Google Analytics e Pixel di Facebook:**

Questi strumenti di analisi consentono di monitorare il comportamento degli utenti sul sito web, come le pagine visitate, il tempo di permanenza e le azioni compiute (acquisti, iscrizioni, download)

È utile per capire quali prodotti interessano maggiormente e quali contenuti attraggono più visitatori

**Esempio: Sardegna in Vespa**

Dopo un anno di campagne capiscono che i clienti vogliono un servizio in più!



**CASO STUDIO**  
**Pelo Perfetto**

una crescita costante  
nel tempo per Nadia





**La sua recensione su**  
<https://isartidelweb.it/testimonianze>

**Quale strategia è in grado di portarti fiumi di clienti paganti?**



**Strategie Online per Aziende Fisiche!**



**Parliamone in una  
Consulenza su Misura!**



**[www.isartidelweb.it/tutor](http://www.isartidelweb.it/tutor)**

**»» Domande e Risposte ««**