

Settore industriale B2B - Automazione facciate

BEST PRACTICES PER IL POSIZIONAMENTO DIGITALE

SITUAZIONE

Errato posizionamento del brand sui canali digitali dovuta alla scarsa indicizzazione del sito web aziendale e all'assenza su LinkedIn come canale di comunicazione.

SOLUZIONE

Analisi dei competitors su due livelli:

- Performance online, per conoscere i trend vincenti da sfruttare per aumentare i visitatori al sito web
- Comunicazione utilizzata, per individuare le modalità di promozione del brand su target diversi e comprendere le tipologie di contenuto che generano un maggior engagement

IMPATTO

L'analisi ha portato all'individuazione delle keywords sulle quali posizionare il sito web correttamente in modo da aumentarne i volumi di traffico di utenti. Sono state individuate le best practices comunicative utilizzate sul mercato per fornire un background completo.

Grazie all'analisi è nata l'opportunità di implementare una strategia di branding funzionale a:

- Awareness del brand sui canali online**
- Creazione di una strategia commerciale totalmente digitale**

CASO DI STUDIO

Settore industriale B2B - Automazione facciate

800 NUOVI CONTATTI COMMERCIALI PROFILATI

SITUAZIONE

Intercettare un nuovi target specifici di potenziali clienti per espandere il proprio canale di vendita

SOLUZIONE

Apertura di un canale di acquisizione di contatti commerciali totalmente digitale attraverso LinkedIn supportato dalla profilazione di nuovi prospects a target e da una strategia di comunicazione con contenuti indicizzati.

IMPATTO

Sono stati individuati 800 prospects ipertargetizzati sui quali è stata effettuata una comunicazione indiretta attraverso contenuti social creati ad hoc e una comunicazione diretta grazie a funnel specifici per coltivare ogni nuova relazione commerciale.

Dei potenziali clienti individuati il...

51%

SONO ENTRATI A CONTATTO
CON IL BRAND

10%

DEI CONTATTI ENTRATI IN
CONTATTO CON IL BRAND
HANNO RICHIESTO UNA CALL