

Export digitale per il B2B delle aziende a Vinitaly

scritto da Giulia Tartaglione | 10 Aprile 2019



Durante l'ultima giornata di Vinitaly abbiamo assistito ad un ciclo di tre conferenze sul tema di metodologie e strategie per l'export digitale B2B tenute da Gabriele Carboni, co-fondatore di Weevo S.r.l., l'agenzia web specializzata nell'approccio ai mercati internazionali. Tra i temi trattati sono emerse considerazioni interessanti sull'utilizzo intelligente delle piattaforme digitali come mezzo di promozione delle aziende, applicabili quindi anche al settore vitivinicolo.

Cosa bisogna considerare?

La prima domanda a cui si deve rispondere è legata ai target che si vogliono raggiungere. A seconda del pubblico cambiano i

canali e le azioni da mettere in atto. Per quanto riguarda le piattaforme digitali si può fare una distinzione di efficacia per il B2B tra Facebook, Twitter e LinkedIn.

1.Facebook: il social di Zuckerberg ha visto una riduzione di importanza. Nel corso degli anni, anche a seguito dell'avanzare di altre piattaforme, ha registrato una diminuzione nell'opportunità di instaurare contatti commerciali.

2.Twitter: utilizzato con risultati positivi nel mondo del business, ha la "pecca" di non distinguere un account personale da quello aziendale.

3.Linkedin: si conferma come il migliore social da adottare per ricercare nuovi contatti nel B2B. La messaggistica è quella più vicina al sistema delle e-mail, con la possibilità di collegarsi direttamente ad una pagina aziendale senza passare da un sito.

Tra tutte queste piattaforme, bisogna ricordare che il 91% delle persone nel mondo usa Google. Ad esempio, se su Facebook si fa pubblicità a chi si deduce possa essere interessato o legato a un determinato settore, su Google si fa pubblicità direttamente a chi digita una specifica ricerca (risulta quindi uno strumento diretto). Inoltre, rispetto Facebook e Twitter, su Google si ha la possibilità di spendere di meno a seconda del giorno, partendo da un minimo di 10 euro per uno spazio pubblicitario. Dunque sono tanti gli strumenti digitali di cui poter usufruire per le aziende, ma sempre rimanendo aggiornati sull'evoluzione della loro efficacia.