



Hdemo Network
BUSINESS SOLUTIONS

The logo features the text 'Hdemo Network' in a bold, black, sans-serif font, with 'BUSINESS SOLUTIONS' in a smaller, all-caps, black, sans-serif font below it. To the left of the text, several thin, curved lines in various colors (yellow, green, blue, purple, orange) sweep across the frame.

INBOUND MARKETING

**Il marketing efficace e misurabile
per le piccole e medie aziende**



Hdemo Network
BUSINESS SOLUTIONS

PERCHE' HDEMO NETWORK: ci piace parlar chiaro

Cosa Facciamo

Hdemo Network offre consulenza marketing, software e soluzioni tecnologiche e formative per migliorare l'efficienza e la produttività dei processi dell'azienda.

Abbiamo sede a **Treviso** ma la nostra azione si estende a tutta l'Italia settentrionale, la Svizzera italiana ed occasionalmente anche al centro e sud Italia. Oltre allo staff direttivo, **Hdemo** si avvale di un network di brillanti collaboratori e partner per costituire di volta in volta il team operativo più adatto a risolvere il vostro problema.

Cosa ci Differenzia

Hdemo Network ha l'obiettivo di fornire non solo servizi e soluzioni studiate su misura per la vostra azienda ma soprattutto di stabilire con Voi una relazione professionale ed umana fondata sul valore delle persone, sull'etica e sulla fiducia che deve essere costruita giorno dopo giorno. Crediamo nei nostri risultati, li misuriamo e li portiamo alla vostra attenzione. Forse è per questo che alcuni clienti hanno fiducia in noi da oltre 15 anni.

La Storia

Hdemo nasce nel 1995 dalle idee di Andrea Roversi e Claudio Breda i quali, basandosi sulle loro precedenti esperienze di periti grafici, decidono di indirizzare alle aziende tipografiche e serigrafiche i loro servizi di controllo del flusso di lavoro e di formazione professionale orientata agli operatori grafici.

Dal 2004, anche grazie all'inserimento di nuove figure professionali, la società ha allargato progressivamente i propri orizzonti con l'offerta di soluzioni complete di marketing online e offline e software specifico.

Dal 2010 **Hdemo Network** è partner di Xerox Corporation (Usa e Uk) per i servizi di marketing e business development.

I nostri prodotti e servizi per il business

- Pianificazione strategica e campagne di marketing online e offline
- Comunicazione d'impresa
- Siti web orientati al marketing ed alla acquisizione di nuovi contatti di vendita
- Portali e-commerce
- Marketing globale: come aprirsi ai mercati esteri

I nostri clienti

Siamo sul mercato da troppo tempo per citarli tutti, ne elenchiamo solo alcuni, perché le nostre non sono solo parole.

A.C.Studio Snc
Anselmi & C Srl
Benetton Group Spa
Copygraph Srl
Europrint Srl
Gruppo Antagora Snc
IAL Friuli Venezia Giulia,
Isomec Sandwich Panels,
Meeting Group Spa,
Provincia di Treviso,
Solution Srl,
Studiofuoco Snc,
Editoria DBS Srl,
Xerox Corporation,

About-X SA (Svizzera)
Arredissima Nordest
CNA Treviso,
De Rosso Spa,
Geox Spa,
Helios Guzzi Srl,
Idealplex Srl,
Jacuzzi Spa,
Nectogroup Srl,
Rubelli Spa,
Soprint. B.A.P. di Venezia,
Tipografia Sagittaria
Valcucine Spa,
Zafferano Srl

Strumenti tradizionali

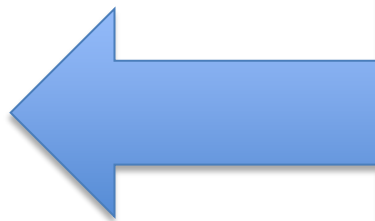
Sono ancora efficaci?



I GIORNALI

- Tirature in calo
- Lettori in calo
- Chi legge la pubblicità?
- Chi misura l'efficacia?

-13.7%



Investimenti
pubblicitari su
quotidiani e periodici
nel 2012 rispetto al
2011

Fonte: Osservatorio Stampa FCP

Strumenti tradizionali

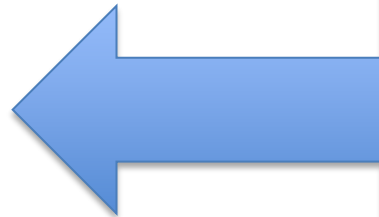
Sono ancora efficaci?



TELEVISIONE

- Costo proibitivo
- Chi guarda gli spot?
- ROI?

-8.3%



Investimenti
pubblicitari televisivi
nel 2012 rispetto al
2011

Fonte: Nielsen

Strumenti tradizionali

Sono ancora efficaci?

PAGINE GIALLE

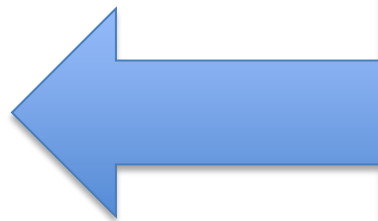


Strumenti tradizionali

Sono ancora efficaci?



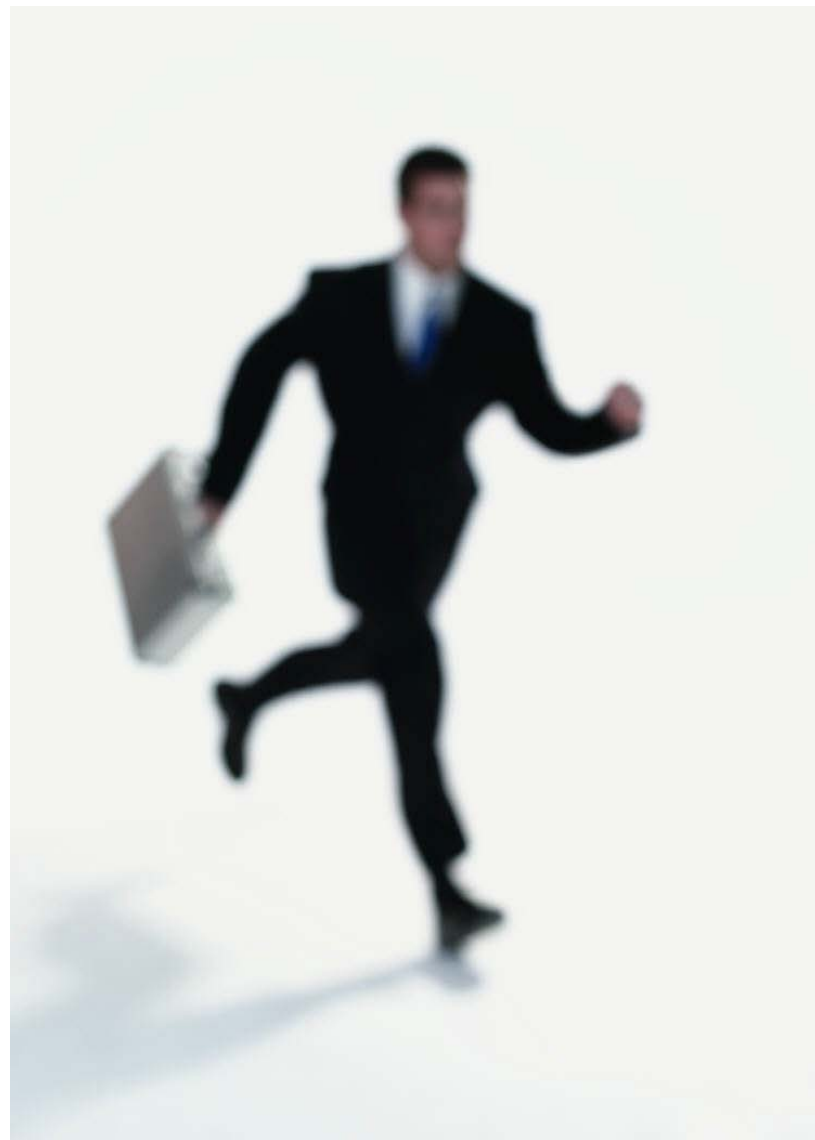
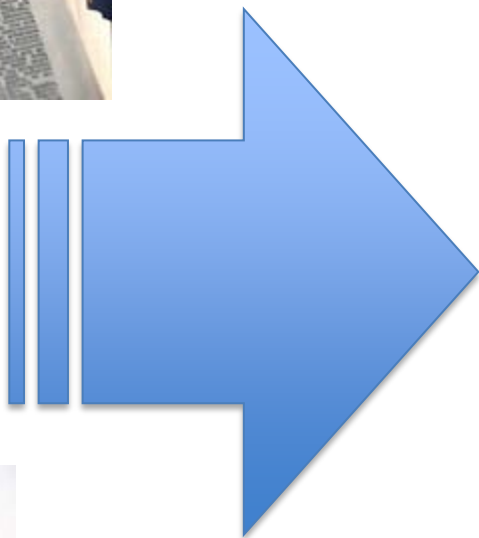
-8.9%



Investimenti
pubblicitari Direct
Mail nel 2012 rispetto
al 2011

Fonte: Nielsen

I CLIENTI SCAPPANO dai messaggi INVADENTI!

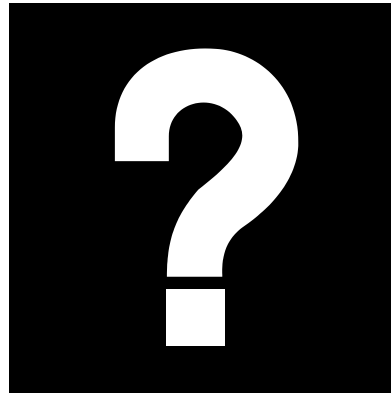


PENSIAMOCI SOPRA:

Come NOI decidiamo l'acquisto..



di un prodotto ?

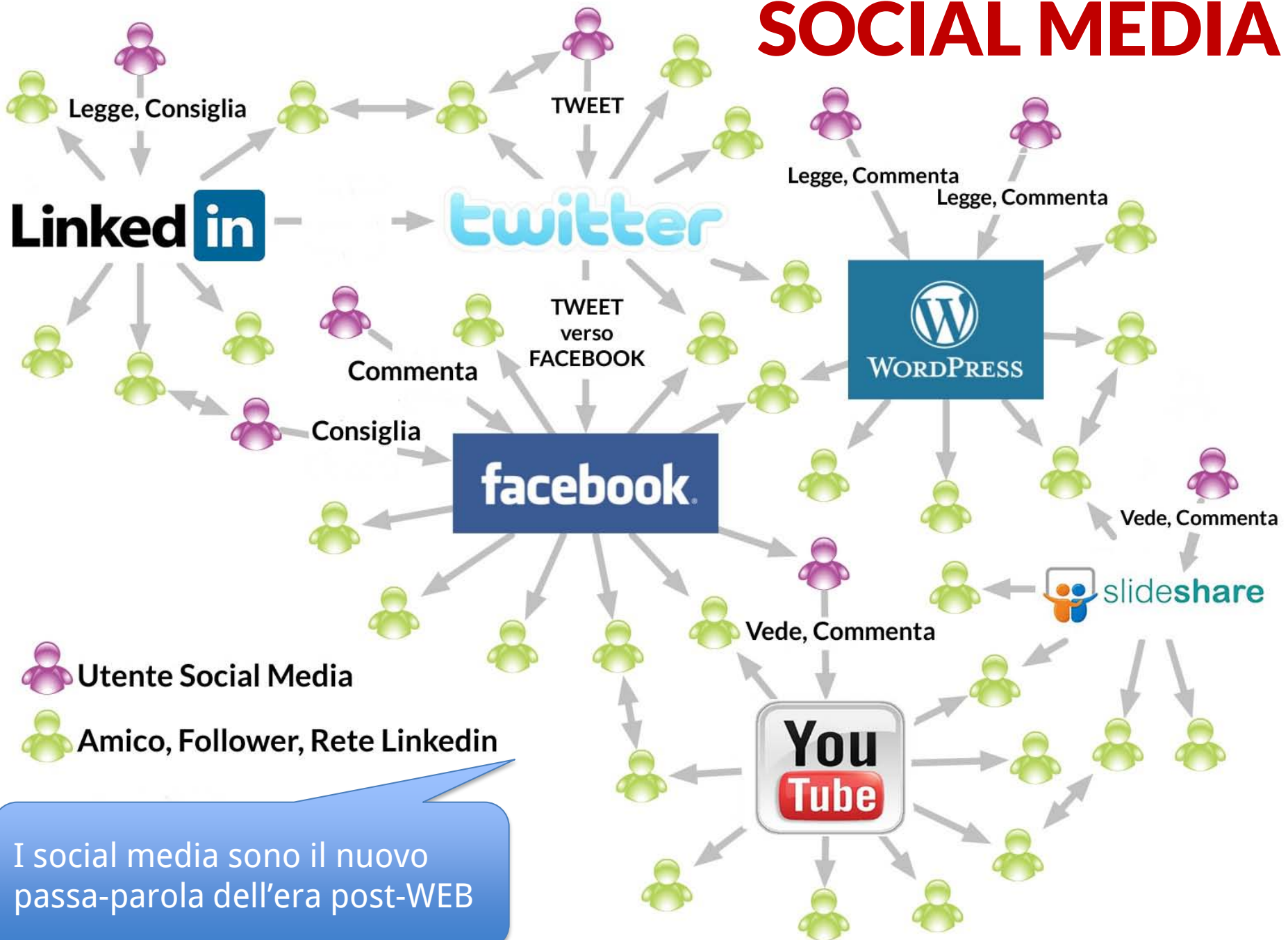


di un servizio ?

RICERCA

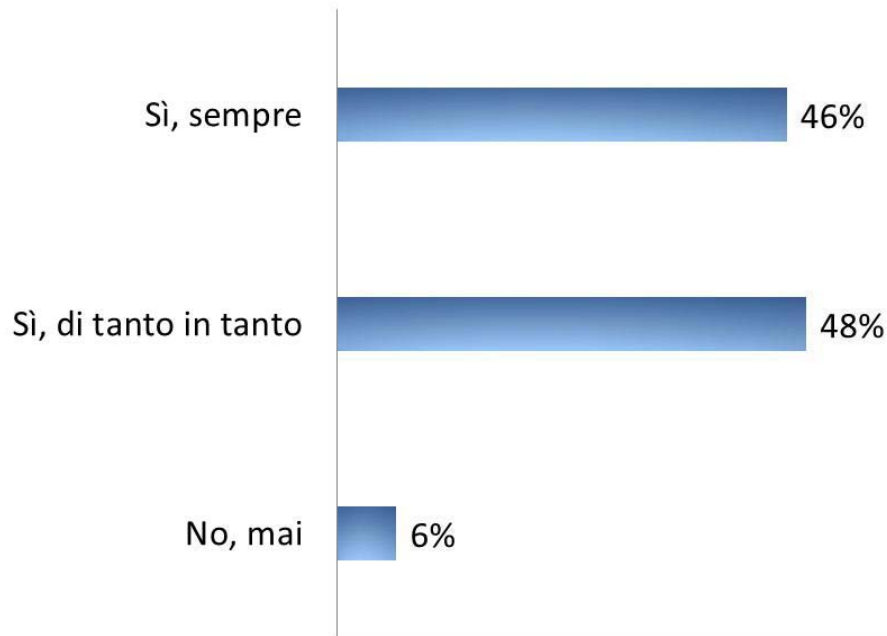


SOCIAL MEDIA



Indagine 2012 ContactLab

Ti è mai capitato di informarti online prima di un acquisto nei negozi



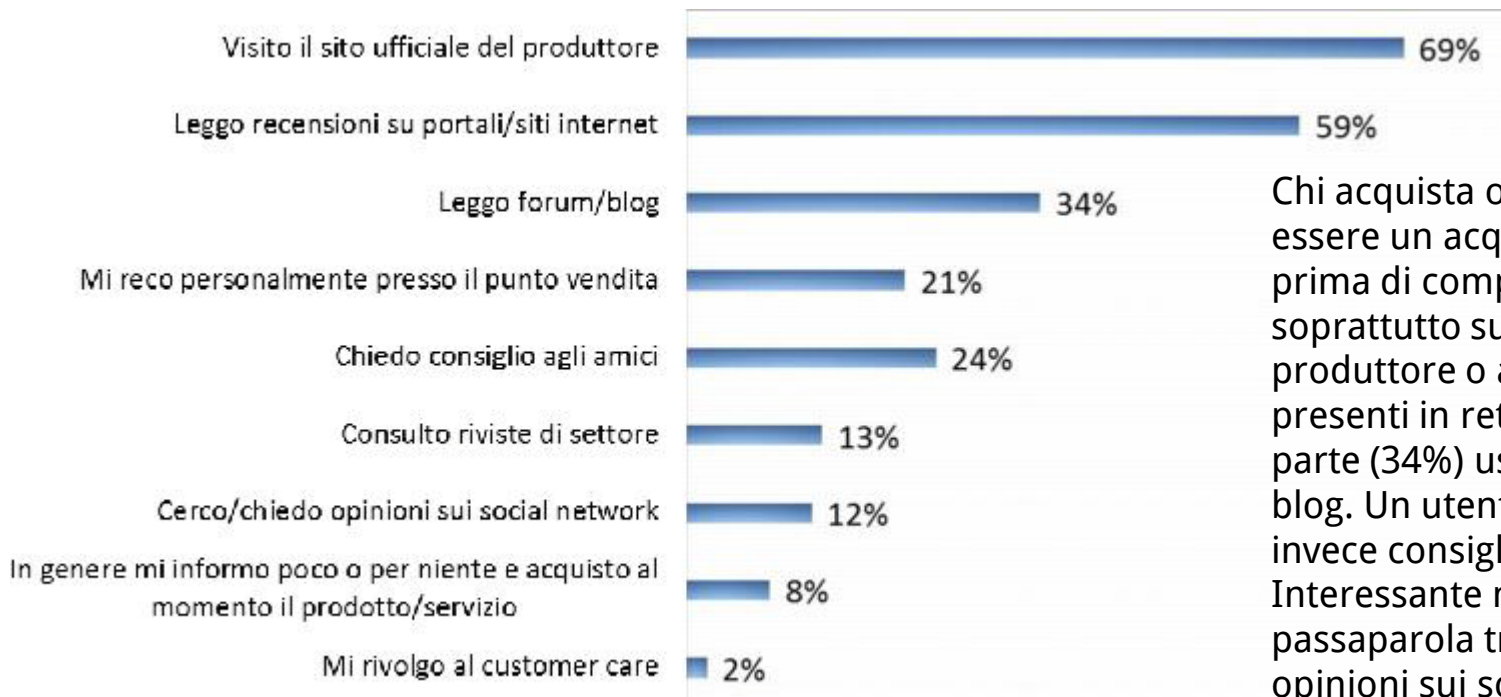
Base: rispondenti che hanno acquistato online

Chi acquista online è abituato ad utilizzare canali online per raccogliere informazioni riguardanti un prodotto o servizio anche prima di procedere al suo acquisto in un negozio tradizionale.

La consuetudine all'info-commerce è più maschile che femminile: tra chi si informa online prima di acquistare offline, spiccano infatti gli uomini (62% contro 38%).

Indagine 2012 ContactLab

Prima di effettuare un acquisto online, in che modo ti informi?



Base: rispondenti che hanno acquistato online

Chi acquista online dimostra di essere un acquirente consapevole: prima di comprare si informa, soprattutto sul sito ufficiale del produttore o attraverso le recensioni presenti in rete, mentre una buona parte (34%) usa anche i forum e i blog. Un utente su quattro chiede invece consiglio agli amici. Interessante notare come il passaparola tra amici, la ricerca di opinioni sui social network così come la lettura di forum e blog siano particolarmente rilevanti per gli utenti più giovani.

13.3 MIL

Utenti in media online
ogni giorno per più di
1 ora in Italia 2012

Fonte: DOXA

14 MIL

Famiglie italiane che
accedono a Internet
da casa a luglio 2012

Fonte: DOXA

+8.5%

Investimenti
pubblicitari su
Internet nel 2012
rispetto al 2011

Fonte: FCP-Assointernet

Entro il 2012 la pubblicità online sarà al secondo posto dopo la televisione

Un po' di storia: negli ultimi cinque anni l'investimento medio delle aziende in pubblicità sui media cartacei è diminuito del 27,7%, l'investimento medio in tv ha registrato un - 11,7% mentre quello sulla radio ha avuto una crescita del 9,3 per cento. **Il web ha registrato una crescita del 46,1% ed è aumentato del 107% il numero delle aziende pronte a spendere nel cyberspazio.**

Fonte: Il Sole 24 Ore – Ottobre 2011

Dunque, dove investireste oggi?

WEB
SOCIAL MEDIA
ADWORDS
E-MAIL
NEWSLETTER
CONTENUTI



QUOTIDIANI
PAGINE GIALLE
LETTERE
TV / RADIO
CARTELLI
SPONSOR

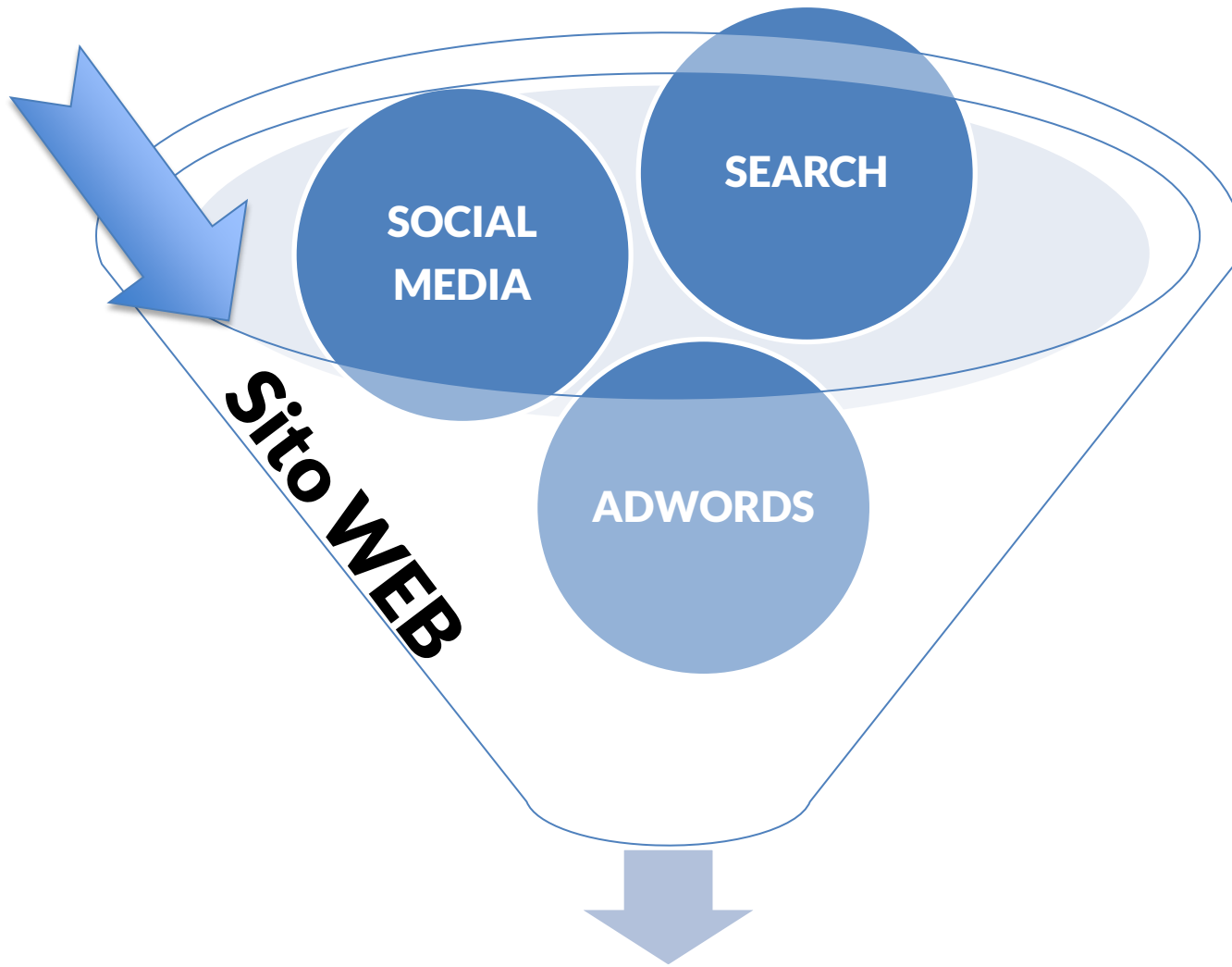
La filosofia Inbound Marketing

Il marketing inbound

(che potremmo tradurre con “entrante”) è focalizzato sul concetto di essere trovati dai clienti: in una certa misura viene a rovesciarsi il concetto di marketing tradizionale che deve continuamente “gridare” (spot pubblicitari, annunci alla radio, volantini, pagine gialle) per farsi notare. Possiamo vedere anche nella nostra vita quotidiana come la gente (e le aziende che sono comunque fatte da persone) è sempre più insofferente ai messaggi promozionali tradizionali (cestina i volantini senza leggerli,

cambia canale durante gli spot, non risponde al telefono se vede numeri “sospetti”) ma vuole poter scegliere da sola come e quando interagire con i propri “fornitori”. E comunque questa interazione avrà inizio sempre con una accurata ricerca in internet per scoprire che azienda siamo, cosa pensano di noi i nostri clienti e questo processo che potrà eventualmente portare ad una relazione stabile sarà lungo e intermittente.

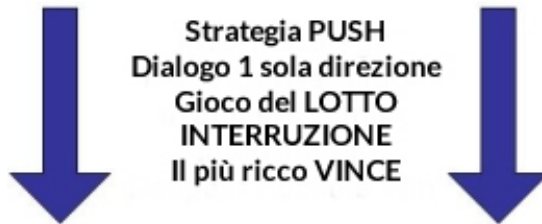
I VISITATORI



CLIENTI POTENZIALI

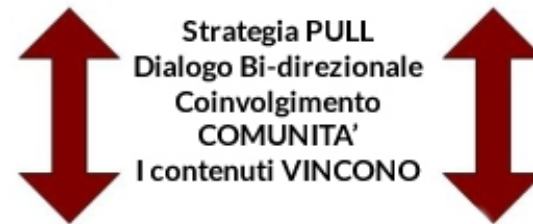
IL MARKETING POST-WEB

Marketing pre-WEB



I Consumatori sono disturbati
da messaggi marketing
indirizzati a vendergli
qualcosa

Marketing post-WEB



Ai Consumatori vengono
forniti contenuti educativi
che li aiutano a risolvere
i loro problemi

I risultati

Uno dei grandi problemi del marketing tradizionale è la difficoltà di misurare la sua efficacia.

Quanti hanno letto la pagina promozionale sul giornale?

Quanti clienti mi hanno portato le pagine gialle?

Nel marketing digitale tutto è accuratamente misurabile!

Dashboard personale

Visitatori unici

730

% del totale: 100,00% (730)



Visite

892

% del totale: 100,00% (892)



Totale eventi

14

% del totale: 100,00% (14)



Frequenza di rimbalzo

● Frequenza di rimbalzo



visitatori città



- 15,38% Milan
114 Visitatori unici
- 12,01% Rome
89 Visitatori unici
- 5,53% Mestre
41 Visitatori unici
- 5,12% Padova
38 Visitatori unici
- 4,99% Torino
37 Visitatori unici
- 56,97% Altro
422 Visitatori unici

Tabella

Paese/zona	Visite	Frequenza di rimbalzo
Italy	839	73,54%
Spain	6	86,67%
Hungary	6	16,67%
(not set)	5	80,00%
Switzerland	4	100,00%
France	4	25,00%
United States	4	75,00%
Russia	3	100,00%
Australia	2	100,00%
China	2	100,00%

page_visits (>4) (Avvii all'obiettivo 4)

● page_visits (>4) (Avvii all'obiettivo 4)
● pagine viste (>3) (Tasso di conversione obiettivo 1)



Visite per Paese

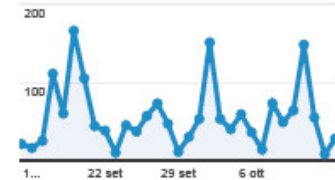


- 94,05% Italy
839 Visite
- 0,67% Spain
6 Visite
- 0,67% Hungary
6 Visite
- 0,56% (not set)
5 Visite
- 0,44% Switzerland
4 Visite
- 3,61% Altro
32 Visite

14/set/2012 - 14/ott/2012

Visualizzazioni di pagina

● Visualizzazioni di pagina



Tempo medio sul sito

● Durata media visita



Visite città

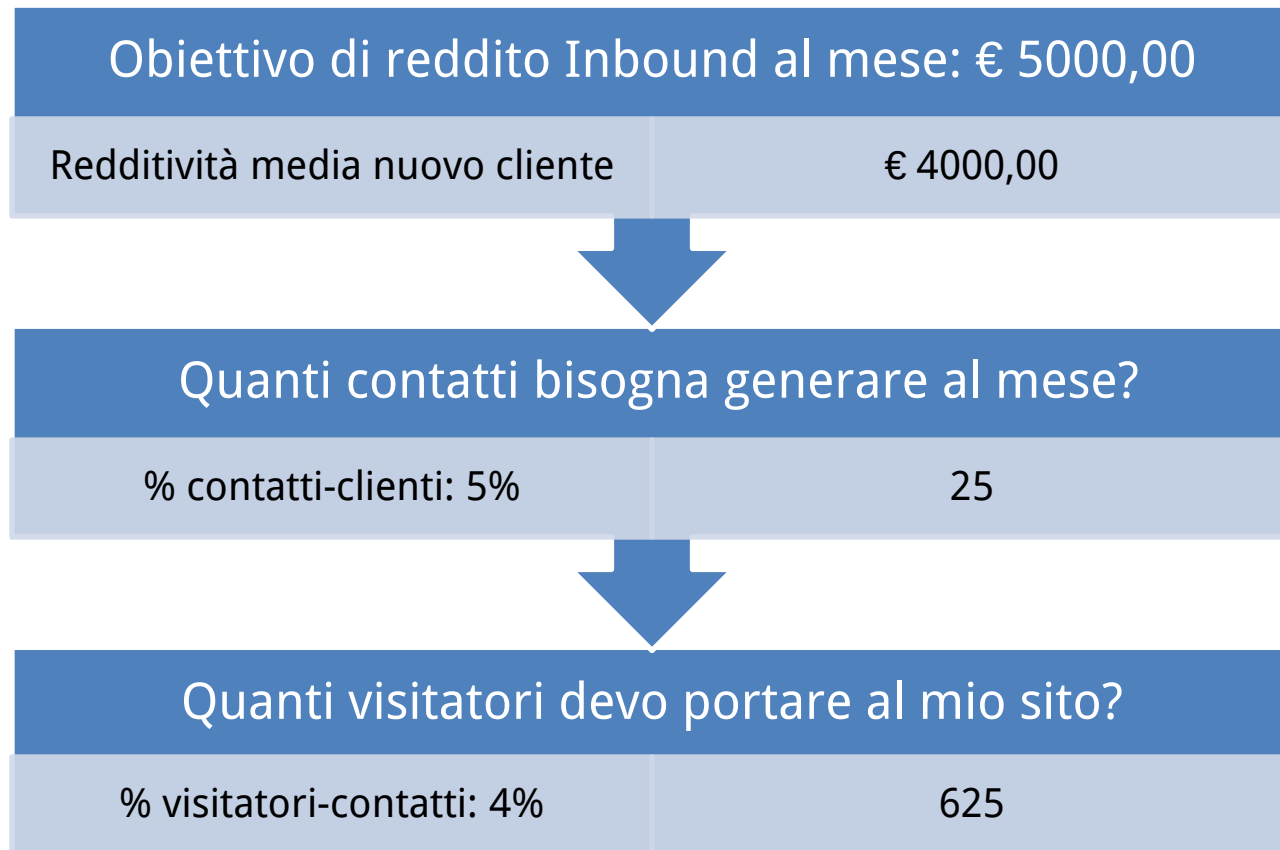


- 14,23% Milan
127 Visite
- 10,53% Rome
94 Visite
- 9,08% Pordenone
81 Visite
- 5,94% Mestre
53 Visite
- 5,04% Padova
45 Visite
- 55,18% Altro
492 Visite

Il ritorno dell'investimento (ROI)

Il marketing digitale permette di valutare in anticipo quale sarà il ritorno dell'investimento oppure quali sono gli obiettivi da raggiungere per avere un determinato ROI.

Qui sotto un semplice esempio.



Aspetti critici per il successo

Conversione

Esigenze

Strumenti

Contatti in clienti

Accompagnare il potenziale cliente fino alla decisione di acquisto fornendo ulteriori informazioni, offerte, consulenze, ebook, ecc **con continuità**

Email marketing mirate ad ottenere una azione ovvero una richiesta di contatto diretto

Visitatori in contatti

Offrire al visitatore sufficienti stimoli (informazioni per lui rilevanti) a comunicarci i suoi dati personali.
Generare frequentemente contenuti interessanti per il visitatore.

Aree dedicate alla conversione sul sito web, presenza di un form da compilare per accedere a determinate risorse, rilevanti per il visitatore.

I nuovi specialisti Inbound

In questo ultra competitivo ed affollato panorama dei media, dominato sempre più dal social web, dalla collaborazione di massa e dai contenuti generati dagli stessi utenti-clienti, stanno emergendo nuove agenzie e società di consulenza pronte a soddisfare la crescente domanda di esperti e professionisti del mondo dei media internet-based.

Il tipico team di specialisti necessario per una campagna marketing di successo è composto da:

- ✓ Esperto strategia Internet marketing
- ✓ Esperto reti di vendita, canali distributivi
- ✓ Redattore articoli online (copywriter)
- ✓ Redattore ebook, casi di successo (giornalista)
- ✓ Grafico pubblicitario
- ✓ Web designer
- ✓ Programmatore web
- ✓ Specialista campagne Email
- ✓ Specialista campagne Adwords
- ✓ Specialista motori di ricerca (SEO)

Vi sembrano argomenti interessanti per la vostra azienda?



Contattate Hdemo Network
per un colloquio informativo presso la vostra sede
totalmente gratuito



Telefono: 0422 446896
Email: info@hdemo.com



Hdemo Network
BUSINESS SOLUTIONS

The logo features the text 'Hdemo Network' in a bold, black, sans-serif font, with 'BUSINESS SOLUTIONS' in a smaller, black, sans-serif font below it. The text is positioned to the right of the 'HDEMO' logo. Several colorful, curved lines in shades of blue, green, yellow, and red arc across the top of the slide, passing behind the 'Hdemo Network' text.

Ulteriori informazioni sul marketing digitale sono reperibili nel nostro sito web:

[Servizi di marketing digitale](#)

[Articoli sul marketing digitale](#)

Grazie