

1

Image&Action

Image&Action è una testata
di proprietà di
Layout Advertising Group

Periodico di Comunicazione, Pubblicità e Web marketing

4 **TUTTI I NUMERI DEL WEB**
Boom della comunicazione
digitale negli ultimi tre anni

8 **SPECIALE CINA**
Strategie di comunicazione
mirate per il mercato cinese

10 **CASE HISTORY**
Bormioli Rocco
sceglie Layoutweb

Spedizione in abbonamento postale 70% D.C.I. Emilia Romagna - N.1 Anno 15 - Novembre 2008
Iscr. Trib. Parma n°8/2008 del 26/03/2008 - In caso di mancato recapito restituire all'ufficio di Parma CPO
per la restituzione al mittente che si impegna a pagare la relativa tariffa

less is
more...



Fai business con il tuo sito

- Analisi e strategia
- Progettazione e creatività
- Sviluppo sito e software engineering
- Web maintenance
- Search engine placement
- Web advertising
- Web marketing
- Analisi statistiche e report
- Web brand protection
- Web hosting
- Obiettivo Cina

layoutweb
w e b a g e n c y

P.le dalla Chiesa, 1 - 43100 Parma
Tel. 0521 776970 - Fax 0521 706836

www.layoutweb.it

Image&Action

Il mondo dell'advertising visto da un magazine che cambia con la comunicazione



Image&Action,

la rivista edita da Layout Advertising Group, si presenta con una veste grafica rinnovata e ricca di contenuti, per raccontare al meglio il mondo della comunicazione e i tanti cambiamenti che sta vivendo.

Tendenze, investimenti, campagne e misurabilità dei media digitali: tutti i temi caldi del momento passeranno sotto la lente di Image&Action.

In questo numero si parla molto di web e ancora di più di web marketing. Si parte con lo speciale dedicato ai dati degli investimenti nel settore, che negli ultimi tre anni ha registrato elevati tassi di crescita.

E a proposito di realtà in forte espansione, tutti gli occhi sono puntati oltre la Grande Muraglia, dove ogni giorno milioni di persone, da Shanghai a

Pechino, navigano su internet. Secondo la web agency di Parma, le strade più veloci per raggiungere e "conquistare" questo enorme mercato sono il web marketing e il web advertising. Per questo ai suoi servizi si aggiunge "Obiettivo Cina", rivolto alle imprese che vogliono espandere il proprio business in Asia.

Il sito della Divisione Plastica di Bormioli Rocco è protagonista della case history a pagina dieci. In meno di un anno di intenso lavoro, grazie a una mirata strategia di comunicazione, i visitatori unici mensili sono aumentati del 343%.

Image&Action offre inoltre una panoramica sulle principali novità firmate da Layoutweb. In chiusura alcune curiosità dal mondo web.



Indice 123456789101112131415161718



In primo piano:

Tutti i numeri del web pag. 4

Layoutweb, less is more pag. 6

Speciale: Cina pag. 8

Case History:

Bormioli Rocco sceglie Layoutweb pag. 10

Rubriche:

Web Trends pag. 12

Lay News pag. 13

Web Curiosity pag. 14

Tutti i numeri del Web

Boom della comunicazione digitale negli ultimi tre anni che registra una crescita del 110%. Positive le previsioni per il 2008.



Chi diceva che la comunicazione on line era una moda passeggera, un bolla destinata a sgonfiarsi si sbagliava. A dimostrare il contrario ci sono i dati degli investimenti web nel 2007 e le stime del 2008 resi noti da Upa, Utenti pubblicità associati.

Lo scorso anno il mercato della comunicazione ha registrato un andamento positivo con un +3,7% degli investimenti totali. Il netto divario fra la crescita della pubblicità classica, +3,6% e quella in rete +41,7% non lascia spazio a dubbi. E' un vero e proprio boom quello dell'advertising attraverso portali, siti e motori di ricerca che in tre anni ha segnato una crescita del 110%. E per il 2008 le prospettive sono buone.

Il futuro

Anche a fronte di un mutato clima economico, il web tiene. La stima degli investimenti su internet si attesta attorno al 26,3%. Rispetto all'anno scorso c'è una flessione, ma questo dato deve essere letto con attenzione. Se da un lato si evidenzia un rallentamento rispetto al periodo 2006-2007, dall'altro il momento positivo continua.

Storia di un successo annunciato

Alla base di questi ottimi risultati ci sono fattori decisivi per aziende e società. In primo luogo i costi sono molto vantaggiosi rispetto ad altre forme di advertising, inoltre, il web consente di sperimentare pianificazioni ampie. A questo si aggiunge la misurabilità delle campagne con dati sulle performance del sito e gli utenti. Da non trascurare anche modelli di comunicazione fondati sull'interattività e la circolazione del messaggio all'interno di community.

Se le cifre testimoniano un trend positivo, il passaggio da pianificazioni indifferenziate a scelte sempre più mirate rivela una maturazione del mercato, che premia chi si rivolge a target definiti.

Web advertising e web marketing

Secondo alcune stime, gli investimenti su internet hanno quasi raggiunto quelli della radio e ormai contendono il primato alla pubblicità esterna. Con un mezzo dalle grandi potenzialità come la rete sarebbe riduttivo limitarsi all'advertising e non puntare anche sulle molteplici opzioni del web marketing, a partire da un sito scritto in ottica di posizionamento sui motori di ricerca per arrivare alle pr on line.

In base ai dati riferiti da UPA, alcuni sostengono che considerare solo gli investimenti pubblicitari è un grosso errore. In questo modo, infatti, si tagliano fuori dal computo delle iniziative quelle che hanno una forte connotazione commerciale, e rappresentano la quota più rilevante e in rapida crescita degli utilizzi internet da parte di imprese e organizzazioni. Siti aziendali, ufficio stampa on line, viral marketing, community costituiscono uno strumento privilegiato per le aziende per mettersi in contatto e comunicare con i propri interlocutori, ma anche influenzarne le opinioni e le scelte.

Format check up

I format impiegati per la comunicazione digitale godono di buona salute. Accanto a formule tradizionali e consolidate si fanno strada anche mezzi più innovativi, come le pr on line e i social network che arricchiscono le possibilità di pianificazione.

In base ai dati resi noti da Fcp-Assointernet riguardo agli investimenti nei primi sei mesi del 2008, risulta che i banner sono cresciuti del 24% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Positivo anche l'andamento di sponsorizzazioni e bottoni con un più 23%. E-mail e newsletter registrano un incremento del 9%. Trend molto incoraggianti anche per le altre tipologie (35%). Per quanto riguarda le keyword, si parla di un progresso del 3% per il periodo che va da maggio a giugno 2008. Ma c'è di più. Secondo una ricerca dell'European interactive advertising association (Eiaa), la maggior parte degli investitori (80%) conta di aumentare il budget per le attività di search engine placement e keyword advertising.

Internet, un asso del media mix

E' il campione indiscusso nei media mix e campagne di comunicazione. Guadagna terreno su televisione e carta stampata e non ha nessuna intenzione di fermarsi. Internet si conferma il mezzo preferito di aziende e società che vogliono ottimizzare gli investimenti pubblicitari. Lo afferma la ricerca annuale "Internet Ad barometer" resa nota dalla European interactive advertising association (Eiaa).

La maggioranza degli intervistati (82%) dichiara di aver aumentato gli investimenti sul web e di aver diminuito i budget di carta stampata, tv e direct marketing, rispettivamente del 40%, del 39% e del 32%. Ma ci sono altre informazioni interessanti riguardo al ruolo svolto dalla pubblicità interattiva nel media mix e nell'atteggiamento degli inserzionisti. Il 77% degli interessati dichiara che la pubblicità on line ha avuto un effetto positivo sulla brand awareness, mentre per il 40% la rete è un mezzo strategico per influenzare le decisioni d'acquisto, generare vendite (46%) e consolidare la fedeltà dei clienti (23%).

Web, il più misurabile dei media

Monitorare la performance di un sito, di una campagna di web marketing, avere dati precisi sul ritorno degli investimenti: sono le esigenze più sentite dalle aziende quando si impegnano in campagne pubblicitarie on line. Un'indagine commissionata da AssoComunicazione rivela che manager e direttori marketing sono consapevoli che il web è il mezzo più misurabile, ma manca un'adeguata conoscenza dei mezzi e un'utilizzo appropriato di questi strumenti.

La misurabilità dell'audience nasce 15 anni fa, quando si è iniziato ad analizzare accessi e log. Si tratta di una disciplina in continuo sviluppo che si basa sui concetti di tracciabilità e performance. Per il presidente di Audiweb, Enrico Gasperini, il web è il più misurabile di tutti i media. Gasperini mette in evidenza che "i numeri" della comunicazione interattiva sono fondamentali per decidere come distribuire le risorse nel marketing mix.



Layoutweb, less is more



Crede nella chiarezza e nella semplicità della comunicazione, il suo motto è "Less is more". Layoutweb è la divisione specializzata in servizi internet dell'agenzia Layout Advertising Group, fondata nel 1983.

Uno staff di creativi e tecnici crea e sviluppa progetti multimediali e per il web marketing. Grazie al supporto di Layout, la sezione dedicata all'advertising classico, è possibile coordinare le iniziative on line e off line.

Ecco cosa possiamo fare per voi

Analisi e strategia

La realizzazione di un sito, di una campagna di comunicazione parte dall'analisi dei competitor, del mercato di riferimento e delle ultime tendenze del web. Inoltre, Layoutweb in un'ottica di share vision con il cliente suggerisce quali valori e quali contenuti sono più efficaci per catturare l'attenzione del target di riferimento. I dati e le informazioni raccolte in questa fase preliminare contribuiscono ad elaborare l'identità digitale di un'azienda e dei suoi prodotti e posizionarla al meglio.

- **webwatching:** ricerca e analisi dei siti dei competitor.
- **benchmarking:** studio del mercato di riferimento.
- **analisi e tendenze del web:** individuazione dei fattori di successo dei concorrenti.
- **definizione dei valori da comunicare:** scelta mirata dei contenuti del sito.
- **elaborazione del posizionamento e del design dell'identità digitale:** definizione dell'immagine di un prodotto o un brand per gli utenti di internet.

Progettazione e creatività

Navigabile, intuitivo, chiaro. Per realizzare un sito con queste caratteristiche software engineer, web designer studiano un albero di navigazione immediato e fruibile per gli utenti. I contenuti vengono sviluppati attorno a un concept brillante, con un layout grafico originale, capace di valorizzare un brand o un prodotto.

- **definizione e architettura del sito:** selezione di contenuti e servizi.
- **design dell'interfaccia:** progettazione dell'albero di navigazione in base ai criteri della usability.
- **attività creativa:** definizione del tema creativo dell'interfaccia e realizzazione del layout grafico.

Sviluppo sito e software engineering

La web agency segue tutte le fasi della progettazione del sito, a partire dalla realizzazione di database personalizzati fino al restyling. Oltre alla parte tecnica Layoutweb cura con la massima attenzione anche i contenuti.

La sezione programmatori ha messo a punto tre applicativi per andare incontro alle esigenze dei clienti: Laymessage™, Layticket™ e Layjob™.

- **realizzazione tecnologica:** costruzione dei database, integrazione di sistemi, messa on line, sistemi CMS.
- **sviluppo e scrittura CSS:** realizzazione dei siti secondo gli standard del World Wide Web Consortium e impiego dei CSS (Cascading Style Sheet) per ridurre i tempi di realizzazione delle pagine web, del restyling oltre a migliorare la navigabilità e la lettura da parte dei motori di ricerca.
- **restyling:** apporto di significativi aggiornamenti tecnici e creativi.
- **web copywriting:** stesura dei testi con uno stile studiato per il target di riferimento e l'ottimizzazione dei motori di ricerca.

Web maintenance

Servizio di manutenzione veloce e completa. Il materiale inviato dal cliente è on line nel più breve tempo possibile. Con Layoutweb si risparmiano tempo e denaro grazie a un contratto annuale. Due le opzioni: manutenzione semplice oppure con gestione delle aree dinamiche e dei database.



Search engine placement

La maggior parte degli utenti di internet usa i motori di ricerca. Figurare nelle prime posizioni significa essere visibili da milioni di navigatori e quindi ampliare il numero dei potenziali clienti. I search engine usano parametri diversi per indicizzare le pagine web e aggiornano quotidianamente il loro database. Per questo Layoutweb li monitora costantemente ed è in grado di fornire soluzioni tecniche e strategiche per migliorare visibilità e struttura del sito in ottica di Search Engine Optimization. Lo staff dell'agenzia ha superato l'esame per diventare Google AdWord qualified individual.

- **indicizzazione sui motori di ricerca:** corretta registrazione sui principali search engine in base agli indici e ai parametri richiesti dai motori stessi per ottenere il migliore posizionamento.

- **individuazione delle keyword:** selezione delle parole che riassumono al meglio le caratteristiche di un prodotto o di un servizio. L'obiettivo è di apparire tra i primi risultati e aumentare il traffico di utenti interessati sul sito.

Web advertising

In un'ottica di share vision con il cliente, Layoutweb progetta e realizza campagne sui media on line mirate a raggiungere gli obiettivi prefissati in tempi brevi e ottimizzare al massimo il budget investito.

- **media planning:** pianificazione di campagne on line nazionali e internazionali. Lo staff sceglie gli spazi e i formati migliori e definisce strategicamente il timing delle uscite.

- **e-mail marketing:** invio di DEM (Direct E-mail Marketing) e newsletter. La Dem viene mandata a un database di utenti preselezionato e mira a un ritorno immediato. Lo scopo della newsletter, invece, è quello di fidelizzare un navigatore che si è precedentemente profilato sul sito.

Web marketing

Migliorare il posizionamento e la visibilità sui motori di ricerca, promuovere l'immagine di una impresa o di un prodotto è lo scopo che si propone di raggiungere questo servizio attraverso leve diverse.

- **article marketing:** pubblicazione di articoli

sull'azienda o i suoi prodotti su siti e portali ad hoc per aumentare la link popularity.

- **web pr:** divulgazione di comunicati stampa online a portali accuratamente selezionati e testate per valorizzare e promuovere l'immagine dell'azienda.
- **blogging:** interazione con i blog della rete per attirare i navigatori al sito.
- **viral marketing:** diffusione sul web di contenuti per generare "word of muth", passaparola, e quindi innescare la propagazione spontanea di quelle informazioni fra gli utenti, come un filmato curioso.
- **pay per click:** pianificazione e acquisto di link sponsorizzati sui motori di ricerca per migliorare la visibilità e incrementare il traffico.
- **link broking:** compravendita di link dopo un'attenta valutazione dei siti e delle offerte per aumentare la link popularity.

Analisi statistiche e report

Layoutweb monitora i risultati delle azioni on line ed elabora report quadrimestrali per i clienti. Conoscere la performance di un sito, il ritorno degli investimenti di una campagna è fondamentale per valutare se gli obiettivi sono stati raggiunti e impostare le strategie future.

Grazie a un software di tracciamento professionale, ConversionLab, Layoutweb propone un servizio nuovo: Web Analytics per analizzare visite, referer, bounce, tempi di permanenza, percorsi di navigazione e conversioni.

Web brand protection

Difendere il proprio marchio da usi impropri diventa un fattore sempre più strategico per le imprese.

Layoutweb è in grado di registrare il nome di un'azienda o di un marchio in tutti i domini di primo livello mondiale e di verificare se intere sezioni del sito aziendale vengono usate da altri editori. Web brand protection è il modo più sicuro per tutelarsi da cause legali lunghe, onerose e spesso di difficile soluzione per la diversa legislazione in vigore nei singoli Paesi.

Web hosting

Una infrastruttura di rete con performance di livello e standard di qualità è essenziale per avere un sito efficiente e impostare correttamente un'attività di web marketing. Layoutweb dispone di 4 macchine autonome e gestite direttamente. Per progetti particolari è possibile dislocare il server in Cina, Gran Bretagna e altri stati esteri. Layoutweb offre un servizio di hosting di base e di hosting avanzato.



www.layoutweb.it

Layoutweb, less is more

Speciale Cina



Web marketing con gli occhi a mandorla
Strategie di comunicazione mirate per conquistare il mercato cinese.

Cina: un mercato on line in rapida ascesa e 250 milioni di persone che navigano su internet. Un dato, questo destinato a crescere tenuto conto che la popolazione complessiva del paese supera il miliardo.

Per le aziende il colosso asiatico rappresenta una eccezionale opportunità per ampliare i confini del proprio business. Inoltre, i ceti emergenti, i "nuovi ricchi" figli di un'economia con elevati tassi di crescita, sono sempre più orientati all'acquisto di beni di lusso, in particolare i prodotti Made in Italy.

In questo contesto, i motori di ricerca e i servizi di web marketing si presentano come le strategie di comunicazione più efficaci per inserirsi nel panorama digitale cinese.

"Ogni giorno da Shanghai a Pechino in centinaia di migliaia si collegano a internet e usano i search engine. Una pagina web che figura nelle prime posizioni è visibile da un elevato numero di utenti e potenziali clienti – spiega Claudio Agazzi, presidente e managing director di Layoutweb – Per questo abbiamo deciso di lavorare con i migliori motori di ricerca di quell'area geografica e impostare una serie di attività di web marketing, mirate a dare visibilità alle imprese che vogliono investire in Cina. Si tratta di una scelta strategica per sfruttare una realtà in forte espansione".

Per superare le difficoltà logistiche, culturali e linguistiche che pone il mondo orientale, servono esperienza nel settore, il know how tecnico e competenze specializzate.

"La localizzazione grafica e testuale di testi e immagini è cruciale per i siti e le campagne di comunicazione rivolte ai mercati emergenti – prosegue Agazzi – Per questo ci avvaliamo di personale madrelingua in grado di seguire la codifica, la traduzione delle pagine web e di tutti gli aspetti legati alla mediazione culturale dei contenuti. Inoltre, i nostri collaboratori seguono anche la ricerca e l'ottimizzazione di parole chiave per

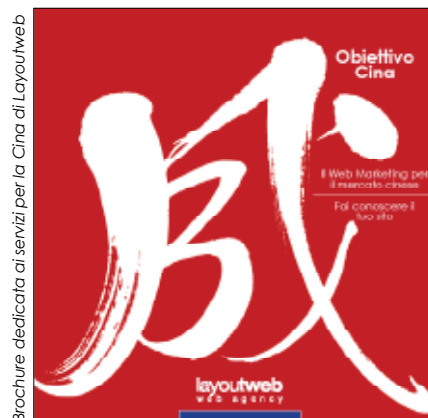
i search engine, la selezione di siti e portali per l'attività di web marketing e web advertising".

Far conoscere i propri prodotti o il proprio marchio a milioni di persone con costi vantaggiosi rispetto all'advertising tradizionale è uno dei plus del marketing applicato alla rete. A questo si aggiunge la misurabilità delle performance di siti e campagne on line per ottimizzare il ROI, oltre alla possibilità di sperimentare pianificazioni ampie e diversificate.

"Il nostro servizio di web marketing per il mercato cinese si basa sull'esperienza che abbiamo maturato negli anni in ambito italiano e internazionale – conclude il presidente di Layoutweb - Utilizzando le giuste leve, come l'article marketing, campagne Pay per Click, il link broking, l'invio di comunicati stampa e il viral marketing è possibile migliorare il proprio posizionamento sui motori di ricerca e raggiungere un alto numero di potenziali acquirenti".

Fai conoscere il tuo sito con Layoutweb

Layoutweb propone un pacchetto di servizi di web marketing completo e integrato per la Cina, forte della sua consolidata esperienza nel



Brochure dedicata ai servizi per la Cina di Layoutweb

settore della comunicazione digitale e del know how sviluppato per gestire con professionalità la localizzazione grafica e testuale di immagini e contenuti.

Otto buoni motivi per scegliere noi:

- Codifica del testo per una corretta lettura del sito da parte del motore di ricerca
- Localizzazione testuale e grafica del sito
- Traduzione dal cinese all'italiano dei messaggi provenienti dal sito
- Iscrizione del sito ai principali motori di ricerca cinesi
- Analisi, localizzazione e ottimizzazione delle parole chiave
- Ricerca di directory e portali per il web advertising e il web marketing
- Registrazione dei nomi a dominio con suffisso relativo al mercato asiatico
- Localizzazione del server.

I nostri servizi

Search engine placement

Layoutweb lavora con i principali search engine cinesi come Baidu.cn e Google.cn e Yahoo.cn. Questa scelta va incontro alle esigenze di quelle aziende che puntano sui mercati emergenti. Se da un lato impostare attività di search engine placement e web marketing è più complesso, dall'altro è sempre più strategico per sfruttare tutte le potenzialità di una realtà in forte sviluppo.



Web advertising

Un'efficace campagna on line deve essere preceduta da un'attenta analisi e scelta di portali ad hoc, selezionati in linea con le esigenze dei clienti. La ricerca per l'Oriente, con un occhio di riguardo per la Cina, è effettuata da esperti di lingua e cultura cinese, che mettono a disposizione le loro competenze anche per quanto riguarda la localizzazione testuale e grafica dei banner pubblicitari.

- Media planning
- DEM: Direct E-mail Marketing
- Newslettering

Web marketing

Per avere un buon posizionamento sui motori di ricerca e visibilità sulla rete Layoutweb ha studiato un servizio integrato di web marketing che utiliz-

za diverse leve per migliorare la visibilità del sito. L'attività di web marketing rivolta ai mercati asiatici si basa su un'accurata selezione di portali e siti ad hoc oltre ad una localizzazione testuale in linea con la cultura e la sensibilità locale, svolta da collaboratori madrelingua.

- Article marketing
- Comunicati stampa
- Blogging
- Viral marketing
- Pay per Click
- Link Broking
- Directory subscription

Analisi statistiche e report

Per Layoutweb monitorare i risultati delle performance di un sito o del ROI di una campagna è essenziale per stabilire se gli obiettivi sono stati raggiunti e per decidere le strategie di comunicazione future.

I nostri clienti interessati a far conoscere i propri prodotti in Asia possono contare su uno strumento in più: il servizio di Web Analytics.

Grazie a un software di tracciamento professionale, ConversionLab, vengono analizzate visite, referer, bounce, tempi di permanenza, percorsi di navigazione, conversioni ecc. ConversionLab è realizzato da Trackset, società partner di Layoutweb.



Web brand protection

In un contesto economico globalizzato difendere il proprio marchio è una scelta determinante, che mette al riparo da eventuali usi impropri e lunghi contenziosi legali.

Per le società che si affacciano per la prima volta sul mercato cinese, Layoutweb propone la registrazione dei nomi con estensione geografica pertinenti a quell'area, come .asia, .cn, .com.cn.

Web hosting

Il servizio di hosting offerto da Layoutweb si basa su una infrastruttura di rete con performance elevate e standard di qualità. Per le imprese che vogliono investire in Cina, la nostra web agency è in grado di dislocare il server in quella zona.

La server farm localization, infatti, è un fattore altamente strategico sia per il downloading del sito sia in un'ottica di posizionamento sui motori di ricerca.





Bormioli Rocco sceglie Layoutweb

In un anno il sito bormioliroccoplastics.com registra un aumento del 343% di visitatori unici mensili. Pianificate attività di web marketing per tutto il 2008.

La Divisione Plastica di Bormioli Rocco, uno dei maggiori produttori packaging per il settore farmaceutico, cosmetico e alimentare, si è rivolta a Layoutweb per incrementare le performance del proprio sito e migliorare la visibilità in rete.

Grazie alle strategie studiate e messe in atto dallo staff guidato da Claudio Agazzi, gli obiettivi sono stati raggiunti con successo.

contenuti e con una grafica rinnovata. In un'ottica di share vision con il cliente, è stato concordato di mantenere i colori della versione originale, il rosso e il bianco che caratterizzano anche il logo del gruppo.

Per aumentare il traffico, Layoutweb ha utilizzato tutti gli strumenti a disposizione per una efficace ottimizzazione.

Superato questo primo step, è stata pianificata un'articolata attività di web marketing e web advertising per incrementare la visibilità in rete del brand e dei suoi prodotti, che è ancora in atto. Campagne banner, Pay per Click e pr on line sono il fulcro della strategia di pianificazione studiata per Bormioliroccoplastics.com.

www.bormioliroccoplastics.com - home page



Il punto della situazione

A novembre 2007 il numero di visitatori unici mensili non era in linea con le potenzialità del sito. Questo era dovuto in parte a caratteristiche tecniche, che ostacolavano l'indicizzazione dei motori di ricerca. Il sito, infatti, era realizzato interamente in Adobe Flash, un software che garantisce un'interfaccia grafica di impatto, ma poco funzionale dal punto di vista del posizionamento sui search engine.

Da segnalare anche che non era in atto nessuna attività di web advertising e web marketing.

Il piano di Layoutweb

La web agency ha progettato e realizzato un nuovo sito, on line da novembre 2007, ricco di

I risultati

Da novembre 2007 a settembre 2008 i visitatori unici mensili sono aumentati del 343%, un incremento significativo supportato da un altro dato importante: nel periodo preso in esame si è registrato un tasso di crescita costante. Ogni mese il numero degli accessi ha continuato a salire, con una lieve flessione ad agosto, un calo fisiologico dovuto all'estate e alle vacanze.

Lo scopo di incrementare il traffico al sito è stato raggiunto con successo. A ottobre 2008 le pagine viste per utente sono state 5,59.

Dopo l'attività di Seo, è stata avviata la seconda parte del piano di Layoutweb con l'invio di comunicati stampa a portali in target che ha dato al sito una significativa risonanza e visibilità. Contestualmente è iniziata l'iscrizione a directory e l'attività di link broking che proseguirà per tutto il 2008 per incrementare la link popularity.

Da agosto è attiva una campagna Pay per Click su Google che in 3 mesi ha prodotto circa 3600 click con un CTR (Click Through Rate) del 2,57%.

Il Commento

Riguardo alle azioni messe in campo per migliorare la visibilità del sito, **Elena Piazza, responsabile comunicazione della Divisione Plastica** afferma:

“Siamo molto soddisfatti della partnership stretta con Layoutweb.

Abbiamo espresso i nostri obiettivi e subito ci è stata proposta una strategia per raggiungerli che si è rivelata vincente.

Nell'arco di un anno i visitatori del sito **www.bormioliroccoplastics.com** sono nettamente aumentati.

Anche la nostra visibilità in rete è migliorata grazie al lavoro impostato sul doppio fronte dei motori di ricerca e del web marketing.

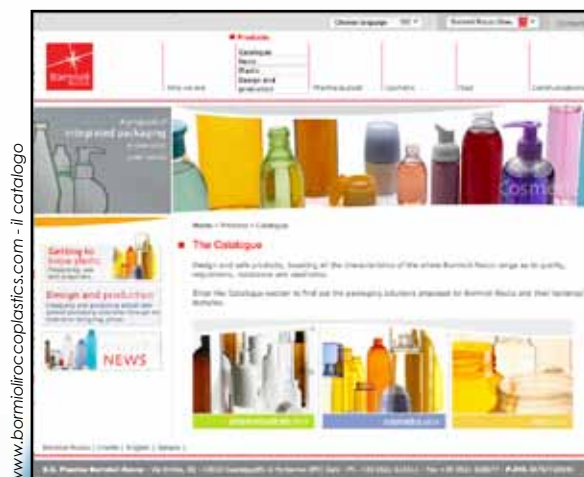
L'innovazione contraddistingue la Divisione Plastica, sia in campo tecnologico che nel settore dei nuovi media”.

L'advertising, che proseguirà fino a dicembre, sta registrando performance molto positive. I Pay per Click, infatti, contribuiscono ad aumentare le visite di utenti interessati al sito e ad ottimizzare al massimo gli investimenti.

Tre le campagne banner pianificate. Le prime due sono partite a settembre e hanno visto coinvolti i portali Packaging International e Pharma Manufacturing News. La terza campagna è partita il 27 ottobre su In Pharma Technologist.

E' in atto anche una proficua collaborazione con Web Packaging che pubblica il catalogo dei prodotti della Divisione Plastica e ultime novità. In più, il logo Bormioli Rocco compare nelle newsletter inviate dal portale con un estratto delle novità relative al gruppo.

Infine, Layoutweb ha curato il restyling di Infopackaging, il magazine della Divisione Plastica scaricabile dal sito in formato pdf. Quando esce un nuovo numero una newsletter avverte gli utenti della pubblicazione.



Web Trends: il Marketing in rete

Obiettivo puntato sulle campagne e le idee che fanno tendenza su internet: nuovi prodotti, investimenti e strategie di comunicazione.



Due milioni di euro per il lancio di Flavors

Sito ad hoc, campagna adv, blogging e e-mail marketing in target per il nuovo tv color di Philips

Un televisore diverso ogni giorno. Da oggi non è più un sogno con Philips Flavors. Il nuovo prodotto, infatti, grazie a un sistema di cornici intercambiabili consente di personalizzare tv e home theatre per aggiungere un pizzico di novità al salotto e adattarlo ai propri gusti.

Il lancio avverrà prima in Italia, poi negli altri Paesi. Regioni pilota saranno la Lombardia e il Triveneto, in cui la distribuzione partirà da novembre. "A sostegno è prevista una campagna da due milioni di euro – spiega Lucio Trocino, director customer marketing di Philips Consumer Lifestyle Italy – La pianificazione, che prenderà il via a fine ottobre, vedrà anche un forte uso di internet, innanzitutto con il sito www.philips.it/flavors che dà la possibilità di provare virtualmente le varie combinazioni di monitor e di lasciare commenti, con l'obiettivo di formare una community".

Inoltre, è prevista la presentazione del prodotto a blogger e social network per creare word of mouth, una campagna di advertising dai toni molto accattivanti e attività di e-mail marketing diretta a un target selezionato.

"Il web è molto importante per questo lancio - conclude Trocino - perchè il nostro idealtipo di consumatore è internet user".

Acqua Lete investe 300mila euro sul web

In occasione del debutto del nuovo sito è partita l'operazione a premi "Lete in Rete"

Il debutto on line del nuovo sito di Acqua Lete si accompagna all'iniziativa "Lete in Rete", valida fino al 15 dicembre. I fan della simpatica particella di sodio potranno scaricare wallpaper, screensaver, suonerie e tanti altri gadget digitali.

"L'operazione si iscrive in un percorso mediatico che ha assegnato al web pari dignità rispetto ai media tradizionali – afferma il direttore marketing Gabriella Cuzzone – e allo stesso tempo ha puntato a rafforzare il rapporto empatico fra la marca e i consumatori".

Acqualete.it nasce appunto con questo intento, oltre a fornire ai visitatori informazioni utili sulle acque minerali e il benessere. Nel sito c'è anche una sezione dedicata alla squadra di calcio del Napoli, di cui l'azienda è sponsor.

A supporto dell'operazione a premi è partita una campagna di advertising da 300mila euro su portali come Repubblica.it, Corriere.it, Virgilio.it, Tiscali.it, Msn.it e Libero.it

Parmigiano-Reggiano vola su internet

Un concorso e immagini user generated aumentano il traffico del sito

Il Consorzio del Parmigiano-Reggiano, sponsor dell'ultimo Giro d'Italia, ha portato la competizione anche in rete con due iniziative che hanno riscosso un grande successo di pubblico e aumentato il traffico del sito. E' stato ideato un concorso a premi che invitava i navigatori a indovinare i vincitori delle 21 tappe della gara ciclistica, inoltre, in una sezione del sito gli utenti potevano scambiarsi le foto scattate da loro durante il Giro. Grazie a questo progetto, il Consorzio ha raggiunto in pieno i suoi obiettivi: creare rumors su internet e incrementare le visite su Parmigiano-reggiano.it. Questi risultati lusinghieri sono frutto di due scelte strategiche: una promozione attenta a massimizzare le risorse, pur mantenendo costi limitati, e l'ottimizzazione delle due aree del sito dedicate all'iniziativa. Dai motori di ricerca, infatti, sono venuti più del 30% dei visitatori, senza contare che nei giorni della gara i contatti sono aumentati del 130%. Molto positiva anche la redemption degli iscritti (+10%), dato che permetterà al Consorzio di profilare gli utenti.

Le ultime dal mondo di Layoutweb

**Tutte le novità sulle attività della web agency di Parma.
Sotto la lente d'ingrandimento siti, servizi e iniziative digitali.**

Arquati Usa si presenta con un nuovo sito

E' on line il nuovo sito di Arquatiusa.com realizzato da Layoutweb. L'azienda statunitense si è affidata alla web agency per ridisegnare la propria immagine digitale. Il noto marchio di tende da sole e cornici ha rinnovato la grafica e i contenuti in linea con gli ultimi trend della comunicazione digitale.



www.arquatiusa.com - home page

Dall'homepage si accede alle due sezioni principali: una dedicata alla protezione solare, l'altra alle cornici, core business dell'impresa fondata nel 1978. Molto curate le schede prodotto, ricche di informazioni e dettagli. In particolare, gli utenti che si registrano possono accedere all'area riservata ed essere coinvolti in vantaggiose offerte e promozioni. Customer oriented, il sito ha una speciale maschera per impostare la ricerca di cornici in base a tre criteri: forma, colore e tipologia. E per i suoi clienti Arquati Usa ha attivato il Ticket System basato sul software Layticket™: un servizio di assistenza di facile accesso. Senza registrarsi, infatti, è possibile inviare messaggi allo staff per segnalare problemi o chiedere suggerimenti. Proseguendo nella navigazione si incontrano le pagine dedicate all'azienda, alla mission, fino alle utility, dove scaricare gratuitamente materiale informativo.

Web analytics: tutto sull'andamento di pagine web e campagne digitali

L'esperienza e la professionalità di Layoutweb per misurare la performance di siti e campagne digi-

tali. Web analytics è il nuovo servizio messo a punto dall'agenzia, per rispondere alle esigenze delle aziende che vogliono ottimizzare il ritorno degli investimenti e investire in rete con un media mix efficace e target profilati. Grazie a un software di tracciamento professionale, lo staff raccoglie e analizza una grande quantità di dati: visite, bounce, tempi di permanenza, percorsi di navigazione, referer e conversioni. Correttamente interpretati da esperti questi e altri indicatori stanno alla base di una strategia di comunicazione di successo: dal display advertising all'e-mail marketing, dal search engine placement al marketing digitale. Ai responsabili marketing e comunicazione Layoutweb offre uno strumento indispensabile per lavorare al meglio: report chiari, facili da consultare e con informazioni dettagliate. Inoltre, su richiesta del cliente i report possono essere personalizzati.

Nel media mix di Resstende anche il web marketing

E' un autunno nel segno del web marketing quello di Resstende. Prosegue, infatti, la comunicazione digitale dell'azienda leader nel settore della protezione solare e della produzione di tende tecniche. Realizzata da Layoutweb, la campagna è stata anticipata da attività di SEO per migliorare il posizionamento sui motori di ricerca e dare maggiore visibilità al sito. I principali siti e portali in target sono coinvolti nell'attività di pr on line. Per quanto riguarda l'invio di comunicati stampa, Layoutweb ha deciso di inserire nel media mix anche la carta stampata, in particolare periodici di arredamento, architettura e design.

Obiettivo della campagna è aumentare il traffico del sito, migliorare la link popularity e promuovere i prodotti e l'immagine del brand in rete. Per questo la web agency sta utilizzando in modo strategico diverse leve del marketing on line. Seguendo un trend sempre più diffuso fra grandi gruppi, Resstende sperimenta le potenzialità della rete per ampliare i confini del proprio business.



layoutweb
web agency

Questo pazzo pazzo web

Internet: per gli uomini è il regno della felicità

Un sondaggio australiano rivela cosa rende piacevole la vita

Dove si trova il segreto per essere felici? Secondo gli australiani in rete. Almeno per la maggioranza degli uomini. Per le donne, invece, quello che rende davvero ricca l'esistenza è passare del tempo con la famiglia. Lo svela "L'indice della felicità", un'indagine condotta su un campione di oltre 8500 persone fra i 18 e i 64 anni per scoprire cosa rende bella la vita. Per più del 50% degli intervistati felicità è navigare, giocare ai videogame on line oppure frequentare i social network, come Facebook o MySpace. Al contrario, la maggioranza delle donne che hanno risposto al questionario (55%) vede nei momenti conviviali, trascorsi con parenti e amici la ricetta per una vita serena e gratificante.

Messaggi "compromettenti"? Ci pensa Mail Goggles

Prima dell'invio il software anti-gaffe sottopone l'utente a un test

Se vi è mai capitato di inviare un messaggio di posta elettronica imbarazzante adesso c'è un modo per evitarlo: con addizioni e moltiplicazioni. Mail Goggles è il nuovo programma lanciato da Google che punta a scoraggiare gli utenti dal mandare e-mail fuori luogo per i destinatari. Jon Perlow, ingegnere di Gmail, ha studiato un programma che si attiva nella tarda serata del fine settimana, quando è più alto il rischio di scrivere cose che sarebbe meglio tacere, magari dopo aver bevuto un bicchiere di troppo. Prima di inviare il messaggio, il sistema sottopone agli utenti una serie di domande di matematica, semplici operazioni a cui si deve rispondere velocemente. Perlow stesso sa bene che il suo software non sempre impedisce di scrivere e-mail di cui ci si pente immediatamente, ma questo prodotto potrebbe essere un aiuto in più.

A Scuola con lavagna elettronica e pagelle on line

Docenti dietro ai banchi per imparare a usare i nuovi dispositivi elettronici

Addio alla vecchia pagella cartacea, dal prossimo anno le pagelle saranno in formato digitale. E le novità non finiscono qui. A dicembre 2009 entrerà in funzione un pacchetto di servizi web che comprende anche il registro digitale, la rilevazione di presenze e assenze con comunicazione via cellulare o posta elettronica, accesso in rete ai fascicoli degli studenti e la prenotazione on line dei colloqui. Lo hanno annunciato il ministro dell'Istruzione Mariastella Gelmini e il ministro dell'Innovazione e Funzione pubblica Renato Brunetta. Intanto sono già partiti i corsi di formazione per i docenti che dovranno imparare ad utilizzare la lavagna interattiva multimediale. Dotata di pc portatile, videoproiettore e casse acustiche la Lim sostituirà i gessi e la vecchia lastra nera d'ardesia. La partenza del progetto è prevista a dicembre di quest'anno in oltre mille istituti scolastici.

C'è una Vespa che vola nella rete

Boom di ricerche per la mitica due ruote che non passa mai di moda e fa impazzire gli italiani

E' "vespamania" su Subito.it, portale di annunci dove si vende e si compra qualunque cosa. Risulta, infatti, che nel solo mese di settembre il nome del veicolo di casa Piaggio è stato digitato più di 70.000 volte. Anche se gli anni '60 sono finiti da un pezzo, l'amore degli italiani per la Vespa non accenna a diminuire. Il veicolo simbolo del boom economico è diventato un oggetto del desiderio, capace di conquistare giovani e non. Lo dimostrano le inserzioni sul portale, che riguardano sia i primi modelli dal sapore un po' retrò sia quelli più recenti. Sono richiestissimi anche pezzi di ricambio, come fanali e contattometri. I prezzi di questo gioiello di meccanica e design si adattano a tutte le tasche. Si va dai 180 euro per una Vespa da restaurare fino a 10.000 euro per un pezzo raro.



la pubblicità logora
chi non la fa



layout**advertising**group
agenzia pubblicitaria

www.layout.it
info@layout.it

P.le dalla Chiesa, 1 - 43100 Parma
Tel. 0521 776970 - Fax 0521 706836



layoutweb
web agency

www.layoutweb.it
info@layoutweb.it

Image&Action
è una testata di proprietà
di Layout Advertising Group

Direttore responsabile: Claudio Agazzi

Redazione: Simona Bonati

Hanno collaborato a questo numero:
Cristiana Bellini, Cristina Valenti, Elisa Seletti,
Luca Guglielmi, Ferruccio Sassi, Luca Giaroli

Produzione: Valentina Gennari

Art Direction: Luca Pardini



layoutadvertisinggroup
agenzia pubblicitaria

www.layout.it
info@layout.it

P.le dalla Chiesa, 1
43100 Parma
Tel. 0521 776970
Fax 0521 706836