

# WEB MARKETING ESSENZIALE

di Antonio Ferrandina



Per scaricare i file relativi al software Web Marketing Tool citato nel testo, si vedano le istruzioni riportate a pagina 237.

*Questo libro è dedicato  
alla memoria di mio fratello Lorenzo*

# Indice sistematico

Prefazione alla prima edizione .....	9
Prefazione alla quarta edizione .....	12

## **Capitolo 1 - What's New on Web Marketing .....**

13

### **Capitolo 2 - Marketing e Strategia**

1. Definizione di Marketing.....	19
2. Definizione di Strategia .....	21
3. Definizione di Vantaggio Competitivo .....	22

### **Capitolo 3 - Il Web Marketing**

1. Concetto di Web Marketing .....	27
2. Distinzione tra Marketing Tradizionale e Web Marketing .....	29
3. I principali Business Models on-line .....	31

### **Capitolo 4 - Web Strategic Planning**

1. Il Processo di Pianificazione Strategica .....	39
2. La Missione Aziendale .....	41
3. L'Analisi delle Forze e Debolezze .....	45
4. L'Analisi delle Minacce e Opportunità.....	47
5. La scelta delle Strategie Web.....	48

### **Capitolo 5 - Web Marketing Strategico**

1. Le fasi del Web Marketing Strategico.....	53
--	----

2. Le ricerche di Web Marketing .....	54
3. La Segmentazione .....	64
4. Il Targeting .....	69
5. Il posizionamento.....	72

## **Capitolo 6 - Web Marketing-Mix**

1. Definizione di Web Marketing-Mix.....	75
2. Le Strategie di Prodotto .....	76
3. Le Strategie di Prezzo.....	85
4. Le Strategie di Distribuzione .....	90
5. Le Strategie di Promozione/Comunicazione .....	93

## **Capitolo 7 - Leve, Strumenti e Canali del Web; Promo-Communication-Mix**

1. Le Formule di Promo-Communication on-line.....	101
2. Gli Strumenti di Promo-Communication on-line.....	113
3. I Canali di Promo-Communication on-line .....	118
4. Le Leve Promozionali.....	144

## **Capitolo 8 - Il Web Marketing Budget**

1. Spese di Web Publishing.....	149
2. Spese di Web Marketing.....	154
3. Stima dei Ricavi da Traffico .....	159

## **Capitolo 9 - Web Marketing e Social Media**

1. Cosa sono i Social Media .....	161
2. Viral Marketing e successo dei Social Media .....	165
3. Social Commerce e Social Media Marketing.....	167
4. Social Media Planning .....	170
5. Il costo di una campagna di Social Media .....	172
6. Strategie, tattiche e tecniche operative per il Social Media Marketing.....	174

**Capitolo 10 - Web Marketing Tool: software per la pianificazione di Web Marketing**

1. Presentazione.....	181
2. Caratteristiche tecniche e installazione con Excel 2007 e successivi.....	181
3. Funzioni del Software.....	187
4. Condizioni di utilizzo del software.....	190

**Allegati**

1. Link utili.....	191
2. Glossario di Web Marketing.....	198
3. Glossario di Marketing.....	212

<b>Booksite: istruzioni per l'uso .....</b>	<b>237</b>
---	------------