

» WEEBOX

venerdì 16 gennaio 2009, 10:23

Internet, vende chi domanda

di Marco Massara

Risultato 



Domandare per soddisfare e fidelizzare, lasciamo che gli altri dicano sempre la loro.

Gli **aspetti chiave** delle puntate precedenti erano:

- Le persone amano **comprare** soprattutto i prodotti in cui si riconoscono o di cui sono stati co-creatori.
- **Conoscere le preferenze dei compratori** è un vantaggio competitivo **per definire la direzione aziendale in cui innovare** tutelando gli investimenti...in questi ultimi tempi sempre più preziosi.
- **Le persone** su web si parlano e **vogliono dire la loro**, compilano questionari, test etc.
- Uso di un **CMS evoluto e flessibile** (un esempio utile è **Brick**) che semplicemente permetta la redazione di un numero arbitrario di sondaggi/questionari profilati per gruppi di interesse.

- La capacità di **porre domande a valore** per l'azienda e per i clienti.

Navigando per la rete i siti che vengono premiati in termini di accessi e vendite sono quelli che hanno il coraggio di usare la comunicazione bidirezionale per fare "edu-treatment"...

Edu come sintesi di educare che in senso etimologico vuole proprio dire "Tirare fuori"...i desideri di acquisto nel caso di progetti marketing.

Treatment...semplice le persone vogliono emozionarsi e divertirsi durante la navigazione. Approfondimenti su progetti web di "edu-treatment" potranno essere oggetto di futuri articoli

Marco Massara | Web Marketing Specialist - [consulenza web marketing](#)

Commenti

Condividi la tua opinione con gli altri lettori de ilGiornale.it
[Leggi tutti i commenti \(6\)](#)

[Log in / Registrati](#) alla community e lascia il tuo commento

 [aiuto](#)