

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

Internet come veicolo di rinascita: per le aziende ed il mercato del lavoro

Marco Tajè · Thursday, June 25th, 2020

Internet è diventata col passare del tempo una realtà sempre più solida. Per le aziende la rete rappresenta spesso un'ancora di salvataggio, ma anche il motivo per il quale occorre guardare al futuro con ottimismo. Basti pensare che secondo alcuni sondaggi oltre il 70% degli italiani si rivolge al web per trovare informazioni e mettersi in contatto con esercizi commerciali di ogni tipologia. Per questo motivo, è importante che ogni azienda sia presente su internet, così da poter raggiungere un bacino d'utenza più ampio e mettersi in contatto con tutti i clienti presenti online.

Ogni azienda, dunque, deve essere in grado di crearsi un'immagine efficace ovvero una brand awareness, che abbia un'identità differente da quella dei competitors, così da essere ben distinguibile agli occhi dei clienti.

Il web è un ottimo modo per comunicare in modo facile ed accessibile con i clienti e per creare con gli stessi un rapporto di fidelizzazione. Questo infatti offre numerosi canali di comunicazione, tra cui l'email marketing, i blog e i social network. Per non parlare del fatto che moltissimi utenti si rivolgono al web per trovare prodotti e servizi che rispondano alle loro esigenze. Se un'azienda non ha una buona presenza sul web, quindi, rischia di perdere un elevato numero di potenziali clienti.

La rete rappresenta inoltre un modo veloce ed efficiente per promuovere i propri prodotti. Avere una buona presenza sul web è quindi, oggi più che mai, molto importante e una buona strategia di web marketing può fare davvero la differenza per quanto riguarda il successo o l'insuccesso di un business.

Internet per ripartire

Dopo lo shock dovuto all'emergenza Coronavirus, le aziende devono avere una base solida da cui ripartire. Ed internet sembra essere il luogo perfetto per farlo. Un esempio su tutti ci arriva dai dati e-commerce degli ultimi periodi che confermano il trend in crescita delle vendite online. Durante l'emergenza Covid-19 la percentuale di persone che ha utilizzato almeno un servizio digitale è arrivata al 95%, segnando un +11% rispetto al periodo pre-emergenza, e ogni utente ha ampliato (+53%) il range di settori fruiti online.

Non si può definire una "conversione" spontanea, visto che con il coronavirus si sono pressoché azzerati i contatti sociali vis-à-vis, è arrivata la serrata delle attività non indispensabili e davanti a supermercati e farmacie si sono formate lunghe code. Come conferma anche [questo sito](#), dall'inizio

del 2020 a oggi sono 2 milioni i nuovi consumatori online in Italia, di cui 1,3 milioni sono arrivati alle piattaforme di acquisto digitale proprio durante l'emergenza sanitaria del Covid-19. In tutto, nel nostro Paese, coloro che comprano online, sono ad oggi 29 milioni, mentre fino a febbraio 2020 erano 27. Negli stessi mesi dello scorso anno (da gennaio a maggio 2019), si registravano 700 mila nuovi consumatori, quindi si può dire che nei primi 5 mesi del 2020 il loro numero è pressoché triplicato.

Internet e il mondo del lavoro

Il mondo del lavoro è forse quello maggiormente influenzato dalle nuove tecnologie. Grazie ad internet, infatti, sono nate nuove figure professionali e nuovi metodi lavorativi, come ad esempio lo smart working. C'è chi crea campagne di marketing e di pubblicità online, chi si occupa dell'ottimizzazione dei siti internet per aumentarne la visibilità, chi modera chat e forum e cura le pagine sui social network, chi si occupa dei contenuti nei siti, da quelli di informazione, agli e-commerce a quelli [come questo](#).

Una delle professioni legate al web più richieste è il web content manager. Si tratta del responsabile della creazione e della gestione di contenuti digitali: dai testi per i siti aziendali agli articoli da pubblicare su un blog ai contenuti sui social network.

Nelle aziende più grandi il web content manager non redige in prima persona tali contenuti ma coordina un team che, sotto la sua supervisione, li crea e aggiorna. Tale figura professionale si occupa anche della promozione dei contenuti sui social network o della realizzazione di vere e proprie campagne creative di marketing. Molto ambita è la figura del web copywriter, ossia il professionista della scrittura che realizza contenuti testuali finalizzati alla divulgazione sul web e al posizionamento nei motori di ricerca di un sito.

In particolare redige testi per i siti aziendali, le campagne pubblicitarie online, le email promozionali, le newsletter, i comunicati stampa, i blog e i social media. Per svolgere queste mansioni, il web copywriter deve essere un esperto non solo delle piattaforme su cui vengono pubblicati i testi ma anche del target cui si riferiscono.

This entry was posted on Thursday, June 25th, 2020 at 12:01 am and is filed under [Lombardia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.