

BUSINESS ON LINE: A PESCARA NASCE PUNTO D'ASCOLTO DI DIGITAL MARKETING

20 Marzo 2017



PESCARA – Nasce un punto d'ascolto di digital marketing a Pescara.

L'iniziativa è ideata da Riccardo Di Nisio, data scientist abruzzese che si occupa della formazione di coloro che vogliono investire sul web.

“In qualità di data scientist – spiega Di Nisio – ho avuto l'occasione di lavorare come team leader in Fiat Fca a Torino. Lì mi sono occupato in particolare di digital marketing analizzando, in real time, i big data che gravitano attorno ai siti web. Perché solo dall'analisi dei dati è possibile definire strategie efficaci”.

“Purtroppo, però – aggiunge – sono ancora poche quelle aziende che fanno un uso scientifico del marketing. In giro c'è molta creatività ma, molte volte, deriva più da intuizioni personali che da dati oggettivi. E il rischio è quello di 'navigare a vista' senza una reale bussola”.

Da qui la necessità di formare le persone che vogliono orientarsi nel mondo del web.

E creare un centro informativo gratuito attraverso il quale informarsi su come tradurre la propria idea di business e come acquisire la formazione necessaria per diventare digital.

Per avere una consulenza gratuita è sufficiente riempire il modulo contatti al seguente link

<http://www.pescaracorsidigitalmarketing.com/contatti/>.

“Per poter fare business on line – sostiene il data scientist Di Nisio – non occorre solo realizzare un bel sito ma occorrono strategie complete. Occorre interpretare i dati, capire le tendenze, allineare l'offerta alla domanda e di conseguenza applicare la strategia vincente. I siti web sono solo il punto di partenza. E' un po' come dire che non basta possedere una bella macchina ma bisogna prima avere la patente di guida e con essa un buon pilota”.

In effetti i dati parlano chiaro. Da una recente indagine condotta dal Corriere Lavoro, è emerso che l'indice di penetrazione dell'e-commerce in Italia è solo del 17%, circa la metà del valore medio europeo e quattro volte inferiore al dato della Germania, della Francia, dell'Inghilterra e della Danimarca.

“Molti commercianti italiani – sostiene Di Nisio – hanno investito soldi per creare il proprio sito web e l'e-commerce ma hanno perso fiducia nel momento in cui hanno visto che sono stati solo soldi spesi senza alcun ritorno. Avere un sito e-commerce, senza strategie associate, non è sinonimo di business on line”.

“Il trucco – conclude – è racchiuso nel concetto di digital marketing, ovvero nell'applicazione di un marketing scientifico che nulla lascia al caso e che rende possibile misurare gli effetti di ogni singola azione”.

La finalità del centro d'ascolto è quella di aiutare le imprese e professionisti in maniera del tutto gratuita.