

Giorgio Soffiato

Strategie di marketing B2B in contesti complessi



VIC digital



CONFINDUSTRIA VICENZA

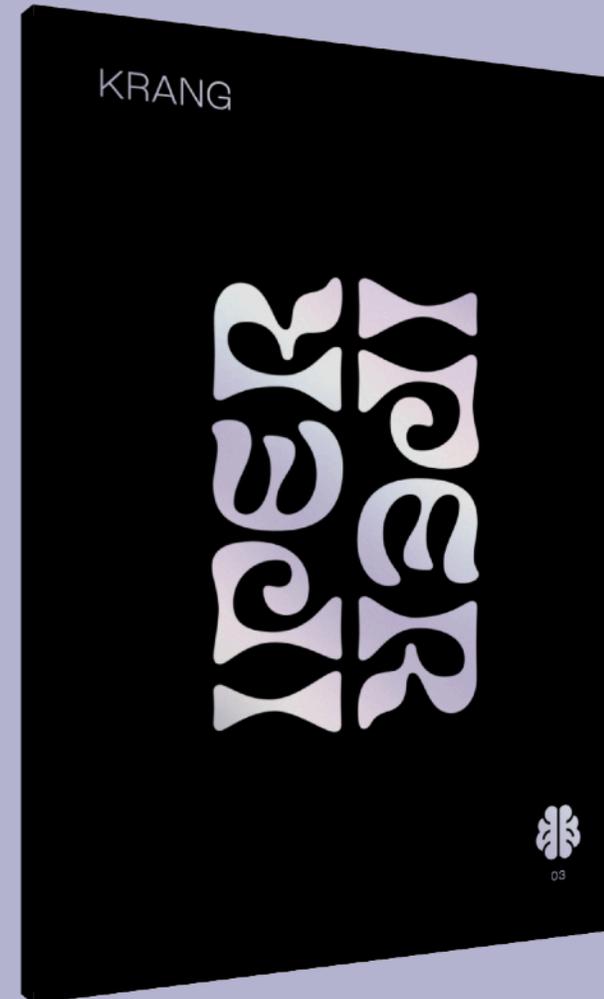
niuko
innovation and knowledge

Ciao :-)

Siamo esasperati.

Abbiamo portato agli estremi ogni aspetto della nostra quotidianità: sempre connessi, sempre informati, sempre esperti. E quando vivi tra gli apici estremi, vivi nell'esasperazione, vivi nell'iper. La terza edizione di Krang è online.

[Leggi Krang 3](#)

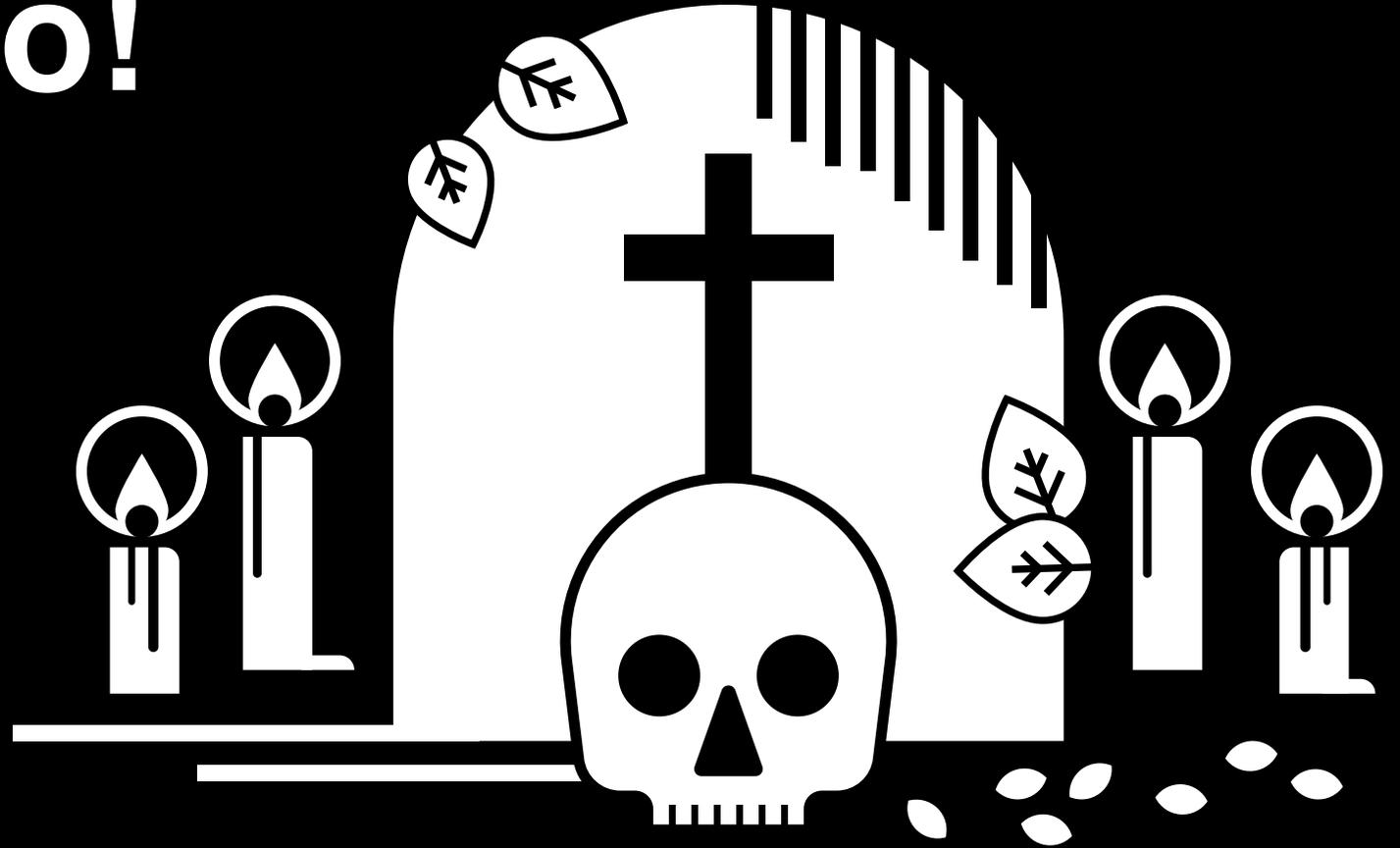


Raró



Ah, il B2B

Il B2B è morto!



Specificità 1. Time to market

La gestazione dell'elefante africano è la più lunga di tutti i mammiferi e dura 20-22 mesi, ai termini del quale nasce un solo piccolo

31%

**OF BUYERS SAID THE LENGTH
OF THEIR B2B PURCHASE CYCLE HAS
INCREASED
SIGNIFICANTLY COMPARED WITH A YEAR
AGO**

Specificità 2. Bisogni complessi

Un “tubo per il petrolio
più lungo degli altri”
non è un telo mare



45%

**OF BUYERS ARE SPENDING
MORE TIME RESEARCHING
PURCHASES COMPARED
TO LAST YEAR**

Specificità 3. Dinamiche di lead generation totalmente differenti

Inbound

ABM

Digital Marketing
a supporto della
conversione fisica
(fiera, evento, corporate
academy)



Specificità 3. Dinamiche di lead generation totalmente differenti

Inbound

ABM

Digital Marketing
a supporto della
conversione fisica
(fiera, evento, corporate
academy)



Specificità 3. Dinamiche di lead generation totalmente differenti

Inbound

ABM

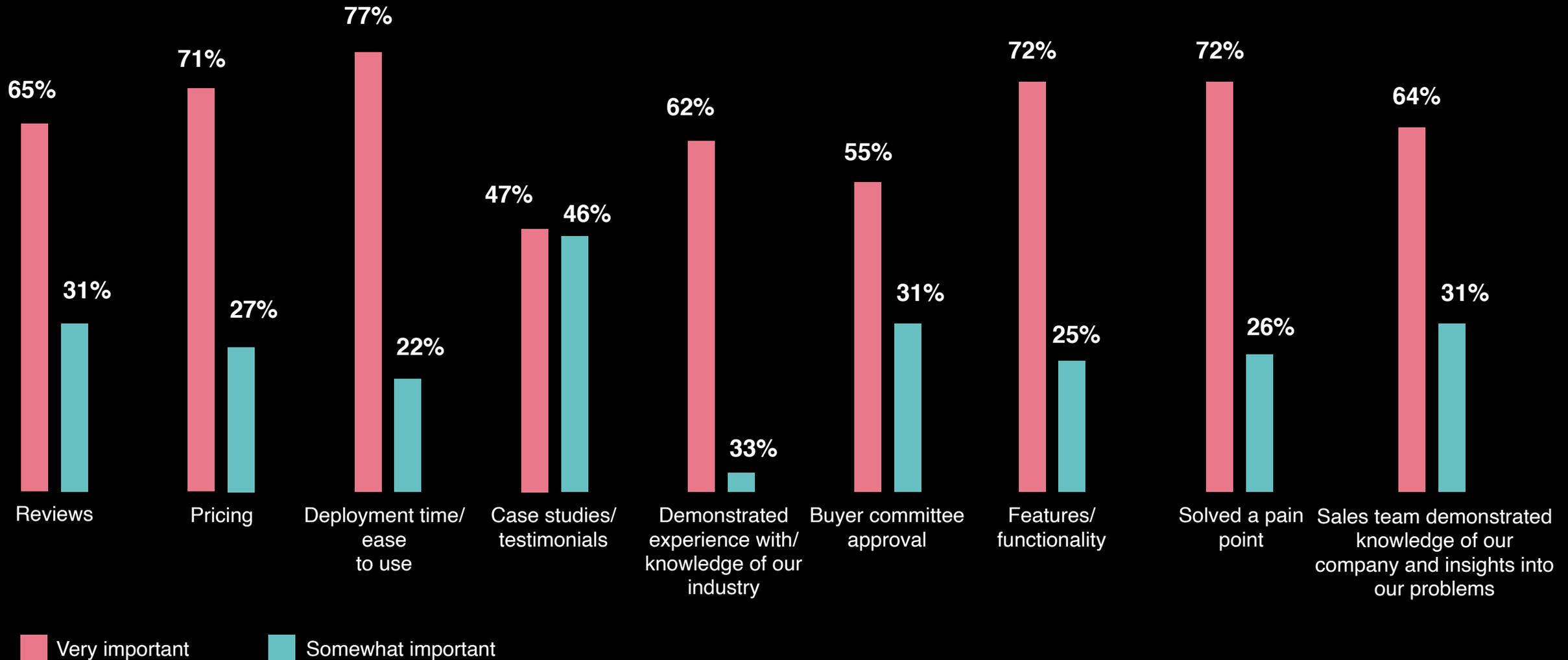
**Digital Marketing
a supporto della
conversione fisica
(fiera, evento, corporate
academy)**



79%

**OF BUYERS SAID THERE ARE
BETWEEN ONE AND SIX PEOPLE INVOLVED
IN
THE PURCHASE PROCESS**

Once you were at the point of evaluating a set list of solution providers, please rate the importance of these variables:



Perché avete scelto lui?

“migliore conoscenza della nostra azienda e comprensione dei bisogni”

“forte conoscenza del segmento di business (industry) in cui operiamo”

“tempo di reazione e risposta alle nostre richieste”

“fornitura di contenuti di valore”

**Il B2B è più vivo che
mai**

**Back to
basics**



Druker, 1954

The whole business seen from the point of view of its final result, that is, from the customer's point of view

Un processo volto alla creazione di valore per i clienti e fa sostanzialmente riferimento alla capacità distintiva di:

- **percepire il mercato**
- **relazionarsi con i segmenti di clientela prescelti**
- **definire e implementare proposte di valore efficaci**

**Il vantaggio competitivo dell'impresa
nella prospettiva di marketing
si fonda sulla capacità
del management o dell'imprenditore
di soddisfare il cliente meglio delle
altre imprese**

Un patto tra marketing e sales



There's a new B2B buyer out there, she is younger, digitally engaged, and doing more and more business on line on a smartphone

**Today's B2B buyers look for
the same digital experience
they encounter as
consumers**

Ieri



Marketing

Direct Sales

Customer Care

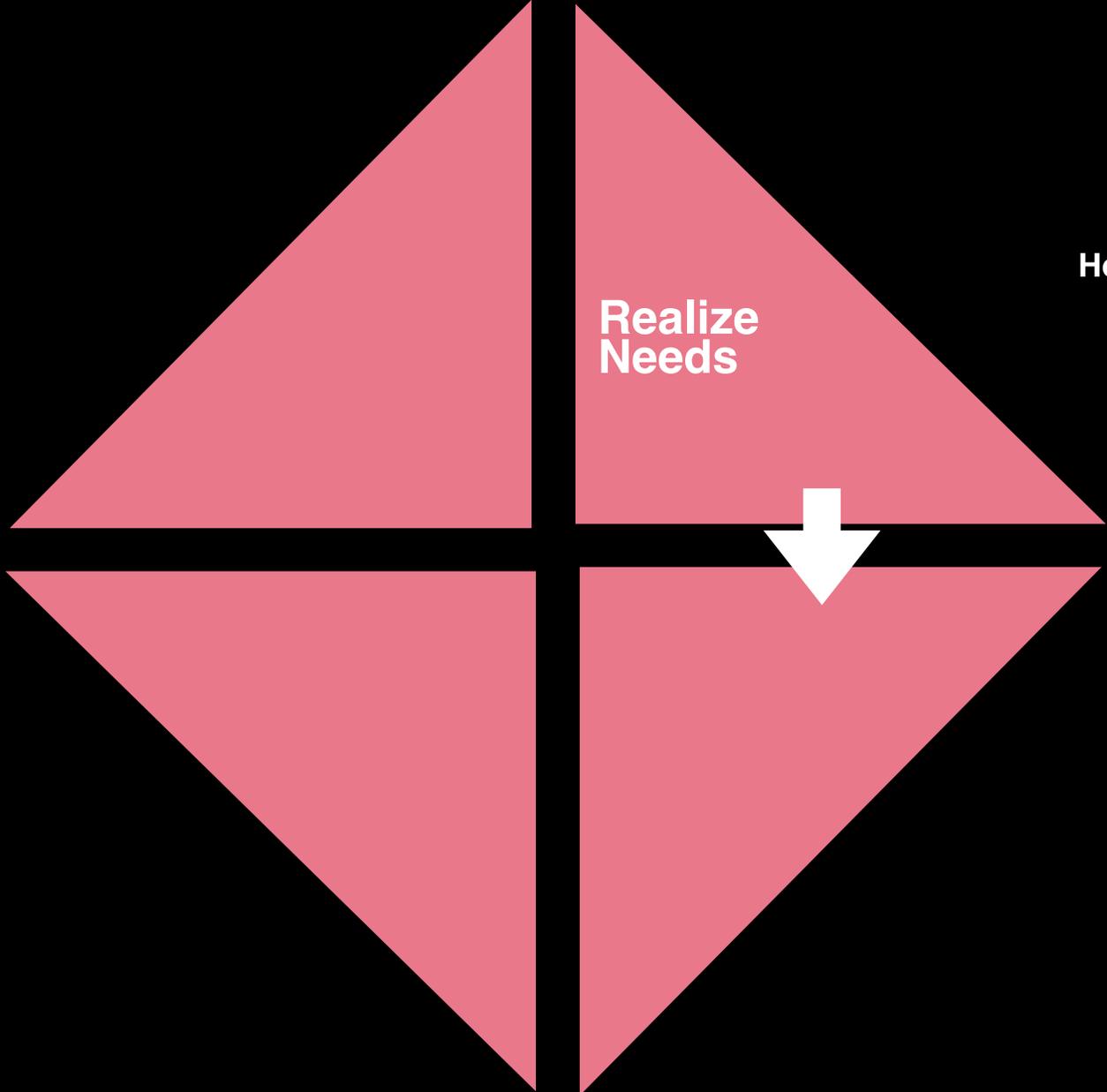
Oggi



Marketing

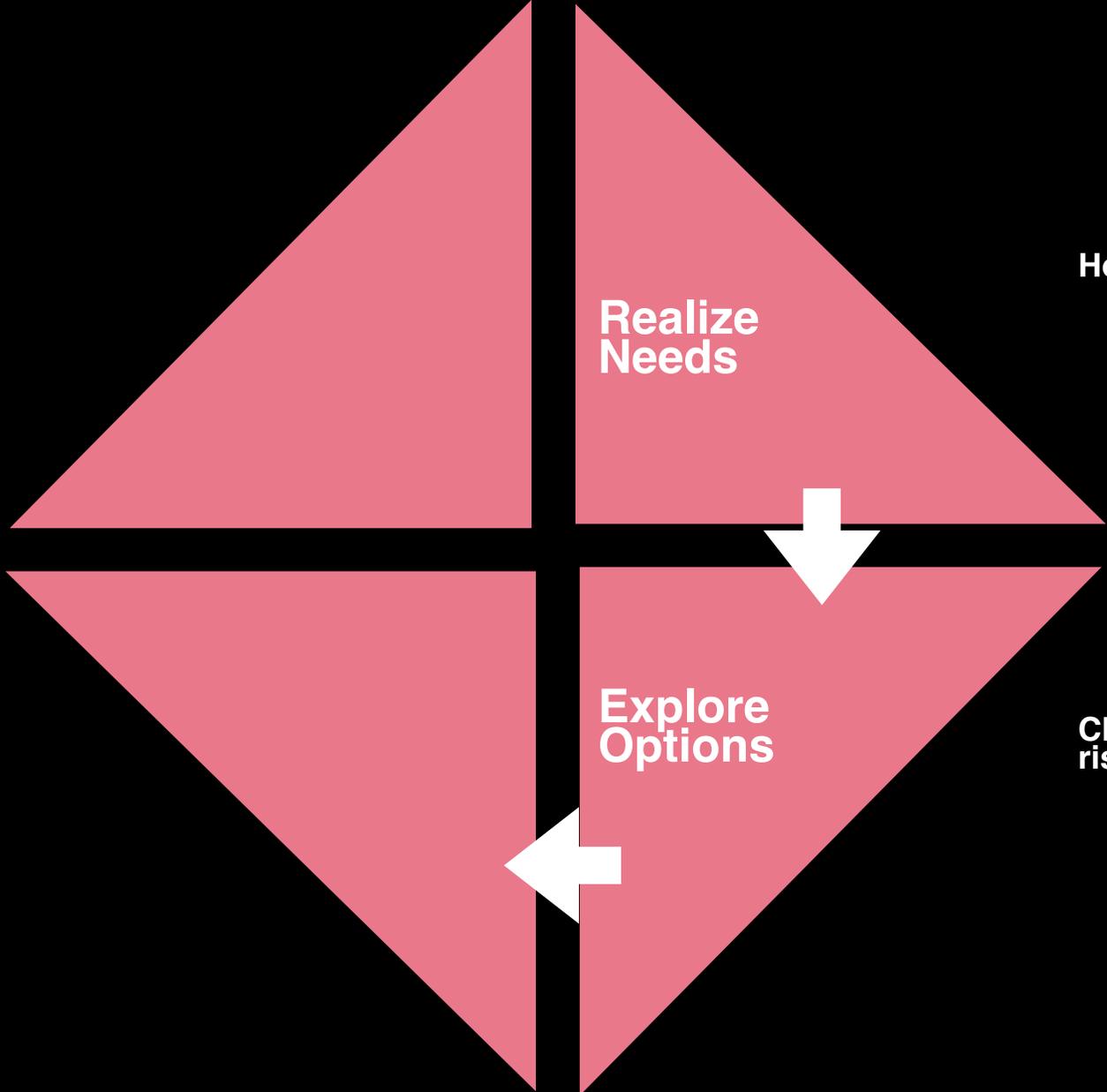
Data Driven Sales

Customer Success Management



**Realize
Needs**

Ho un problema



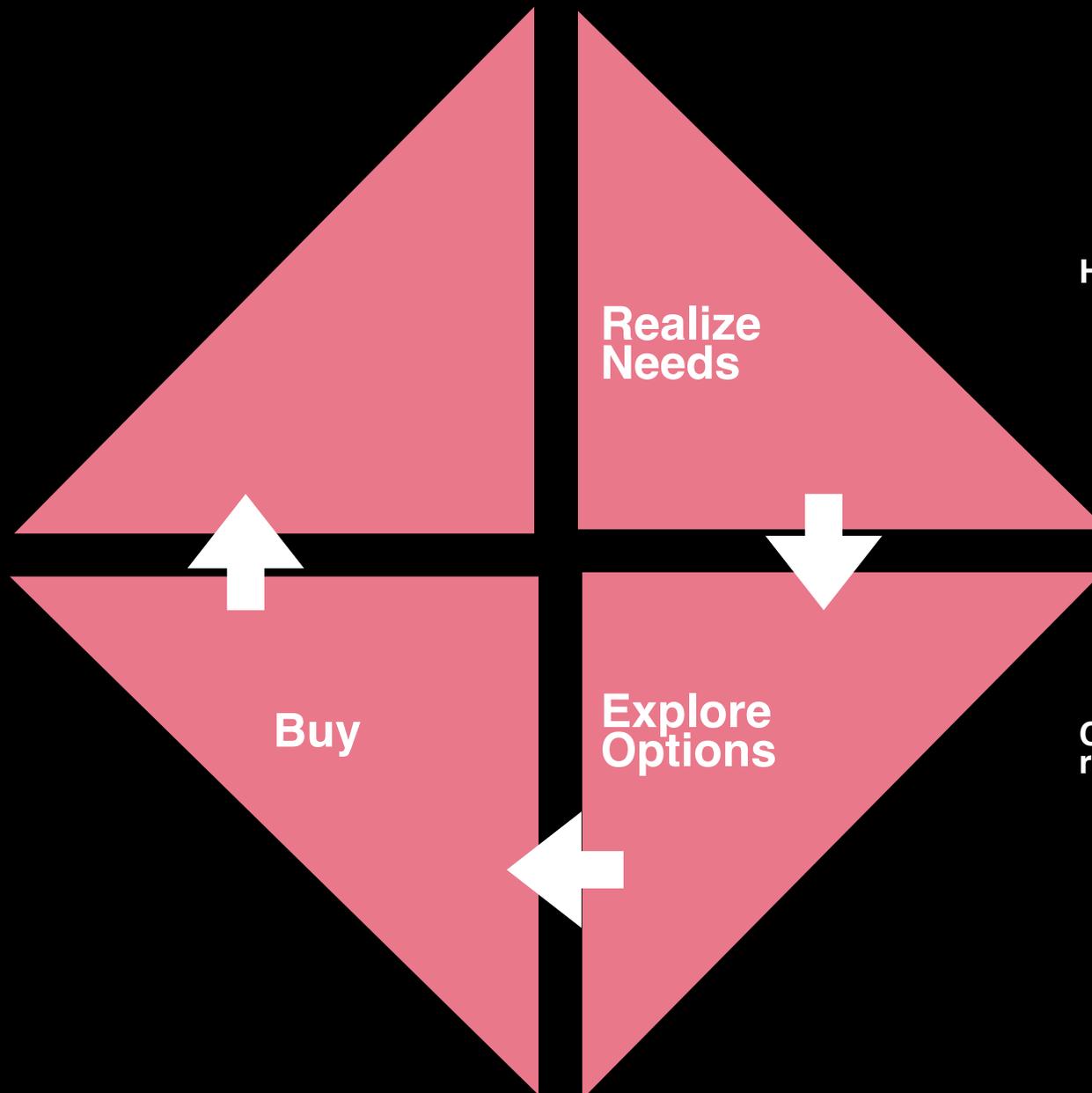
Ho un problema

**Realize
Needs**

**Explore
Options**

Chi può aiutarmi a
risolverlo?

Gli do fiducia



Ho un problema

Chi può aiutarmi a risolverlo?

**Assistenza
Manutenzione
Brand Ambassador**

Ho un problema

**Post
Purchase**

**Realize
Needs**

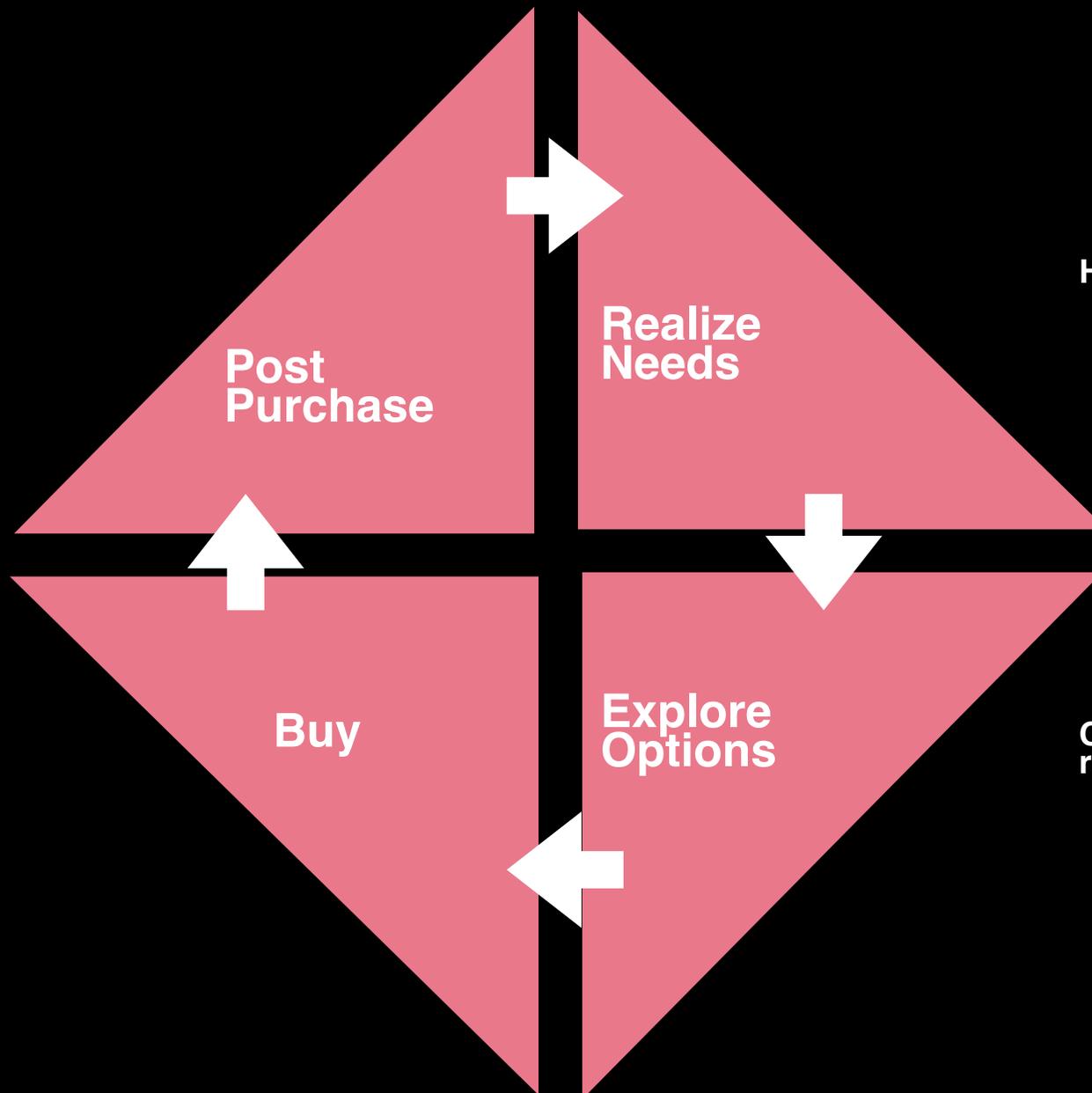


Gli do fiducia

Buy

**Explore
Options**

**Chi può aiutarmi a
risolverlo?**



**È partendo da queste basi che
marketing e sales, assieme, devono
costruire
il nuovo marketing mix
ai tempi del digitale**

I 6 cilindri di un motore integrato

Investite per comprendere come il vostro utente usa il digitale

Integrate dati e tecnologie tra marketing e sales

Misurate le performance lungo tutta la customer journey

Dimenticate i Silos

Investite sulle Marketing Operations

Cultura e talento

Una proposta di framework





Education

Content

- Studi
- Ebook
- Blog
- Video

Delivery

- Campaigns
- SEO
- Mail Mktg
- Social

Engagement

Content

- Configuratore
- Trust
- Casi di studio
- Video

Delivery

- Campaigns
- SEO
- Mail Mktg
- Social
- Remarketing
- Retargeting

Go to market

Content

- Ad HOC Presentation
- DEM

Delivery

- One to one

Caring

Social

Mail

Phone

Reviews



Customer experience



Awareness

Interest

Research

Evaluation

Try
Purchase

Retention

Education

Engagement

Go to market

Caring

Content

- Studi
- Ebook
- Blog
- Video

Content

- Configuratore
- Trust
- Casi di studio
- Video

Content

- Ad HOC Presentation
- DEM

Social

Mail

Phone

Reviews

Delivery

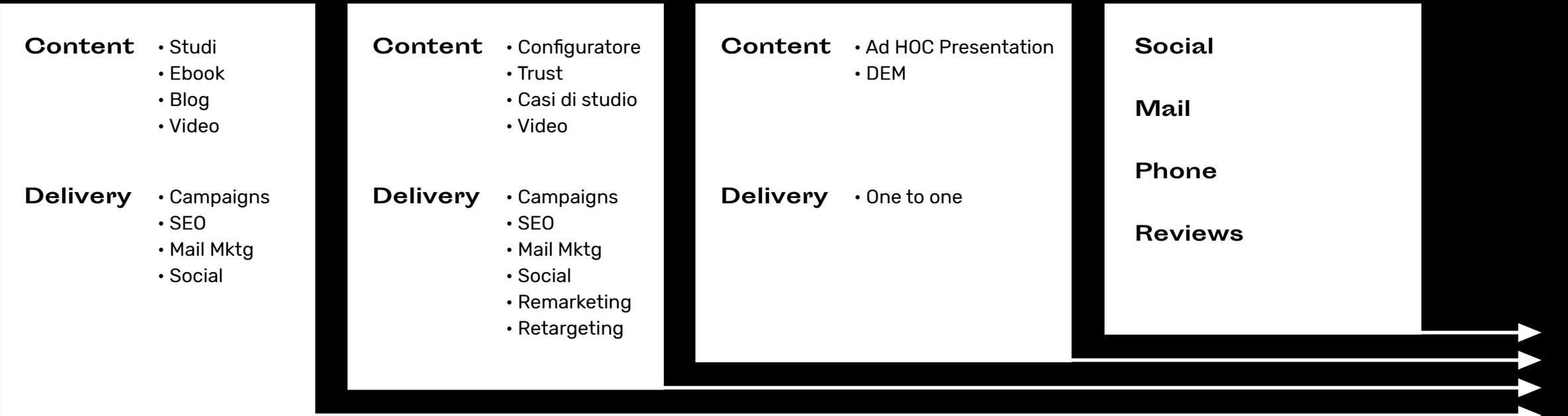
- Campaigns
- SEO
- Mail Mktg
- Social

Delivery

- Campaigns
- SEO
- Mail Mktg
- Social
- Remarketing
- Retargeting

Delivery

- One to one



Analytics e B.I.

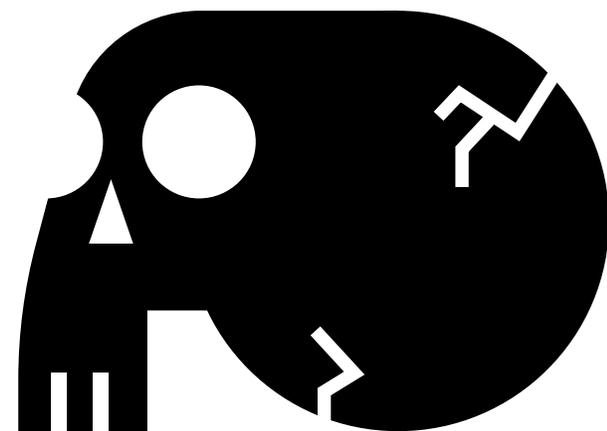


La rinascita del B2B

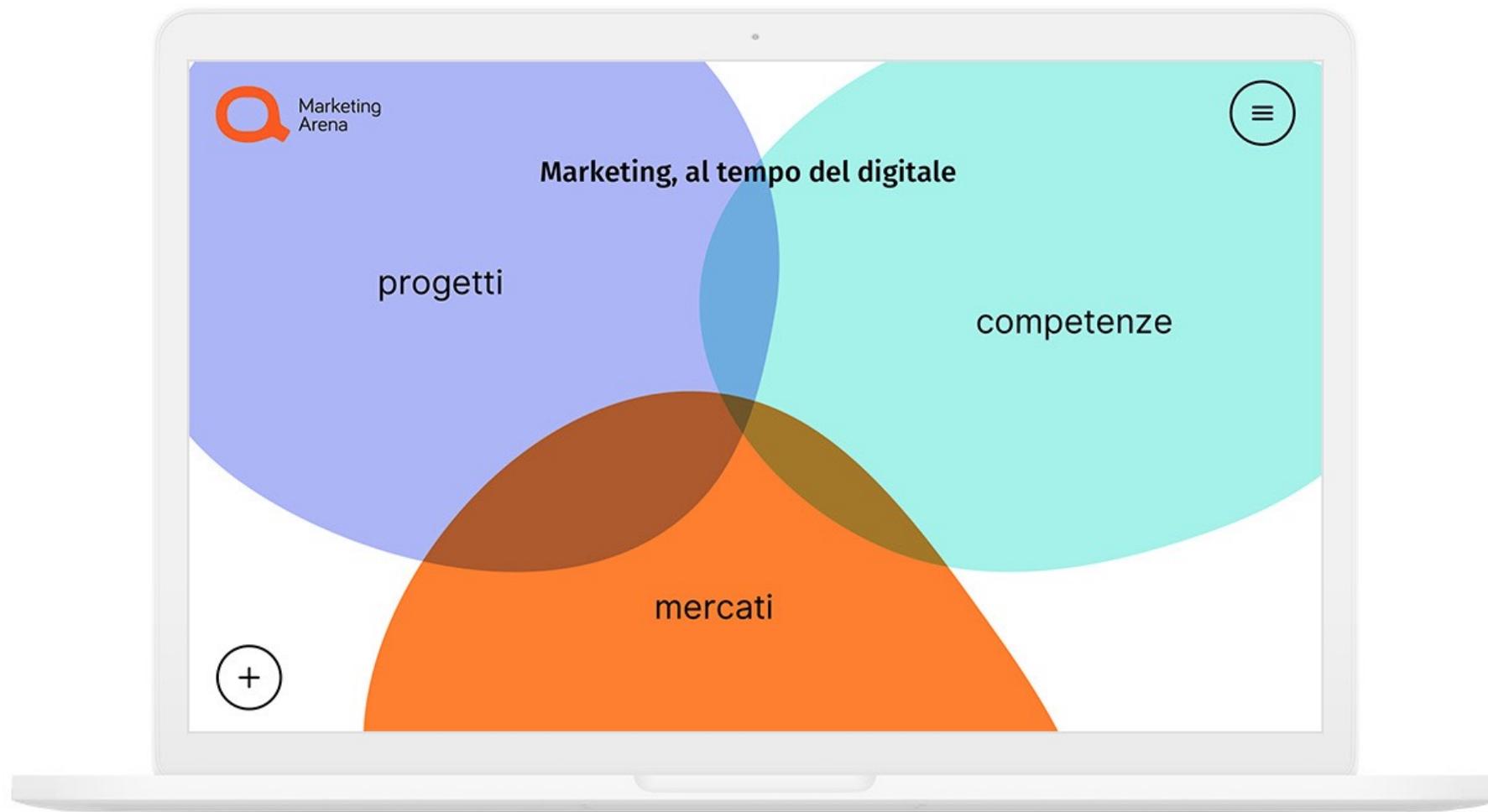


La #marketingagenda del CMO e dell'imprenditore deve contenere alcune risposte e priorità

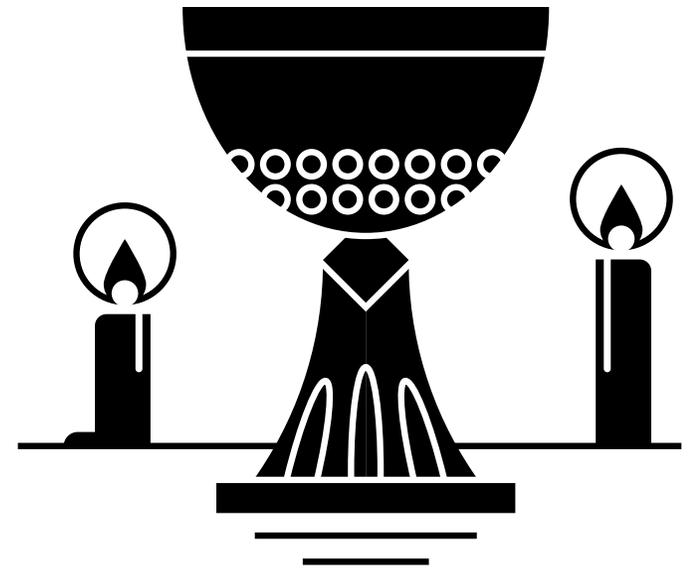
Ascolto (introflesso), Valori e Proposta al mercato



Cosa sai fare?



Audience: from personas to Luigi (account based marketing)



Che bisogno ha?



“pulsione”

Bisogno O Emozione O necessità O urgenza



FLEE E GABRIELE RATTI SI RACCONTANO IN DIRETTA AD APERINNOVATION

Prende il via il nuovo format sull'innovazione di Rudy Bandiera, in orario aperitivo



#APERINNOVATION

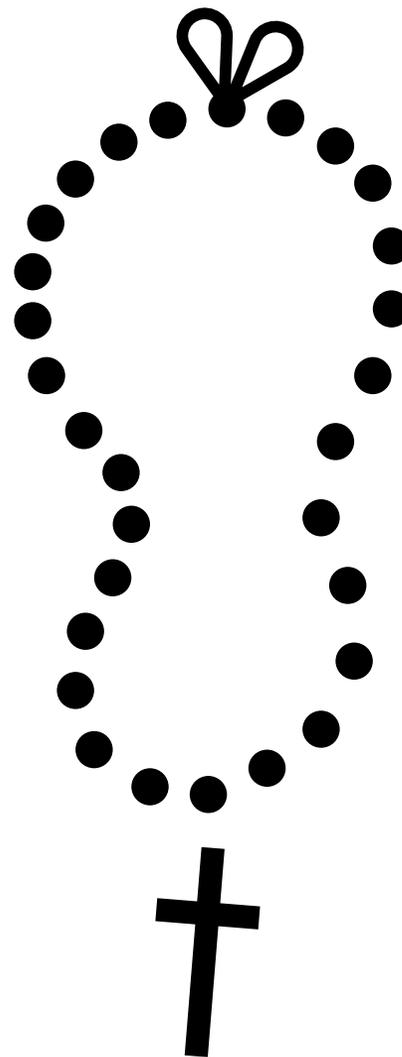
STARTUP E MOBILITÀ COME SERVIZIO

4 chiacchiere con **Gabriele Ratti** (AON Mobility Solutions) e **Giorgio Soffiato** (Marketing Arena)



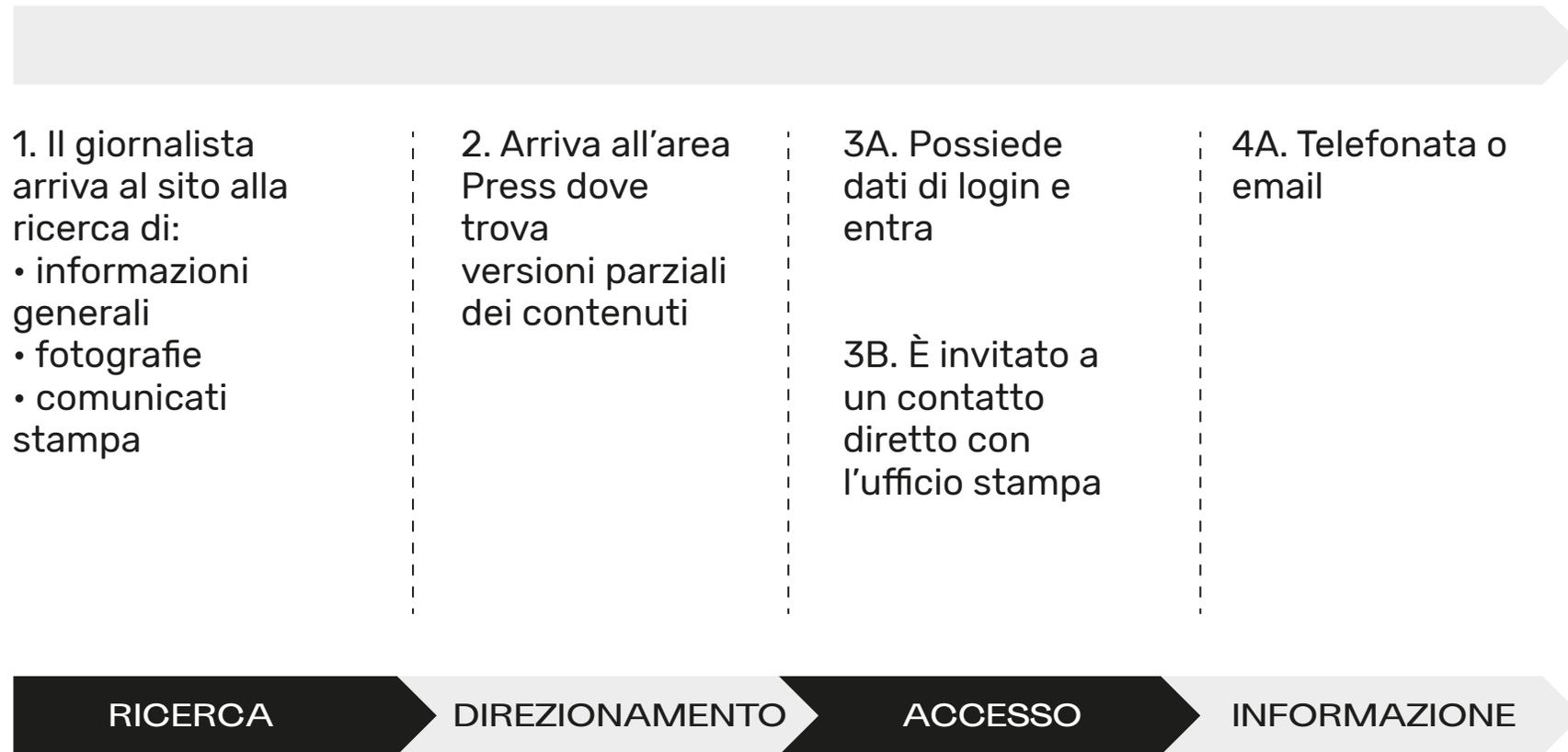
RUDYBANDIERA
condivide ed impara

Journey e impianto di analisi



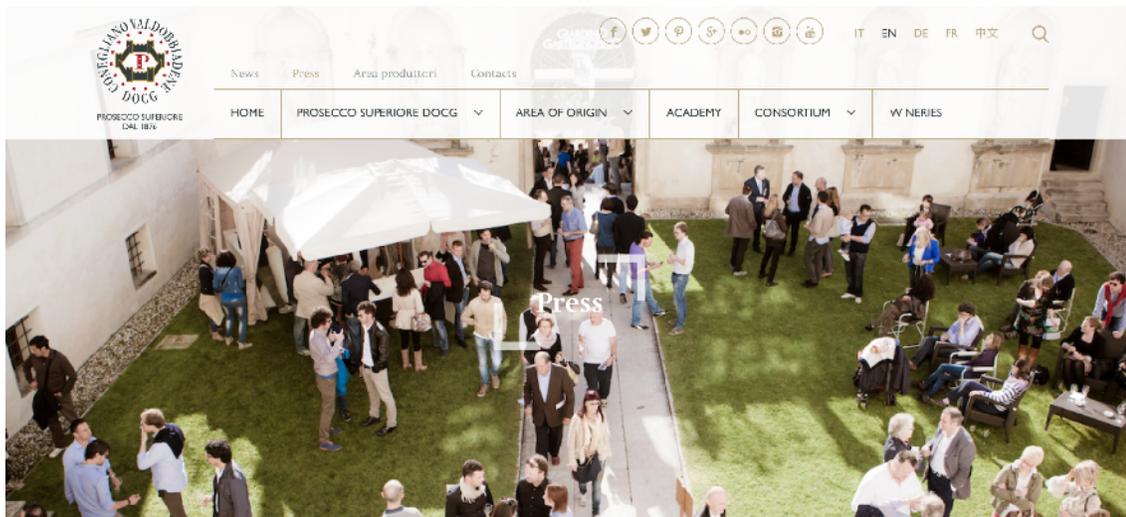
**Progetto i touchpoint
scelgo su cosa (mi)
misurerò**

Customer Journey / giornalista



Customer Journey / socio





Reserved area

Username or Email Address

Password

Remember Me

LOG IN

DO YOU HAVE THE PASSWORD TO VIEW THE RESERVED INFORMATION IN THE PRESS SECTION? IF NOT, TELEPHONE OUR PRESS OFFICE ON +39043882021 OR WRITE TO INFO@PROSECCO.IT

- HOME
- PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G.
- AREA OF ORIGIN
- ACADEMY
- CONSORTIUM
- WINERIES

- News
- Press
- Area produttori
- Contacts

- Legal Notices
- Coolco's policy
- Terms and conditions

- Follow us
- [f](#)
 - [t](#)
 - [p](#)
 - [s](#)
 - [e](#)
 - [i](#)
 - [a](#)



Tutte le ultime novità della Denominazione in una rivista trimestrale. Tra queste pagine troverete un'ampia sezione dedicata alla viticoltura e alle attività rivolte ai produttori, le informazioni su eventi ed iniziative che vedono il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore come

protagonista, oltre a interviste a opinion leaders, reportage sui mercati esteri e riproposizioni su temi di attualità.

Tutti i numeri



NUMERO 2 - ANNO 21 - LUGLIO 2018

Lasciamo parlare i dati

Un Dossier informativo, con dati scientifici certi e autorevoli per rispondere alle domande dei cittadini sul Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore

RICERCA
La SDA Bocconi analizza il territorio

TUTELA
Le strategie di difesa del marchio Docc

TECNICA
Un primo punto sull'annata 2018

SFOGLIA | DOWNLOAD | ↓



NUMERO 1 - ANNO 21 - APRILE 2018

Coltiviamo Valore

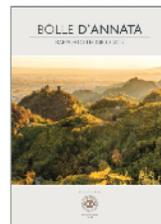
Parte la sfida del futuro per la Denominazione: qualità, immagine e territorio in primo piano.

SOCIAL
Promozione territoriale con Instagram

PROMOZIONE
Regno Unito e USA, mercati strategici

TECNICA
Il nuovo Protocollo Viticolo

SFOGLIA | DOWNLOAD | ↓



RAPPORTO TECNICO 2017

Bolle d'annata

Insero del magazine trimestrale dedicato ai produttori, focalizzato sul bilancio fitopatologico e sull'andamento climatico dall'annata 2017.



NUMERO 4 - ANNO 20 - DICEMBRE 2017

Un territorio in equilibrio

Crescita di valore e sostenibilità: l'ultimo Rapporto Annuale traccia il futuro della Denominazione

ENOTURISMO
Le Botteghe del Gusto

PROMOZIONE
La Settimana della Cucina Italiana

TECNICA
Plasma atmosferico freddo

Customer Journey / prescrittore appassionato



Customer Journey / prescrittore turista



Appassionato

La strada del Prosecco

Il Prosecco Superiore a tavola

Fresco, versatile e dalla moderata alcolicità, il Conegliano Valdobbiadene si presta a molteplici occasioni di consumo.

È divenuto celebre nel mondo come il re dell'**aperitivo**, rito che si è ormai diffuso a livello internazionale, affermando uno stile tipicamente italiano. Tuttavia, grazie alla variabilità del dosaggio zuccherino, esso si presta anche ad un consumo a **tutto pasto**, in particolare nella versione Brut.

Va servito solo mai miscelato, e il segreto dell'abbinamento è saper coniugare la sua personalità elegante e mai invasiva con preparazioni che facciano emergere le materie prime, grazie a cotture che mantengono i **sapori** e i **profumi** originali.

In breve

50 KM CIRCA

- CONEGLIANO E SCUOLA ENOLOGICA
- LA PIEVE DI SAN PIETRO DI FELETTO
- IL MOLINETTO DELLA CRODA A REFRONTOLO
- VILLA BRANDOLINI A SOLIGHETTO
- LE TORRI DI CREDAZZO A FARRA DI SOLIGO
- LA CHIESETTA DI SAN VIGILIO A COL SAN MARTINO
- IL CARTIZZE
- VALDOBBIADENE

La nuova Strada del Prosecco e Vini dei Colli Conegliano Valdobbiadene, costituitasi nel 2003, è l'erede diretta di quella che è stata, nel 1966, la prima arteria enologica italiana. Il viaggio inizia dalla **Scuola Enologica di Conegliano**, alla scoperta delle origini della scienza spumantistica.

Vicino all'edificio principale da non perdere l'ottocentesca **Bettega del Vino**, piccola ma affascinante, dichiarata monumento nazionale, e il Museo Enologico L. Manzoni, che raccoglie i contributi di ricerca effettuati dagli studiosi che si sono alternati presso la Scuola e che hanno prodotto vini di fama internazionale come l'Innocenzo Manzoni.

Proseguite poi verso San Pietro di Feletto, dove la **Pieve** romanica risale al XI secolo dominata la valle sottostante. Fermatevi per ammirare il panorama delle dolci colline conegliesi e i delicati affreschi della facciata.

Scendete quindi verso Refrontolo, tra boschi e vigneti incontrerete il **Molinetto della Croda**, un gioiello centenario ricostituito nella roccia. Procedendo verso Solighetto, si trova la settecentesca **Villa Brandolini**, nostra sede che spesso ospita anche interessanti mostre d'arte.

Le colline si faranno più alte e ripide man mano che ci si avvicina a Farra di Soligo, dove due torri medievali spiccano sul paesaggio ricamato di vigneti: sono le **Torri di Credazzo**, ricordo dei longobardi. Nella vicina Col San Martino, un altro affascinante esempio di architettura locale è la **chiesetta di San Vigilio**, che consigliamo di raggiungere con una passeggiata tra le vigne.

Turista

Abbinamenti

Il Prosecco Superiore a tavola

Fresco, versatile e dalla moderata alcolicità, il Conegliano Valdobbiadene si presta a molteplici occasioni di consumo.

È divenuto celebre nel mondo come il re dell'**aperitivo**, rito che si è ormai diffuso a livello internazionale, affermando uno stile tipicamente italiano. Tuttavia, grazie alla variabilità del dosaggio zuccherino, esso si presta anche ad un consumo a **tutto pasto**, in particolare nella versione Brut.

Va servito solo mai miscelato, e il segreto dell'abbinamento è saper coniugare la sua personalità elegante e mai invasiva con preparazioni che facciano emergere le materie prime, grazie a cotture che mantengono i **sapori** e i **profumi** originali.

CONEGLIANO VALDOBBIADENE ACADEMY

A che piatto abbinare la tua bottiglia di Prosecco Superiore?

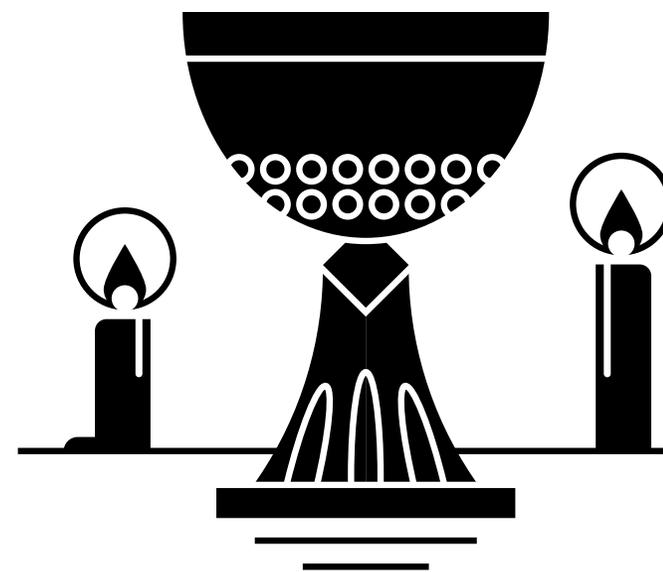
Scegliere, abbinare, servire: scopri come farlo nel modo migliore con la video lezione!

IL RICETTARIO

Scarica il ricettario

Il Conegliano Valdobbiadene si sposa naturalmente con i sapori

Platform



**La tua identità,
il tuo mercato,
le azioni
che ti aspetti**



La tua vacanza

In famiglia, con il tuo compagno a quattro zampe, in relax

Vacanza in famiglia

Mamma e papà vi portano in vacanza!

Scopri

Vacanza con Fido

Il mare a 4 zampe!

Scopri

Vacanza in relax

Un tuffo nel benessere

Scopri

Bibione Pet Hotel

-  **Costa Rica Bibione Aparthotel**
R.T.A.
★★★★★
-  **Hotel Principe**
★★★★★
-  **Bibione Palace Suite Hotel**
★★★★★
-  **Hotel Bianchi**
★★★★★



Info center: +39 0431 43 01 01

20/22°

IT

My Bibione

Bibione Blog

Scopri

Vivi

Planifica



Vacanze e sport

Sport, a ognuno il suo!

Bibione è la destinazione ideale per chi, anche in vacanza, desidera dedicarsi allo sport e alla vita all'aria aperta

[Home](#) > [Scopri](#) > [Vacanze e sport](#)

MacBook

Il meglio che puoi trovare nel panorama alberghiero

Prenota al volo una fantastica vacanza da noi!

Scopri



Prenota la tua vacanza

e scegli la protezione



Arrivo

08/10/2018

Partenza

09/10/2018

2 adulti, 0 bambini

1 Camere

Cerca il mio alloggio



[Home](#) > [Scopri](#)

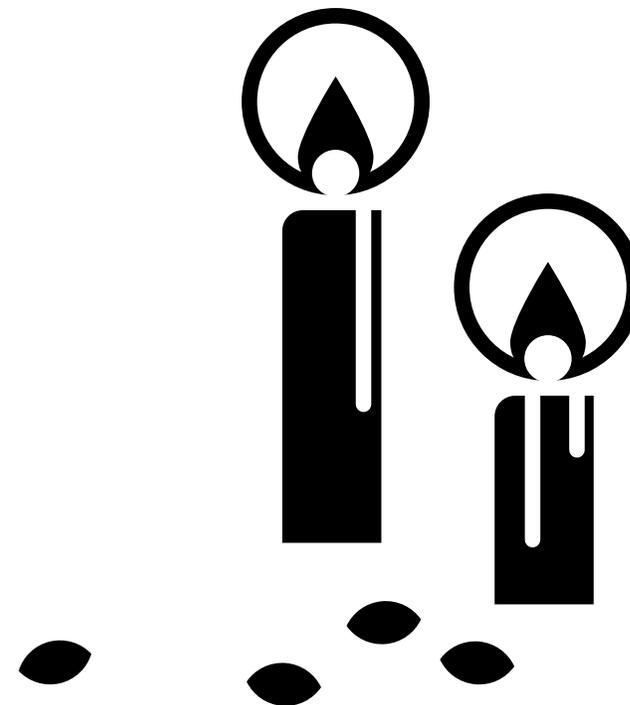
Bibione è una località che non smette di affascinare e che difficilmente si riesce a cogliere totalmente nello spazio di un'unica vacanza.

Il suo territorio nasce dal magico incontro fra le acque salate del mare Adriatico e quelle dolci del fiume Tagliamento, il suo nome deriva dall'antico romano "Insulae Bibioni" che designava delle isole collegate alla laguna da un sottile cordone di terra. Bibione ha legato il suo passato alla vicina Venezia, poi all'Impero Austroungarico ed al Regno d'Italia, mentre la sua storia recente inizia negli anni Cinquanta, quando si aprì a un turismo di qualità e rispettoso della natura.

Ecco perché Bibione è unica, coinvolgente e capace di soddisfare le esigenze di tutti: da chi cerca il relax a chi desidera divertirsi con i figli, da chi vuole ritrovare la salute e la forma fisica, a chi vuole immergersi nella natura incontaminata o esplorare le testimonianze storiche dell'entroterra.

A Bibione si assestano le passioni e si arricchisce la qualità della propria vita con un ventaglio di possibilità che si amplia e si rinnova ogni anno.

Digital Marketing



**Mixare bene,
e lasciar raffreddare**



Non aprire una gelateria!

Il mercato italiano delle gelaterie continua a crescere, con continue nuove aperture. Ma aprire una gelateria è davvero una buona idea? La domanda è meno banale di quanto può sembrare, e che sia Artigeniale a porla, una struttura che si occupa proprio di consulenza per le gelaterie (anche quelle di nuova apertura) dovrebbe far scattare qualche sospetto. Noi abbiamo una visione abbastanza chiara del mercato attuale, e diciamo subito che aprire una gelateria non è necessariamente una buona idea. Proviamo a sviluppare il discorso nel dettaglio.

Ci sono zone della penisola in cui si arriva a contare una gelateria ogni mille abitanti: una proporzione che può sembrare folle. Nonostante questo non è inusuale trovare sulla stampa dati entusiastici, che di fatto incoraggiano le nuove aperture. I dati sulle chiusure, o comunque sul turnover delle gelaterie sono meno pubblicizzati. La crescita viene dal saldo positivo tra chiusure e nuove aperture, ma per interpretarla correttamente servono considerazioni sulla durata media delle attività: ad esempio, se ogni anno aprono mille gelaterie e ne chiudono seicento, il mercato cresce di 400 unità; ma se le 600 che hanno chiuso sono in gran parte quelle aperte l'anno precedente, il mercato sta in realtà cannibalizzando i nuovi operatori che vi si inseriscono e non rappresenta necessariamente una buona opzione di investimento. È un po' lo stesso meccanismo che si verifica quando si fanno notare le code nelle gelaterie nelle domeniche di aprile con 30

Contenuti del Corso “Voglio aprire una gelateria”

- Analisi dei diversi modelli di gelateria, vantaggi e criticità.
- Come valutare gli spazi commerciali per una nuova gelateria.
- Quando acquistare una gelateria già esistente conviene e come si determina il suo valore.
- Quali sono i criteri per la scelta di una location.
- Il business plan: come si calcolano i ricavi potenziali e relativi costi, quali sono i margini operativi medi di una gelateria artigianale.
- Quali sono gli elementi da analizzare per valutare la sostenibilità di una nuova gelateria sul mercato italiano ed estero.
- Degustazione di gelati realizzati da materie prime senza l'utilizzo di semilavorati.
- L'immagine, la comunicazione ed il marketing nel punto vendita, quanto contano e come devono essere progettate e realizzate.
- Tecniche e metodologie di produzione e vendita del gelato, vantaggi e svantaggi.



A chi è rivolto il corso

Il corso è pensato per chi sta valutando di aprire una nuova gelateria oppure di rilevarne una esistente.

Obiettivi

Il corso è strutturato per fornire ai partecipanti le informazioni necessarie alla riduzione del rischio nella realizzazione e apertura di una nuova gelateria o nel subentro di una già esistente.

Materiale fornito

Attestato di partecipazione.



[Vuoi aprire una gelateria?](#)

[Vuoi riposizionare la tua gelateria?](#)

[Vuoi scoprire i nostri corsi?](#)

MENÙ 

Il Gelato secondo Artigeniale

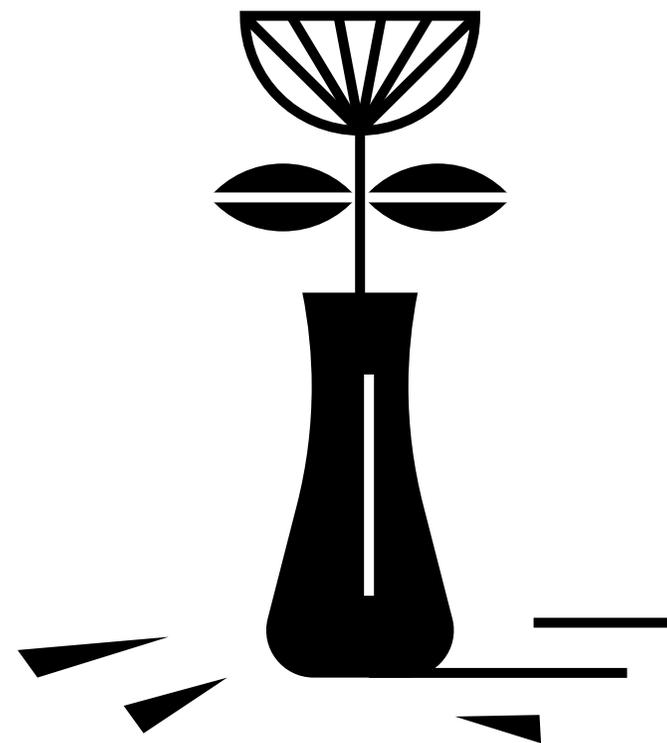
Il gelato artigianale naturale italiano secondo noi deve essere un delicato equilibrio di bontà.

[Vuoi saperne di più?](#)



Consulenza

Analytics



Data is the new oil, Data analyst is the new energy (o fuel?)

Unique Website Sessions

261.412

RESPONDERS
8.474

22,6%

LEADS
1.914

22,4%

OPPs
429

54,5%

NEW OPPs
234

Nurture

Nurture

- 1) Valore**
- 2) Audience**
- 3) Journey**
- 4) Platform**
- 5) Digital marketing**
- 6) Analytics**

Conclusioni



**Chiedete alle persone
cosa vogliono davvero**

**E poi chiedetevi se
avete qualcosa per loro**

Costruite un'esperienza (design)

Allineate operations e tools (tecnologia)

Misurate come i pazzi (data)

Grazie



VICdigital

0444232500

digitalmarketing@confindustria.vicenza.it