

## **Azione 1. Web 2.0**

### **Obiettivo**

Incrementare il numero di contatti online, indirizzare traffico sul sito web aziendale, coltivare relazioni online con stakeholders (buyer, enoappassionati, blogger)

### **Strumenti**

- Revisione del sito web aziendale;
- apertura di un “corporate blog” con training per l'utilizzo corretto;
- posizionamento sui motori di ricerca, previa l'individuazione delle chiavi di ricerca in lingua Italiana e Inglese;
- implementazione del Qr Code su etichette/packaging per accesso a schede tecniche-video;
- creazione newsletter aziendale;
- apertura di account sui principali Social Media (Vinux, Twitter, Facebook, Youtube, Flickr) e training per l'utilizzo efficace.

### **Modalità**

Si partirà dalla revisione completa del sito web, che sarà ristrutturato secondo i criteri del web 2.0 (interattività) ed elevata multimedialità (possibilità di aggiornare liberamente inserendo news, immagini, video). La grafica sarà orientata alla pulizia delle forme e privilegerà la navigabilità. L'home page sarà dedicata al corporate blog, per il quale è previsto un corso di formazione di 3 ore per il personale aziendale.

Quindi sarà operato uno studio delle chiavi di ricerca più opportune, in Italiano e Inglese, fissando gli obiettivi di posizionamento del sito.

Per estendere il campo di applicazione alla telefonia mobile, saranno creati contenuti (schede tecniche, ma si può pensare anche a video) accessibili con QRCode da inserire nelle etichette dei prodotti.

Il contatto con persone già conosciute (clienti, potenziali clienti visti a fiere, manifestazioni, degustazioni) potrà essere mantenuto attraverso una newsletter, da spedire periodicamente, che genererà ulteriore traffico sul sito.

Nuovi pubblici saranno raggiungibili attraverso i Social Media. Pertanto attiveremo i profili sui principali social network e formeremo il personale aziendale per un utilizzo efficace dal punto di vista professionale.