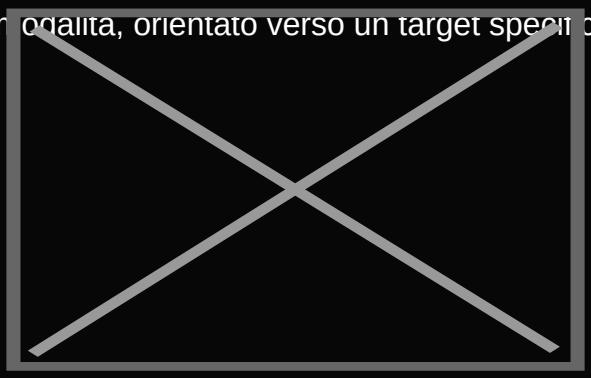
# Vocabolario del Bar 2.0: D come Digital Marketing

digitalmarketing-0f676fef

La parola digitale è ovunque e, in tutta onestà, ci ha anche un po' rotto. Tuttavia, se applicata al marketing, dovrebbe suonare decisamente più armoniosa alle orecchie dei baristi e ristoratori 2.0.
Il digital marketing – l'insieme di attività di comunicazione commerciale svolte attraverso internet e i social networks – ha diversi vantaggi rispetto al marketing convenzionale: è generalmente molto meno costoso e più efficace di un'inserzione su un giornale locale, permette un'interazione diretta coi clienti affezionati e un'esponenziale visibilità nei confronti dei clienti "potenziali" e, infine, è relativamente semplice. Si badi: relativamente. Perché ogni gesto digitale deve essere pianificato nel tempo e nelle modalità, orientato verso un target specifico di consumatori e, infine, confezionato con molta cura.



E' inutile pubblicizzare via Twitter l'offerta per il cenone di capodanno senza usare hashtag adeguati (#cenone, #capodanno).
E' vano affidare il proprio sito internet in mano a una delle tante (e talvolta poco affidabili) agenzie specializzate nel SEO (Search Engine Optimization) per guadagnare posizioni migliori nelle ricerche di Google, senza prima aver fatto uno studio approfondito delle parole chiave con cui si vuole essere trovati (es. "ristorante pesce Bologna") e avere una grafica del sito semplice e invitante.
E' poco efficace usare tanti social network male: meglio gestirne pochi, preferibilmente i più diffusi (Facebook e Twitter), pubblicando ogni giorno contenuti nuovi e "autentici" (vedi la A del vocabolario) e valutando se utilizzare le inserzioni a pagamento (dipende dai casi: il Bar di un paesino non ne ha bisogno, può limitarsi a usare i social per fidelizzare la clientela già esistente e comunicare i propri

eventi; alla pizzeria di città appena aperta, invece, l’inserzione su Facebook potrebbe servire).



Tuttavia, nonostante le tante “trappole” del Web, potrete programmare e implementare in prima persona una strategia di digital marketing efficace per il vostro locale, riuscendo a guadagnare nuovi clienti e a fidelizzare i vecchi al solo prezzo di qualche ora in più davanti al computer ogni giorno. Se poi non siete esattamente “nativi digitali”, non preoccupatevi: chiedete qualche consiglio alla figlia, al nipote, al ragazzo che passa ogni tanto. In quanto a marketing digitale ne sanno più di chiunque altro.

Per ulteriori indicazioni pratiche sulla comunicazione digitale per Bar e ristoranti, non perdetevi questo articolo. Il Vocabolario continua, ci vediamo alla E!

***LE PUNTATE PRECEDENTI***

**A come Autenticità**

**B come Branding**

**C come Crowdfunding**