

Internet Thinking è la filosofia alla base di Websolute. Il web oggi non è più un mezzo da pionieri ma una realtà dalle mille sfaccettature. Ha superato la crisi del 2001 solo chi ha fornito ai clienti le chiavi d'accesso alle vere potenzialità di internet. Ecco come quest'azienda c'è riuscita.

PENSARE INTERNET

di *Mariafiore Biffino*

Back office manager, c-netic, search engine marketing, web monitoring sono solo alcuni degli strumenti che aiutano a utilizzare al meglio le potenzialità del mezzo. Claudio Tonti, project manager di Websolute, ci spiega cosa sono.

MK: *Come nasce Websolute?*

Claudio Tonti: Websolute nasce nel 2001 dalla fusione di due esperienze pregresse sul territorio pesarese, uno studio di comunicazione e un internet provider locale. Oggi Websolute è in primo luogo un team di persone che credono in un obiettivo comune: realizzare strumenti e soluzioni internet che abbracciano a 360 gradi le necessità delle aziende e di chiunque voglia utilizzare appieno questo canale di comunicazione.

MK: *Avete risentito della crisi del web?*

Claudio Tonti: Assolutamente no. Abbiamo avuto un percorso in completa controtendenza con il mercato. Dal 2001 siamo sempre cresciuti in maniera costante. Eravamo in otto e oggi siamo diventati venticinque.

MK: *Cosa vi ha salvato?*

Claudio Tonti: La nostra professionalità. Ci occupiamo di web dal punto di vista del marketing e dei contenuti. Abbiamo una redazione interna composta da quattro persone ma anche chi si occupa di web design e web application. Ci spingiamo fino all'interazione coi sistemi informativi, gestione B2B, B2C, crm, content management e varie applicazioni.

MK: *Il pay off che accompagna il vostro nome è 'e-mutation'. Cosa significa?*

Claudio Tonti: 'E-mutation' è ormai in via di sostituzione; finora ha avuto una sua valenza. Per noi rappresentava la duplice vo-

lontà di cambiare mentalità, di riuscire a vedere i problemi e gli obiettivi dal punto di vista del mezzo internet; significava pensare qualcosa che nasceva esclusivamente per il web. Nel 2001 invece internet per molti era ancora una vetrina, un catalogo sul web.

MK: *È cambiata questa mentalità?*

Claudio Tonti: Sì. Infatti il nostro payoff a breve sarà 'Internet Thinking': l'evoluzione c'è stata. Da parte nostra non c'è più la richiesta di cambiare mentalità ma è qualcosa che diamo per scontato. I nostri clienti sono i primi a essere cambiati. Non dobbiamo più spiegare niente e convincerli a fare qualcosa; sono loro i primi a chiedere, arrivano preparati e con richieste specifiche. Hanno capito che internet è un mezzo fondamentale, che richiede la conoscenza di un linguaggio e strategie apposite...

MK: *I vostri clienti?*

Claudio Tonti: Sono tanti, difficile nominarli tutti. Posso dire che è gratificante essere scelti da molti. Noi vogliamo lavorare con le migliori aziende, i punti di riferimento nel loro settore: Scavolini, Banca delle Marche, Gruppo Elica...

MK: *Ci sono clienti che vi hanno chiesto di più, di andare oltre?*

Claudio Tonti: Sì, uno tra tutti è Scavolini che ha provato a fare con il web ciò che ha fatto negli anni '80 con la tv; vogliono sperimentare, per loro è sempre una sfida. Il sito li rappresenta al meglio. Un esempio? Legato a Scavolini c'è il sito Kitchens.it, un magazine che la settimana scorsa ha festeggiato i 60mila iscritti, quasi tutte donne.

MK: *Cos'è il back office manager?*

Claudio Tonti: Back office manager è un ambiente di lavoro che permette alle organizzazioni di gestire tutti i flussi comunica-

Claudio Tonti, Project manager di Websolute.



Alcuni recenti lavori dell'agenzia Websolute.

tivi verso i principali interlocutori: clienti attuali e potenziali, rete vendita, fornitori, partner, dipendenti, collaboratori esterni, ecc. Attraverso il software si possono creare documenti e renderli disponibili sia come pagine internet che come newsletter, si possono gestire in completa autonomia la struttura e i contenuti di siti ad alto contenuto informativo. Il tutto senza editor HTML e trasferimenti via FTP.



MK: *Mentre C-netic?*

Claudio Tonti: È il primo configuratore 3D interamente web-based, capace di gestire preventivi, ordini e gestione clienti via web e compatibile con librerie di immagini CAD. Eliminando tutti i limiti dei configuratori 3d basati su installazione di software, C-netic permette di aggiornare in tempo reale i dati del listino, le immagini, le procedure di ordine. Essendo un'applicazione online, supera gli inconvenienti di gestione del software tradizionale (installazioni su numerosi pc, problemi di aggiornamento e di personalizzazione, ecc). C-netic non è certo solo un configuratore 3D, ma è un'applicazione che partendo dal progetto disegnato è in grado di sviluppare automaticamente preventivi e ordini. Questa applicazione permette quindi di creare un canale diretto di comunicazione tra rivenditore e azienda per la gestione dei dati e delle informazioni. Il configuratore di prodotto è il centro di una serie di applicazioni Marketing-Oriented: B2B, B2C, gestione dell'ordine, CRM...

MK: *Cosa si intende per web monitoring?*

Claudio Tonti: Web monitoring è un servizio di monitoraggio personalizzato della rete che permette di avere in ogni momento un controllo puntuale su tutto ciò che viene scritto online in merito a un marchio o a un prodotto. Il web è una rete di relazioni. Per la sua estensione e per la sua natura di collettore pubblico non consente alcun controllo coercitivo delle informazioni. Ma rispettando la natura relazionale e libera della rete è possibile intervenire laddove è opportuno. Il web è il luogo virtuale del word of mouse, il passaparola via mouse. Recenti studi hanno dimostrato che quasi undici milioni di italiani nel 2003 hanno cercato informazioni di prodotto (del valore di 5,7 miliardi di euro)

online prima di recarsi in negozio ad acquistare. Il trend per il 2004 ha segnato addirittura un incremento del 90%!

MK: *E il search engine marketing?*

Claudio Tonti: Il search engine marketing è una parte del web marketing esclusivamente dedicata a sviluppare una strategia di posizionamento e di visibilità nei motori di ricerca. Oggi, data l'immensa mole di contenuti presenti nel web, la prima esigenza per qualsiasi azienda presente con un proprio sito in internet è quella di farsi trovare da chi sta cercando servizi, prodotti, informazioni, contenuti simili ai propri. Possedere un sito senza che questo possa essere facilmente trovato, significa non essere presenti in rete. Il search engine marketing è dunque un ramo, altamente specializzato, dell'area del web marketing che si occupa di sviluppare strategie e di pianificare azioni in relazione a una serie di obiettivi da raggiungere. Questo implica che ogni progetto preveda un'analisi personalizzata; sono necessarie competenze specialistiche di web marketing per poter analizzare gli obiettivi e definire una strategia; sono indispensabili competenze ed esperienza in search engine marketing per ottimizzare tecnicamente le pagine di un sito, per dialogare in maniera efficace con tutti i motori di ricerca, per analizzare periodicamente gli algoritmi dei motori di ricerca e ottimizzare le azioni da compiere.

MK: *Che differenza c'è tra la pubblicità online e il posizionamento nei motori?*

Claudio Tonti: L'advertising online soddisfa esigenze di visibilità periodica o temporanea, trasversale, adatta soprattutto a pro-

mozioni di singoli prodotti, a lanciare un nuovo marchio. La comunicazione pubblicitaria spinge un'informazione verso l'utente finale, cercando di attrarlo. Il posizionamento risponde invece a esigenze diverse. Permette innanzitutto una visibilità costante nel tempo ed è una forma di comunicazione non invasiva, che fornisce un'informazione utile a chi, in quel momento, la sta cercando. Il posizionamento fa ottenere all'utente proprio quelle informazioni e quei siti, che sono a lui utili in quel momento. Visto dalla parte di un'azienda ciò si traduce nel farsi trovare da potenziali clienti realmente interessati al prodotto, al marchio o al servizio disponibile. Quello che distingue il search engine marketing è la qualità di accessi che riesce ad attrarre nel sito. Gli accessi generati da un buon posizionamento nei motori di ricerca hanno un'alta 'targetizzazione', un'alta propensione all'acquisto o alla richiesta di informazioni sul servizio/prodotto; un costo contatto decisamente vantaggioso rispetto a qualsiasi altra forma di advertising online. La posizione in cui appare un sito per le principali chiavi di ricerca, nei principali motori di riferimento, incide sulla percezione della qualità, serietà e notorietà del marchio.

MK: *Il futuro di Websolute?*

Claudio Tonti: Sperimentare altri media rapportati al web. Tv digitale, telefonia e radio possono essere strumenti interessanti applicati a internet. Abbiamo da poco concluso un progetto di video library, una grande banca dati di immagini e testi da utilizzare per montaggi video. Vogliamo continuare a far crescere la società con lo spirito collaborativo che c'è al suo interno.

MK