

SitoVivo, risposte puntuali a esigenze precise

# Stop al marketing di massa

Fabio Pagano: «Il futuro è sempre più nelle vacanze personalizzate»

«**S**itoVivo s.r.l. è un'impresa specializzata nella progettazione, realizzazione e commercializzazione di soluzioni e servizi informatici a supporto del Crm (Customer relationship management).

La società offre progettazione e realizzazione di sistemi d'interazione, comunicazione, identificazione, monitoraggio e statistica dei visitatori di siti web in reti internet/intranet e di servizi di web marketing. Ma si occupa anche di formazione». **Fabio Pagano**, ceo di SitoVivo - che ha una sede a Torino, l'altra a Catania - spiega il core business dell'azienda di cui occupa il vertice con poche frasi chiave: «Siamo un'azienda che offre servizi, strumenti e consulenza a chi vuole investire online. Abbiamo competenze variegate, dalla specializzazione informatica a quella di marketing e comunicazione: un mix che è la chiave del nostro successo. La sede commerciale, marketing e rappresentanza è a Torino, mentre la sede sviluppo è a Catania, anche se abbiamo la possibilità di formare e certificare partner su tutto il territorio nazionale».

## Quando è nata SitoVivo?

SitoVivo nasce ufficialmente nel marzo 2003, ma l'idea imprenditoriale alla base del progetto ha origine dalle esperienze precedenti di persone qualificate che tuttora collaborano con l'azienda.

## Che servizi offrite?

Il core business sono gli strumenti di web marketing da noi creati e commercializzati, e la formazione ai partner che garantiamo attraverso corsi di web marketing tenuti presso le nostre strutture, che sono alla base della creazione di centri di ec-

cellenza dislocati su tutto il territorio nazionale. Il network è garantito da una serie di alleanze con agenzie di comunicazione o marketing, che sono certificate e autorizzate a erogare i servizi di web marketing di SitoVivo.

La nostra **Suite Integrata** consente di effettuare azioni mirate ed efficaci su ogni singolo utente, attraverso l'identificazione, il monitoraggio, l'interazione in tempo reale con ogni singolo individuo, di cui impariamo a conoscere interessi, abitudini e bisogni. Offriamo ai nostri clienti e partner consulenza a 360 gradi. Lo

scambio di conoscenze è fondamentale. La partnership prevede interscambi continui e realizzazioni di strategie commerciali sul territorio; garantiamo visibilità, partecipazioni a convenzioni e gruppi d'acquisto che rendono l'adesione al network sempre più conveniente.

## Quanti

Siamo un'azienda che offre servizi, strumenti e consulenza a chi vuole investire online. Abbiamo competenze variegate, un mix che è la chiave del nostro successo



# SitoVivo



## Expertise online

Grazie a SitoVivo e ai suoi strumenti un'azienda è in grado di inviare messaggi e-mail mirati a ciascuno dei suoi utenti, seguendo tutte le attività del navigatore, dal click sul link all'arrivo sul sito, monitorando il percorso fino a un eventuale acquisto o altro obiettivo, come un'iscrizione o la partecipazione a un'attività

## sono attualmente i partner?

Abbiamo dato origine a un gruppo selezionato di aziende partner; puntiamo a promuovere un network d'eccellenza, per questo richiediamo un percorso di certificazione. Più che sulla quantità di aderenti prestiamo attenzione alla loro qualità.

## Chi sono i vostri clienti? E a che settore appartengono?

Chiunque abbia una presenza sul web o faccia business online può essere un nostro potenziale cliente. I settori con i quali stringiamo abitualmente accordi variano dall'e-commerce al turismo online, dalle pubbliche amministrazioni al business to business.

## Parliamo di turismo, in particolare: secondo lei quello online continuerà ad avere successo?

Sì, senza dubbio. A patto che le aziende capiscano l'importanza di presentare offerte personalizzate. Di certo in futuro assisteremo a offerte in questo settore sempre più puntuali. Oggi, quando si manda una newsletter si fa un'offerta vacanze uguale per tutti, che si tratti di vacanza alle Maldive o alle Seychelles il messaggio è lo stesso per tutti. SitoVivo, invece, consente la personalizzazione delle offerte, modulate a seconda del singolo destinatario, dei suoi interessi e delle sue abitudini.

Perché ciò sia possibile, tuttavia, è necessario disporre di strumenti integrati. Non è più sufficiente avere una lista e gli strumenti tecnici per mandare le e-mail. Si deve sapere molto di più dell'utente, categorizzare e fare profili di liste da aggiornare spesso.

Bisogna superare il concetto di marketing di massa e rivolgersi alle singole persone in base ai loro specifici desideri. Per esempio se negli ultimi mesi sappiamo che un utente ha scritto Trentino/montagna l'indicazione è chiara: ci vuole andare a breve, ed è lì che bisogna essere in grado di mandargli un'offerta di viaggio, consona ai suoi interessi.

Grazie a SitoVivo e ai suoi strumenti un'azienda è in grado di inviare messaggi e-mail mirati a ciascuno dei suoi utenti, seguendo tutte le attività del navigatore, dal click sul link all'arrivo sul sito, monitorando il percorso fino a un eventuale acquisto o altro obiettivo, come un'iscrizione o la partecipazione a un'attività. La possibilità di identificare gli utenti, associando all'identità un profilo di comportamento, in base alle abitudini di navigazione e agli interessi palesati, consente alle aziende di fare campagne pubblicitarie mirate. L'offerta personalizzata è il futuro o meglio è il presente di tutte quelle aziende come SitoVivo che usano strumenti integrati. Tutti dovranno andare verso questa direzione se vogliono essere competitivi.

## Ci può illustrare dei casi di studio nel settore turismo?

Mi piace citare alcuni casi: il primo è un caso di studio un po' anomalo, in quanto è sia un albergo, l'**Hotel Laurence di Roma**, sia un socio di un tour operator; l'altro è una catena di alberghi di Jesolo che consente di prenotare direttamente senza pagare intermediazioni, oltre a fornire informazioni utili a chi vuole fare vacanze a Jesolo o fruire del proprio tempo libero puntando sulla qualità. **Jesolo-ok.com** è un nostro cliente storico che seguiamo utilizzando i nostri strumenti di web marketing.

Un terzo caso riguarda un partner attivo in Umbria. **Agasystem** di Perugia è un nostro partner, specializzato nella gestione del marketing degli agriturismo della sua regione, che opera per lo più con microimprese e piccole strutture ricettive. In questo caso il partner agisce come gestore dei siti internet dei clienti, fungendo da web marketing center. Tutte le attività di web marketing sono gestite per conto del cliente, che può così dedicarsi esclusivamente alla propria attività imprenditoriale, sapendo di contare sull'apporto di un consulente esperto per gli aspetti che non costituiscono il suo core business. Con questo genere di gestione anche i clienti che non possono affrontare grossi investimenti hanno la possibilità di usufruire dei vantaggi del web marketing one-to-one.