

# Cos è il digital marketing?

Un ruolo sempre più importante per le imprese e le organizzazioni di ogni settore.

Per comprendere cosa fa questa figura, bisogna vedere le cose da **prospettive** sempre nuove, soprattutto oggi che il business lo si fa con le informazioni.

Il digital marketing si occupa proprio di questo.

Nello specifico il **digital marketing manager** utilizza l'Ict, le tecnologie dell'**informazione e della comunicazione** ( dall'inglese Information and Communications Technology, in acronimo **ICT** ), in tutte le sue forme (computer, cellulari, smartphone, tablet, consolle, ipod e qualsiasi altro dispositivo connesso) per studiare, comunicare e ingaggiare i consumatori, applicando alle loro strategie un uso esperto dei siti Web, della posta elettronica, delle app e dei social network (non a caso il **social media marketing** è una branca del **digital marketing**). Questo mette i digital marketing manager in una posizione privilegiata rispetto ad altri loro colleghi, in quanto hanno una visione a 360° del mondo digitale

Una figura così qualificata deriva da un preciso **percorso formativo**, dalla formazione universitaria a una formazione post universitaria specialistica, ma è anche composto da tanta esperienza sul campo, corsi in web marketing e comunicazione digitale, esperienza in **SEO** (search engine optimization, nel linguaggio di internet, tutte quelle attività volte migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca), e **PPC** (pay per click una modalità di acquisto e pagamento della pubblicità online), ruoli sempre più richiesti nelle aziende.

Quando c'è da prendere una decisione importante che concerne il raggiungimento di obiettivi prefissati: per poter decifrare

e tradurre questa grossa mole di dati in azioni concrete, diventa fondamentale usare e saper usare degli **strumenti** in grado di misurare la risposta dei consumatori prima e dopo la campagna digitale. Inoltre aiuta molto la padronanza di piattaforme dedicate per la creazione personalizzata di **campagne** email, sms, social, così da effettuare una comunicazione mirata.

Riassumendo si potrebbe dire che un digital marketing manager si occupa di:

- Pianificare e coordinare tutte le strategie di comunicazione, a partire dalla definizione del budget
- Sviluppare e pianificare le campagne di marketing digitale (SEO e PPC)
- Monitorare i risultati di tali campagne
- Definire le strategie da attuare sui social
- Migliorare le performance del sito web aziendale

di Letizia Giugliano