

Strategia da oltre 900 lead



L'azienda non si aspettava un risultato simile 'soltanto' da un'operazione di web marketing. Eppure Visivart ci è riuscita: nel 2019 ha raggiunto 910 potenziali clienti sul territorio nazionale e aumentato il fatturato del 30% rispetto all'anno precedente.

Come? Grazie a ottimi prodotti e alle strategie di Spider 4 Web, agenzia di Fiume Veneto specializzata in progetti di *digital marketing* e soluzioni tecnologiche *performance-oriented*.

Visivart disegna e produce insegne luminose e soluzioni di comunicazione visiva per un target B2B di aziende medio-grandi del settore retail, Gdo, importanti franchising e catene fashion di respiro internazionale.

Nonostante un'esperienza di oltre 50 anni e il passaparola sul territorio delle due sedi, a Milano e a Rovereto in Piano, è difficile intercettare nuovi clienti in una nicchia così particolare. Infatti, l'azienda si era rivolta a Spider 4 Web per due motivi: aumentare la conoscenza del brand sul mercato e acquisire contatti commerciali qualificati.

Un terzo motivo è emerso in corsa: lanciare la nuova linea di dispositivi multimediali *Digital Signage*, una rivoluzione nella comunicazione visiva in-store.

Spider 4 Web.

Ecco come Visivart ha potuto aumentare del 30% il fatturato grazie alla collaborazione con l'agenzia di Fiume Veneto

"La sfida era entusiasmante per noi - ricorda **Simone Perenzin**, Coo di Spider 4 Web -. Si trattava di dimostrare come gli strumenti del *digital marketing* siano in grado di raggiungere anche le nicchie più complesse, utilizzando le leve giuste e comunicando correttamente il valore di un brand. È sempre un lavoro a quattro mani tra azienda e agenzia: ognuno deve fare la propria parte perché tutto funzioni al meglio".

L'analisi del posizionamento del brand ha confermato la necessità di lavorare sull'*awareness* del marchio e ha distinto i punti di forza e l'unicità di Visivart, distillati nella *Unique Selling Proposition*, l'ingrediente 'segreto' del business.

Quando si parla di raggiungere potenziali clienti, si entra nel merito di tecniche e strumenti utili a intercettare ricerche degli utenti fornendo contenuti che rispondano alle loro esigenze, in cambio di contatti qualificati.

L'agenzia ha proposto quindi una campa-

gna di *Lead Generation* multicanale, incentrata su pagine di atterraggio progettate per aiutare gli utenti in target a prendere una decisione favorevole verso i prodotti. Per portare traffico verso le pagine sono stati selezionati canali compatibili con il target, le inserzioni *Pay-Per-Click* sulla rete di ricerca Google e le campagne di *Social Ads*.

"I risultati parlano chiaro: nel 2019 abbiamo acquisito più di 100 nuovi clienti e aumentato del 30% il fatturato rispetto al 2018 - afferma **Carlo Monticolo**, responsabile commerciale di Visivart -. La notorietà del brand Visivart e il numero di contatti ottenuti sono stati incredibili".

"Siamo estremamente soddisfatti anche dagli obiettivi di marketing che ci eravamo prefissi - spiega Perenzin - nel 2019-20 Visivart ha ottenuto un aumento del 1.163% di visite al sito. Le nostre *landing page* hanno generato oltre 900 lead qualificati ma anche l'attività sui social ha avuto un ruolo importante per ampliare il bacino di contatti".

Un vero successo sia in termini commerciali, sia di *Brand Awareness* e *Lead Generation*, per la soddisfazione di Visivart e di Spider 4 Web, tanto che la storia non finisce qui. "Spider 4 Web è un partner con cui riusciamo a confrontarci a tutto tondo, grazie alle loro competenze digitali e tecnologiche. Vista l'evidenza dei risultati e il tipo di approccio congeniale al nostro settore, abbiamo deciso di continuare la collaborazione e puntare su Spider 4 Web come player che ci aiuti a crescere, accompagnandoci lungo un processo di digitalizzazione. Insieme a loro stiamo aumentando l'investimento sul web che oggi è diventato per noi un driver fondamentale di business development" sostiene **Cristina Zanette**, amministratore delegato di Visivart.

Diversamente da chi ha iniziato a portare il proprio business online costretto dagli eventi dell'ultimo biennio, l'azienda ha creduto nel *digital marketing* prima di questo trend, trovandosi ora ad avere un vantaggio competitivo non indifferente e un metodo efficace per raggiungere i propri obiettivi.



Simone Perenzin (Spider 4 Web) e Carlo Monticolo (Visivart), nella sala espositiva di Visivart