

Marketing: il .it come affidabilità, sicurezza e reputazione

di Stefania Fabbri

Anna Vaccarelli - responsabile dell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione del Registro .it - aveva già anticipato l'adozione del piano di marketing strategico e della relativa campagna. Oggi abbiamo le idee più chiare. E molti dati e notizie da darvi.

I principali punti da "comunicare" riguardano l'importanza del nome nella costruzione della propria reputazione in Rete, sia personale che aziendale. Per le startup, ad esempio, un nome a dominio sarà elemento di naming per eccellenza o per l'e-commerce. La vendita online è un trend importante e il dominio è indispensabile per comunicare affidabilità, sicurezza, reputazione.

Il target primario a cui si rivolge la nostra azione di marketing strategico è composto essenzialmente da liberi professionisti (sia tradizionali, cioè iscritti ad albi professionali, sia attivi in nuove forme, individuate generalmente con i termini "wwworkers", "freelance", "lavoratori della conoscenza" ecc.), micro, piccole e medie imprese e artigiani locali, con un occhio di riguardo alle eccellenze italiane che innovano (nei settori di alimentari, moda, artigianato, ecc.), e giovani imprenditori.

Per riuscire a coinvolgere tutti gli attori (Registro, Registrar e target), abbiamo ipotizzato un'azione di marketing che si svolgerà attraverso tre momenti:

1. un concorso volto a dimostrare che l'Internet economy è ormai una realtà: l'imprenditoria che usa Internet attivamente cresce più in fretta, è più internazionale, assume più persone. L'obiettivo è diffondere i punti chiave da comunicare, creando una galleria di casi di eccellenza nell'uso della

- Rete che possano diventare protagonisti e ambasciatori della campagna;
2. una fase di ascolto e interazione con il pubblico coinvolto attraverso il concorso. Esperti dei Registrar e del Registro risponderanno



DOMINIO COME PROGETTO PER IL FUTURO



- pubblicamente a domande sulla registrazione e sulla presenza efficace in Rete, come, ad esempio, posizionamento nei motori di ricerca, web marketing, e-commerce, ecc. Attraverso questo meccanismo i Registrar potranno rafforzare la propria immagine professionale, contribuire alla diffusione della cultura di Internet e offrire servizi, allargando il proprio bacino di utenti, e incrementando la crescita dei nomi a dominio registrati;
3. una campagna di comunicazione e informazione sui media che veicoli i contenuti raccolti dal concorso.

A dicembre 2013 è stato pubblicato il bando di gara per la realizzazione del piano strategico e non appena sarà aggiudicata, inizieremo a lavorare con il vincitore per rendere operativa la campagna.

Vi terremo aggiornati.