



IMPRESA Nuove strategie per ampliare le vendite
nel workshop dei giovani imprenditori di Confindustria

LO SVILUPPO DELLE AZIENDE PASSA DAI SOCIAL MEDIA

► PERUGIA

I social network, oltre a collegare le persone, possono dare visibilità alle aziende. Ma poi, alla fine, Facebook o Twitter fanno vendere? È questa una delle domande a cui hanno cercato di rispondere i giovani imprenditori di Confcommercio nel workshop "I social media fanno vendere", organizzato ieri pomeriggio nella sede di Perugia di Confcommercio.

Davvero tanti gli imprenditori umbri che hanno partecipato, dimostrando particolare attenzione ed una attiva partecipazione ai temi - attualissimi - di un utilizzo consapevole e qualificato dei diversi "social".

In Italia, infatti, gli utenti attivi sui social media sono il 42% della popolazione e ogni giorno ciascuno di questi spende in media due ore e mezza tra like, post e fan page. Da qui la necessità di indagare - soprattutto per le imprese - se Facebook e gli altri social media servono ad incrementare le vendite per un'azienda e come possono essere utilizzati efficacemente.

I molti imprenditori, dunque, sono intervenuti con tante domande, per conoscere meglio i social network e le loro potenzialità. Fra le finalità del workshop, anche imparare a distinguere bene il fine dal mezzo, l'importanza di una pianificazione strategica per raggiungere concreti obiettivi di business; come trasformare i fan o i follower in clienti e fidelizzarli proprio grazie ai social media. Nel corso dell'incontro, sono stati anche presentati diversi casi reali di piccole e medie imprese che hanno sfruttato queste leve per incrementare le proprie vendite. "Sempre più imprese si pongono domande sul ruolo dei social media per sviluppare la propria attività", hanno detto i relatori al workshop. "La risposta corretta si basa sull'utilizzo efficace e congiunto di più social network, che devono essere selezionati in base alle esigenze aziendali e al prodotto attorno al quale generare engagement".

Da Facebook a YouTube, da In-

stagram a Twitter, quindi, bisogna innanzitutto sapere quali social media sono lo strumento più adatto per ciascuna azienda, in base anche ai propri prodotti e al proprio target. Di conseguenza, l'azienda dovrà creare un piano di comunicazione ben strutturato.

I lavori del workshop sono stati aperti da Chiara Pucciarini, presidente dei giovani imprenditori Confcommercio della provincia di Perugia. Sono poi intervenuti anche Federico Sapienza, segretario generale di Asseprim "associazione nazionale servizi professionali per le imprese" sul tema della multicanalità, e di Paolo Abbiati, direttore commerciale di Wave srl, sul tema centrale del ruolo dei social media nelle strategie commerciali.

Il workshop organizzato dai giovani imprenditori Confcommercio segue di pochi giorni il Forum Confcommercio a Perugia "Evoluzioni. Protagonisti del cambiamento", che ha portato oltre 600 imprenditori del terziario a confrontarsi sui temi dell'innovazione. ◀



Workshop sui social media Tanti gli imprenditori presenti alla Confindustria di Perugia per parlare di strategie per ampliare il business

