



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

Iscrizione al Tribunale di Lucca N° 783 del 30/5-3/6/2003

N° 3 del 3/27/2014

EVENTI/FIERE ICT

Ecommerce Day. Torino, 16 maggio 2014 (evento gratuito)

Torna il 16 maggio a Torino l' **Ecommerce Day**, evento dedicato al mondo del commercio elettronico giunto quest'anno alla sua IV edizione.

L'obiettivo dell'**Ecommerce Day**, è **diffondere la cultura del commercio elettronico all'interno delle PMI italiane** e creare un momento di incontro e discussione tra i principali attori della vendita online.

L'evento si rivolge principalmente a *imprenditori, decision makers, professionisti del settore, giornalisti, blogger, studenti* e chiunque voglia approfondire le principali tematiche che caratterizzano l'e-commerce nei suoi vari aspetti.

L' **Ecommerce Day 2014** è stato organizzato con la **partnership della CNA** (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa) piemontese e prevede la presenza di numerosi artigiani imprenditori del territorio della regione, così come la partecipazione on line numerosi utenti di tutta Italia.

L'edizione di quest'anno avrà come **focus** il tema della "**Filiera dell'Ecommerce**".

In particolare verranno esposti tutti i **passaggi necessari ad aprire un punto vendita virtuale**: dall'idea, alla progettazione, dallo sviluppo della piattaforma alla sua promozione, dagli aspetti logistici ai pagamenti on line. Rispetto alle precedenti edizioni (tenutesi a Torino, Bari e Genova), l'Ecommerce Day propone una **nuova formula**, studiata per favorire sia la **diffusione di notizie** e dati riguardanti il commercio elettronico, sia l'**incontro tra domanda e offerta di beni e servizi legati all'e-commerce**.

L'evento si inserisce all'interno del **Digital Festival** che si terrà a **Torino dall'8 maggio all'8 giugno**.

Il Digital festival, giunto ormai alla sua V edizione, rappresenta una piattaforma all'interno della quale discutere su come il digitale sta cambiando, e come cambierà, le nostre vite nel prossimo futuro.

PROGRAMMA DELL'ECOMMERCE DAY

- 09:00 - Registrazione
- 09:30 - Presentazione dell'E-commerce Day e saluti istituzionali (interverranno Enrico Capirone vice Presidente nazionale CNA ICT, Samuele Camatari CEO Jusan Network e Stefano Saldino ideatore del Digital Festival)
- 10:45 - I Numeri dell'Ecommerce (lo stato dell'arte dell'e-commerce: dati, statistiche, trend e previsioni sul mondo del commercio elettronico in Italia e nel mondo)
- 10:45 - Coffee Break
- 11:00 - L'Ecommerce e la sua filiera (verranno presentati i passaggi fondamentali necessari a realizzare un e-commerce. Nel corso dell'intervento prenderanno la parola alcune delle aziende della filiera)
- 13:00 - Pranzo
- 14:00 - Business Matching (momento di incontro e confronto tra le aziende partner dell'evento e i soggetti che vogliono approfondire i singoli aspetti dei servizi legati alla filiera dell'Ecommerce).
- 16:30 - Tavola rotonda CNA (CNA presenterà il suo punto di vista, e quello dei suoi associati, nei confronti dell'e-commerce. Tra i moderatori ci sarà Stefano Saladino, Presidente Associazione Luoghi di Relazione, ideatrice e organizzatrice del Digital Festival).
- 17:15 - CNA presenta due casi studio di successo
- 18:00 - Chiusura e saluti finali

DATA E LOCATION

Torino, 16 maggio 2014 – Mirafiori Motor Village
ISCRIZIONE GRATUITA
La partecipazione all'evento è gratuita (numero posti limitato).

Sito web www.ecommerceday.it

FINANZIAMENTI/AGEVOLAZIONI

Destinazione Italia: misure per favorire la digitalizzazione e la connettività delle PMI

Con legge 21 febbraio 2014, n. 9 (GURI n. 43 del 21/02/2014), di conversione del **DL Destinazione Italia**, sono state introdotte **misure per favorire la digitalizzazione dei processi aziendali e l'ammmodernamento tecnologico delle micro, piccole e medie imprese**, nell'ambito di apposito Programma Operativo Nazionale della prossima **programmazione 2014-2020 dei fondi strutturali comunitari**, ovvero nell'ambito della collegata pianificazione degli **interventi nazionali** finanziati dal Fondo per lo sviluppo e la coesione e dal Fondo di rotazione di cui all'articolo 5 della legge 16 aprile 1987, n. 183.

E' prevista la concessione di **Voucher di importo non superiore a 10.000 euro**, in **de minimis**, per l'**acquisto di software, hardware o servizi** che consentano il miglioramento dell'efficienza aziendale, la modernizzazione dell'organizzazione del lavoro, tale da favorire l'utilizzo di strumenti tecnologici e forme di flessibilità, tra cui il telelavoro, lo **sviluppo di soluzioni di e-commerce**, la **connettività a banda larga** e ultralarga.

I voucher sono concessi anche per permettere il **collegamento alla rete internet** mediante la **tecnologia satellitare**, attraverso l'acquisto e l'attivazione di decoder e parabole, nelle aree dove le condizioni geomorfologiche non consentono l'accesso a soluzioni adeguate attraverso le reti terrestri o laddove gli interventi infrastrutturali risultino scarsamente sostenibili economicamente o non realizzabili.

I voucher potranno altresì **finanziare la formazione qualificata, nel campo ICT, del personale delle piccole e medie imprese.**

E' inoltre prevista la concessione di **credito di imposta**, in **de minimis**, per le spese documentate e sostenute da piccole e medie imprese ovvero da consorzi da reti di piccole e medie imprese, e relative ad **interventi di rete fissa e mobile** che consentano l'attivazione dei servizi di connettività digitale con capacità uguale o superiore a 30 Mbps.

Il credito di imposta e' riconosciuto **fino al 2016**, nella **percentuale del 65%** degli importi rimasti a carico del contribuente, fino a un valore massimo di 20.000 euro.

Le due tipologie di agevolazione non sono cumulabili tra di loro.

NORMATIVA

Vendita on line dei farmaci da banco: via libera del Ministero della Salute

Il Ministero della Salute **ha dato il via libera alla vendita online dei farmaci da banco**, cioè i farmaci che non necessitano di prescrizione, purché la vendita avvenga **tramite il sito di una farmacia o di una parafarmacia autorizzata sul territorio italiano tramite logo identificativo.**

Questo è almeno ciò che viene previsto dal provvedimento approvato in Consiglio dei Ministri qualche giorno fa, a recepimento di una direttiva dell'Unione Europea.

E' prevista la presenza, sul sito, di un logo che sarà in sostanza una specie di "bollino di qualità" rilasciato direttamente dal Ministero. Sul sito dovrà inoltre apparire un link che porti alla lista completa di tutti gli enti autorizzati alla vendita online dei farmaci. Tutto ciò per evitare la vendita di farmaci contraffatti.

Allo stato attuale sono infatti numerosi i siti illegali legati alla vendita di farmaci, sui quali la probabilità di imbattersi in medicinali falsi o potenzialmente pericolosi viene stimata intorno al 70%. Verrà istituita anche una task force antifalsificazione, con l'obiettivo di rafforzare i controlli e ostacolare ulteriormente la diffusione di questi siti illegali.

Federfarma ha accolto con soddisfazione questi ultimi sviluppi, giudicando positivamente il recepimento della direttiva Europea 2011/62/UE che di fatto garantisce maggiormente il cittadino nell'acquisto di farmaci online, potendo riconoscere quali sono i siti autorizzati ed evitando così i tanti siti illegali.

Fonte:i-dome.it

PRIVACY

Privacy: nuove tutele per chi paga con smartphone e tablet

Nuove garanzie di privacy per chi usa smartphone e tablet per acquistare servizi, abbonarsi a quotidiani online, comprare e-book, scaricare a pagamento film o giochi.

Arrivano infatti le **regole del Garante per proteggere la privacy degli utenti** che, tramite il proprio credito telefonico, **effettuano pagamenti a distanza** avvalendosi del cosiddetto **mobile remote payment.**

Il **mobile payment** è destinato a raggiungere in breve tempo una notevole diffusione; questa forma di pagamento comporta il trattamento di numerose informazioni personali (numero telefonico, dati anagrafici, informazioni sulla tipologia del servizio o del prodotto digitale richiesto, il relativo importo, data e ora dell'acquisto), in alcuni casi anche di natura sensibile.

Obiettivo del provvedimento generale dell'Autorità, dunque, è quello di **garantire** in un mercato del pagamento sempre più dinamico, **un trattamento sicuro delle informazioni** che riguardano gli utenti e prevenire i rischi di un loro

uso improprio.

Le direttive del Garante privacy sono rivolte ai **tre principali soggetti** che offrono servizi di mobile payment:

operatori di comunicazione elettronica, che forniscono ai clienti un servizio di pagamento elettronico tramite cellulare, o con l'uso di una carta prepagata oppure mediante un abbonamento telefonico; **gli aggregatori** (hub), che mettono a disposizione degli operatori tlc e internet e gestiscono la piattaforma tecnologica per l'offerta di prodotti e servizi digitali; **i venditori** (merchant), che offrono contenuti digitali e vendono servizi editoriali, prodotti multimediali, giochi, servizi destinati ad un pubblico adulto.

Ecco, in sintesi, **gli adempimenti** che dovranno adottare **le tre categorie** di operatori coinvolti.

Informativa: i provider telefonici ed internet e i venditori dovranno informare gli utenti specificando quali dati personali utilizzano e per quali scopi. Per tale motivo dovranno rilasciare l'informativa al momento dell'acquisto della scheda prepagata o della sottoscrizione del contratto di abbonamento telefonico ed inserirla nell'apposito modulo predisposto per la portabilità del numero. Gli aggregatori, che operano per conto dell'operatore telefonico, potranno predisporre una apposita pagina con la quale fornire l'informativa e la richiesta del consenso al trattamento dei dati.

Consenso: i provider telefonici e internet e gli aggregatori, che operano per conto di questi in veste di responsabili del trattamento, non dovranno richiedere il consenso per la fornitura del servizio di mobile payment. Il consenso è invece obbligatorio, sia per gli operatori che per i venditori, nel caso vengano svolte attività di marketing, profilazione, o i dati vengano comunicati a terzi. Se i dati utilizzati sono sensibili, occorrerà richiedere uno specifico consenso.

Misure di sicurezza: operatori, aggregatori e venditori saranno tenuti ad adottare precise misure per garantire la confidenzialità dei dati, quali: sistemi di autenticazione forte per l'accesso ai dati da parte del personale addetto, e procedure di tracciamento degli accessi e delle operazioni effettuate; criteri di codificazione dei prodotti e servizi; forme di mascheramento dei dati mediante sistemi crittografici.

Dovranno essere adottate misure per scongiurare i rischi di incrocio delle diverse tipologie di dati a disposizione dell'operatore telefonico (dati di traffico, sul consumo, relativi alla rete fissa, relativi alla fornitura di servizi etc.) ed evitare la profilazione incrociata dell'utenza basata su abitudini, gusti e preferenze. Da prevedere anche accorgimenti tecnici per disattivare servizi destinati ad un pubblico adulto.

Conservazione: i dati degli utenti trattati dagli operatori, dagli aggregatori e venditori, ivi compresi gli sms di attivazione e disattivazione del servizio, dovranno essere cancellati dopo 6 mesi. L'indirizzo IP dell'utente dovrà invece essere cancellato dal venditore una volta terminata la procedura di acquisto del contenuto digitale. Per la conservazione dei dati di traffico telefonico e telematico coinvolte nelle operazioni di mobile payment si dovranno rispettare i periodi di tempo previsti dal Codice privacy.

Prima del varo definitivo del provvedimento, l'Autorità ha deciso di sottoporre il testo a una consultazione pubblica: soggetti interessati, associazioni di categoria degli imprenditori dei consumatori, università, centri di ricerca, potranno far pervenire contributi e osservazioni al Garante per posta o attraverso la casella di posta elettronica appositamente attivata: consultazione@gpdp.it

Fonte: [Helpconsumatori.it](http://helpconsumatori.it)

SOCIAL NETWORKS

8 consigli per chi amministra una pagina Facebook

Per chi conosce già bene Facebook e ha un profilo personale, la gestione di una pagina (anche aziendale) non è poi così complicata.

Per creare e gestire una pagina Facebook che sia di successo, è però necessario **conoscere bene le funzioni e gli strumenti** della pagina stessa e soprattutto le possibilità di interazione con i "fan".

In tal senso è molto interessante la lettura di un articolo - "**8 Ways to be a Better Facebook Page Admin**" - originariamente pubblicato su [Socialmediatoday.com](http://socialmediatoday.com) e quindi riproposto da Pmi servizi, che fornisce **8 utili consigli** rivolti agli amministratori di fan page.

L'articolo è accessibile alla pagina: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/8-consigli-pagina-facebook.html>

Internet è per tutti. Ecco come i social migliorano il personal branding

Il **digitale è una potente leva** a disposizione di tutti, anche di coloro che, a tutt'oggi, lo vedono solo come un nemico. *Negozianti, agenti, distributori, reti commerciali* possono trarne **vantaggi sicuri dal web**, a patto che ne comprendano il **ruolo di personal branding** e di rafforzamento di una relazione interpersonale e "fisica".

In questa prospettiva **Andrea Boscaro** - fondatore e socio di **The Vortex** - descrive in particolare, in un interessante articolo pubblicato da Key4biz.it, le **opportunità e le caratteristiche** di due social media - **LinkedIn e Facebook** - indicando il diverso "approccio" di comunicazione da utilizzare per coglierne pienamente i vantaggi.

Link all'articolo: "**Internet è per tutti: ecco come i social migliorano il personal branding**"..

Fonte: Key4biz.it

LinkedIn: l'importanza di un profilo ben fatto

Facebook, Twitter e Google + sono piattaforme social che possono essere utilizzate per vari, molteplici scopi, anche professionali, ma il **social network per trovare lavoro** è, per antonomasia, **LinkedIn**.

LinkedIn ha mantenuto nel tempo l'impronta legata alla sua mission anche se di fatto molti utenti vi si iscrivono ma poi si dimenticano di curare l'aspetto centrale che differenzia questa dalle altre piattaforme social, ovvero il **profilo professionale**, che di LinkedIn rappresenta l'essenza.

Visitando le pagine LinkedIn, ci troviamo spesso davanti a profili vuoti, scarni, per niente significativi, totalmente trascurati, mentre invece il **profilo professionale**, per essere **efficace**, deve essere il più **completo e dettagliato** possibile.

Pionero.it offre alcuni utili **consigli** in merito a ciò che un profilo inserito su LinkedIn deve contenere, sottolineando alcuni importanti **dettagli** che davvero possono fare la **differenza in termini di "appeal"** e quindi di risultati.

Per leggere l'articolo [CLICCA QUI](#)

SOLUZIONI INTERNET

6 strumenti per semplificare il lavoro sul web.

Professionisti Seo, social media e advertising ma anche semplicemente *tutti coloro in generale che lavorano con il web*, hanno a disposizione **su Internet** tutta una serie di **applicazioni, estensioni e tools in grado di aiutare a semplificare** diverse operazioni quotidiane: dalla creazione di immagini alla ricerca di notizie e novità, dalla creazione dei video, alla schedulazione degli appuntamenti al programma dei post.

Social Media Examiner ha chiesto a **29 esperti** di indicare **gli strumenti da loro preferiti e maggiormente utilizzati**.

PMIServizi li ha "testati" e **ha selezionato** quelli ritenuti **più utili**.

Vi proponiamo questa selezione di **6 tools**, così come riportata sul sito [PMIServizi.it](#)

PonToon

Un grosso ostacolo che si trova davanti chi vuole abbracciare il video marketing è il costo della realizzazione dei video. PowToon non risolve il problema, in quanto non sostituirà mai la bravura di un regista e di un montatore, ma consente comunque di creare qualcosa di carino. **Gratuitamente è possibile realizzare brevi video, con tanto di animazioni, sfondi colorati, disegni simpatici e musiche free**. Una volta terminato **lo si può scaricare oppure caricare direttamente sul proprio canale YouTube**.

Dopo averlo fatto è assolutamente fondamentale personalizzare titolo, descrizione e tag, per sostituire quelli di default e che di certo non aiutano a rintracciare il video sul motore di ricerca.

[Powtoon.com](#)

Canva

Questo tool consente di **creare immagini, nel senso che si possono comporre colori, layout, sfondi, aggiungere immagini fino a creare la propria immagine personalizzata**. È possibile scegliere tra alcune immagini free e altre a pagamento, che avviene al termine della composizione. 1\$ per eliminare ogni watermark, quindi le immagini finite hanno un costo che parte da 0\$ e arriva a ... quante immagini avete usate non free. C'è un'ampia scelta di dimensioni tra cui scegliere: adatta ai social network, presentazioni, poster, per il blog... Il processo utilizza tutti meccanismi drag&drop, quindi semplici e intuitivi. Per aiutare sono presenti dei video introduttivi, dei tutorial e delle guide pratiche. Insomma, con Canva è impossibile non riuscire a creare immagini personalizzate adatta a tutti gli scopi.

[Canva.com](#)

Piktochart

Piktochart è un tool che consente di **creare grafiche e infografiche**. Non sono necessarie particolari capacità per utilizzarla e offre moltissimi spunti, consigli e tutorial che aiutano nell'utilizzo dell'applicazione. Ci sono diversi template tra cui scegliere, alcuni gratis e altri a pagamento. L'uso stesso dell'applicazione è sia free sia a pagamento. **Già con l'opzione gratuita è possibile fare diverse cose interessanti**.

[Piktochart.com](#)

Smqueue

È un **tool per programmare la pubblicazione di post su Twitter, Facebook e LinkedIn**. Si può decidere una pubblicazione unica oppure programmarne diverse durante la giornata. È possibile scegliere il contenuto del post e personalizzare l'immagine in evidenza. L'unica pecca è l'impossibilità di personalizzare l'URL shortner. Il costo è molto contenuto (10\$/mese) per avere post illimitati, 15 profili social e membri del team.

[Smqueue.com](#)

Buzzsumo

Utilissimo **se si vogliono conoscere le ultime news su un dato argomento**. Basta inserire la parola chiave e in cambio si otterranno Article, infografiche, guest post, giveaway, interviste, video pubblicati su quell'argomento e **ordinati in base al successo che hanno avuto sui social**. Per ognuno vengono infatti mostrate le condivisioni su Google Plus, Facebook, LinkedIn e Twitter. Ulteriore filtro è il tempo di analisi che va dalle ultime 24 ore agli ultimi 6 mesi.

Oltre ai post è possibile **individuare anche gli utenti che hanno maggiore rilevanza per il tema cercato**. Anche gli utenti vengono divisi per Bloggers, influencers, aziende, giornalisti e persone normali. Per ognuno si conoscono: page authority, page rank, followers, la percentuale di tweet che hanno ricevuto un RT, la percentuale di tweet che hanno ricevuto una risposta, la media di RT per ogni tweet.

Infine Buzzsumo è anche gratuito e non necessita di iscrizione.

[buzzsumo.com/](#)

vCita

vCita è un "client engagement platform for small businesses". È, cioè, un tool a pagamento orientato al miglioramento dei contatti dal sito per l'acquisto di servizi. Il video introduttivo mostra l'esempio di coach, medici, consulenti ecc... In poche parole nel sito apparirà un box, con una call to action e la possibilità di prenotare un appuntamento per una visita, un incontro, una lezione andandolo a salvare direttamente sia nel calendario del professionista a cui ci si sta rivolgendo sia nel proprio. Sarà lo stesso tool a occuparsi di inviare un promemoria via sms o via e-mail con tutti i dettagli.

Sono molteplici le funzioni a cui si ha accesso, compreso un plugin per l'integrazione nei siti WordPress. Sono inoltre disponibili il tracciamento dei lead attraverso il pannello di controllo, un sistema di contact management, un sistema di fatturazione personalizzato e altro. Per comprendere meglio vCita basta guardare il video all'indirizzo:

<http://www.vcita.com/#watch>

Fonte: [pmiservizi.it](#)

WEB MARKETING

Gestire un blog: 13 statistiche da conoscere

Per gestire al meglio un blog e migliorarne la visibilità si può tenere conto di queste statistiche.

Un blog è un ottimo mezzo per promuovere un'azienda, un'attività ed è per questo diventato uno strumento ampiamente utilizzato nelle attuali strategie di marketing. Nato con il diffondersi del web, questo strumento ha vissuto e sta vivendo dei cambiamenti, essendo in continua evoluzione il modo di immaginare ed inventarsi il blogging a fini promozionali.

Secondo alcuni, il blog è destinato ad essere completamente sostituito dai social network, altri invece smentiscono questa ipotesi.

Le statistiche sul futuro del blogging sono molte e molteplici.

Social Marketing Writing ha pensato di elaborare un'infografica con 13 statistiche che riguardano lo strumento "blog": alcune ne spiegano e ne confermano l'importanza, altre suggeriscono indicazioni e orientamenti utili a migliorarne la qualità e l'utilizzo.

L'infografica viene proposta ed illustrata da **Pmi Servizi** alla pagina web: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/statistiche-blog.html>

Come le PMI utilizzano i social media, infografica LinkedIn

Un'infografica di LinkedIn per spiegare l'uso dei social media da parte delle PMI

Il 94% delle imprese di piccole dimensioni utilizza i social network per il marketing e 3 su 5 li considerano una sfida fondamentale per attirare nuovi clienti. **LinkedIn** ha raccolto in un'infografica un'indagine realizzata per analizzare l'approccio delle PMI nei confronti dei social media.

Dall'infografica di LinkedIn emerge quanto sia importante per le PMI investire nei social network, ritenuti strumenti efficaci per realizzare obiettivi di marketing come la promozione del brand, la diffusione di contenuti pubblicitari e la creazione della lead generation.

L'infografica e la sintesi dei suoi contenuti sono pubblicati da **PmiServizi** alla pagina: <http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/pmi-social-infografica-linkedin.html>

Promuovere un evento tramite gli strumenti web e social Web marketing per eventi

Per un'azienda gli eventi sono un momento importante di presentazione, relazione con clienti, investitori e media, in pratica una **grande vetrina** che va progettata ed allestita facendo attenzione a tutti i particolari. Uno di questi, senz'altro uno dei più importanti, è quello della **promozione dell'evento online e offline**. All'evento non ci sarà pubblico se non si sarà agito per presentarlo alla potenziale audience sfruttando **tutti i mezzi a disposizione**.

PmiServizi illustra, in un articolo dedicato al tema, **come utilizzare le varie piattaforme - sociali e non - per promuovere un evento**, renderlo virale e potenziarne le possibilità di successo.

L'articolo è disponibile alla pagina: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/promuovere-evento-web-social.html>

Far crescere il content marketing: 10 consigli in un'infografica

Il **CONTENT MARKETING** è quella **strategia** che prevede la **creazione e la condivisione di contenuti rilevanti e di qualità al fine di attrarre, coinvolgere, acquisire e fidelizzare la propria target audience, attuale e potenziale**.

Parlare di content marketing oggi significa soprattutto parlare di **come far crescere il content marketing**, creare **contenuti creativi**, pubblicarli e condividerli sui social media, trovare un modo per aumentare il traffico e di conseguenza le vendite.

L'obiettivo centrale è di fatto il contenuto, che deve essere il **più popolare e apprezzato possibile** per poter "innestare" sui social le interazioni che ne aumentano la visibilità.

PmiServizi propone una **interessante infografica** che riassume una serie di **consigli utili a rendere il contenuto più accattivante e ad aumentarne la visibilità** e quindi ad ottenere un **positivo risvolto sulle vendite**.

Vedi alla pagina web: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/10-consigli-per-content-marketing-infografica.html>

Ottimizzazione mobile per i siti turistici. Focus su newsletter ed email di conferma

Il **mobile** sta acquisendo una **crescente importanza**: tutte le statistiche ne rilevano un trend costantemente positivo e sempre le statistiche ci dicono che, pur con le dovute differenze fra Paese e Paese, **il settore del turismo e dei viaggi** è quello che ha un **maggior numero di utenti che utilizzano regolarmente il mobile**: chi viaggia accede ai siti, alle mail, alle newsletter non dal desktop ma da smartphone e tablet.

Per questo motivo **l'ottimizzazione dei siti web** è diventata una **priorità per gli operatori turistici**: avere un **sito "responsive"** è infatti **basilare** per poter attrarre e catalizzare i clienti che regolarmente utilizzano i device mobili per informarsi, cercare, prenotare e acquistare i servizi turistici.

Un articolo pubblicato da **PmiServizi.it** (su fonte Litmus) suggerisce **alcune indicazioni utili** ai fini dell'**ottimizzazione "mobile" e responsive design per i siti di servizi turistici**, con specifico riferimento alle **newsletter e alle e-mail di conferma**.

Li riportiamo fedelmente qui di seguito:

Newsletter ed e-mail di conferma

Le newsletter, come le e-mail di conferma, possono avere ad esempio **due scopi principali**: presentare agli ospiti i

dettagli della loro prenotazione e incoraggiarli a cliccare su un'app che rappresenta un valido strumento di pianificazione del viaggio. Non solo una ricevuta di conferma quindi ma un'opportunità in più per fidelizzare il cliente viaggiatore.

Un **design accattivante** unito alle **informazioni di viaggio necessarie** all'utente saranno il **motore del successo di qualsiasi e-mail di conferma**. Investire e migliorare questo aspetto permetterà di ottenere più guadagni, infatti le e-mail che contengono transazioni hanno un più alto tasso di risposta e un ROI più alto rispetto alle e-mail commerciali, questo significa che i siti e le aziende dedicate al turismo devono considerare prima di tutto **cinque priorità**:

- 1. Branding attraverso tutte le piattaforme:** se il sito è fortemente orientato al brand, anche le newsletter e le e-mail provenienti dal sito dovranno rispettare gli standard imposti dal brand.
- 2. Responsive Design:** navigabilità di un sito attraverso i vari device e e-mail responsive come ad esempio media query, testo più grande e adattato allo schermo, pulsanti più grandi e layout che si sviluppa su una colonna.
- 3. Distribuire dati importanti:** le e-mail di conferma contengono al loro interno dati complessi e importanti, è importante quindi visualizzarli in modo corretto.
- 4. Gerarchia dei contenuti:** rispettare l'importanza gerarchica del contenuto, ovvero preferire per l'80% il contenuto transazionale con le informazioni utili all'utente e lasciare il 20% per il contenuto promozionale.
- 5. Call to Action:** le call to action devono essere chiare e mirate, devono invogliare l'utente a cliccare per questo è necessario trovare la formula più adatta che combini design e lessico che invogli all'azione.

Fonte: pmiservizi.it

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

26 postazioni touchscreen installate nella regione per dare informazioni sulla produzione di vino, olio e sapori toscani

Sono stati posizionati nel territorio toscano **26 totem touchscreen di informazione turistica, in 12 delle 22 strade del vino**, dell'olio e dei sapori di Toscana, che hanno aderito al progetto denominato "**Strade della Toscana in rete**". I totem sono già operativi e vanno a costituire il **nuovo sistema di infopoint in rete** realizzato dalla **Federazione delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori di Toscana** in compartecipazione con **Regione Toscana** che ha stanziato 140 mila euro.

I totem touchscreen, oltre a fornire in modo semplice, immediato ed in multilingua **tutte le informazioni sul territorio**, sugli eventi e sulle sue aziende, permetteranno al turista di conoscere ciò che accade in tutta la Toscana, inserendo così gli eventi promossi da ogni singola Strada nel più ampio contesto regionale.

L'integrazione con il **QR Code**, che trasferisce ai cellulari la sintesi dei contenuti di interesse consultati, e l'integrazione con il **sistema di e-booking del sito web di Regione Toscana (www.turismo.intoscana.it)** permetteranno a ciascuna Strada di **diffondere informazioni** sul proprio territorio, **valorizzandone gli eventi e le aziende** che vi operano. Dai totem sarà inoltre possibile per il turista telefonare gratuitamente alle Strade del Vino e a tutte le aziende del territorio, per ricevere maggiori informazioni ed effettuare prenotazioni per pernottamenti o degustazioni.

Tutte queste informazioni saranno disponibili anche sulla **telefonia mobile**, tramite le applicazioni per **Smartphone** che, grazie al **sistema di geolocalizzazione**, permettono di trovare le cantine, i frantoi e gli agriturismi più vicini alla nostra posizione. Sarà quindi possibile degustare le eccellenze della produzione vinicola e olearia toscana, percorrendo percorsi minimi e con la massima semplicità. Infine, il circuito dei totem è connesso in rete anche con l'aeroporto di Pisa e quello di Milano Orio al Serio, quest'ultimo con un flusso di 9 milioni di turisti, è il terzo aeroporto italiano ed è partner di Expo 2015.

Ad oggi i totem sono stati installati nella *Strada dell'Olio Borghi e Castelli della Valdinievole, Strade del Vino in Terre di Arezzo, Strada dei Vini di Cortona, Strada del Vino Costa degli Etruschi, Strada dell'Olio Monti Pisani, Strada del Vino Montecucco e dei Sapori d'Amiata, Strada del Vino e dei Sapori Monteregio di Massa Marittima, Strada dei Sapori Valtiberina Toscana, Strada del Vino Orcia, Strada del Vino e dei Sapori Colli di Maremma, Strada del Vino e dell'Olio Chianti Classico, Strada del Vino Vernaccia di San Gimignano.*

Info: www.stradevinoditoscana.it

Startup: WE4ITALY, la piattaforma di Unioncamere per innovatori d'impresa

"**WE4ITALY: innovatori d'impresa**" è una iniziativa di **Unioncamere Nazionale** rivolta a chi crede nel valore delle idee e del fare imprese.

WE4ITALY è di fatto una **piattaforma partecipativa** per sostenere le **nuove idee imprenditoriali** sul territorio attraverso il dialogo e il confronto. Obiettivo dell'iniziativa è **dare voce ai giovani imprenditori** che, in questi anni di crisi, hanno scelto di sfidare il mercato e mettersi alla prova avviando una propria attività.

La piattaforma raccoglie sia le **storie di neo-imprenditori** sia **nuove proposte imprenditoriali**. Al momento sulla piattaforma sono già disponibili oltre 100 storie imprenditoriali di successo in diversi ambiti tematici, raccolte attraverso il contributo delle **associazioni giovanili di categoria** che hanno aderito all'iniziativa: Casartigiani, CIA AGIA, CNA Giovani Imprenditori, Coldiretti Giovani Impresa, Confagricoltura Giovani Imprenditori (ANGA), Confapi Giovani Imprenditori, Confartigianato Imprese Giovani Imprenditori, Confcooperative Giovani Imprenditori Cooperativi, Legacoop Generazioni.

Grazie alla condivisione delle esperienze dei singoli imprenditori **WE4ITALY** intende fornire indicazioni utili per sostenere la libera iniziativa da parte dei giovani.

Oltre ai racconti dei singoli imprenditori **la piattaforma promuove:**

- contest per facilitare l'emersione di progetti (a breve on line)
- la facilitazione del confronto tra giovani imprenditori di tutte le associazioni di categoria d'Italia,
- momenti formativi ed eventi,
- la redazione di tre documenti programmatici con proposte concrete sull'innovazione dell'economia italiana.

LINK: WE4ITALY

APPUNTAMENTI

Travel 2.0 Experience: ART AND CULTURE TRAVELLING. Lucca. Camera di Commercio. 2 aprile 2014

Tra le tematiche e le esperienze che spingono i turisti di tutto il mondo a muoversi e visitare l'Italia, un **ruolo fondamentale** è rivestito dall' **arte** e dalla **cultura**.

Il seminario, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca in collaborazione con Toscana Promozione, si rivolge a tutti gli operatori turistici e si propone di offrire una **panoramica generale** e concreti approfondimenti sul sempre più stretto **rapporto tra arte, cultura, turismo e web**.

Verranno mostrati agli operatori **esempi concreti di promozione turistico-culturale nelle varie sfere del web marketing** odierno:

siti web con forti verticalizzazioni tematiche e valorizzazioni del territorio, campagne di web marketing e social media marketing mirate a sfruttare il patrimonio artistico locale come leva per stimolare il viaggio, applicazioni mobili ed esempi di realtà aumentata.

La partecipazione è gratuita

I partecipanti ai seminari potranno ricevere, su richiesta un **check up gratuito** della loro struttura sulla base della tematica trattata nel seminario. La richiesta del check up potrà essere segnalata nell' apposita casella della Scheda di adesione on line

Il seminario è a cura di: Econstat – Strategia per l'industria turistica e Uplink Web Agency S.r.l., la docenza di Uplink Web Agency S.r.l.

Informazioni generali, programma dettagliato e scheda di adesione on line sono disponibili alla paginab: web: http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=590

Corso "Innovazione 2.0: come sfruttare le opportunità nell'era digitale". Pisa – Camera di Commercio – 2,3,4 Aprile 2014

Il corso, organizzato da Assefi – Azienda speciale della Camera di Commercio di Pisa, è rivolto a titolari e manager d'azienda, in particolare dei settori considerati più tradizionali, che vedono la nuova epoca digitale come foriera di nuove opportunità, anche a dispetto della cosiddetta "crisi finanziaria" ma anche agli esponenti del mondo della finanza interessati a capire le nuove logiche dell'industria "digitalizzata"

Informazioni

Periodo corso: 2-3-4 aprile 2014

Durata corso: 15 ore

Programma:

- Modelli di business non tradizionali e il superamento del dualismo prodotto-servizio.
- Concentrare l'innovazione sul valore anziché su processo o prodotto.
- Strategie di innovazione e metodiche per favorire la creatività in settori ad elevata competizione.

Orario: 2 aprile ore 14.00-18.00/3 aprile ore 9,30-13.00/14.00-17.30/4 aprile ore 9,30-13.30

Sede: Camera di Commercio di Pisa - Piazza Vittorio Emanuele II, 5 - Pisa

Corso gratuito: no

Quota adesione: 200,00 Euro + (iva)

A chi rivolgersi

ASSEFI - AZIENDA SPECIALE PER LO SVILUPPO, L'ECOSOSTENIBILITA' E LA FORMAZIONE IMPRENDITORIALE

Piazza Vittorio Emanuele II, 5 - 56125 Pisa- quarto piano Palazzo Affari

Responsabile: Dott. Paolo Pieraccioni

Telefono +39 050/503275 - Fax +39 050/512365 e-mail: assefi@pi.camcom.it

pec: assefi@legalmail.it

