



Core business

Produzione automobili.

La commercializzazione

Avviene attraverso la rete di concessionarie autorizzate.

La nuova strategia marketing: Audi sceglie il web

Poichè il sito web Audi era gravemente assente dai motori di ricerca e non risultava in fase di ricerca neanche con parole chiave contenenti il brand, i risultati evidenziavano la presenza di portali dedicati al mondo dell'automobile, siti di appassionati, siti informativi o di comparazione ecc.

Inoltre, le campagne di comunicazione dedicate al lancio di nuovi modelli attraverso gli altri media generavano un grande interesse ed un elevato numero di ricerche nei motori, che però non portavano gli utenti verso il sito ufficiale.

Per questo la nuova strategia di marketing intrapresa dalla casa madre è stata quella di

- rafforzare il brand Audi on line
- dare visibilità alle vetture Audi in Rete
- dare visibilità alle sponsorizzazioni Audi
- dare maggiore visibilità alle sezioni di fidelizzazione presenti sul sito (Newsletter, Car configurator)

Il progetto

Il progetto si è concentrato sulla **promozione** di parole chiave legate al brand Audi, alla gamma e al mondo dell'automobile più in generale.

Inoltre, particolare attenzione è stata rivolta alle **parole chiave** legate alle sponsorizzazioni e agli eventi, in linea con lo stile di vita e gli interessi del **target di riferimento**, migliorando la visibilità del sito Audi con **argomenti** che identificano direttamente l'evento sponsorizzato (ad esempio "circuito ims") o più in generale il settore della sponsorizzazione (ad esempio, "regate di vela", "torneo di golf").

Nel corso del secondo anno di promozione, al posizionamento organico sono state affiancate delle campagne di posizionamento Pay Per Click sui principali circuiti (Google AdWords e Overture), in particolare per i lanci di nuovi modelli (ad esempio, la nuova A6 e la A8 Sportback).

I risultati conseguiti

Grazie alle attività di Search Engine Marketing, il sito Audi Italia è attualmente ben visibile ad un target altamente qualificato di visitatori.

La miglior visibilità tra i risultati organici e le campagne Pay Per Click hanno portato ad un aumento di visibilità del 110% e un significativo aumento degli iscritti alla newsletter Audi.

Molto interessanti, in particolare, i posizionamenti raggiunti con le parole chiave legate alle sponsorizzazioni.

I plus del progetto

Nelle campagne di promozione del brand attraverso il Search Engine Marketing, i dati relativi alle visite al sito non sono l'unico dato da valutare. L'obiettivo primario infatti viene raggiunto con la visualizzazione del marchio, l'**impressione** del risultato di posizionamento, che contiene in posizione preminente l'indicazione del brand promosso. La diffusione del marchio Audi attraverso l'impressione, a differenza di altre forme pubblicitarie - per esempio i banner - avviene senza costi contestuali per il cliente.



Il marketing nei motori di ricerca

*Consente di rendere visibili brand, aziende e prodotti, rispondendo a un **preciso bisogno di informazione o contatto** da parte del potenziale cliente nel momento in cui questo bisogno si manifesta.*

Si tratta di un'opportunità importante anche per le aziende con un'immagine di alto prestigio, che possono così confermare la propria filosofia di perseguimento dell'eccellenza anche on line.

Audi ha compreso le potenzialità che derivano dall'utilizzo del giusto mix di azioni con i vari strumenti di comunicazione.

