

Piano di Promozione del Microsito Multilingue

Azioni da intraprendere dopo la pubblicazione del Microsito

Una volta pubblicato il Microsito, le seguenti semplici azioni contribuiranno a garantire che sia visibile, accessibile e correttamente integrato nella vostra presenza digitale esistente.

Validare il Microsito Multilingue (Subito dopo la pubblicazione)

Dopo la pubblicazione:

- Aprite la homepage del Microsito
- Esaminate 2–3 versioni linguistiche (es. francese, tedesco, spagnolo)
- Verificate:
 - pagine prodotti/servizi
 - pagina contatti
 - link al vostro sito web aziendale
 - Navigate tra diverse pagine
 - Dedicate un breve tempo alla revisione di ogni sezione

Obiettivo: verificare che contenuti, struttura e link siano corretti.

Nota: Questa fase supporta la validazione e l'indicizzazione — non il posizionamento

Integrare il Microsito nei Canali Esistenti (Essenziale)

Assicuratevi che il vostro Microsito Multilingue sia costantemente presente nella vostra presenza digitale esistente. (*Vedi Appendice Uno – Testi suggeriti per i link, pronti per un utilizzo immediato.*)

1. Link permanenti (sempre visibili)

Aggiungete link da:

- Il vostro sito web aziendale (homepage, contatti, pagine prodotti/servizi)
- Il vostro profilo LinkedIn
- Firme email (a livello aziendale, se possibile)
- Directory esistenti

2. Rete estesa (ove disponibile)

Se pertinente, includete link da:

- Siti di partner, distributori o associazioni
- Versioni in lingua straniera del vostro sito web aziendale

3. Utilizzo attivo (visibilità continua)

Includete il Microsito in:

- comunicazioni in uscita (email, proposte, presentazioni)
- profili aziendali e materiali digitali
- comunicazioni ricorrenti o riutilizzabili

Mantenere aggiornato il Microsito Multilingue

Il Microsito Multilingue non è una pubblicazione una tantum.

- Aggiornate i contenuti quando prodotti, servizi o mercati evolvono
- Ampliate le descrizioni in base alle richieste ricevute
- Mantenete coerenza tra Microsito Multilingue e sito web aziendale

Principio chiave: La coerenza rafforza sia la visibilità sia la credibilità

Monitorare i primi segnali (approccio leggero)

Periodicamente, verificate le prestazioni utilizzando:

- **Google Search Console (GSC)** → paesi, query, impressioni
- **Google Analytics 4 (GA4)** (se collegato) → visite, pagine, comportamento utenti

Concentratevi su:

- paesi che generano attività
- lingue con visibilità
- pagine che ricevono visite

Utilizzare questi segnali per definire le azioni successive

1. Identificare i mercati potenziali

Individuate:

- attività ricorrente da specifici paesi
- visibilità o visite nella stessa lingua
- prime richieste o segnali di interesse

Questi indicano dove può esistere domanda.

2. Affinare il vostro approccio

In base ai risultati:

- adattate parole chiave e descrizioni se la visibilità è limitata
- rafforzate i contenuti relativi a prodotti/servizi più rilevanti
- date priorità a specifici paesi o lingue

Questo migliora la rilevanza e la chiarezza.

Mantenere aspettative realistiche

- L'attività iniziale può essere limitata
- I risultati si sviluppano nel tempo
- I primi segnali indicano potenziale, non risultati

Non è necessaria un'analisi complessa — è sufficiente riconoscere i modelli principali.

Per maggiori informazioni, consultare: [Micrositi Multilingue](#)

Risorse del Centro di Conoscenza

Ulteriori indicazioni sulla visibilità dell'export, sulla presenza digitale multilingue e sull'infrastruttura di visibilità commerciale digitale sono disponibili nella [Libreria delle Risorse ExpoWorld](#).

La Libreria delle Risorse fornisce una panoramica di tutte le pubblicazioni del [Centro di Conoscenza](#), insieme a brevi descrizioni di ciascun documento.

Nuove risorse vengono aggiunte periodicamente. I documenti aggiornati appariranno nella Libreria delle Risorse non appena disponibili.

Appendice Uno – Testi suggeriti per i link

Utilizzate gli esempi qui sotto come testi pronti da copiare e incollare per inserire link al vostro Microsito Multilingue.

1. Il vostro sito web aziendale

Opzione A: Link nel menu (consigliata)

Aggiungete al menu principale:

Altre lingue

oppure

Internazionale / Multilingue

Collegate questo a una breve pagina con un testo come:

“Forniamo informazioni sulla nostra azienda, sui nostri prodotti e servizi in 35 lingue. Accedete qui al nostro profilo aziendale e scegliete la vostra lingua.” (inserire link)

Opzione B: Pagina Contatti / Footer

Aggiungete una breve riga:

“Visitatori internazionali: profilo aziendale in 35 lingue:” (inserire link)

Opzione C: Pagine Prodotto / Servizio

Dove pertinente:

“La descrizione di questo prodotto/servizio è disponibile in 35 lingue – visualizza qui:” (inserire collegamento diretto alla pagina prodotto/servizio corrispondente nel Microsito Multilingue)

2. Profilo LinkedIn

Link nel profilo (consigliato)

Aggiungete in:

- sezione “In primo piano”
- sezione “Informazioni”

Testo di esempio:

“Visualizza il nostro profilo aziendale in 35 lingue:” (inserire link)

Post opzionale (lancio o aggiornamento)

“Siamo lieti di condividere il nostro Microsito Multilingue, che offre accesso alla nostra azienda, ai nostri prodotti e servizi in 35 lingue. Scopri di più qui:” (inserire link)

3. Firme email

Opzione A

Aggiungete una semplice riga:

Profilo aziendale disponibile in 35 lingue: (inserire link)

Opzione B (più discreta)

Profilo aziendale – 35 lingue: (inserire link)

4. Proposte / Presentazioni

Aggiungete un breve riferimento:

“Profilo aziendale completo disponibile in 35 lingue:” (inserire link)

5. Elenchi partner / directory

Dove siete presenti:

“Profilo aziendale in 35 lingue:” (inserire link)