

# COLLABORA CON NOI



Presentazione delle caratteristiche  
del **Progetto Happy Network**  
per valutarne i vantaggi ottenibili  
dalle Attività a cui proporli

**HAPPY** ...la felicità  
con internet 

# 4 RIFLESSIONI PRELIMINARI



# 1° RIFLESSIONE ...

## ... le differenze tra i Mercati



### ■ Esistono 2 mercati:

- Il **1° MERCATO**, il mercato tradizionale che è diventato lento e difficile perché è saturo
  - Il **2° MERCATO**, il mercato del web pieno di opportunità e in grande evoluzione
- Il 2° Mercato, con le sue grandi opportunità e potenzialità, è utilissimo per far sviluppare le attività del 1° Mercato

>>>

# segue **1° RIFLESSIONE ...**

## **... le differenze tra i Mercati**

- **Nel 1° mercato**, quando si vuole avviare un'attività tradizionale, se ci sono 30 argomenti da valutare preliminarmente, i primi 20 si chiamano: **UBICAZIONE** perché se si sbaglia l'ubicazione l'Azienda avrà difficoltà ad avviarsi e mantenersi sul mercato.  
In alternativa serviranno investimenti pubblicitari per essere trovati e contattati.
- **Nel 2° mercato**, quando si vuole avviare un'attività sul web, se ci sono 30 argomenti da valutare preliminarmente, i primi 20 si chiamano: **VISIBILITA'** perché **SOLO CHI HA LA VISIBILITA' ... PUO' FARE TUTTO**: *Informazioni, Promozioni, Offerte, Pubblicità, Presentazioni di Novità, avere un filo diretto con i clienti, fare E-Commerce.*



**Visibilità**

# 2° RIFLESSIONE ...



## ... le ricerche sul web 2.0 con i motori semantici

- Con il web 2.0 i motori sono diventati "semantici" perchè riescono ad interpretare le richieste degli Internauti fornendo le risposte molto attinenti all'argomento cercato.
- Conseguentemente gli Internauti non fanno più le ricerche con le semplici "parole chiave" tipiche del web 1.0 ma con: *frasi compiute, interrogazioni, domande, aforismi*

# Segue **2° RIFLESSIONE**



## ... le ricerche sul web 2.0 con i motori semantici

Infatti le seguenti ricerche fatte dagli Internauti:

- **test eco-moto ecografia ostetrica morfologica latina**  
a cui risponde la pagina visibilità sui Servizi Sanitari a domicilio
- **centro cavitazione eliminare il grasso senza chirurgia con liposcultura**  
a cui risponde la pagina visibilità sulla Cavitazione Estetica
- **dove comprare le scarpe comode da donna wexford ?**  
a cui risponde la pagina visibilità delle Scarpe e Calzature

**NON SONO RICERCHE FATTE CON “PAROLE CHIAVE”**

## ... le risposte alle ricerche nel web 2.0



- Le pagine visibilità tematiche sono appunto organizzate per rispondere subito e direttamente a questo tipo di ricerche fornendo le risposte pertinenti e, nel caso di ricerche per orientarsi sugli acquisti, forniscono anche gli indirizzi e le informazioni delle attività dove rivolgersi.

### L'inizio della collaborazione con i Promoters parte da qui:

- **Proporre alle Attività del relativo settore uno degli spazi dedicati al territorio in cui operano per:**
  - avere visibilità e contatti immediati con gli Internauti
  - non mancare l'occasione del contatto per non perdere affari
  - non lasciare spazio ai Competitors del territorio già presenti!

# 3° RIFLESSIONE ...



Ogni Rivenditore sa che, nel 1° mercato, su 10 potenziali clienti:

- **1 persona (10%)** entra nel negozio perchè è rimasta attratta da un prodotto esposto in vetrina o da una efficace visual merchandising: *la vendita è incerta perchè legata a varie considerazioni: prezzo, gradimento, ecc.*
- **2 persone (20%)** entrano nel negozio per curiosare sull'assortimento disponibile nel negozio o per informarsi sulle ultime novità: *le probabilità di vendita immediata sono minime*
- **7 persone (70%)** entrano perchè, sapendo cosa vogliono, cercano un determinato prodotto che potrebbe però non essere disponibile nel negozio

di queste 7 persone:

- **2 persone (28,5%)** acquistano solo se hanno trovato quello che cercano alle condizioni di mercato di cui sono preventivamente informati
- **1 persona (14,3%)** viene convinta dal venditore ad acquistare un altro prodotto simile
- **4 persone (57,2%)** se ne vanno senza acquistare perchè manca il prodotto oppure perchè le condizioni di vendita non sono gradite; *questi clienti seguitano a cercare visitando altri negozi per trovare quello che cercano ....>>*



# segue **3° RIFLESSIONE**



## **La riflessione dimostra che:**

- **il 70% dei clienti entra nel negozio** perchè cerca quello che vorrebbe acquistare ma non sa se lo troverà nè se il prezzo corrisponde a quanto vorrebbe pagare
- **il 57,2% dei potenziali clienti interessati all'acquisto non può farlo per "carezza di informazione"** e questo significa mancate vendite del negoziante.
- **Per questo con l'avvento del web 2.0 il 70% dei potenziali clienti usa Internet per informarsi prima dell'acquisto** sia per orientarsi sulle migliori condizioni di mercato sia per scegliere il negozio dove andare a colpo sicuro e ciò avviene, ovviamente, se quel rivenditore è presente sul web e ne ha dichiarato la disponibilità ed il prezzo.
- **Questo è uno dei servizi del progetto Happy:** mettere in contatto immediato e diretto, tramite il web, chi cerca un prodotto o servizio con chi offre lo stesso prodotto o servizio e questo, per i Vendors, significa non perdere vendite ed aumentare i contatti con nuovi clienti, oltre quelli fidelizzati

# 4° RIFLESSIONE ...



... viviamo nell'era dell'informazione rapida, immediata e diretta

- E' noto che Internet consente di informarsi rapidamente tramite i motori di ricerca e gli Internauti non consultano oltre la 3° pagina dei risultati. Per questo con le **pagine visibilità by Happy** le ricerche sono immediate e non si fanno più cercando il portale, il sito o la comunità che le contiene - che normalmente non si conosce - ma semplicemente scrivendo sul motore di ricerca evoluto *la frase, la domanda, l'interrogazione* di ciò che interessa alla quale risponderà puntualmente la pagina visibilità contenente le risposte pertinenti, entro le prime 3 pagine.
- Per questo le Pagine visibilità by Happy potrebbero essere considerate "*le Apolidi del web*", perchè non vanno cercate in uno spazio web predeterminato e, nel mondo globalizzato di Internet, rispondono autonomamente alle ricerche sui motori.

# Presentazione pratica



- Questo documento piuttosto che una semplice presentazione statica ed astratta vuole essere una dimostrazione pratica, dinamica ed interattiva del progetto Happy.it utilizzando direttamente il web per verificare in tempo reale quanto evidenziato

# PRESENTAZIONE DEL PROGETTO HAPPY.IT

Il biglietto da visita del progetto Happy, utile ai Promoters per presentarsi alle Attività, è questo:

- andare sui principali motori di ricerca: Google, Bing, Yahoo e scrivere la parola:

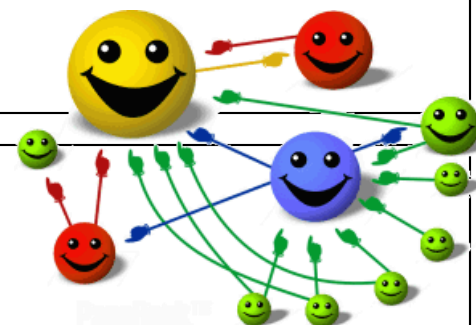
- **HAPPY**

**N.B.:** (è una parola internazionale tra le più diffuse sul web, con miliardi di siti. Eventualmente sui motori cercare con "Pagine in Italiano" o "Pagine da Italia")

- Entro le prime 3 pagine troverete il portale

[www.happy.it](http://www.happy.it) ... la felicità con Internet

che è il capogruppo del Network Happy, l'Ecosistema Digitale del web 2.0 formato da oltre 600 Portali tematici, 5 Comunità Commerciali e centinaia di "Pagine visibilità" di settori diversi, tutti attivi ed interconnessi tra di loro



**Ecosistema Digitale web 2.0**

# PRESENTAZIONE DELLE ATTIVITA' DEL PROGETTO HAPPY

- Per conoscere le attività del progetto Happy, andare sui principali motori di ricerca: *Google, Bing, Yahoo* e scrivere le parole:
  - **HAPPY NETWORK** (sono due parole internazionali molto diffuse sul web)
- Entro le prime 3 pagine troverete il portale [www.networkhappy.it](http://www.networkhappy.it) che evidenzia le principali attività dell'Ecosistema Digitale Happy ed offre l'opportunità di conoscere l'argomento che interessa a più livelli di approfondimento e di conoscenza, tramite link ad altre pagine successive

# VISIBILITA' PERMANENTE SUL WEB

- Quando le Pagine Visibilità by Happy sono state indicizzate dai motori di ricerca ottengono la visibilità permanente e non temporanea come normalmente avviene con le “parole chiave” a pagamento tipiche del web 1.0.
- Per approfondire questo argomento, cercare su Google con le parole:
  - **Avere visibilità sul web**
- Risponderanno alcune pagine del Network che trattano i diversi aspetti dell'argomento “Visibilità web by Happy”



## INFORMAZIONI UTILI PER CONOSCERE IL PROGETTO “VISIBILITA HAPPY”

- Per conoscere le principali caratteristiche ed i vantaggi ottenibili dalla “visibilità web by Happy” andare su Google e scrivere:
  - **Informazioni utili happy**
- Risponderà il portale [www.informazioniutili.it](http://www.informazioniutili.it) che consente di approfondire l’argomento



# SVILUPPARE AFFARI ...



... è il nome del sito web utile per contattare le Attività

- Per vedere il documento informativo contenente il messaggio per le Attività da contattare, utile per farne conoscere i vantaggi ottenibili dalla partecipazione al progetto “Happy Visibilità”, andare su Google e scrivere:
  - **Sviluppare affari**

Risponderà il portale [www.sviluppareaffari.it](http://www.sviluppareaffari.it) il cui messaggio è stato scritto per le Attività cui Happy offre l'opportunità di partecipare, nel loro interesse (esiste la sottopagina esplicativa di ogni argomento).

- Il documento utile anche agli Happy Promoters per conoscere l'essenza delle argomentazioni per il contatto con il Cliente e per formulare la proposta di partecipazione è visibile cercando:
  - **Presentazione sviluppare affari**

**Su [www.sviluppareaffari.it](http://www.sviluppareaffari.it) esistono due distinti messaggi >>**



# SVILUPPARE AFFARI ... 1° messaggio

**“Come farti trovare da chi sta cercando sul web quello che tu vorresti vendere”**

- Il messaggio è indirizzato alle **Attività che cercano sul territorio i clienti interessati ai prodotti o servizi che vogliono offrire e vendere** con la diffusione di pubblicità a pioggia per catturare l'attenzione di chi potrebbe essere interessato al loro messaggio, il più delle volte però con scarsi risultati perchè il momento scelto potrebbe non essere quello giusto: *es.: la distribuzione dei volantini sui cruscotti delle macchine*
- Per questo sono utili le **"Pagine Visibilità by Happy"** che funzionano **al contrario della pubblicità** perchè captano le richieste degli Internauti e li mettono in contatto immediato e diretto con chi offre ciò che stanno cercando, nel momento giusto in cui sono veramente interessati, facendo così ottenere tangibilmente i risultati auspicati dalla pubblicità

Visitare: [www.happyservizi.it/pps/clienti\\_cercano\\_cosa\\_tu\\_offri.pdf](http://www.happyservizi.it/pps/clienti_cercano_cosa_tu_offri.pdf)



# SVILUPPARE AFFARI ... 2° messaggio

**“Rispondi ai Clienti che stanno cercando sul web la tua Attività per conoscerne le Offerte, le Promozioni, i Volantini, le Novità”**



- Il messaggio è indirizzato alle Attività che fanno pubblicità con volantini, stampa, cartelloni stradali, radio, televisione perchè i **clienti ricercano sul web la replica della pubblicità e delle promozioni che hanno visto temporaneamente sul territorio** e ciò lo fanno nel momento in cui sono veramente interessati.
- La Comunità [www.tuttapubblicita.it](http://www.tuttapubblicita.it) del Network Happy serve anche a far ritrovare sul web la replica delle pubblicità diffuse temporaneamente sul territorio

**Visitare:** [www.happyservizi.it/pps/clienti\\_tu\\_cercano\\_contattati.pdf](http://www.happyservizi.it/pps/clienti_tu_cercano_contattati.pdf)

# DOMINI E PORTALI DEL NETWORK HAPPY

[www.cartolerie.com](http://www.cartolerie.com)

[www.saporilazio.it](http://www.saporilazio.it)

[www.modabimbi.it](http://www.modabimbi.it)



- E' possibile vedere tutti i "Domain Names" che costituiscono i Portali tematici del Network Happy, rispettivamente per Categoria oppure in ordine alfabetico, cercando su Google:
  - Portali del Network Happy
  - Portali del Network Happy in ordine alfabetico
- Nelle primissime posizioni troverete la pagina corrispondente alla ricerca nonché altre pagine esplicative sull'argomento.

Visitare anche [www.networkhappy.it/domini.htm](http://www.networkhappy.it/domini.htm)

# COMUNITA' COMMERCIALI DEL NETWORK HAPPY

- Le “Comunità” del Network Happy, molto visitate, sono attuali ed in perfetta sintonia con le “Community” del web 2.0 con la sola differenza che le Comunità più conosciute “Facebook, Youtube, Twitter, Myspace” sono “Social Community o Social Networking” mentre quelle di Happy sono “Commercial Community o Commercial Networking ” perché è questo il settore di sviluppo di Happy
- E' possibile conoscere le Comunità Commerciali del Network Happy cercando su Google:
  - **Comunità Commerciali** (anche senza aggiungere Happy)
  - **Commercial network happy**



# PAGINE VISIBILITA' DEL NETWORK HAPPY

**Le Pagine visibilità** (denominazione coniata da Happy) **stanno appunto a significare la “VISIBILITA’ PERMANENTE SUL WEB”** perchè normalmente fanno raggiungere l’informazione con 3 click perchè funzionano come le Landing Pages

CLICK!



- E' possibile avere informazioni sulle Pagine visibilità o sulle Pagine visibilità tematiche cercando rispettivamente su Google:
  - **Pagine visibilità** oppure
  - **Pagine visibilità tematiche**
- E' inoltre possibile vedere l'indice delle Pagine visibilità distinte nei settori: *Commercio, Artigianato, Servizi, Somministrazione, Ricettività*, concedibili personalizzate per essere Autogestite dagli stessi Clienti, per fornire agli Internauti le notizie sempre aggiornate ed attualizzate. Cercare su Google:
  - **pagine visibilità fai da te**
- Troverete le spiegazioni e gli esempi reali nel sito [www.sitofaidate.it](http://www.sitofaidate.it) del network Happy cliccando su "Pagine Visibilità"

Visitare anche [www.networkhappy.it/pagine.htm](http://www.networkhappy.it/pagine.htm)

# DOMINI E PAGINE VISIBILITA' DEL NETWORK HAPPY



- L' **indice del Network Happy** contiene in unica pagina i "Portali tematici" e le "Pagine visibilità" raggruppati per argomento consentendo una facile ricerca per sceglierne quelli che interessano ... per avere **visibilità con 3 click** e, quindi, ... poter fare tutto senza alcun costo di pubblicità, con la semplice partecipazione al progetto **Happy Club**
- Nelle primissime posizioni troverete le pagine corrispondenti alle **parole scritte in rosso** nonché le altre pagine esplicative sull'argomento.

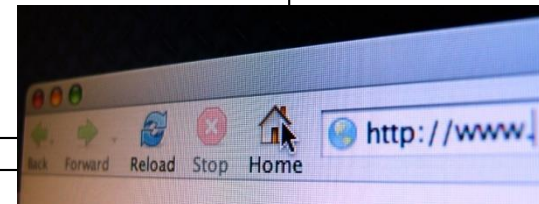
Visitare anche [www.networkhappy.it/indice.htm](http://www.networkhappy.it/indice.htm)

[www.networkhappy.it/3click.htm](http://www.networkhappy.it/3click.htm) - [www.happyclub.it](http://www.happyclub.it)

## ESEMPI REALI DI ARGOMENTI SETTORIALI PER PRESENTARE IL PROGETTO HAPPY ALLE ATTIVITA' DA CONTATTARE

- **I navigatori internauti, con i "motori semantici" del web 2.0** che interpretano le loro richieste, **fanno le ricerche** non più con le semplici parole chiave - che appartengono ormai al web 1.0 - ma **con frasi compiute, domande, interrogazioni, aforismi**
- 
- Questo significa che per cercare lo stesso argomento vengono usate parole o frasi diverse una dall'altra, anche con idiomi o in dialetto e risultano anche frequenti le ricerche fatte con parole non corrette perchè scritte da persone che non conoscono bene la lingua italiana
  - **A queste richieste rispondono le "Pagine visibilità tematiche" contenenti le informazioni pertinenti con l'argomento cercato.**
  - Su [www.sviluppareaffari.it](http://www.sviluppareaffari.it) sono disponibili alcuni documenti settoriali utili per avviare i contatti con le Attività del settore sia per far conoscere i vantaggi ottenibili dalla partecipazione al progetto "Happy visibilità" sia per fare la prova reale di visibilità permanente replicando le stesse ricerche fatte dai navigatori internauti per trovare gli argomenti pertinenti e correlati alla stessa attività ... >>>

# UN ESEMPIO REALE VALE PIU' DI 1.000 PAROLE !



## ... REPLICANDO LE STESSE RICERCHE DEGLI INTERNAUTI

- E' possibile vedere le parole usate giornalmente dai Navigatori Internauti per cercare gli argomenti che interessano ed ottenere la risposta dalla corrispondente "Pagina Visibilità" contenente le informazioni cercate. Seguire le istruzioni su:  
[www.sviluppareaffari.it/presentazione.htm#esempio](http://www.sviluppareaffari.it/presentazione.htm#esempio)
- Si può fare una prova pratica in tempo reale, correlata ad una specifica attività, replicando le ricerche fatte dai Navigatori Internauti usando le loro stesse parole o frasi, visitando  
[www.sviluppareaffari.it/presentazione.htm#attivita](http://www.sviluppareaffari.it/presentazione.htm#attivita)  
cliccando sull'Attività che interessa e seguendo le relative istruzioni



# Altri Servizi HAPPY da Offrire alle Attività dopo averle fidelizzate con le Pagine Visibilità:

- Pubblicità web Effetti speciali
  - Cartelloni multimediali ©
  - Sito fai da te autogestibile \*
- Pagine visibilità personalizzate \*
- Redirect
- Coupons promozionali "clicca, stampa, compra" ©
- Direzione di Centro Commerciale Virtuale ... all'aperto \*
- E-Commerce \*
- Sub-Affiliazione web
- Happy Point
- Servizi "Registrar"



visita [www.networkhappy.it](http://www.networkhappy.it)

- **I'Happy Partner, inoltre, può:**
  - **gestire** per le attività il sito o le pagine visibilità personalizzate e la piattaforma di E-commerce
  - **diventare** "Promotore di Centro Commerciale Virtuale" di un territorio, potendone diventare anche il Direttore – visitare [www.centricommercialivirtuali.it](http://www.centricommercialivirtuali.it)

# COLLABORA CON NOI ... PER GUADAGNARE INSIEME



a- Per avere informazioni su “come collaborare”, “dove collaborare”, “cosa serve per collaborare” e “quanto guadagnare”, cercare su Google:

- **Collabora con noi**

b- Risponderà il sito [www.collaboraconnoi.it](http://www.collaboraconnoi.it) che contiene tutte le informazioni del progetto ma, come è chiaramente detto nelle relative pagine:

- il progetto essendo molto ampio e diversificato può creare disagio se si vuole averne subito la conoscenza a 360°
- è' importante quindi, nella fase iniziale, avere solo una sommaria panoramica del progetto per conoscerne sinteticamente le tantissime attività disponibili che, nel tempo, potranno essere proposte per soddisfare qualsiasi richiesta dei Clienti

# Come collaborare al progetto

Si può collaborare come **Partner (1)** o **Promoter (2)** :



- **1- Condizioni HAPPY PARTNER:**
  - Collaboratore con Partita Iva che opera come lavoratore autonomo con propria struttura sia in proprio che con la collaborazione di Promoter di zona
  - **Impegno collaborativo continuo** con budget annuale di fatturato minimo
  - **Incarico in esclusiva** di una Categoria o sottocategoria in una zona
  - **Collaborazione con gli Happy Promoter** della stessa zona
  - **Diritto a commissioni** sugli affari conclusi e andati a buon fine c.s.:
    - **Diretti** procacciati primo anno = **20%** - **Rinnovo dal 2° anno = 10%**
    - **Indiretti** segnalati dalla Direzione = **10%** - **Rinnovo dal 2° anno = 5%**
    - **Indiretti** procurati da Promoter della stessa zona = **3%** - **Rinnovo = 1,5%**
  - **Incarico annuale**, rinnovabile, con reciproca risoluzione anticipata
  - **Dimostrazione dell'operatività** con invio copia Data Base contatti
  - **Periodo di prova = 3 mesi**, condizionato a minimo di fatturato periodo

# segue **Come collaborare al progetto**

## ■ **2- Condizioni HAPPY PROMOTER:**

- Procacciatore Free lance con Codice Fiscale che opera con Telemarketing e/o con visite sul territorio autonomamente
- Nessun Impegno collaborativo continuo
- Incarico senza esclusiva di una Categoria o sottocategoria in una zona
- Collaborazione con l'Happy Partner, coordinatore della stessa zona
- Diritto a commissioni sugli affari conclusi e andati a buon fine c.s.:
  - Diretti, procacciati per il 1° anno = 15%
  - Diretti, procacciati per il Rinnovo dal 2° anno = 7%
- Incarico annuale, rinnovabile, con reciproca risoluzione anticipata
- Nessun impegno di fatturato o di n. contratti
- Comunicazione indirizzi attività contattate
- Nessun Periodo di prova



# Collaborazione con il Telemarketing

- **Un consiglio a chi vuole collaborare con il Telemarketing.**  
Avviare la collaborazione scegliendo inizialmente un solo argomento (Es.: **Automobili**), meglio se limitato ad un sottoargomento (Es.: **Automobili Abarth**)
- Per iniziare questa collaborazione, scegliere quindi un sotto-argomento. Es.:
  - o **Rivenditori Auto Abarth** o altra marca oppure:
  - o **Officine Automobili Abarth** o altra marca:
  - o **Rivenditori Autoricambi Abarth**



# Collaborazione con le visite territoriali



## Un consiglio a chi vuole operare sul territorio:

- Per la collaborazione con le visite sul territorio, scegliere una zona dove visitare direttamente le attività connesse al settore. Es.:

“**Automobili Abarth**” o altra marca

- E' possibile avere maggiori informazioni cercando su Google:

- **Happy Promoter**

# CHI E' INTERESSATO A COLLABORARE ALLO SVILUPPO DEI PROGETTI HAPPY:

- **deve farne richiesta utilizzando il relativo Modulo** scaricabile online, da compilare, firmare ed inviare via mail o fax agli indirizzi indicati nei Contatti con allegato il Curriculum Vitae, in base al tipo di collaborazione desiderata:
- per avviare una collaborazione professionale continua, quale "Happy Partner", scaricare il modulo e **barrare (x) l'art. 3)**:  
[www.happyservizi.it/documenti/Dc/Dc514.10.dst-richiasta\\_incarico\\_procacciatura\\_visibilita.pdf](http://www.happyservizi.it/documenti/Dc/Dc514.10.dst-richiasta_incarico_procacciatura_visibilita.pdf)
- per avere guadagni integrativi senza vincoli di orario , quale "Happy Promoter", scaricare il modulo e **barrare (x) l'art. 4)**:  
[www.happyservizi.it/documenti/Dc/Dc514.10.dst-richiasta\\_incarico\\_procacciatura\\_visibilita.pdf](http://www.happyservizi.it/documenti/Dc/Dc514.10.dst-richiasta_incarico_procacciatura_visibilita.pdf)

per chiedere informazioni, scaricare il modulo:  
[www.happyservizi.it/documenti/Dc/modulo\\_partner\\_promoter.pdf](http://www.happyservizi.it/documenti/Dc/modulo_partner_promoter.pdf)



# CONTATTI



**LUIGI DEL MARRO 335-678.30.78**

**D.S.T. srl – Diffusione Servizi Telematici**

**Via Appia Nuova, 165 – 00183 Roma**

**Fax 06.93.57.17.75**

mail: [info@happy.it](mailto:info@happy.it)



# GRAZIE DELL'ATTENZIONE RISERVATA AL PROGETTO

## HAPPY ... la felicità con Internet

