



Edizione #10, Giugno 2026

Ci vuole poco ad incuriosirsi delle cose ma essere curiosi è un lavoro a tempo pieno

Ciao

la metà dell'anno rappresenta sempre un momento di grande fervore: manca poco (pochissimo) alle ferie ma professionalmente si è già proiettati verso il nuovo anno. In fondo, manca poco (pochissimo?) anche a Natale.

Giugno poi è il mese dei cambi di stagione e la keyword più menzionata negli uffici marketing è: **restyling**. Del sito ma anche di altre tecnologie. In primis: CRM, CMS, e-commerce e in alcuni casi pure il gestionale. Meraviglioso è quando c'è già una mappatura di cosa non funziona e di cosa si vorrebbe (per Natale, quando il nuovo sito/CRM/CMS sarà pronto 📁).

Ma basta una nuova funzionalità a giustificare il cambio di tool? E soprattutto, **cosa occorre valutare per approdare davvero a una situazione migliorativa?**

In questa newsletter troverai:

- Classifica dei tool più cambiati in Italia
- Tips su come gestire al meglio i momenti di tech-switch
- Le cose più nuove del digital
- E, come al solito, molto altro

Buona lettura!



La senti nell'aria questa voglia di switch?



La classifica dei tool più “switchati” in Italia.

Lavorando nell’ambito delle performance digitali, sappiamo bene che **gli strumenti fanno la differenza, anche se non sono tutto.**

Abbiamo trattato casi in cui il cambio di tool in azienda era più che necessario, altri in cui il problema non risiedeva nella tecnologia ma nella sua gestione e nei processi collegati (in primis, il CRM).

Spinti dalla curiosità, abbiamo deciso di allargare lo sguardo per chiederci: 🧐 Quali sono le tecnologie digitali che le aziende cambiano più spesso in Italia? Ogni quanto e perché?

1. CMS / Piattaforma E-commerce (il tech-switch più veloce e frequente)

🔄 *Frequenza di cambio: Alta (ciclo di vita medio: 3-5 anni)*

Perché si cambia per primo? È lo strumento più vicino al mercato e al fatturato diretto. Se il sito è lento, se non è ottimizzato per il mobile o se l'agenzia web che aveva sviluppato la soluzione "custom" scompare, l'azienda subisce un danno immediato.

Il trend italiano:

I dati del Politecnico di Milano mostrano che il passaggio a soluzioni *SaaS* standardizzate (es. Shopify) o ad architetture *headless* (componibili) avviene soprattutto in questa categoria. Le aziende preferiscono "staccare" il CMS dal resto dei sistemi per poterlo cambiare rapidamente senza bloccare i dati di magazzino o di fatturazione.

💡 Quando si affronta un cambio CMS sono tante le variabili da tenere in considerazione: funzionalità, contenuti, foto, grafica, integrazioni... **e alla SEO qualcuno ci ha pensato?** Spesso ci si arriva troppo tardi, quando dovrebbe essere invece uno dei primi punti della checklist.

Ripeti con noi questa frase vecchia ma sempre attuale: la seconda pagina di Google è il miglior posto in cui nascondere un cadavere.

2. Il CRM (il più "instabile" per motivi organizzativi)

 *Frequenza di cambio: Medio-Alta (ciclo di vita medio: 4-6 anni)*

Perché si cambia?

I dati dell'Osservatorio CRM parlano chiaro: il software non si cambia perché smette di funzionare, ma perché non viene utilizzato. In Italia il tasso di fallimento dei progetti CRM legati alla scarsa user-adoption (i venditori che continuano a usare excel o l'agenda, ad esempio) spinge i manager a cambiare piattaforma alla ricerca di interfacce più semplici, intuitive o dotate di AI generativa.

 Anche la governance spinge al cambiamento: spesso l'evoluzione del CRM dipende anche se il progetto appartiene al Marketing, al Sales o all'IT. Su questa grande diatriba si aprono scenari che ne determinano le sorti.

Una software selection guidata e strategica è cruciale, e permette di coinvolgere le figure giuste nelle fasi più importanti del progetto.

3. Il PIM (La tecnologia "emergente" che entra per prima nei cambi strutturali)

 *Frequenza di cambio: Medio-Bassa (ma in fortissima crescita come prima installazione)*

Perché si inserisce?

Il PIM (*Product Information Management*) è spesso la tecnologia che si implementa per non dover cambiare l'ERP. Quando un'azienda italiana vuole vendere all'estero o su 5 marketplace diversi, si rende conto che il vecchio gestionale non può contenere traduzioni, video o schede tecniche complesse. Invece di affrontarne il doloroso cambio, si inserisce un PIM come "cuscinetto" tra il gestionale e l'e-commerce.

 Il PIM è l'unica fonte di verità per i dati di prodotto. Poiché deve integrarsi fluidamente con numerosi altri tool, prima di qualsiasi introduzione o migrazione è indispensabile mapparne tutte le interconnessioni (questa è la regola d'oro che vale un po' per tutto!)

Per concludere: cambiare sì, cambiare no? Dipende. Soprattutto dal perché e dal come.



L'evoluzione della SEO e della GEO raccontata da Lara Vedovato nel podcast Ecommerce Jungle di SEISNET.

[Imperdibile!](#)

Meglio se lo sai

→ Google ufficializza la guida all'ottimizzazione per l'AI generativa

Il 21 maggio *Google Search Central* ha pubblicato la sua prima guida ufficiale alla GEO/AEO. La posizione è netta: se AEO e GEO sono termini usati per descrivere attività orientate alla visibilità nelle esperienze di ricerca basate sull'AI, per Google ottimizzare per la ricerca AI significa ancora ottimizzare per l'esperienza di ricerca — quindi si tratta sempre della buona vecchia SEO.

Vuoi scoprire dettagli sulla GEO senza perderti nei tecnicismi? [Leggi l'articolo fresco fresco del blog Madam](#)

→ Black Friday... o Black Season?

Il Black Friday 2026 cade venerdì 27 novembre, il Cyber Monday il 30. Attenzione: non è più un evento di 24 ore, è una stagione. Le campagne di automazione (email, SMS, flussi di nurturing) vanno costruite con almeno 4-6 settimane di anticipo, con una fase di teasing in ottobre, warming a inizio novembre e offerta principale nell'ultima settimana. I brand che non presidiano

la fase esplorativa precedente arrivano al weekend da “quasi sconosciuti”.
Lo stai già pianificando? [Parliamone!](#)



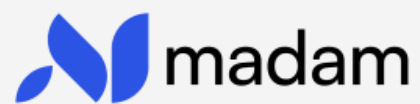
Gli shottini di Madam:

📖 **Suggerimenti per libri digital/tech da leggere in spiaggia? Anche no, grazie.**
Così come cambiano i nostri palinsesti Netflix o le nostre playlist Spotify, in estate cambia radicalmente il modo in cui compriamo carta stampata. Secondo i dati storici e le rilevazioni dell'*AIE (Associazione Italiana Editori)* sotto l'ombrellone vince l'intrattenimento puro con Gialli e Romance (quest'anno siamo tutti appassionati di hockey).

🧐 **Hai una data obsession? Non sei l'unico.**
Per gli amanti dei dati e delle storie nascoste dietro ai numeri, [ecco un sito](#) che vale una visita. Dai costumi più amati della serie “The Office” ai dati più assurdi e casuali sui mondiali di calcio, passando per l'evoluzione dell'iphone, chip dopo chip.

Tra i tool più amati in azienda, al primo posto resta
il condizionatore. Alla prossima!

☐ Credi che questa newsletter possa fare felice qualcuno?
[Inoltrala via email](#) e diventa un eroe della Lead Generation



MADAM Srl
Piazza XX Settembre, 48
30033 Noale VE



[Clicca qui](#) se non vuoi più ricevere il Madazine
oppure [aggiorna](#) le tue preferenze di iscrizione