

SEO

(Search Engine Optimization)

On-site

La fase di analisi presuppone lo studio dell'intera struttura e delle singole pagine del sito web da ottimizzare, il linguaggio e i contenuti, l'accessibilità delle pagine stesse. Successivamente si considera la modifica di tutti questi parametri, analizzandoli mediante la definizione di keywords specifiche per ogni pagina. Keywords che dovranno essere in stretta relazione con i contenuti, così da ottimizzare i contenuti stessi, adottando tecniche di scrittura mirata, rendendo il messaggio esplicito, da una parte, dall'altra efficace, così che possa raggiungere il destinatario finale.

ricerca approfondita sul mercato di riferimento e sui competitors con conseguente valutazione e scelta di 5/10 parole chiave utili al posizionamento;

attività di copywriting: analisi dei testi presenti e suggerimenti specifici per la stesura di nuovi testi ottimizzati in chiave SEO da analisi dell'XHTML e suggerimenti per ottimizzazione tags html da inserire nel sito;

definizione e scelta delle migliori parole chiave per l'indicizzazione e della organizzazione dei link interni al sito; programmazione in chiave SEO delle pagine Html basata sui nuovi contenuti (titoli, description, tags, chiavi di ricerca specifiche);

indicizzazione del sito sui motori di ricerca (google, yahoo, bing).

SEO

(Search Engine Optimization)

Off-site

Per scalare posizioni nelle SERP (Search Engine Results Page) è fondamentale che il tuo sito abbia una buona "reputazione", che sia un sito affidabile agli occhi vigili dei motori di ricerca, per riuscirci occorre:

Link building - Avere link verso il proprio sito da parte di siti attendibili (con Page Rank elevato) è fondamentale per avere buoni risultati.

Article marketing - Realizzazione periodica di articoli con parole chiave e contenuto di qualità che può essere pubblicato sul proprio sito o su siti esterni con link di ritorno verso il tuo sito.

Blog marketing - La tecnica più recente e attualmente più in voga, attraverso partnership con blog/blogger del vostro settore può nascere una collaborazione che potrà far conoscere il vostro brand attraverso articoli sponsorizzati che rimandano al vostro sito.

Directory e siti partner - Si intende per "directory" quei siti web che propongono gratuitamente di postare link al proprio sito web, bisogna quindi trovare quelle directory dove inserire il proprio link con alti valori di Page Rank così da ottenere risultati migliori. Altrettanto importante sarà comparire con il proprio link su siti autorevoli del vostro stesso settore.

SEA

(Search Engine Advertising)

Interessa tutte le attività di advertising online che ruotano attorno al mondo dei motori di ricerca. Si tratta di acquisto di collegamenti sponsorizzati visibili sia sui motori di ricerca (tipicamente nella spalla destra) sia all'interno dei siti che decidono di ospitarli.

In particolare, si fa riferimento alle attività di **Keyword Advertising** e **Display Advertising** (contestuale) nelle quali il target viene definito sulla base di dati socio-demografici e, soprattutto, sulla base tematica a cui è interessato nel momento della navigazione. Si effettua attraverso il circuito Google AdWords, la piattaforma che consente di creare campagne di link sponsorizzati, che vengono visualizzati nella colonna di destra della pagina o nei primi risultati (al massimo i primi tre). Il posizionamento degli annunci è basato esclusivamente sul budget pubblicitario che sarà concordato.

Esempio:

1 click = 1 euro

20 click al giorno = 20 euro

20 click al giorno x 1 mese = 600 euro di investimento (budget)

Social Media Marketing

L'ascesa dei social network nella vita quotidiana di tutti noi ha portato i motori di ricerca, Google in primis, a dare un peso specifico maggiore ai link presenti su post e pagine; avere una presenza forte, radicata e attiva sui social network è importante per assicurarsi una buona dose di ottimi link che punteranno verso varie pagine del sito web.



Attraverso un uso corretto dei social network potrai:

Proporti ad un pubblico molto più ampio – I social network sono aperti a tutti e per questo potrai esporre il tuo business a milioni di potenziali clienti

Rapporto costi/risultati molto competitivo – I social network rappresentano uno strumento di marketing dal potenziale praticamente infinito a fronte di costi esigui se paragonati ai potenziali traguardi. Avere una pagina curata e attiva abatterà le barriere nel rapporto con i clienti, ogni recensione positiva sarà un arma incredibile per aumentare la vostra credibilità.

Risultati garantiti nel tempo – I social network garantiscono risultati duraturi, assicurati una posizione valida nel web prima dei tuoi concorrenti, così saranno loro a doverti inseguire.

Reputazione del tuo brand – Le new generation sono sempre più orientate verso il mondo digitale e, prima di procedere ad un'acquisto o una scelta, preferiscono informarsi attraverso il web; avere pagine valide sui social network è fondamentale per non essere escluso. Il passaparola, anche se "sociale", sarà sempre lo strumento più forte per accrescere la tua reputazione.

Il posizionamento degli annunci è basato esclusivamente sul budget pubblicitario che sarà concordato.

Esempio: 20.000 impressioni = 20 euro a settimana