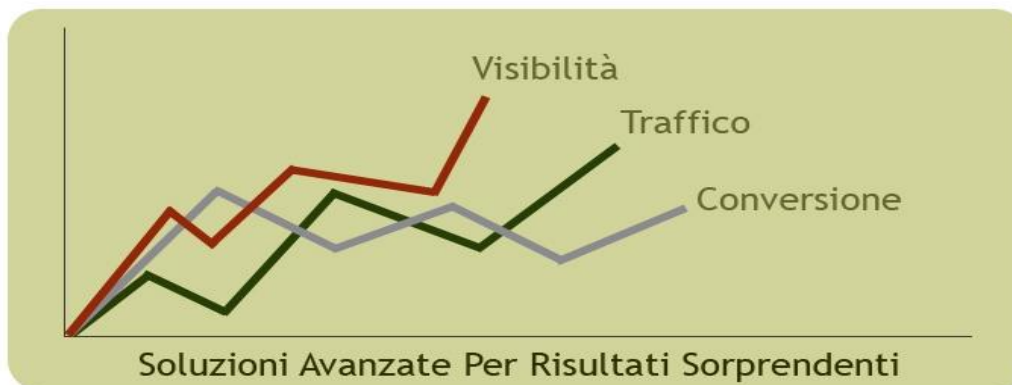


Search Engine Strategies Advanced Web Services



Chi è Scopeo Tech



SCOPEO TECHNOLOGY è una società di consulenza per servizi web con particolare focus ai servizi di posizionamento e web accessibility.

Scopeo ha sedi in Italia, Francia e Regno Unito.

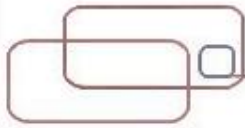
2004, Scopeo UK, con sede a Londra.

2003, nasce Scopeo web-marketing in Francia

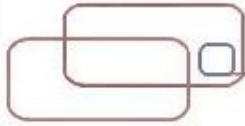
Nel 2006 viene fondata Scopeo Technology S.r.l. cuore tecnologico Europeo della società con sede in Italia



Referenze

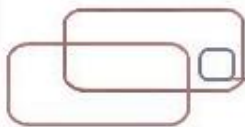


Perchè Scopeo



- **SCOPEO TECHNOLOGY**, il partner ideale per una strategia web a 360°, per trasformare gli utenti in contatti e dunque in business.
 - **Analisi sito web** : una corretta analisi dello status-quo del sito consente di
 - *operare* gli interventi più adatti
 - *personalizzare* la strategia
 - *correggere* eventuali bug o carenze sul sito
 - **Analisi parole chiave** : uno studio preliminare approfondito che consente di
 - *individuare* le migliori parole chiave per l'attività del sito
 - *studiare* i competitor sulle parole chiave individuate
 - *pianificare* la migliore strategia per il successo sul web
 - **Navigabilità e fruibilità**: una volta portati gli utenti sul sito grazie ad una vincente strategia sui motori di ricerca, bisogna fare in modo di trasformare gli stessi in prospect e dunque in business:
 - *consentire* una navigazione lineare e completa
 - *migliorare* l'esperienza dell'utente sul sito
 - *facilitare* la conversione
 - *eliminare* gli ostacoli
 - *quantificare* ed analizzare il traffico

Perchè Scopeo



I centri di competenza di Scopeo Technology:

- Pianificazione
- Ottimizzazione
- Traffico
- Conversione

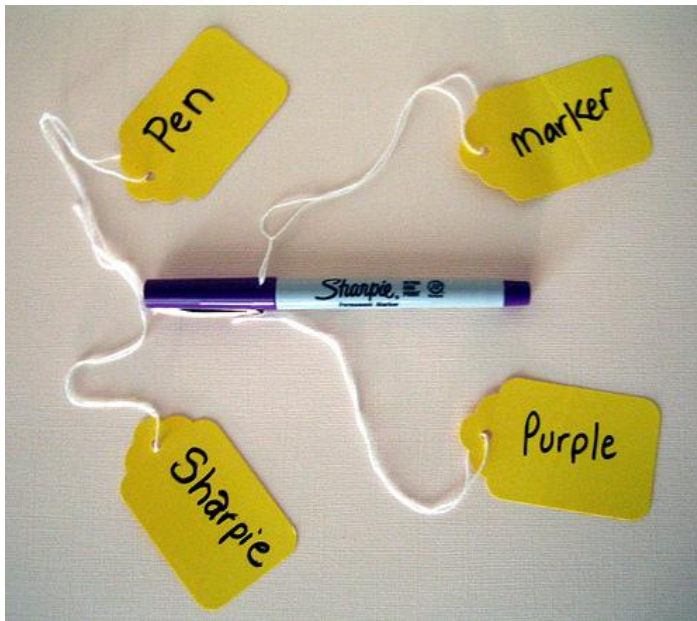
I settori di competenza di Scopeo Technology

- Industria
- E-commerce
- Turismo
- Immobiliare

Gli ambienti di competenza di Scopeo Technology

- Siti Web Statici (Html, Table less, W3C compliant)
- Siti Web dinamici (Asp, Php, sistemi open source)
- Programmazione Data base
- Data Mining
- Prodotti di tracking e monitoring

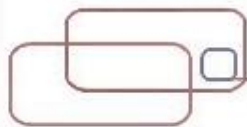
La strategia in pillole



Pianificazione

Analisi e monitoraggio strategico dei competitor per una pianificazione corretta ed aggressiva.

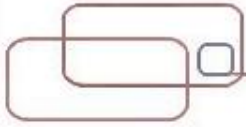
La strategia in pillole



Ottimizzazione

Incrementare la visibilità sui motori di ricerca attraverso operazioni e strategie Seo qualificate.

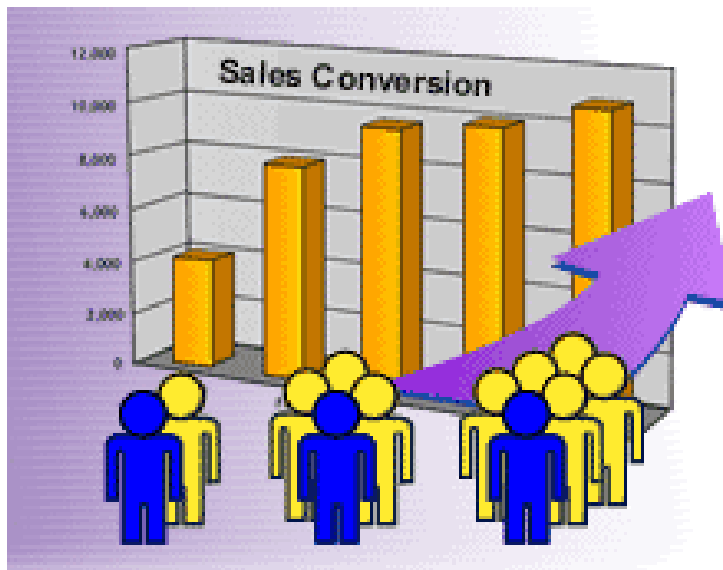
La strategia in pillole



Traffico

Aumento di traffico qualificato per catturare l'utente nel momento in cui esprime il suo bisogno.

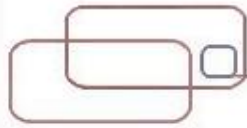
La strategia in pillole



Conversione

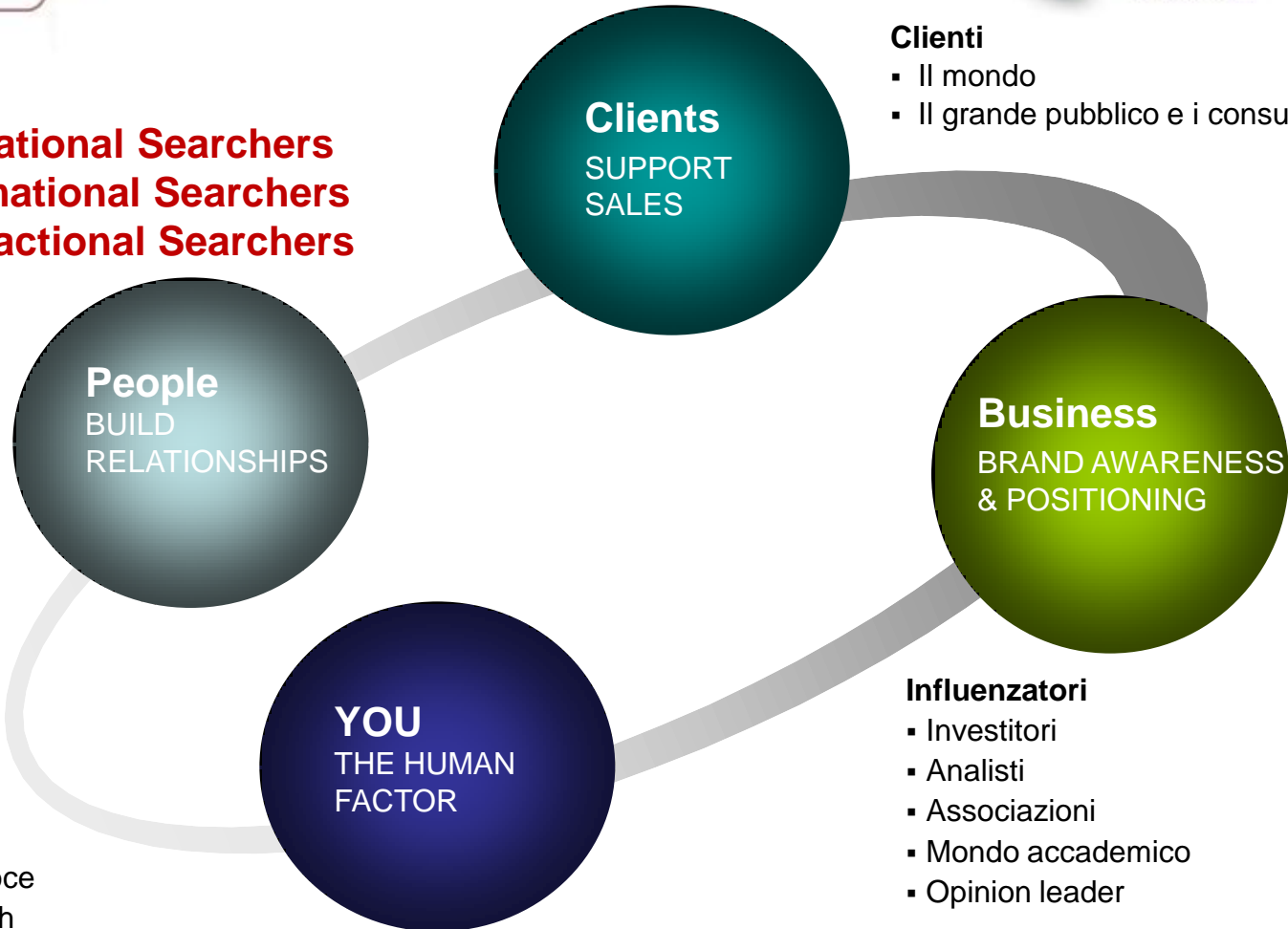
Facilitare l'azione di trasformazione dell'utente da navigatore a fruitore/cliente

Il target



Il WEB

- Navigational Searchers
- Informational Searchers
- Transactional Searchers



Clienti

- Il mondo
- Il grande pubblico e i consumatori

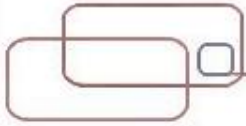
Il team di

- I portavoce
- Area tech
- Le società del Gruppo
- Dipendenti
- Azionisti

Influenzatori

- Investitori
- Analisti
- Associazioni
- Mondo accademico
- Opinion leader

Il target



Navigational Searchers

Sono coloro che cercano sul motore di ricerca con lo scopo di trovare qualcosa di molto preciso: Cercano un'azienda, una marca, un codice di prodotto



Informational Searchers

Sono coloro che cercano al fine di trovare informazioni o di trovare spiegazioni o approfondire un argomento; sono una fonte di traffico notevole.

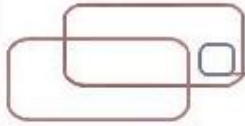


Transactional Searchers

Sono coloro che non stanno cercando, vogliono comperare un prodotto accedere a un database scaricare un filmato trovare un albergo prenotare un volo

Case History

www.clickcase.it



IL CLIENTE:  **clickcase** è un portale immobiliare specializzato nella trattativa immobiliare senza commissioni.

L' OBIETTIVO: Garantire visibilità al sito istituzionale, creato con un sofisticato sistema dinamico multifunzione, su un numero molto elevato di parole chiave.
Il settore immobiliare è uno dei più competitivi sul web.

LE ATTIVITA': Nel Giugno 2006, Scopeo vince la gara di selezione per il posizionamento del sito grazie alla proposta di un progetto personalizzato con l'impiego di tecnologie molto avanzate.

L'accordo include l'analisi in profondità del sito e si profila in seguito uno stretto affiancamento con la Software House.

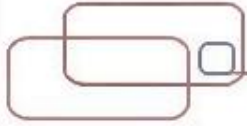
Portale immobiliare, ambiente estremamente competitivo e denso sul web.
Abbiamo avviato attività di consulenza per l'ottimizzazione tecnologica del sito per una completa indicizzazione dei contenuti anche più complessi come le pagine del Data Base.

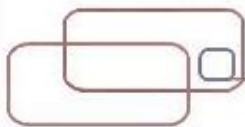
Viene creato uno dei primi forum immobiliari www.forum-immobiliare.com che attira numerosissimi visitatori, raccoglie utili informazioni e crea link tematici.

Ci siamo occupati di attività SES (Search Engine Strategies) con la creazione di siti tematici (www.clickcase-milano.it).

Oggi il portale ha un'eccellente performance con una media di 1.500 visitatori unici al giorno, in costante e veloce ascesa.

Rassegna Stampa





NELLA GRANDE MELA IL SES E' MATURO

In principio fu New York. Tappa prima del Search Engine Strategies, l'Hotel Hilton dove, dal 10 al 13 aprile scorsi, si sono succeduti seminari, incontri, sessioni e appuntamenti presso le aree espositive: un afflusso particolarmente alto di addetti del settore, responsabili marketing, esperti di SEM. Molti gli argomenti caldi: accanto alla sempre maggiore importanza del SEM all'interno delle strategie aziendali si è insistito molto sul crescente peso dell'attività di Social Media Optimization, con una buona percentuale di seminari dedicati a blog, feed RSS, Wikipedia, ottimizzazione di video e podcast. I numeri presentati, riferiti al maturo mercato americano,



colpiscono e spingono a creare sinergie sempre più vitali tra strategie aziendali, web marketing e social network: in internet, 1 utente su 3 attesta che le proprie decisioni d'acquisto sono state influenzate dall'aver visitato siti di social network (fonte: iProspect Social Networking User Behavior Study, © Robert Murray, 2007). Integrare strategie di Search Marketing all'interno delle proprie logiche aziendali è ormai un punto focale per i grandi brand, con l'accortezza di orientare ogni attività al testing e alla misurazione di risultati secondo logiche di ROI e ROAS. Secondo Bill Hunt, ceo di Global Strategies, non fare SEM significa perdere una grossa opportunità, concetto espresso anche da altri: secondo Bill Mungovan, direttore di Search Carat Fusion, attualmente "Search is still cheap!", ed è fondamentale investire nel settore fintanto che la spesa per l'online è ancora relativamente ridotta. I dati per il mercato USA (fonti: SEMPO, 2007 - eMarketer, 2007 - TNS Media, 2007) confermano il trend: nel 2007, la spesa per l'adv offline è stata di 150 bilioni di dollari, mentre la spesa per il Search è stata di 10 bilioni, sul totale dei 20 investiti complessivamente nell'adv online. Il mercato americano, punto di riferimento per quello europeo, indica quindi anche i probabili trend per l'Italia, dove la situazione è ancora molto diversa e sostanzialmente immatura. Il focus del Search Engine Strategies newyorkese si è catalizzato sulla necessità di integrare le attività Search Engine oriented con il marketing mix e con i nuovi trend di community e user generated content, prospettive che in Italia hanno iniziato a emergere solo recentemente. Sempre secondo Robert Murray, i siti di social networking si stanno rivelando strumenti imprescindibili per attuare adeguate strategie di marketing, grazie al peso che hanno assunto tra la popolazione online. Il 25% dei navigatori visita mensilmente siti di community e il 34% si lascia influenzare attivamente nelle scelte d'acquisto. Inoltre, c'è un trend crescente dei volumi del traffico legato al search: secondo una ricerca presentata da Nielsen //NetRatings, nel corso dell'ultimo anno negli Usa le ricerche sono aumentate del 22%, mentre l'incremento degli utenti che effettuano ricerche è stato del 6%. Numeri che fanno pensare, e che trasformano il Search, in tutte le sue innovative varianti, in uno strumento dalle eccezionali potenzialità, molte delle quali ancora da esplorare, specie per il mercato italiano.



Roberta Fruscalzo

anni mette a disposizione delle aziende un team professionale e multidisciplinare in grado di seguire la velocissima evoluzione del settore. Inoltre, vista la concentrazione dell'audience su alcuni siti principali, le agenzie possono fungere da veri garanti degli interessi del cliente anche nell'individuazione

di tutti i canali e delle relative opportunità". Appoggia con "entusiasmo" l'imminente SES Forum Scopeo Technology, come sottolinea Igal Janni, Networking & Infrastructure director: "un evento che allinea l'Italia al livello di innovazione nelle strategie di web marketing già

Igal Janni

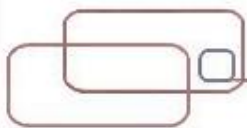


di leader del mercato SEO italiano e sulla scorta delle attività di web ranking e di SEO in pista in Europa. Scopeo può confermare che il contesto in cui si svolge l'evento è particolarmente favorevole: anche nel nostro Paese, il mercato delle strategie connesse ai motori di ricerca è ormai a un punto di svolta. Per buona parte del 2006 le aziende italiane sono rimaste diffidenti nei confronti degli interventi SEO, soprattutto a causa di una politica di marketing disinvolta portata avanti da alcuni nostri concorrenti; oggi assistiamo a un forte aumento di domanda qualificata e nuovi attori - web agency, società di PR - si affacciano sul mercato. Scopeo Technology può già contare su un portafoglio clienti di ampio respiro e che spaziano in diversi settori

ampliando il bacino clienti e quello dei mercati di riferimento. Recenti statistiche dimostrano quanto siano in aumento gli utenti connessi e come si stia elevando il livello medio di cultura dell'utenza web; tuttavia, gli internauti continuano a dedicare ben poco tempo alla consultazione delle pagine di un sito e questo è dovuto al fatto che in Italia molti siti sono obsoleti e richiedono una lettura macchinosa e criptica. Accessibilità e fruibilità sono le chiavi indispensabili per aprire le porte dei siti a clienti e prospect e trattenersi sulle pagine web, veicolando con precisione e chiarezza il proprio messaggio".

Potenzialità da esprimere

Secondo Nereo Scitutto, presidente di WebRanking, il SES Forum



Web Marketing
Web Accessibility
analisi **formazione**
consulenza

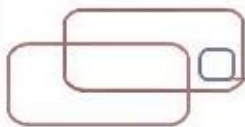
Non fare del tuo sito una barriera

Web Marketing Scopeo Genera Business dal tuo sito

Scopeo ha sviluppato una tecnologia proprietaria in grado di offrire il migliore e più duraturo servizio di Web Ranking e Web Accessibility creato ad hoc sulle specifiche del cliente e nel miglior rapporto costo/beneficio.

Scopeo Technology srl
Via Arzaga 28
20146 Milano
Tel. 02.36517090

marketing@scopeo.it
www.scopeo.it



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Per ulteriori informazioni:

Daniele Cohenca – Commercial Director

Tel. 02.36.51.70.90 - Email: dcohenca@scopeo.it

www.posizionamento.ch

www.scopeo.it