

- **Perché i motori di ricerca**
- **Il marketing dei motori di ricerca**
- **L'ottimizzazione dei siti web e la sicurezza del web server aziendale**
- **Le Case Study**

La strategia in pillole

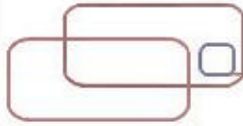


- **Analisi sito web** : una corretta analisi dello status-quo del sito consente di
 - *operare* gli interventi più adatti
 - *personalizzare* la strategia
 - *correggere* eventuali bug o carenze sul sito

- **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

La strategia: ottimizzazione



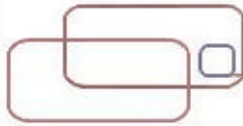
OBIETTIVO

FEED THE SPIDERS!

STRUMENTI

- Encoding
- Content Enhancement
- In site link
- Link strategy
- Directory listing and submission
- Ranking monitor
- Reporting activities

Search Engine Optimization



- **Search Engine Friendly code:** Codificare il sito in modo tale da renderlo leggibile ai motori di ricerca, offrendo agli stessi ciò che a loro interessa e risparmiando ai robot ciò che non è utile all'indicizzazione
- **In Site Content Enhancement:** Arricchire i contenuti è una delle operazioni alla base delle strategie Seo; si ottengono volumi di traffico alti e qualificati
- **Network Siti Tematici:** per una strategia web vincente, la creazione di siti tematici significa autorevolezza e link di qualità, visibilità e presidio
- **Link Building:** Costruire una rete di link attorno al proprio network, rafforza il sito istituzionale, incrementa il posizionamento, favorisce l'autorevolezza
- **Link Baiting:** con una strategia web vincente, si ottengono numerosi "pure love links" ossia link gratuiti e non ricercati inseriti su siti esterni e da persone che hanno avuto esperienze positive sul nostro network

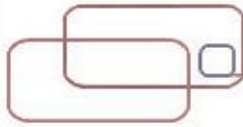
La Tattica

OBIETTIVO

Turning visitors into customers

STRUMENTI

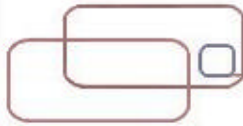
- **Usability**
- **Confidence building messages**
- **Calls to action**
- **Process continuity**



Il Sito Istituzionale



- **Brand awareness:** assicurarsi la notorietà e la popolarità sul web del proprio marchio
- **User Experience:** un utente soddisfatto è un utente che ritorna; migliore sarà la qualità della sua esperienza sul sito, più frequenti saranno le sue visite sullo stesso
- **Conversione utente:** l'utente soddisfatto è pronto per l'azione di conversione, qualsiasi essa sia (acquisto, richiesta informazioni, iscrizioni). Bisogna dunque consentire un immediato passaggio all'azione
- **Fidelizzazione:** utenti di ritorno, trasformati in clienti vanno fidelizzati attraverso operazioni di social networking e attraverso il sito
- **User Tracking:** essere costantemente aggiornati sul comportamento degli utenti sul proprio sito, significa poterne cogliere per tempo punti critici e punti di forza
- **Poll Management:** conoscere ed aggiornare il gradimento degli utenti rispetto al sito istituzionale

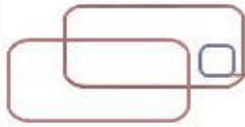


Social Networking



- **Interattività con l'utente:** Comunicazione one-to-one, ossia ogni utente è un valore soggettivo ed un soggetto attivo
- **Profilazione:** Selezionare il target, proporre contenuti adeguati allo stesso, aggiornare i contenuti in funzione di profilazioni diverse
- **Life Caching:** condividere eventi con i clienti, sia privati che pubblici, attraverso le pagine del sito, la newsletter ecc.
- **On-stage activities:** attività di relazione anche fun per una community sempre on-line. Il sito non è solo una vetrina, nel Web2.0 il sito è un palcoscenico
- **Off site content:** Redazionali, articoli, pubblicazioni on line: la nostra presenza a tutto campo si traduce in credibilità ed autorevolezza
- **Viral communication:** Postare su Blog, partecipare a forum, iscriversi a community on line: consente una comunicazione autorevole e virale. Dare l'opportunità agli utenti di esprimersi sul sito e implementare lo user generated content, attraverso propri blog e forum

La strategia Tech



Sito Istituzionale



- Brand awareness
- User experience
- Conversione utente
- Fidelizzazione
- User Tracking
- Poll Management

Social Networking



- Interattività con l'utente
- Profilazione
- Life Caching
- On-stage activities
- Off-site content
- Viral Communication

SEO



- Search Engine Friendly code
- In-site Content enhancement
- Network siti tematici
- Link Building
- Link Baiting