

Importanza dei Motori di Ricerca

Milano - 19 novembre 2012

Francesca Savoca
Sales Account



Search Engine Marketing
Online Advertising
Social Media

STRICTLY CONFIDENTIAL

- **L'importanza dei Motori di Ricerca**
- **Strumenti SEM per acquisire visibilità sui Motori di Ricerca**
- **Progettazione e pianificazione dell'indicizzazione naturale: come funziona il SEO**
- **SEO Content**
- **Il SEO al tempo dell'Universal Optimization®**

Quando Google entra negli stadi



Attraverso la corretta presenza sui motori di ricerca possiamo intercettare a nostro favore il miglior target possibile con la minor dispersione di budget

- **Gli utenti si auto-profilano**, esprimendo palesemente i loro interessi
- **Il rapporto con i risultati** di ricerca è vissuto positivamente in quanto
 - **Non è invasivo**
 - **È contestuale** all'argomento cercato

Con i motori di ricerca si incontrano gli utenti proprio **quando sono loro a volerlo** e nel momento in cui **esprimono i loro interessi**

L'importanza dei motori di ricerca:

La convenienza

- ✓ **Il costo di acquisizione** di un lead dai motori di ricerca è **il più conveniente** rispetto agli altri strumenti on/off-line
- ✓ **È il canale pubblicitario online più venduto**

Milioni di utenti internet cercano sul web. I motori di ricerca sono lo strumento più efficace e conveniente per promuovere il sito web



L'importanza dei Motori di Ricerca

**Strumenti SEM
per acquistare
visibilità sui
Motori di Ricerca**

Visibilità e posizionamento



Google

carte di credito

Tutto

Circa 2.950.000 risultati (0,27 secondi)

Annunci per carte di credito - Perché questi annunci?

[Conto Tascabile Chebanca! | chebanca.it](#)
www.chebanca.it/ContoTascabile
Per Bonifici, Prelievi, Pagamenti il tuo conto in una carta. Aprilo!

[Carte Di Credito | americanexpress.com](#)
www.americanexpress.com/
La Carta di Credito Esclusiva e Ricca di Privilegi! Scopritela Online

[Carta Diners Classic | dinersclub.it](#)
www.dinersclub.it/CartaDiCredito
Scopri tutti i privilegi di una carta su misura per te. Vai al sito!
→ Carta Diners Classic - Carta Diners Club Miles - Carta Diners Mntage

[CartaSi: Carte di credito per privati e aziende](#)
www.cartasi.it/
Scopri i vantaggi delle carte di credito CartaSi, cerca tra le soluzioni per privati e aziende quella più adatta a te e richiedi la tua carta di credito.
→ Servizi on-line - 3D Secure: iscrizione - Servizio Clienti - Contatti

[Carta di credito - Wikipedia](#)
it.wikipedia.org/wiki/Carta_di_credito
La carta di credito è uno strumento di pagamento, costituito da un supporto in materia plastica con dispositivo per il riconoscimento dei dati identificativi del titolare ...

[Carte di Credito, Prepagate, Revolving e Usa e Getta. Come](#)
www.carte-di-credito.net/
La guida completa e comparativa sulle carte di credito. Indice delle carte di credito.
→ Carte Prepagate - Carte Revolving - Mastercard Moneybookers - Postepay

[Carte di credito in Italia | Carte di debito in Italia | MasterCard in Italia](#)
www.mastercard.com/it/
MasterCard è disponibile 24 ore al giorno per assistere durante emergenze con le carte di credito.

Annunci - Perché questi annunci?

[Carta Di Credito](#)
www.contocorrentearancio.it/
Zero spese, carta di credito gratis
Scopri i vantaggi!

[Carte Di Credito](#)
www.findomestic.it/CartaNova
La Prima Carta di Credito che Ti fa Scegliere come Rimborsare. Chiedila

[Carte Di Credito 2012](#)
carte-di-credito.lettera43.it/
Tutte le Novità & le Ultime News!
Carte Di Credito: leggi & Scegli

[Carta Prepagata Vodafone](#)
www.vodafone.it/SmartPass

Cerchi Carte Di Credito?

[Carte Di Credito](#)
www.unicredit.it/GeniusCard_Uefa
Biglietti UEFA Champions League?

Link sponsorizzati

Keyword advertising

Ottimizzare il sito (SEO)

Realizzare contenuti specifici per posizionarsi in testa ai risultati

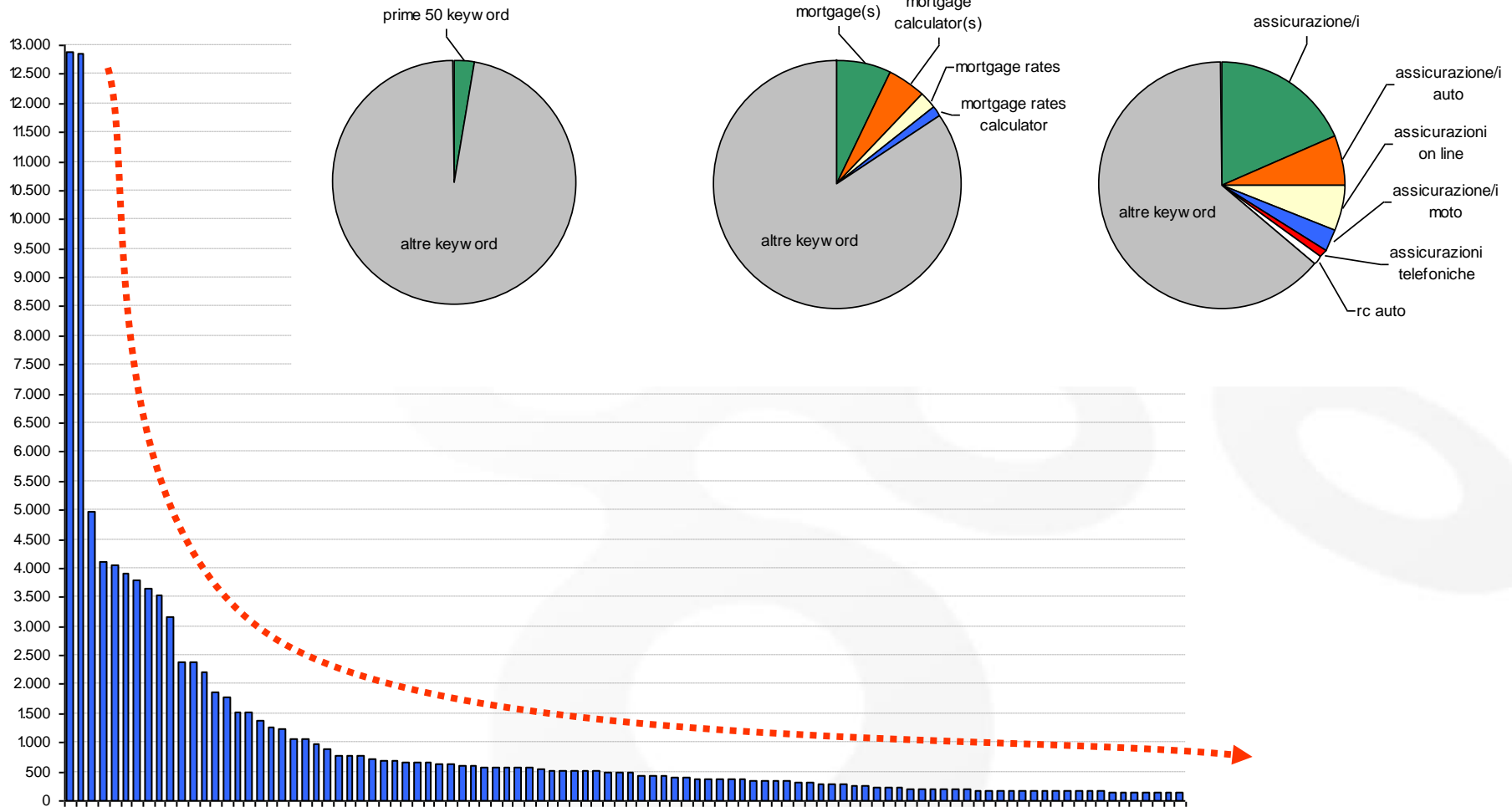
Risultati standard

Come si comportano i Searchers?

- ✓ Le **ricerche** sono **effettuate mediante query**
 - Directory e ricerche avanzate sono poco utilizzate
- ✓ Le query sono **composte da 2 o più termini (80%)**
- ✓ Il 10% delle query è misspelled
- ✓ La frequenza dei termini è estremamente polverizzata e non sempre seguono grammatica e logica



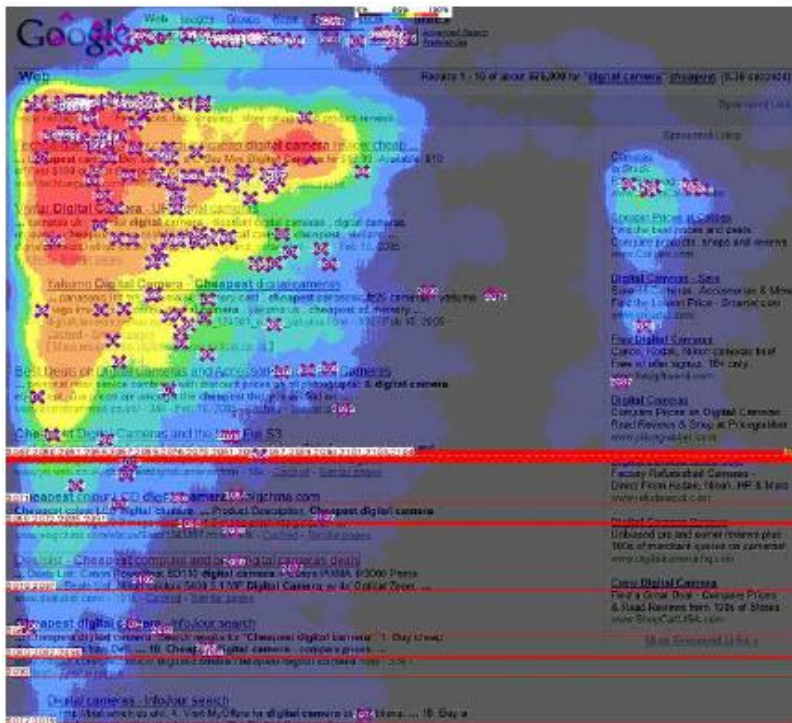
La “Lunga Coda” del search



- ✓ **Meno del 20%** degli utenti va **oltre la prima pagina** dei risultati di ricerca
- ✓ In caso di ricerca non soddisfacente si cambia query

IL TRIANGOLO D'ORO

CLICK DISTRIBUTION SERP





L'importanza dei Motori di Ricerca

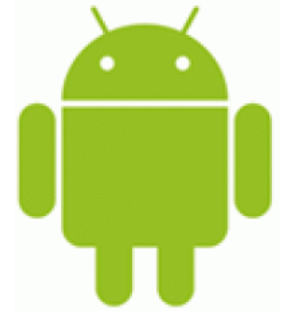
**Progettazione
e pianificazione
dell'indicizzazione
Naturale**

**Come funziona il
SEO**

Nel dettaglio: come funziona il SEO?

- **SINONIMI:** risultati organici, standard, naturali
- **COME FUNZIONA:** chi è in testa?
- Come i motori di ricerca **indicizzano** le pagine?
- **COME I MOTORI DI RICERCA DANNO PRIORITÀ** alle pagine: gli algoritmi di ranking
- **COSA FARE?**

Utenti e Motori di ricerca vedono il sito in modo diverso



Titolo dell'articolo

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore.

Titolo dell'articolo

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore.



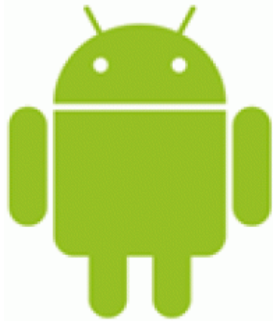
<h1> Titolo dell'articolo </h1>

<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore. </p>

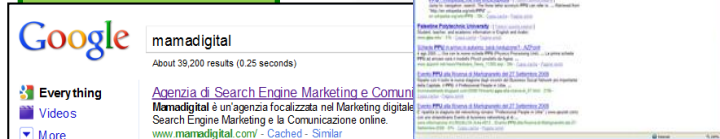
Titolo dell'articolo

 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Come inseriscono il sito nei loro indici?



GLI SPIDER ED IL PROCESSO DI INDICIZZAZIONE

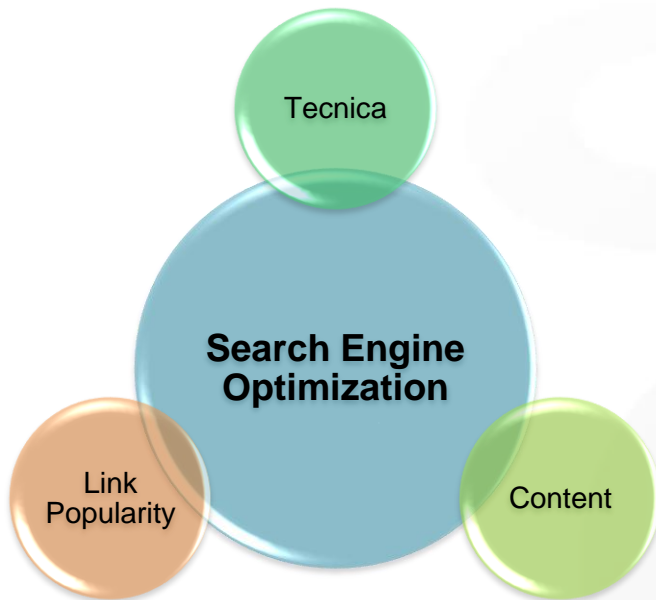


L'UTENTE E IL PROCESSO DI NAVIGAZIONE

- ✓ Lo **spider visita le pagine** dei siti e le inserisce nel Database del motore di ricerca
- ✓ Il **motore di ricerca stabilisce “chi è primo”** applicando specifici algoritmi

Il **Search Engine Optimization** è l'insieme delle **tecniche** che mirano a rendere il sito **compatibile** e **accessibile** ai **Motori** di Ricerca

Le tecniche SEO consentono di **migliorare il ranking** nei risultati dei Motori di Ricerca, **aumentando la visibilità del Brand** e le visite al sito.



✓ **Ottimizzazione tecnica:** rende il sito comprensibile e compatibile con i software di analisi dei Motori. Facilita l'individuazione delle informazioni pubblicate all'interno del sito e agevola gli spider dei Motori nell'indicizzazione delle pagine del sito.

✓ **Ottimizzazione dei contenuti:** i testi del sito devono essere redatti e ottimizzati prevedendo le keyword più cercate dagli utenti

✓ **Link Popularity:** le citazioni (link) che un sito riceve dagli altri ne incrementano la popolarità. Per questo è utile implementare campagne di Article marketing sulla base delle keyword più cercate dagli utenti.

1) Ottimizzazione tecnica



2) Ottimizzazione contenuti...

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
  <head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1" />
    <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/styleDefault.css">
    <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/styleHome.css">
    <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/styleMamme.css">
  </script>
<script src="flashFix.js" type="text/javascript"></script>
</script>

function readCookie(name) {
  var nameEQ = name + "=";
  var ca = document.cookie.split(';');
  for(var i=0; i < ca.length; i++) {
    if (ca[i].indexOf(nameEQ) == 0) return ca[i].substr(nameEQ.length, ca[i].length - nameEQ.length);
  }
  return null;
}
```

brand monitoring

Circa 37.900 risultati (0,15 secondi)

Cerca solo nelle pagine in Italiano

[Online Reputation Management & Brand Monitoring | About You](#)
About You è il progetto che dà valore alla reputazione online tramite una piattaforma dedicata all'online reputation management e al brand monitoring.
[www.aboutyou.it/](#) - Copia cache - Simili

Brand Monitoring - Monitoraggi online | Mamadigital

Il **Brand monitoring** è un'attività che consente alle aziende di avere un parametro della reputazione online del proprio marchio, nonché dei servizi e ...
[www.mamadigital.com/.../brandmonitoring/brand-monitoring.html](#) - Copia cache

Brand-monitoring | Mamadigital Blog

1 dic 2010 ... Post taggati con **brand-monitoring**. Brand Monitoring: cosa si ...
[www.mamadigital.com/blog/tag/brand-monitoring/](#) - Copia cache
[Mostra altri risultati da mamadigital.com](#)



campagne email advertising

Circa 681.000 risultati (0,14 secondi)

- Tutto
- Immagini
- Video
- Notizie
- Più contenuti

Cerca nel Web
Pagine in Italiano
Pagine straniere
tradotte

Tutti i risultati

Email. Facciamo tutto noi

Inviemo per te **email** pubblicitarie al tuo cliente tipo: 8.000.000 mail
[www.juiceadtv.com](#)

Email Marketing campagne Dem B2B e B2C

Email Marketing Pro - Divisione **Email Advertising** di Web Marketing Pro s.r.l. Via Civitella San Paolo 18, 00189 Roma P. Iva 08209951006. Azienda - **Campagne** ...
[www.emailmarketingpro.com/](#) - Copia cache - Simili

Campagne Email advertising | Mamadigital

Campagne mirate di **Email** e **Display advertising**. In Mamadigital pensiamo agli obiettivi: brand awareness, traffico, lead generation, vendite.
[www.mamadigital.com/.../display-email-advertising.html](#) - Copia cache

+ 3) Link Popularity

Il **posizionamento** del sito nei Motori di Ricerca **dipende** anche dalla **popularity**: Il link che riceve da altri siti

Per **incrementare** la popolarità del sito è utile implementare **campagne di Article marketing** sulla base delle keyword più cercate dagli utenti

Ogni article contiene il link al sito e viene pubblicato in risorse rilevanti del settore aumentando i link in entrata al sito



Report mensili dei posizionamenti

- **Monitoraggio e verifica dei posizionamenti** delle principali **keyword** cercate dagli utenti

Web Analytics

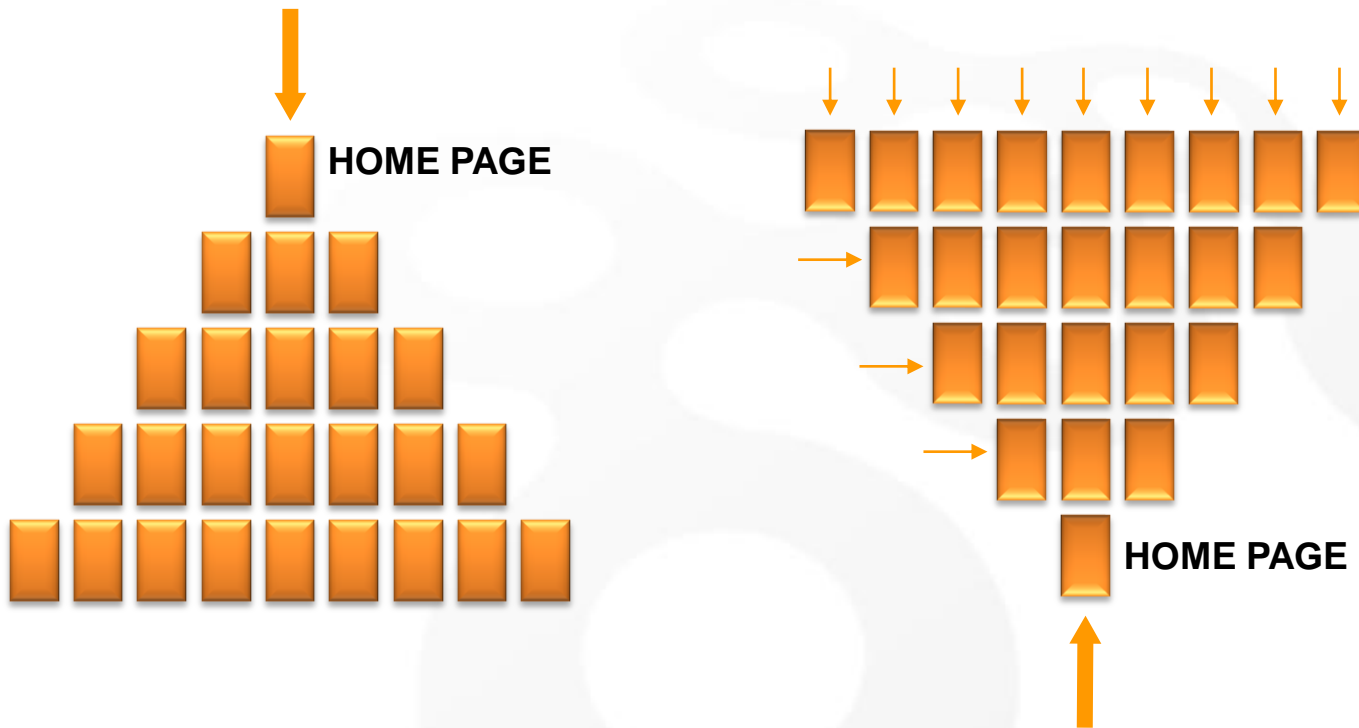
- **Analisi delle visite:** da dove arrivano gli utenti, cosa fanno, cosa cercano

- 1) Analisi delle keyword più digitate dagli utenti**
- 2) Ottimizzazione tecnica del sito**
 - 1) Codice HTML
 - 2) Ottimizzazione del CMS (Content Management System)
 - 3) Ottimizzazione della struttura dei link
- 3) Ottimizzazione dei contenuti**
- 4) Incremento della link popularity**

- Ove possibile, **ottimizzare il sito PRIMA** di realizzarlo
- Layout “**usabile**”
- Codice HTML “**razionale**”
- Rapido **tempo di caricamento**
- **No Javascript complessi, No frames**
- Host e domini dedicati, specie se multilingua
- **Link testuali**
- **Struttura di link**
 - URL con keywords
- **Ottimizzazione dei contenuti**
 - Il contenuto della pagina è cruciale
 - densità delle keywords nel testo e nei link
- **Sviluppo nuovi contenuti**
 - Tipiche Information pages: FAQ, “How to”, ...
- Il **Title** è fondamentale
- I **Meta Tag** possono aiutare
- La **popularity** è molto importante: il PageRank

Il posizionamento parte dalle pagine del sito

A **posizionarsi** sono le pagine del sito, dunque i suoi **contenuti**





mamadigital

L'importanza dei Motori di Ricerca

SEO Content



**Content is
The King**

E se un sito è povero di contenuti?

Bisogna generarli: ecco il SEO Content



Le strategie SEO Content si basano sulla realizzazione di nuovi contenuti originali e ottimizzati per i Motori di ricerca

Obiettivi

OBIETTIVO 1

Creare **contenuti originali** e ottimizzati per i Motori

OBIETTIVO 2

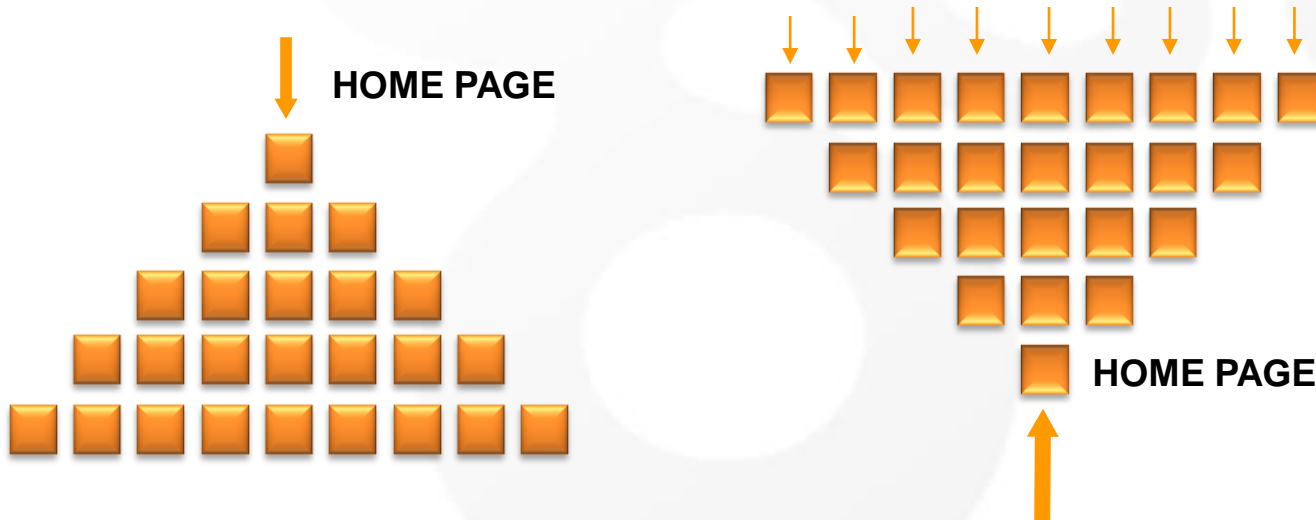
Creare **nuove porte d'ingresso** al sito dai Motori di ricerca

OBIETTIVO 3

Ottenere **diversi posizionamenti** in una unica pagina di risultati

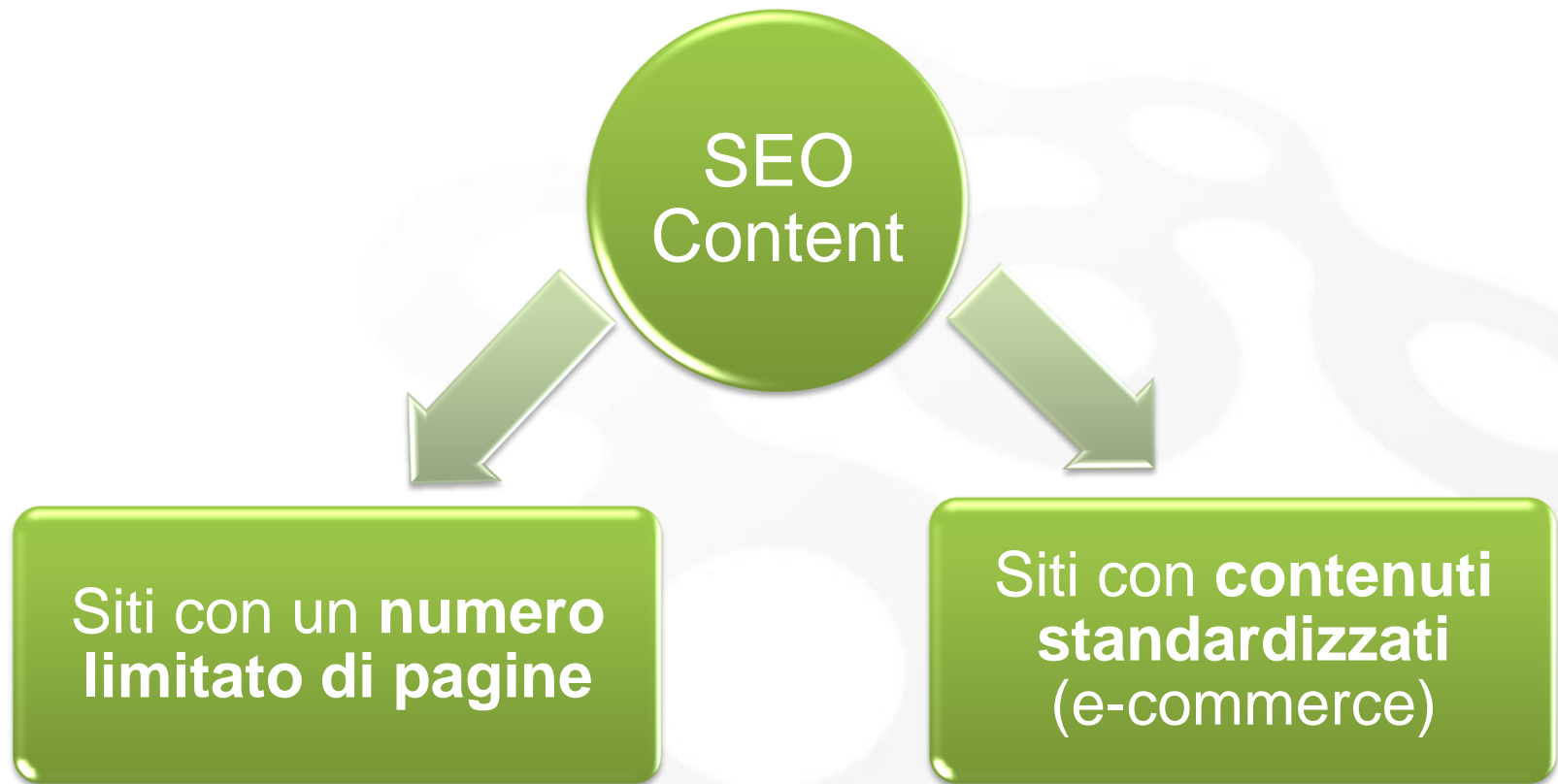
SEO Content: siti con un numero limitato di pagine

- ✓ Tutti i siti **poveri di contenuti** hanno **difficoltà a posizionarsi** per un alto numero di keyword
- ✓ Creare nuovi contenuti vuol dire creare **nuove combinazioni di keyword indicizzabili**
- ✓ Tutto i contenuti creati nell'ambito della strategia SEO Content saranno reperibili e **posizionati nei motori di ricerca**
- ✓ In definitiva, il sito non sarà raggiungibile solo dai contenuti delle pagine principali, ma anche da **tutte le pagine interne**



SEO Content: a quali siti è applicabile?

Quali sono le tipologie di sito a cui è applicabile la strategia di SEO Content?



- ✓ Viene utilizzato un apposito **CMS (Content Management System)**
- ✓ Il CMS viene ottimizzato affinché sia **predisposto alla massima indicizzazione dei contenuti**
- ✓ La parte gestita tramite CMS avrà un **layout totalmente identico a quello del sito** già online, e risulterà dunque non distinguibile agli utenti



Il sito avrà a disposizione un *contenitore* ottimizzato appositamente per i motori, che contribuirà sensibilmente all'aumento dei posizionamenti e delle visite al sito

- ✓ Vengono programmati articoli con nuovi contenuti da **pubblicare a scadenze regolari**
- ✓ Il numero di interventi è variabile, generalmente dai 3 ai 5 post a settimana
- ✓ Per ogni post è necessario:
 - **Analizzare** le ricerche degli utenti e definire il **piano editoriale**
 - **Creare** i post
 - **Ottimizzare** i post
 - **Pubblicare** i post
 - Sviluppare la **link popularity** per i contenuti



Ogni contenuto viene preceduto da una apposita Analisi Keyword, per la verifica di ciò che gli utenti effettivamente cercano, in modo da ottenere visibilità sugli argomenti più popolari

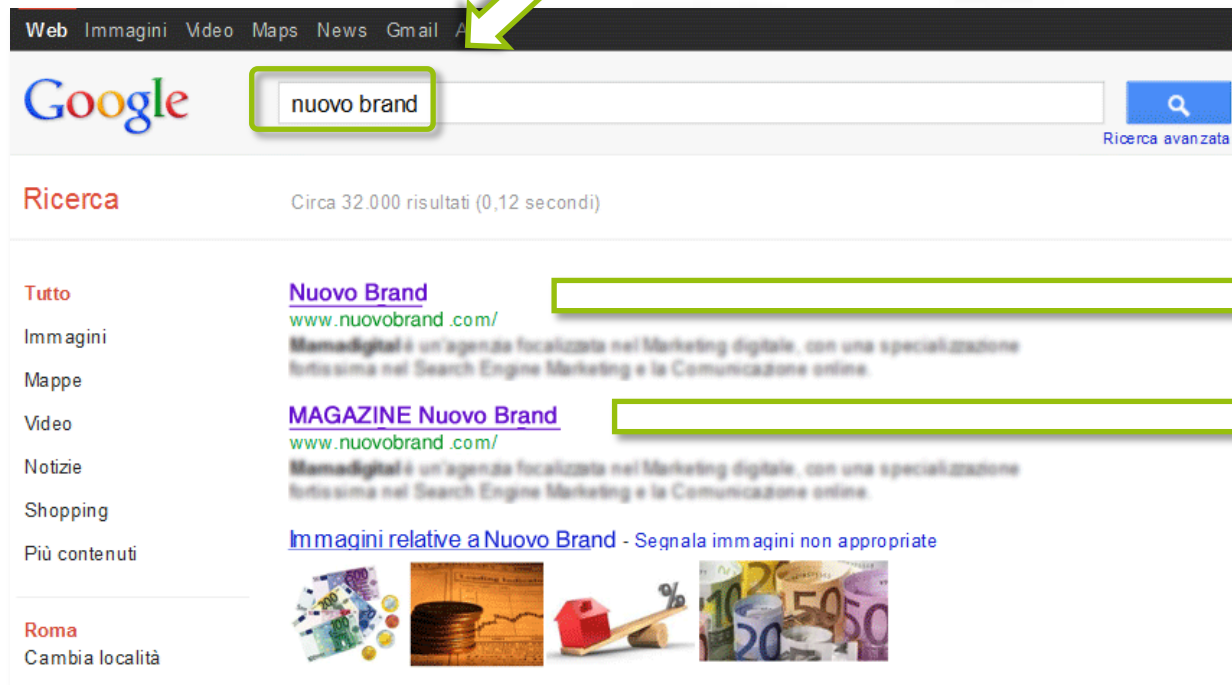
SEO Content: i nuovi contenuti sui motori di ricerca



A chi potrei
rivolgermi per un
mutuo?

“mutui ai privati”

Ecco come le richieste degli
utenti sono intercettate
attraverso i contenuti utili,
originali e interessanti del
piattaforma editoriale



Sito

Blog

La professione del redattore web


Dove interviene il redattore web



visibilità online

Gli step del processo di scrittura

1. **Scelta dell'argomento**
2. **Scelta delle keyword**
3. **Scrivere articolo**
4. **Ottimizzazione degli elementi del documento**
 - Nome del file
 - Tag title
 - Meta tag description
 - Meta tag keywords
5. **Ottimizzazione del testo**
 - Formattazione
 - Nome immagine & tag alt
6. **Strategia link interno**



L'ordine delle fasi del processo può variare secondo le abitudini del redattore o eventuali esigenze particolari

Caratteristiche tecniche della scrittura per il web

I tool per la scelta degli argomenti e delle keyword

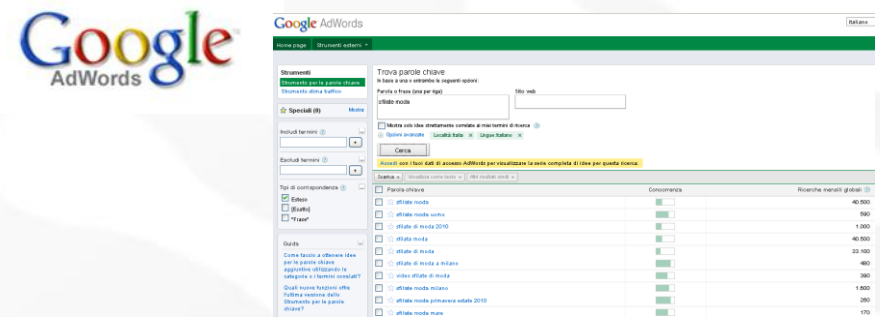
1. Google Suggestion Tool

<http://www.google.it/>



2. Google AdWords (Strumento per le parole chiave)

<https://adwords.google.it>



3. Google Insights

<http://www.google.com/insights/search/>



Ottimizzazione del documento

Keyword Density



Rapporto tra il numero di occorrenze della keyword e il numero totale delle parole nella pagina web

Keyword Prominence



Vicinanza della Keyword ad una determinata zona del testo

Keyword Proximity



Vicinanza reciproca delle Keyword

Gli elementi del documento

! Per ottimizzare un Documento bisognerà intervenire su ogni singolo elemento della pagina web



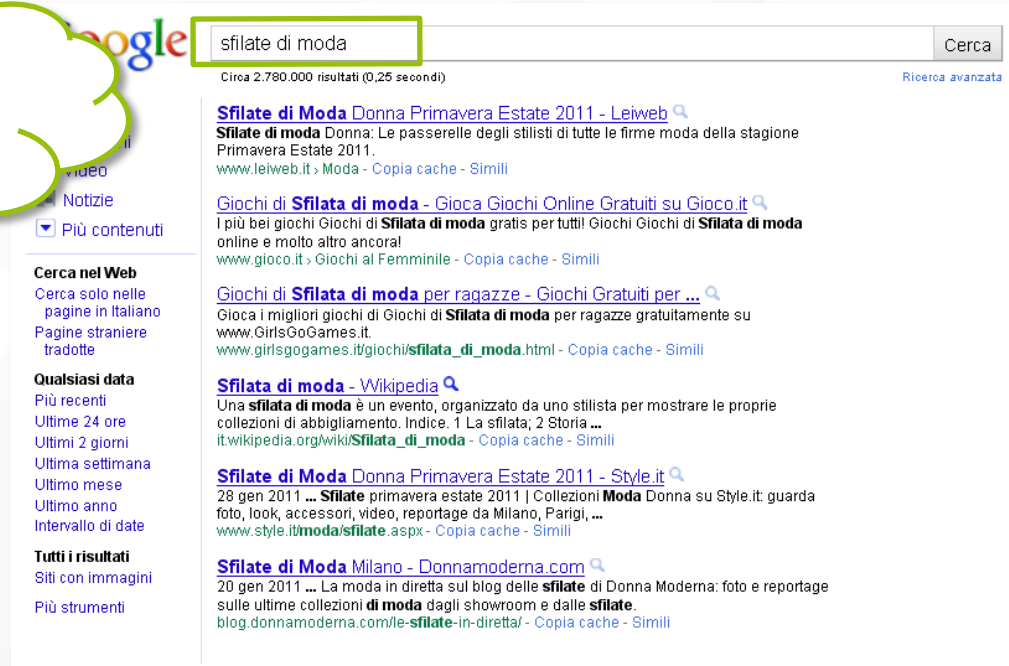


L'importanza dei Motori di Ricerca

**Il SEO
al tempo
dell'Universal
Optimization®**

Un tempo i Motori di Ricerca rispondevano agli utenti mostrando solamente contenuti testuali

Ultime novità dalle sfilate di moda...?



+Tu **Ricerca** Immagini Video Mappe News Shopping Gmail Altro -

Google 

Ricerca Circa 1.810.000 risultati (0,21 secondi)

Tutto
Immagini
Mappe
Video
Notizie
Shopping
Più contenuti

Roma
Cambia località

Nel Web
Pagine in italiano
Pagine da Italia
Pagine straniere tradotte

Qualsiasi data
Ultima ora
Ultime 24 ore
Ultima settimana
Ultimo mese
Ultimo anno
Intervallo di date

Tutti i risultati
Siti con immagini
Più strumenti

Sfilate di Moda Donna Autunno Inverno 2012-2013 - Leiweb
www.leiweb.it/moda/sfilate/homePage.action
Sfilate di moda Donna: Le passerelle degli stilisti di tutte le firme moda della stagione Autunno Inverno 2012-2013.

Immagini relative a sfilate di moda - Segnala immagini non appropriate

Collezioni Autunno-Inverno 2012-13 - Sfilate - Moda - Style.it
www.style.it/moda/sfilate
Guarda tutte le **sfilate** di un'altra stagione. Collezioni Autunno-Inverno 2012-13. Alta **Moda** Primavera-Estate 2012. Collezioni Primavera-Estate 2012 ...

Moda primavera estate 2012. Moda donna, accessori e sfilate su ...
www.margherita.net/moda/
Solo su Margherita, le ultime tendenze **moda** primavera estate 2012, le gallerie di foto dalle **sfilate**, le modelle. Idee per chi vuole essere sempre in linea con le ...
↳ ABC moda inverno 2011 2012 - 8 look moda inverno - Creare un look - Tendenze

Sfilata di moda 2009 IEAO - YouTube
www.youtube.com/watch?v=OkqZLZPBjU
7 lug 2009 - 3 min - Caricato da IEAOtube
Sfilata di moda 2009 IEAO in collaborazione con: hairup, umbricity, demodé, libreria oberdan riprese ...

sfilate di moda abbigliamento uomo donna online on line primavera ...
www.youtube.com/watch?v=NjKB0UO-rY
25 ago 2011 - 2 min - Caricato da vestiti2012uomo
sfilate di moda abbigliamento uomo donna online on line primavera estate autunno inverno 2011 2012 ...

Altri video di **sfilate di moda** »

il blog delle sfilate La moda in diretta - Donna Moderna
blog.donnamoderna.com/le-sfilate-in-diretta/
30 gen 2012 - Le **sfilate** di Chicca Lualdi Beequeen ... Si parla di: La **moda** su internet ... E dopo tutto questo sperimentare la **moda** palesa il suo bisogno di ...

Notizie relative a sfilate di moda

Milano Moda Donna sfilate di febbraio 2012
Luxgallery - 2 ore fa
Sette giorni di **sfilate**, presentazioni ed eventi delle più importanti firme del prêt-à-porter made in Italy e non solo. Sede Legale: Via Brunetti 9 - 20156 ...

Affari di moda/ Scopri ogni giorno come essere cool con la nuova ...
Libero News - 5 articoli correlati

Alberta Ferretti presenta la sua collezione di occhiali a Milano ...
Stylosophy - 6 articoli correlati

**I Motori di Ricerca oggi
indicizzano qualsiasi tipo di
contenuto**

**integrandolo nei risultati delle
ricerche.**

**Per questo motivo è necessario
ottimizzare la visibilità dei Brand
per qualunque tipo di
contenuto, anche all'interno di:**

**SOCIAL NETWORK
BLOG
SITI DI NEWS
RISORSE DI CONDIVISIONE**

Google Universal Search Explained

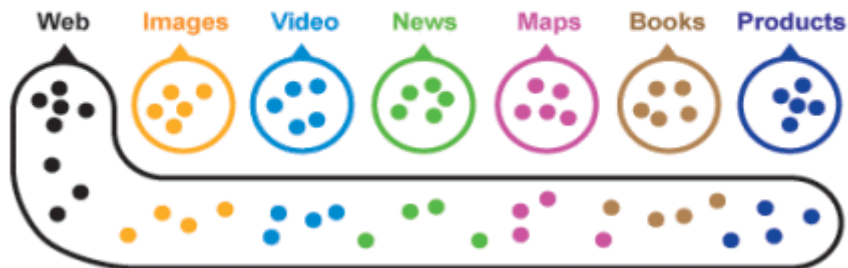
Old Google Model

Previously, a web search on Google would only return web pages and document contents. Items such as images and video were not included.



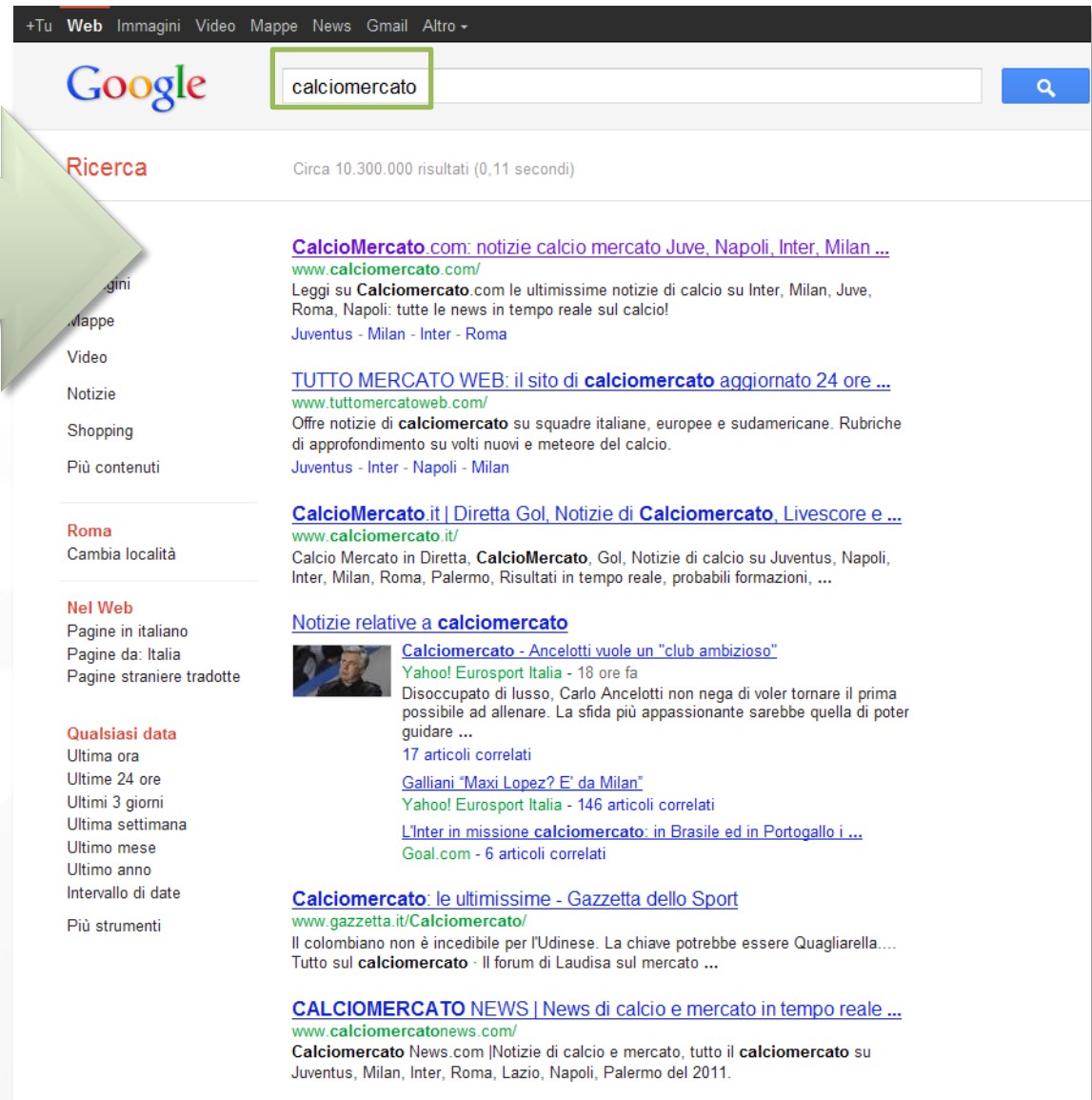
New Google Model: Universal Search

A web search on Google can now include multiple types of information such as images, video, news, maps, books, and products.



Obiettivo: passare da una indicizzazione solo testuale

Da testuale...



+Tu Web Immagini Video Mappe News Gmail Altro

Google calciomercato


Ricerca Circa 10.300.000 risultati (0,11 secondi)

CalcioMercato.com: notizie calcio mercato Juve, Napoli, Inter, Milan ...
www.calciomercato.com/
 Leggi su **CalcioMercato.com** le ultimissime notizie di calcio su Inter, Milan, Juve, Roma, Napoli: tutte le news in tempo reale sul calcio!
 Juventus - Milan - Inter - Roma

TUTTO MERCATO WEB: il sito di **calciomercato** aggiornato 24 ore ...
www.tuttomercatoweb.com/
 Offre notizie di **calciomercato** su squadre italiane, europee e sudamericane. Rubriche di approfondimento su volti nuovi e meteore del calcio.
 Juventus - Inter - Napoli - Milan

CalcioMercato.it | Diretta Gol, Notizie di Calciomercato, Livescore e ...
www.calciomercato.it/
 Calcio Mercato in Diretta, **CalcioMercato**, Gol, Notizie di calcio su Juventus, Napoli, Inter, Milan, Roma, Palermo, Risultati in tempo reale, probabili formazioni, ...

Notizie relative a calciomercato

 **Calciomercato - Ancelotti vuole un "club ambizioso"**
 Yahoo! Eurosport Italia - 18 ore fa
 Disoccupato di lusso, Carlo Ancelotti non nega di voler tornare il prima possibile ad allenare. La sfida più appassionante sarebbe quella di poter guidare ...
 17 articoli correlati
[Galliani "Maxi Lopez? E' da Milan"](#)
[Yahoo! Eurosport Italia - 146 articoli correlati](#)
[L'Inter in missione calciomercato: in Brasile ed in Portogallo i ...](#)
[Goal.com - 6 articoli correlati](#)

Calciomercato: le ultimissime - Gazzetta dello Sport
www.gazzetta.it/Calciomercato/
 Il colombiano non è incredibile per l'Udinese. La chiave potrebbe essere Quagliarella....
 Tutto sul **calciomercato** - Il forum di Laudisa sul mercato ...

CALCIOMERCATO NEWS | News di calcio e mercato in tempo reale ...
www.calciomercatonews.com/
Calciomercato News.com |Notizie di calcio e mercato, tutto il **calciomercato** su Juventus, Milan, Inter, Roma, Lazio, Napoli, Palermo del 2011.

... A UNIVERSALE UNIVERSAL OPTIMIZATION®

Google Universal Search Explained

Old Google Model

Previously, a web search on Google would only return web pages and document contents. Items such as images and video were not included.



New Google Model: Universal Search

A web search on Google can now include multiple types of information such as images, video, news, maps, books, and products.



Calciomercato.com

Notizie

Immagini

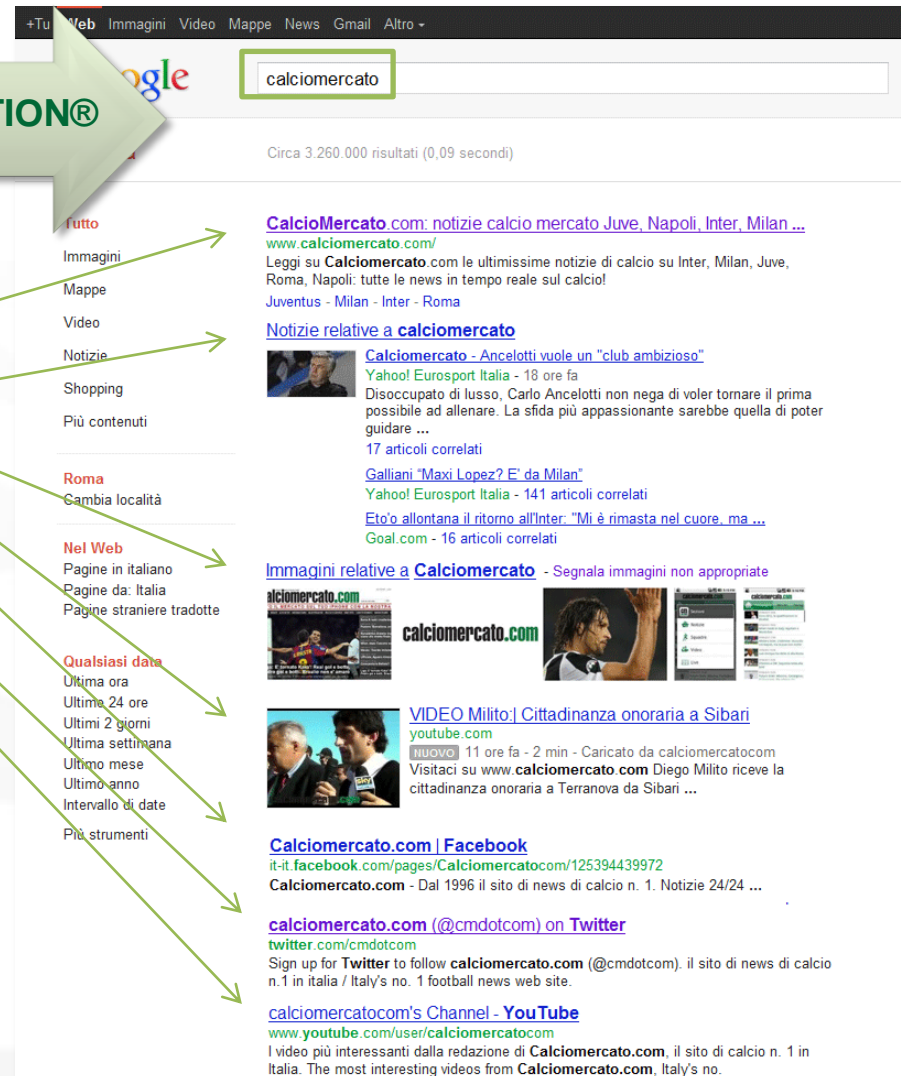
Video

Profilo Facebook

Profilo Twitter

Profilo YouTube

I Motori di Ricerca sono diventati “universali” perché indicizzano diversi tipi di contenuti, integrandoli nella stessa pagina dei risultati di ricerca



The screenshot shows a Google search for "calciomercato". The search bar is at the top, and the results are displayed below. On the left side of the results, there are filters for "Tutto", "Immagini", "Mappe", "Video", "Notizie", "Shopping", and "Più contenuti". Below these, there are filters for "Roma", "Cambia località", "Nel Web", "Pagine in italiano", "Pagine da: Italia", "Pagine straniere tradotte", "Qualsiasi data", "Ultima ora", "Ultimo 24 ore", "Ultimi 2 giorni", "Ultima settimana", "Ultimo mese", "Ultimo anno", "Intervallo di date", and "Più strumenti". The search results include a link to "CalcioMercato.com: notizie calcio mercato Juve, Napoli, Inter, Milan ...", a link to "Calciomercato - Ancelotti vuole un 'club ambizioso'", a link to "Galliani 'Maxi Lopez? F' da Milan", a link to "Eto'o allontana il ritorno all'Inter: 'Mi è rimasta nel cuore, ma ...'", a link to "Immagini relative a Calciomercato - Segna immagini non appropriate", a link to "VIDEO Milito: Cittadinanza onoraria a Sibari", a link to "Calciomercato.com | Facebook", and a link to "calciomercato.com (@cmdotcom) on Twitter".

Esempi di progetti SEO

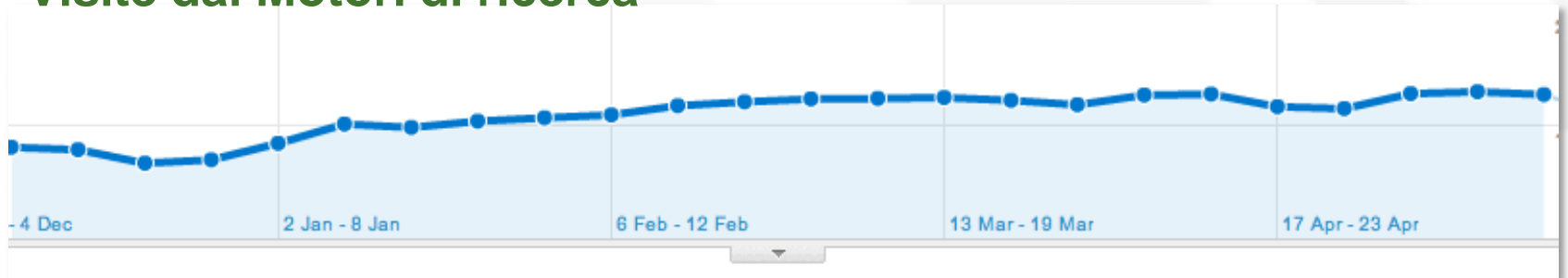


- ✓ **Servizio: Universal Optimization**
(Search Engine Optimization, SEO Content, Social Media)
- ✓ **Lingue: italiano, inglese, francesce, spagnolo, tedesco**
- ✓ **Sito web: www.meridiana.it**
- ✓ **Obiettivo 1: massimizzare la presenza di Meridiana Fly nei Motori di Ricerca**
- ✓ **Obiettivo 2: aumentare la vendita online di voli aerei**
- ✓ **Obiettivo 3: rafforzare la brandawareness di Meridiana con l'apertura di canali Sociali ed Editoriali**
- ✓ **Obiettivo 4: sfruttare le potenzialità dei nuovi strumenti web 2.0 per comunicare direttamente con i clienti**



Durante la prima fase del progetto SEO le visite dai Motori di Ricerca sono aumentate del 185% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

Visite dai Motori di ricerca



ELLE SEO SEO CONTENT

- ✓ Servizio: SEO, SEO CONTENT
- ✓ Lingue: Italiano
- ✓ Sito web: www.elle.it
- ✓ Obiettivo 1: ottimizzare l'indicizzazione nei Motori di Ricerca
- ✓ Obiettivo 2: Aumento delle visite non a pagamento da motore di ricerca



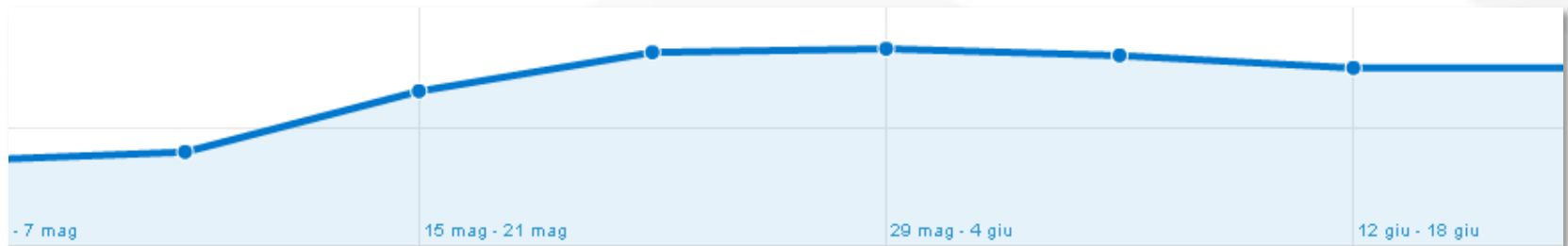
Elle.it è uno dei più noti portali dedicati alla moda, alla salute, alla bellezza e all'intrattenimento femminile in genere. Allo stato iniziale il sito presentava delle carenze di ottimizzazione e performava sui motori di ricerca al di sotto delle sue possibilità.

Andamento delle visite dai Motori di Ricerca

A seguito di tali interventi, il numero di visite al sito è cresciuto costantemente

+ 43 % di visite al 3° mese del progetto SEO

+ 86 % di visite al 4° mese del progetto SEO



PINKO

SEO SOCIAL

Per PINKO sono stati creati:

- 1. Profilo Facebook**
- 2. Account Twitter(uno in italiano e uno in inglese)**

La gestione dei profili social di PINKO prevede lo sviluppo di un vero e proprio piano editoriale settimanale con il numero e tipo di interventi che saranno pubblicati sugli stessi in base alle attività e agli avvenimenti del brand, e alle vicende del mondo della moda in genere

Tipologia dei contenuti:

- Testuali**
- Immagini**
- Video**
- Domande**

I contenuti pubblicati quotidianamente hanno l'obiettivo di stimolare la conversazione tra i membri della community valutando eventuali risposte e/o rilanci.

MAMADIGITAL Case History: PINKO



The image displays three screenshots of the PINKO Facebook page, each highlighting a specific feature of the digital marketing strategy:

- Grafica personalizzata:** The first screenshot shows a highly customized Facebook page layout with a green border. It features a large video player for "PINKO Backstage Fall Winter 2011-2012" and a section for "PINKO COLLECTION FALLWINTER2011/2012". The page is managed by a dedicated moderator.
- Contenuti interattivi:** The second screenshot shows a post about a "PINKO PUZZLE" game, where users can win a PINKO dress by completing the puzzle. This illustrates the use of interactive content to engage the audience.
- Aggiornamenti notizie, foto, video in tempo reale:** The third screenshot shows a post about a "PINKO dress on AMIC" and a collection of photos and videos, demonstrating the real-time updates and multimedia content shared on the page.

Pagina gestita da un moderatore dedicato

Contenuti interattivi

Grafica personalizzata

Engagement
(giochi, concorsi,
sondaggi...)

Aggiornamenti
notizie, foto, video in
tempo reale.



mamadigital

**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE**

Francesca Savoca
Sales Account

Mail: francesca.savoca@mamadigital.com

Tel: +39 0670614560

Cell: +39 3471708241