

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



I Motori di Ricerca: l'aspetto quantitativo

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

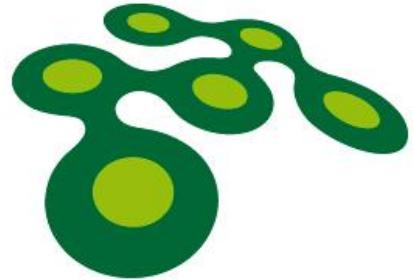
- **Gli utenti si auto-profilano**, esprimendo palesemente i loro interessi
- **Il rapporto con i risultati** di ricerca è vissuto positivamente in quanto
 - **Non è invasivo**
 - **È contestuale** all'argomento cercato

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

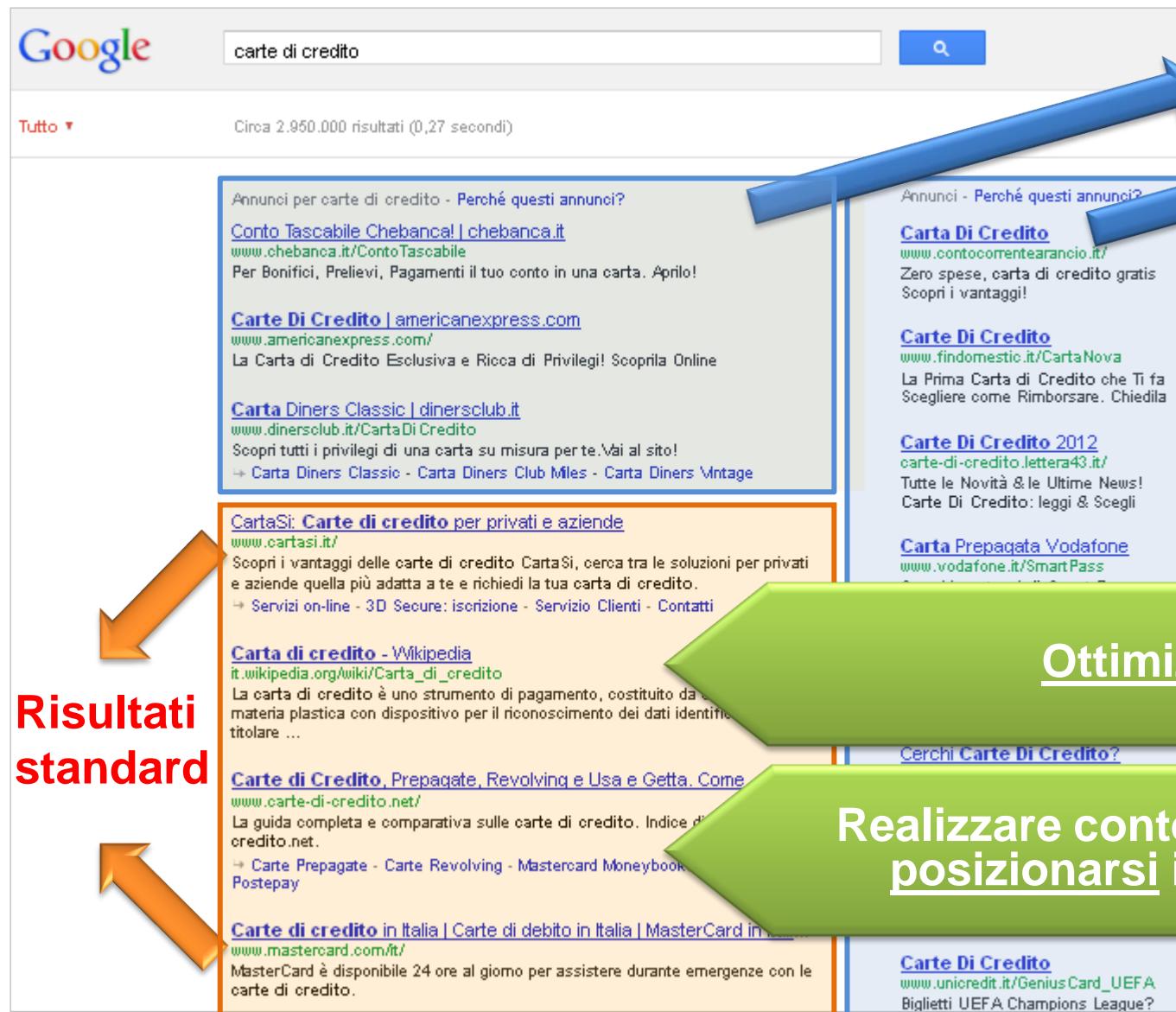


mamadigital

**L'importanza
dei
Motori di Ricerca**

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

Visibilità e posizionamento



The screenshot shows a Google search results page with the following details:

- Search Query:** carte di credito
- Results Count:** Circa 2.950.000 risultati (0,27 secondi)
- Organic Search Results:**
 - Conto Tascabile Chebancal | chebanca.it**
 - Carte Di Credito | americanexpress.com**
 - Carta Diners Classic | dinersclub.it**
 - CartaSi: Carte di credito per privati e aziende**
 - Carta di credito - Wikipedia**
 - Carte di Credito, Prepagate, Revolving e Usa e Getta. Come**
 - Carte di credito in Italia | Carte di debito in Italia | MasterCard in**
- Sponsored Ads:**
 - Annunci per carte di credito - Perché questi annunci?**
 - Conto Tascabile Chebancal | chebanca.it**
 - Carta Di Credito | www.contocorrentearancio.it/**
 - Carte Di Credito 2012 | carte-di-credito.lettera43.it/**
 - Carta Prepagata Vodafone | www.vodafone.it/SmartPass**
 - Carta Di Credito | www.unicredit.it/GeniusCard_UEFA**

Annotations on the left side of the screenshot:

- A large orange arrow points down from the organic search results towards the text "Risultati standard".
- A blue arrow points up from the sponsored ads towards the text "Link sponsorizzati".

Annotations on the right side of the screenshot:

- A large blue arrow points up from the sponsored ads towards the text "Keyword advertising".
- A green arrow points up from the bottom section towards the text "Ottimizzare il sito (SEO)".
- A green arrow points up from the bottom section towards the text "Realizzare contenuti specifici per posizionarsi in testa ai risultati".

Text annotations on the right side:

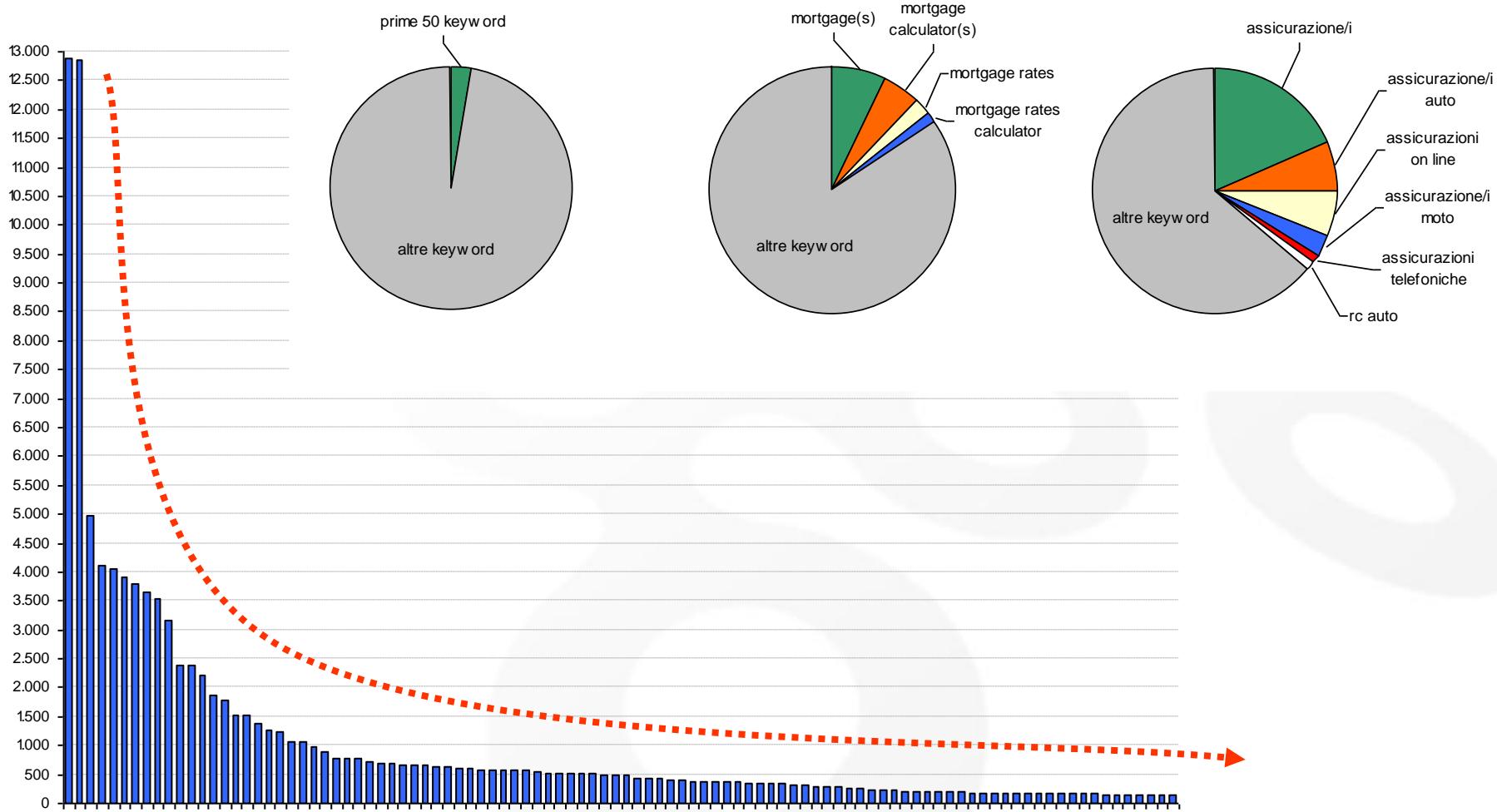
- Link sponsorizzati**
- Keyword advertising**
- Ottimizzare il sito (SEO)**
- Realizzare contenuti specifici per posizionarsi in testa ai risultati**

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

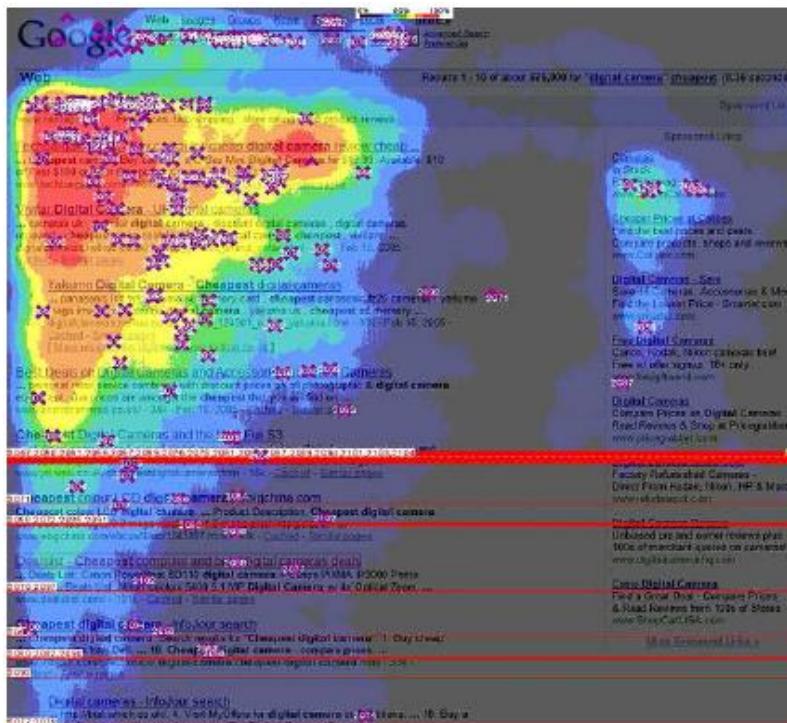


La “Lunga Coda” del search

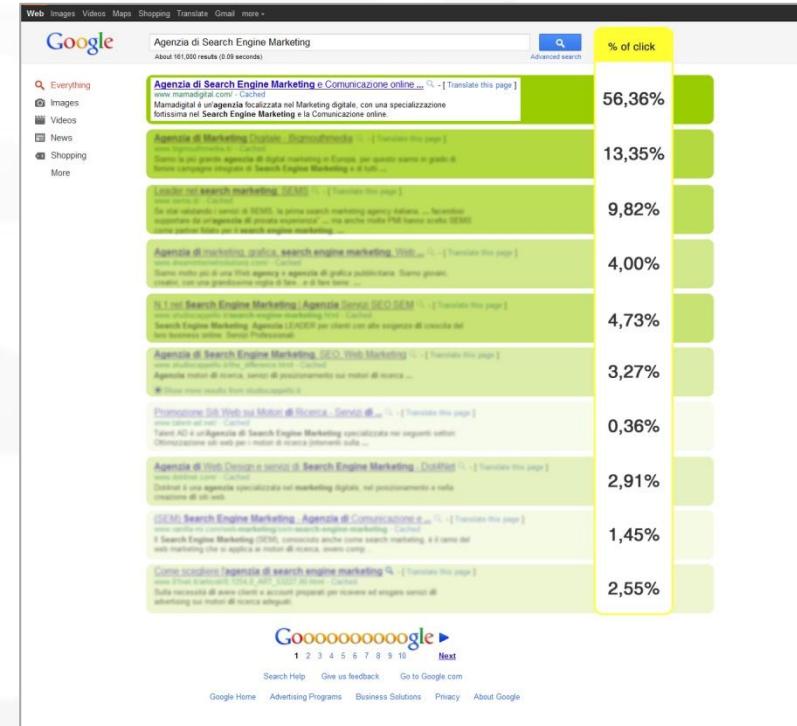


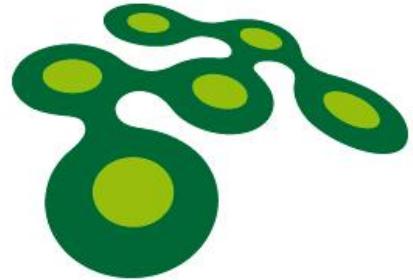
- ✓ Meno del 20% degli utenti va oltre la prima pagina dei risultati di ricerca
- ✓ In caso di ricerca non soddisfacente si cambia query

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



YOUR INTERNET VISIBILITY HUB

[Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Blog](#)

SOCIAL MEDIA MARKETING

Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Line with...
Oltre al social media e oltre, l'area riservata degli strumenti di comunicazione nel social field: Social, marketing, advergaming, eventi e affiliazione con valore per il tuo brand e potenzialità di riconoscimento e attivazione.

Mamadigital
Mamadigital è un agenzia indipendente specializzata nel Marketing digitale, con particolare attenzione al Social Media Marketing e nella Comunicazione Online.
Mamadigital crede nell'esperienza piuttosto che nella teoria, nella conoscenza materna seguita a critiche acute, fiducia e impegno.

Marketing Optimization
I Mestieri di Ricerca sono servizi all'universo perché individuare diversi canali di comunicazione e di diffusione delle nuove idee, ecco perché è necessario avere una conoscenza completa del brand per coinvolgere il più ampio pubblico.

Blog
Mamadigital è sponsor dell'Overdrive New Media & New Internet Festival - Roma 2012 - Catena Eventi

Link Building un servizio di link building per aumentare il traffico. Pubblicato: 1 febbraio 2012 - Catena Eventi

Social Media Optimization

SPINNAI Search Engine Optimization
Online Advertising
Social Media
Email Marketing

PROFILO
DOVE Siamo
COSA Facciamo
LAVORA CON NOI
BLOG

@mamadigital

Mamadigital s.r.l. - Search Engine Marketing and Online Marketing Agency
P.zza Montecatini 10 - 00197 Roma - Italy
+39 06 58000000 - www.mamadigital.com

www.mamadigital.com



Titolo dell'articolo

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.

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

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.

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.

```
<html>
<head>
    ...
</head>
<body>
    ...
</body>
</html>
```



<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?



```
Request URL: http://www.mamadigital.com/it/indirizzi-di-ricerca-siti-mamadigital
```

```
Request URL: http://www.mamadigital.com/it/indirizzi-di-ricerca-siti-mamadigital
```

```
Request URL: http://www.mamadigital.com/it/indirizzi-di-ricerca-siti-mamadigital
```

GLI SPIDER ED IL PROCESSO DI INDICIZZAZIONE



mamadigital

About 39,200 results (0.25 seconds)

- Everything
- Videos
- More

Agenzia di Search Engine Marketing e Comuni
Mamadigital è un'agenzia focalizzata nel Marketing digitale.
Search Engine Marketing e la Comunicazione online.
www.mamadigital.com · Cached · Similar



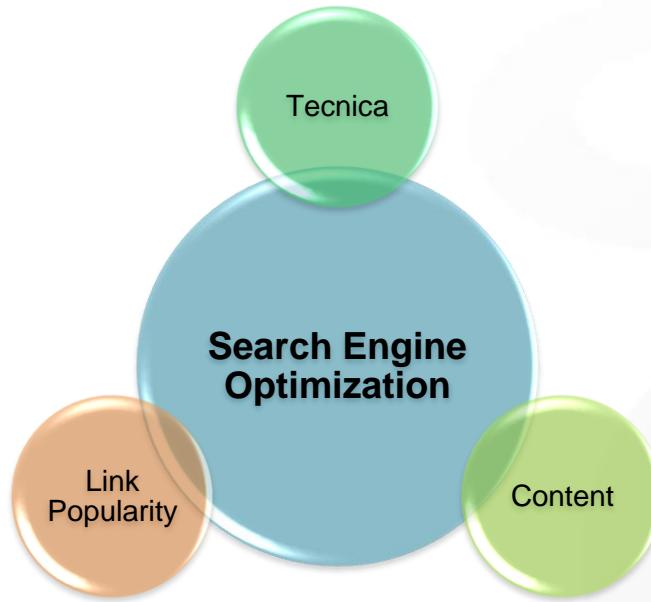
L'UTENTE E IL PROCESSO DI NAVIGAZIONE

- ✓ 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

Search Engine Optimization (SEO)

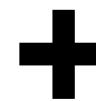
Il **Search Engine Optimization** è l'insieme delle **tecniche** che mirano a rendere il sito **compatibile e accessibile ai Motori di Ricerca**

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 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].substr(0, nameEQ.length) == nameEQ) {
 return ca[i].substr(nameEQ.length);
 }
 }
 return null;
}

function chi() {
 //al docu
}

brand monitoring

Cerca solo nelle pagine in italiano

Online Reputation Management & Brand Monitoring | About You

About You è il progetto che da 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 | Mamadigital - Mozilla Firefox

File Modifica Visualizza Cronologia Segnalibri Strumenti Aiuto

Valute Backlinks Whois Availability Dig PR PageRank Alexa

Campagne Email advertising | Mam...

YOUR INTERNET VISIBILITY HUB

Search Engine Marketing | Online Advertising | Social Media

mamadigital

Home Servizi Profilo Dove Siamo Contatti Lavora con noi Blog

Servizi

- Search engine marketing
- Search engine optimization
- Paid search
- Display & email marketing

Display & Email advertising

Quando si hanno degli obiettivi di puro **Direct Response**, ad esempio se il fine della promozione è quello di ottenere prenotazioni on line, spesso le campagne pubblicitarie sul web prendono naturalmente la via esclusiva del Search, tradizionalmente efficace in questo tipo di promozioni.

In molti casi può essere la scelta giusta, specialmente quando si ha a che fare con brand molto noti che beneficiano della fiducia proveniente dalla propria **awareness** e non hanno difficoltà a convertire utenti in acquirenti.

Google

Tutto Immagini Video Notizie Più contenuti

campagne email advertising

Circa 661.000 risultati (0,14 secondi)

Email. Facciamo tutto noi

Inviamo per te **email** pubblicitarie al tuo cliente tipo: 8.000.000 **mail**

www.juiceadv.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.emallmarketingpro.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**: I 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



Monitoraggio e verifica dei risultati

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

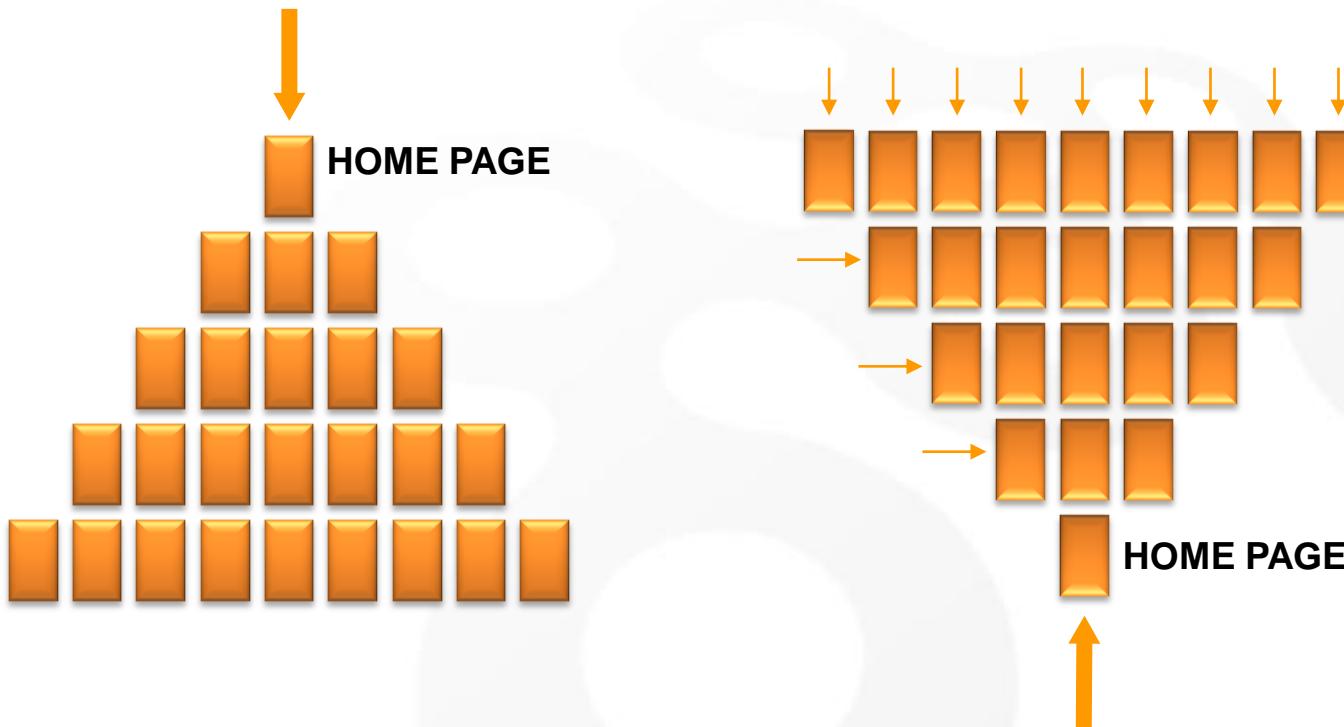
- 1) Analisi delle keyword più digitate dagli utenti**
- 2) Ottimizzazione tecnica del sito**
 - 1) Codice HTML
 - 2) Ottimizzazione del CMS (Content Management System)
 - 3) Ottimizzazione della struttura dei link
- 3) Ottimizzazione dei contenuti**
- 4) Incremento della link popularity**

Creare siti “search engine friendly”

- 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**





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

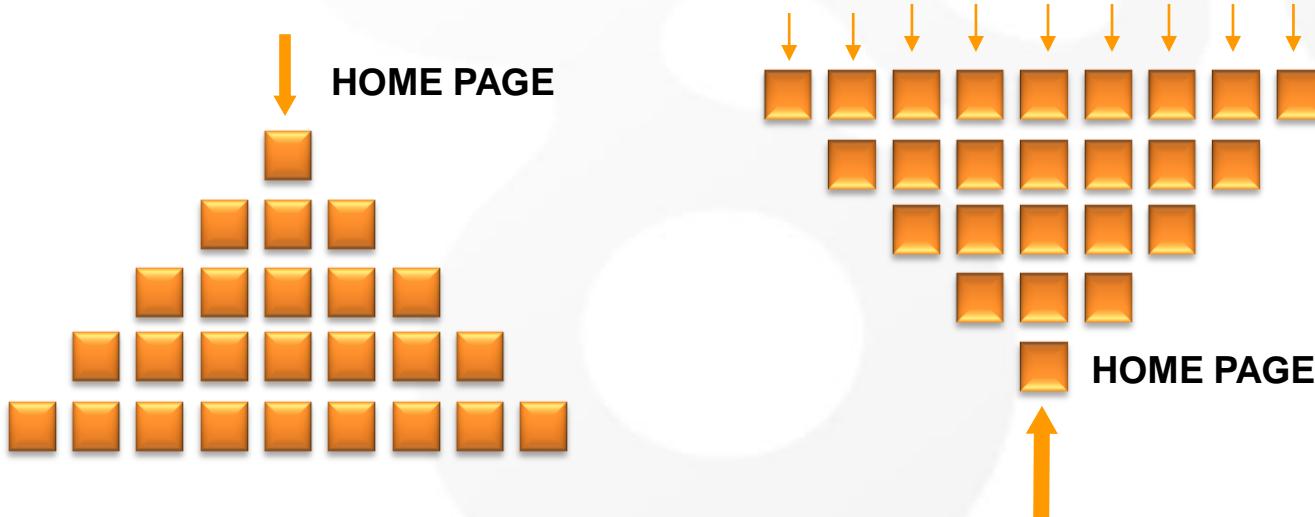
Creare **nuove porte d'ingresso** al sito dai Motori di ricerca

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

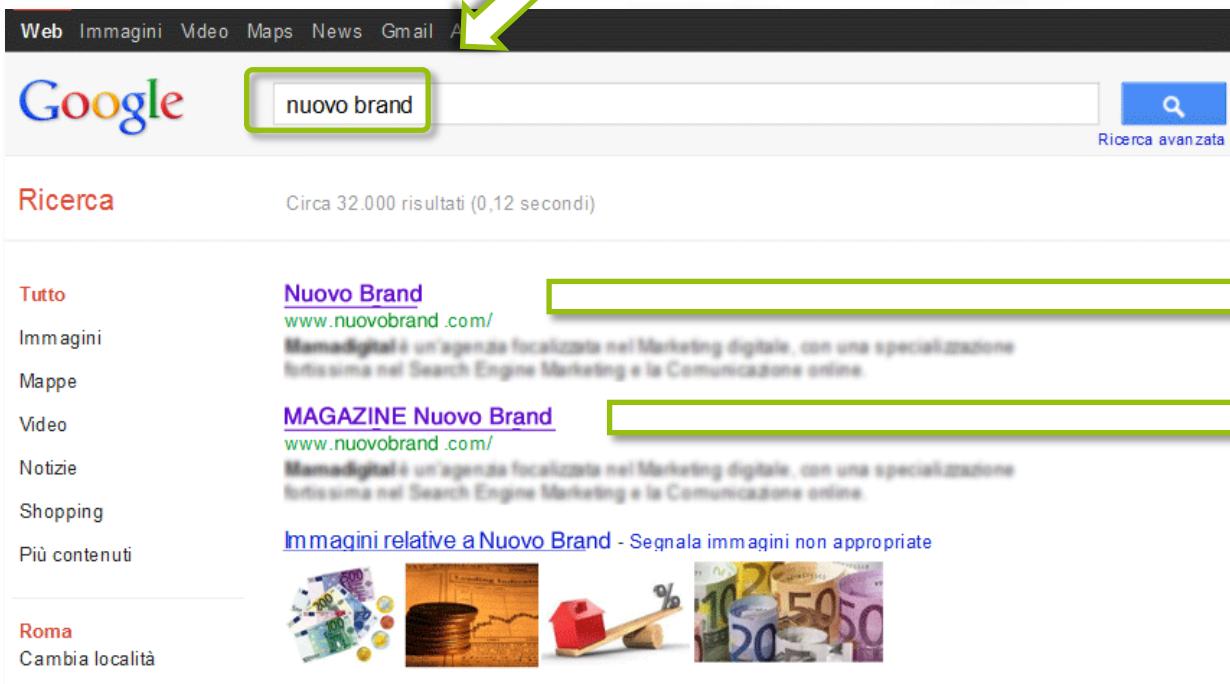


Ogni contenuto viene preceduto da una apposita Analisi Keyword, per la verifica di ciò che gli utenti effettivamente cercano, in modo da ottenere visibilità sugli argomenti più popolari

SEO Content: i nuovi contenuti sui motori di ricerca



A chi potrei rivolgermi per un mutuo?
“mutui ai privati”



Google search results for "nuovo brand":

- Ricerca:** Circa 32.000 risultati (0,12 secondi)
- Tutto:**
 - Nuovo Brand**
www.nuovobrand.com/
Mamadigital è un'agenzia focalizzata nel Marketing digitale, con una specializzazione fortissima nel Search Engine Marketing e la Comunicazione online.
 - MAGAZINE Nuovo Brand**
www.nuovobrand.com/
Mamadigital è un'agenzia focalizzata nel Marketing digitale, con una specializzazione fortissima nel Search Engine Marketing e la Comunicazione online.
 - Immagini relative a Nuovo Brand - Segnala immagini non appropriate**

- Immagini**
- Mappe**
- Video**
- Notizie**
- Shopping**
- Più contenuti**
- Roma**
- Cambia località**

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

La professione del redattore web

Dove interviene il redattore web



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

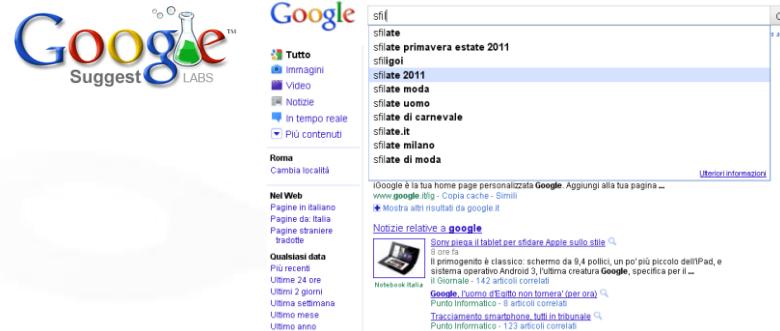


Caratteristiche tecniche della scrittura per il web

I tool per la scelta degli argomenti e delle keyword

1. Google Suggestion Tool

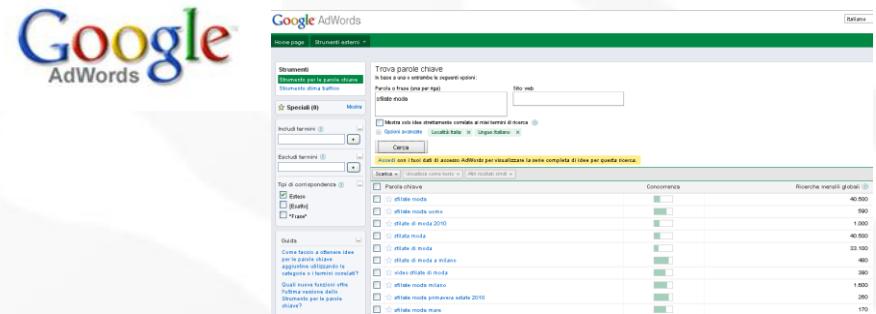
<http://www.google.it/>



The screenshot shows the Google homepage with the search bar containing 'sf'. Below the search bar, a list of suggestions is displayed, starting with 'sfiate' and including 'sfiate primavera estate 2011', 'sfiate 2011', 'sfiate moda', 'sfiate uomo', 'sfiate di carnevale', 'sfiate.it', 'sfiate milano', and 'sfiate di moda'. To the right of the suggestions, there is a link to 'Utile per i tuoi blog' and a 'Cerca' button.

2. Google AdWords (Strumento per le parole chiave)

<https://adwords.google.it>



The screenshot shows the Google AdWords interface with a search term 'Parola chiave' entered in the search bar. On the left, there are filters for 'Speciali' (e.g., 'Affiliati'), 'Inclusi nomi', 'Excludi nomi', and 'Regole'. On the right, a table displays search volume and competition for various terms under the heading 'Trova parole chiave'. The table includes columns for 'Parola chiave', 'Concordanza', and 'Ricerca giornaliera globale'.

3. Google Insights

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



The screenshot shows the Google Insights interface with a search term 'Termine di ricerca' set to 'attuale moda'. The results show a chart titled 'Scopri le tendenze di ricerca nel mondo.' with a legend indicating 'Google Ricerca Web' (blue), 'Tutto il mondo' (green), and '2004 - Presente' (orange). Below the chart, there are sections for 'Categorie', 'Stagionalità', 'Distribuzione geografica', and 'Proprietà'.

Caratteristiche tecniche della scrittura per il web

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

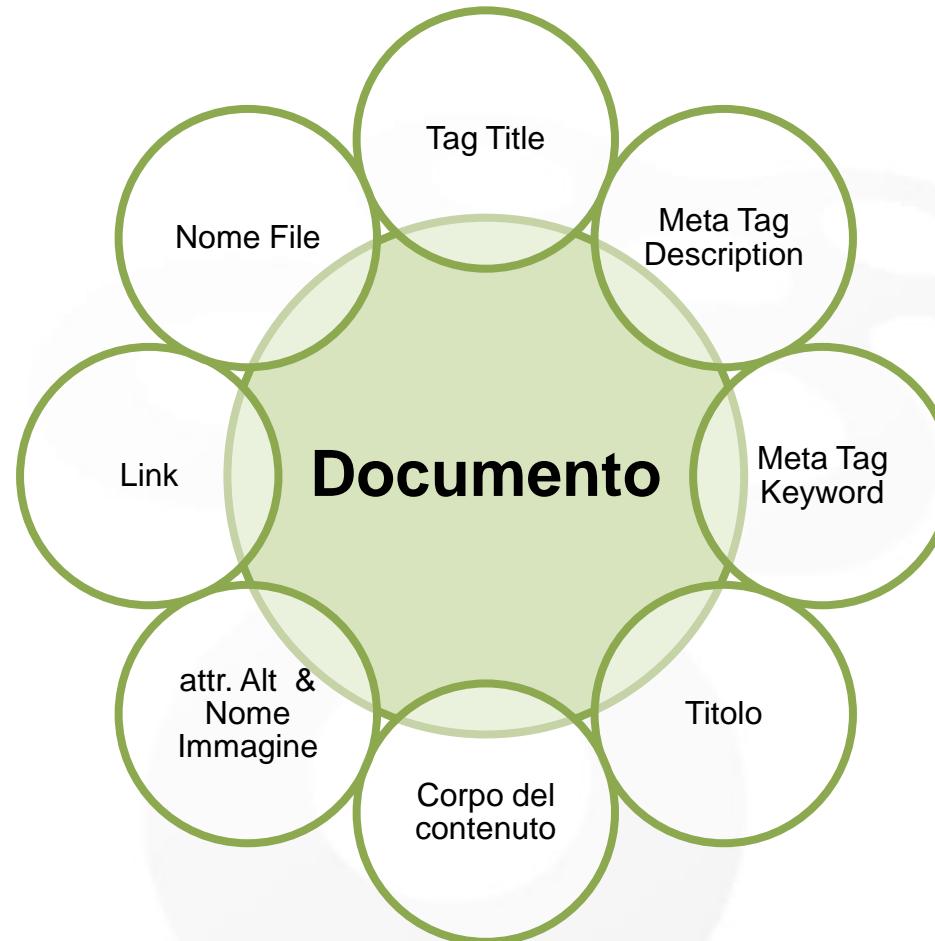


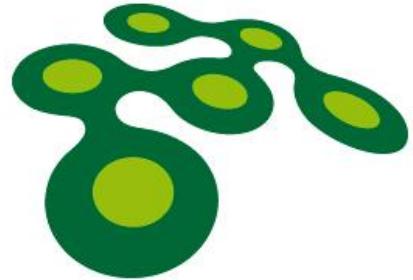
Vicinanza reciproca delle Keyword

Caratteristiche tecniche della scrittura per il web

Gli elementi del documento

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





mamadigital

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



A woman in a grey cardigan and blue shorts is shown in profile, looking thoughtful with her hand to her chin. A large green thought bubble originates from her brain, containing the text: "Ultime novità dalle sfilate di moda...?".

The background features a search results page for "sfilate di moda" on Google. The search bar at the top contains the query "sfilate di moda". Below it, a snippet of the first result is visible: "Sfilate di Moda Donna Primavera Estate 2011 - Leiweb". The page also includes a sidebar with filters like "Cerca nel Web", "Qualsiasi data", and "Tutti i risultati".

+Tu [Ricerca](#) [Immagini](#) [Video](#) [Mappe](#) [News](#) [Shopping](#) [Gmail](#) [Altro ▾](#)

Google

Cerca

Circa 1.810.000 risultati (0,21 secondi)

Tutto

[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 modelli, idee per chi vuole essere sempre in linea con le ...
↪ ABC moda inverno 2011 2012 - 8 look moda inverno - Creare un look - Tendenze

Sfilate di moda 2009 iEAo - YouTube



[www.youtube.com/watch?v=OkoqZELZPBHU](#)
7 lug 2009 - 3 min - Caricato da iEAoTube
Sfilata di moda 2009 iEAo in collaborazione con: hairup, umbricity, demodè, libera oberdan riprese ...

sfilate di moda abbigliamento uomo donna online on line primavera ...



[www.youtube.com/watch?v=N3K80tIO-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** »

Notizie relative a **sfilate di moda**

[Milano Moda Donna, sfilate di febbraio 2012](#)
Luxgalleria - 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

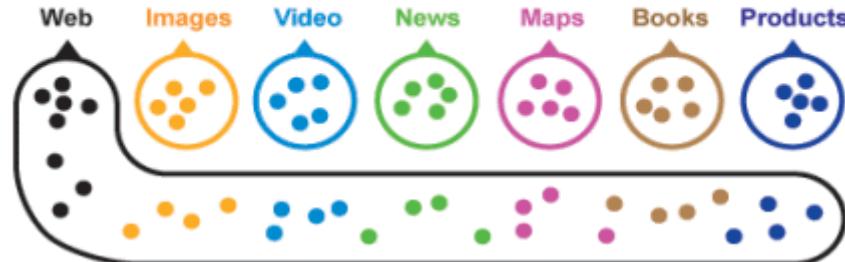
Old Google Model

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



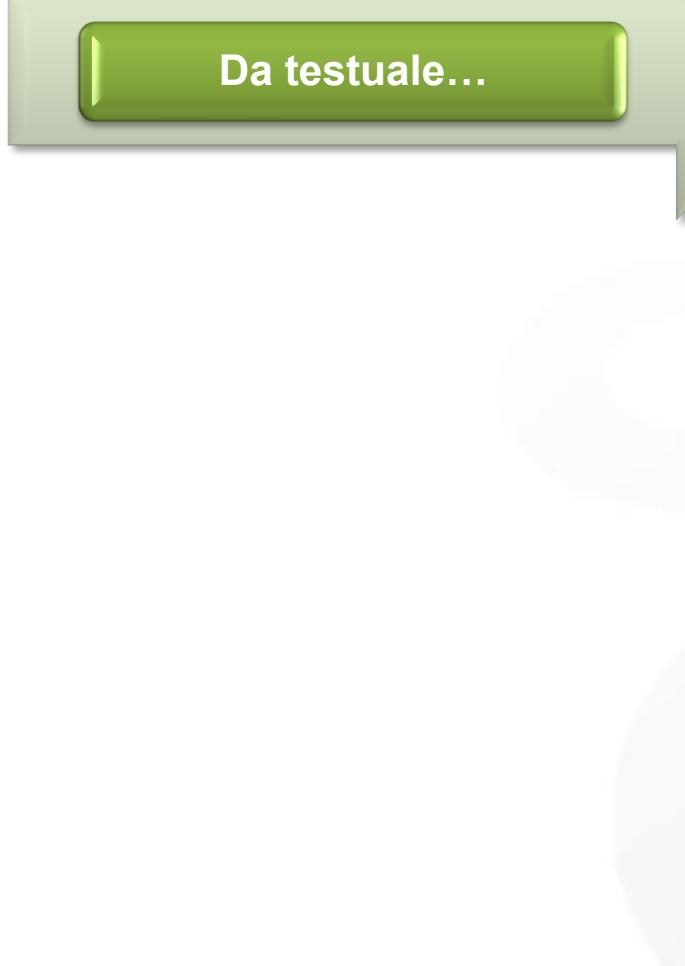
New Google Model: Universal Search

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 

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.

Ad una indicizzazione universale

... A UNIVERSELE

UNIVERSAL OPTIMIZATION®

Calciomercato.com

Notizie

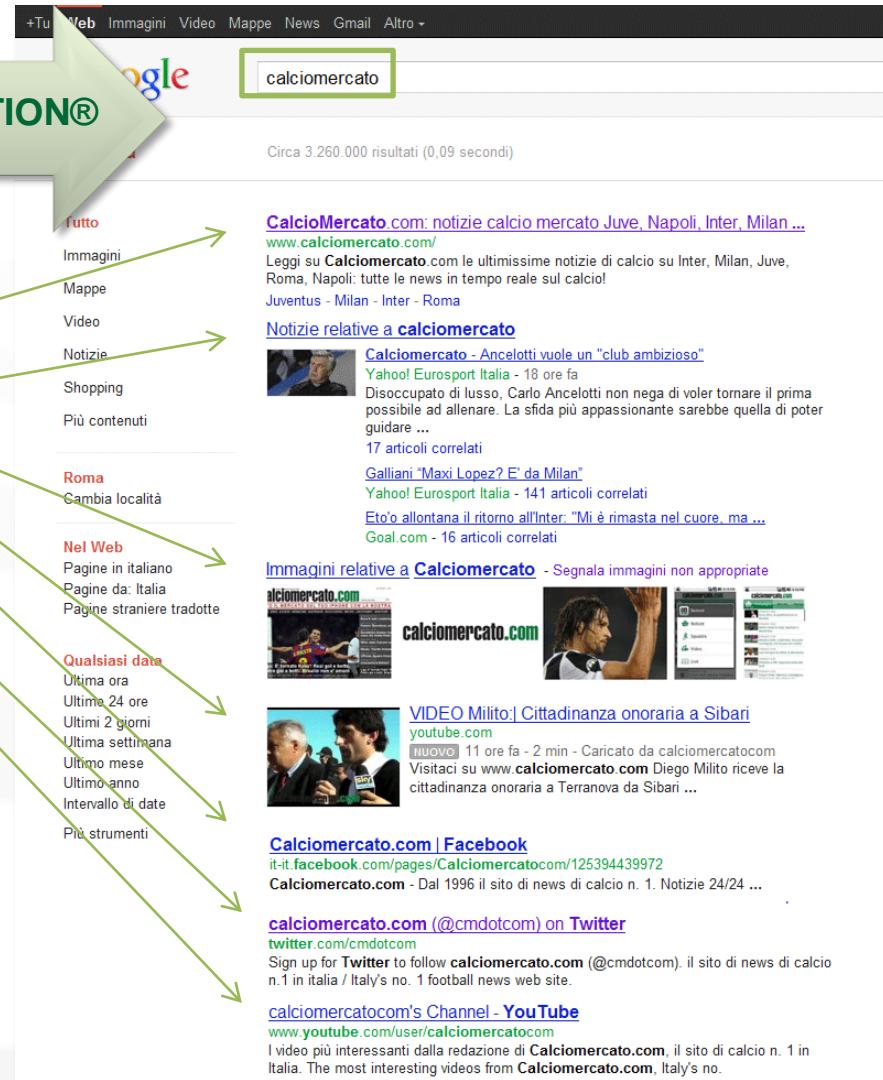
Immagini

Video

Profilo Facebook

Profilo Twitter

Profilo YouTube



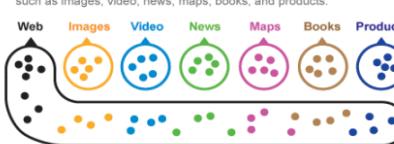
The screenshot shows a Google search results page for the query "calciomercato". The results are categorized by type: **Tutto**, **Immagini**, **Mappe**, **Video**, **Notizie**, **Shopping**, and **Più contenuti**. Below these categories, specific results are listed, such as news articles from CalcioMercato.com, images related to the site, and video clips from YouTube.

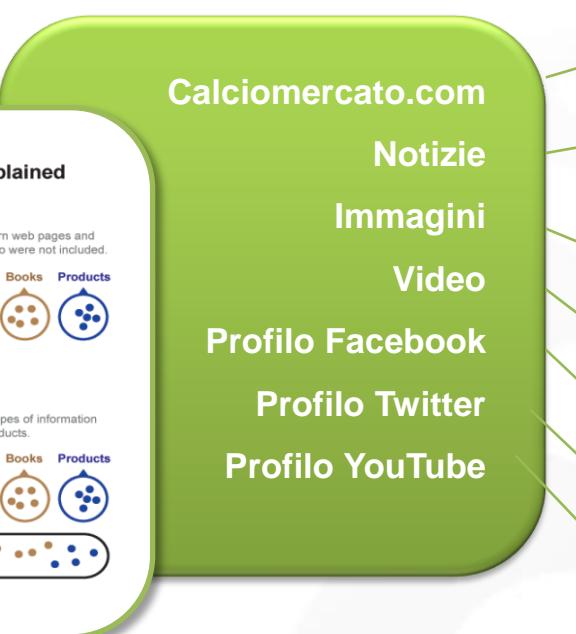
Google Universal Search Explained

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.





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

Esempi di progetti SEO



- ✓ Servizio: Universal Optimization (Search Engine Optimization, SEO Content, Social Media)
- ✓ Lingue: italiano, inglese, francesi, 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



- ✓ 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)

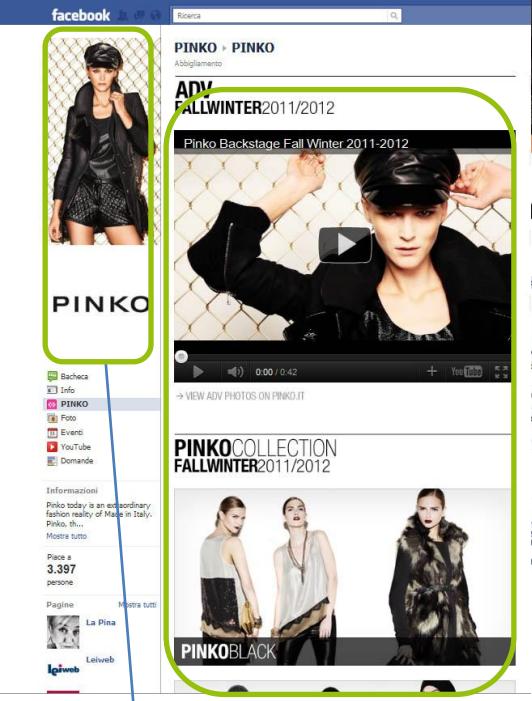
La gestione dei profili social di PINKO prevede lo sviluppo di un vero e proprio piano editoriale settimanale con il numero e tipo di interventi che saranno pubblicati sugli stessi in base alle attività e agli avvenimenti del brand, e alle vicende del mondo della moda in genere

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.

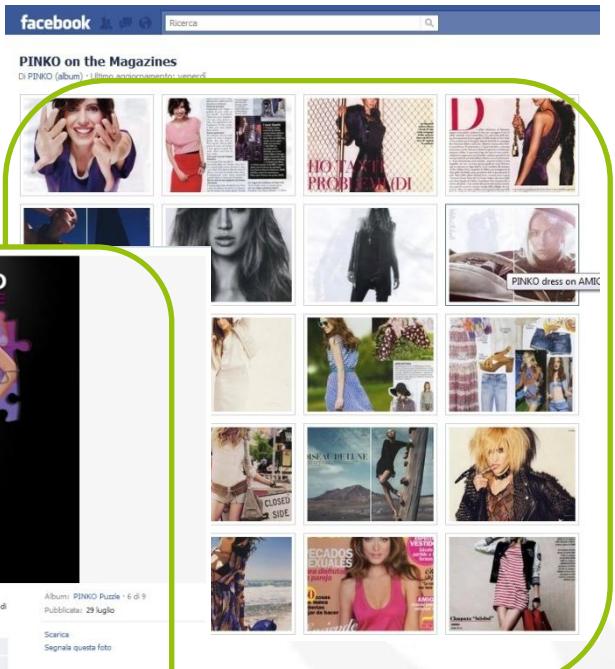
MAMADIGITAL Case History: PINKO



Contenuti interattivi



Pagina gestita da un moderatore dedicato



Engagement (giochi, concorsi, sondaggi...)

Aggiornamenti notizie, foto, video in tempo reale.

Grafica personalizzata



mamadigital

**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE**

**Francesca Savoca
Sales Account**

Mail: francesca.savoca@mamadigital.com

Tel: +39 0670614560

Cell: +39 3471708241