



Search Engine Marketing (SEM)

A cura di:
dott. Adelia Piazza



Il *search engine marketing* (**SEM**), è il ramo del web marketing che - in sinergia con la *search engine optimization* (**SEO**) - comprende tutte le attività atte a generare traffico qualificato verso un determinato sito web.

Fare SEM equivale a:

- studiare e segmentare il proprio target di riferimento;
- identificare le parole chiave utilizzate dai navigatori per trovare siti e prodotti;
- individuare i sistemi di promozione più adatti e meno costosi per trovare nuovi clienti

S.E.M. - Definizione

La segmentazione, nel marketing, ha l'obiettivo d'identificare gruppi di **clienti-target** suddividendo il mercato di riferimento in sottoinsiemi omogenei. Rappresenta anche l'occasione per scoprire nuovi segmenti potenziali.

Una efficace analisi di segmentazione permette di identificare:

- i clienti ai quali ci si rivolge;
- i concorrenti diretti che si dovranno affrontare;
- i fattori chiave di successo che bisogna poter governare;
- le tecnologie da adoperare.

Perché segmentare?

- **S.E.O. OPTIMIZATION** → le sue attività si concentrano principalmente su fattori di posizionamento "**on-site**", cioè elementi riguardanti l'ottimizzazione dell'architettura di un sito, delle sue singole pagine e di tutti gli elementi di contenuto che lo compongono.
- **S.E.M. OPTIMIZATION** → le sue mansioni principali si focalizzano sui fattori di posizionamento "**off-site**", cioè elementi esterni al sito ma che su di esso hanno un effetto diretto.

Si occupa inoltre di pianificare e gestire:

- campagne *Pay per Click* e *Pay per Impression*;
- incrementare la link popularity;
- valutare i ritorni delle azioni intraprese tramite appositi strumenti di web analisi.

Ottimizzazione on/off page

Tra i principali obiettivi possono essere elencati:

- **Benchmarking online:** studio dello scenario competitivo sui motori di ricerca (sia in termini di saturazione del canale che in termini qualitativi dei messaggi/contenuti proposti);
- **Online branding:** incremento della notorietà di marca attraverso il presidio delle SERP (Search Engine Results Page);
- **Database building:** alimentazione di un database per avviare ulteriori attività di marketing (es. E-commerce) sfruttando il canale-motore come porta di ingresso verso le iniziative promozionali;
- **Lead generation:** generazione di liste - contatti altamente qualificati e motivati all'acquisto a partire dai risultati dei motori di ricerca.

Si riflettono su tre delle variabili più importanti dell'attività di marketing in generale: **budget, target e tempo**.

- Alto controllo sul **budget**: la possibilità di tenere costantemente sotto controllo la propria spesa pubblicitaria permette di massimizzare il ROI nel tempo e di abbassare sempre di più il costo di contatto/vendita.
- Continuo monitoraggio del **target**: attraverso azioni SEM è possibile studiare i potenziali clienti durante tutta la durata delle campagne; inoltre, se si ha l'obiettivo di "vendere" è possibile raggiungere soltanto utenti interessati ai propri prodotti (geo-localizzazione, interessi, caratteristiche socio-demografiche del target).
- Minor **tempo** necessario: fatta eccezione per le fasi strategiche, utilizzare i canali promozionali tipici di una strategia SEM è un'operazione che richiede poco tempo. Parallelamente anche per studiare il mercato i tempi si accorciano notevolmente.

Vantaggi principali del SEM

L'ottimizzazione off-page fa riferimento al lavoro che si compie al di fuori del sito con lo scopo di aumentarne la **visibilità** e la **link popularity** attraverso:

- Blog
- Forum tematici
- Altri siti web
- Social network

Strumenti di ottimizzazione off-page

Il posizionamento dei siti web nei risultati dei motori di ricerca (SERP) su determinate keywords avviene principalmente grazie alla Link Popularity e al Page Rank.

- **LINK POPULARITY:** è la popolarità di un sito o di una pagina per alcuni termini di ricerca. Si guadagna cercando di ottenere la "fiducia" di altri siti ricevendo link diretti da questi col fine di incrementare traffico e notorietà. È importante considerare il rapporto tra link in ingresso e link in uscita.
- **PAGE RANK (PR):** misura il valore di importanza attribuito da Google a ogni singola pagina web. È un valore numerico espresso da 0 a 10, in riferimento al rapporto tra *inbound link* e *outbound link* e alla loro qualità semantica.

Link popularity e PR

Ottenere **link reali in ingresso** al proprio sito: questi fungono da vere e proprie autostrade che indirizzano gli utenti.

NOTA: i motori di ricerca premiano i link provenienti da altri siti con argomenti simili, e keywords - anche se non uguali - di argomenti correlati. I link tra siti non correlati sono inutili o dannosi addirittura.

- Scegliere un numero congruo di **forum**, registrarsi come utenti, iniziare a partecipare alle discussioni utilizzando il link nella firma.
- Incrementare la propria presenza e attività sui social network per espandere la rete di contatti.
- Valutare le parole chiave, il settore merceologico e il grado di concorrenza che caratterizzano il sito e poi misurare i risultati delle azioni di ottimizzazione poste in essere.

Incrementare la link popularity

Ci sono diversi modi per misurare la link popularity di una pagina o di un sito web.

A titolo d'esempio ci avvaliamo del sito ufficiale del teatro Massimo di Palermo, per valutare i diversi risultati ottenuti.

1. Operatore link di Google

link: teatromassimo.it

lista dei backlink rilevati:

- 101 per Google

2. Operatore complementare di Bing

"teatromassimo.it" - site:teatromassimo.it

- 4.350 risultati


Misurare la link popularity

- La valutazione fatta da Google sulla pertinenza dei contenuti della home page di *teatromassimo.it* è pari a:

6 / 10


- Si può ritenere un buon risultato.

Page rank di teatro massimo.it



PROSSIMA OPERA | La damnation de Faust

Home
In scena
Servizi
Il Teatro
Scuole
Sala Stampa
Archivio




Dal 22 al 29 gennaio | January 22 - 29

LA TRAVIATA

Melodramma in tre atti
Musica di Giuseppe Verdi

Biglietti da 10 a 125 €
Acquista Online
➔ Buy now


[\[Informazioni\]](#)
[\[Find out more\]](#)



LA DAMNATION DE FAUST
22-29 gennaio | Jan 22-29
➔ Biglietti | Buy now

Concerto inaugurale 2012

TEMIRKANOV
Filarmonica S. Pietroburgo
27 gennaio | Jan 27
➔ Biglietti | Buy now




LA TRAVIATA
21-29 febbraio | Feb 21-29
➔ Biglietti | Buy now

Gennaio 2012 Vai

L	M	M	G	V	S	D
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

La damnation de Faust al Teatro Massimo di Pale

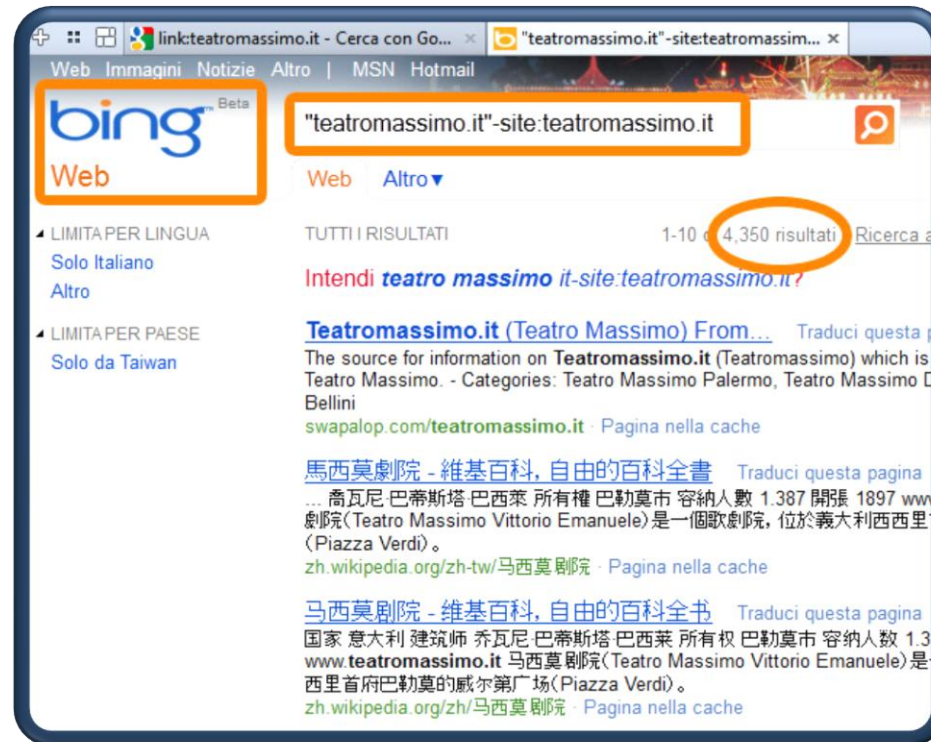


La damnation de Faust inaugura la stagione 2012

È frutto di una prestigiosa coproduzione internazionale lo spettacolo per il titolo inaugurale della Stagione 2012 del Teatro Massimo, *La damnation de Faust* di Hector Berlioz (22-29 gennaio): un allestimento, già definito dalla critica inglese come un capolavoro, realizzato dal Massimo con la ENO-English National Opera di Londra e alla Vlaamse Opera di Anversa e Gent, e che vanta la firma di una celebrità come **Terry Gilliam**, geniale innovatore del linguaggio televisivo, cinematografico e teatrale postmoderno, per la prima volta impegnato nell'opera. A dirigere l'Orchestra, il Coro e il Coro di voci bianche del Teatro Massimo ci sarà una fra le più note bacchette di oggi, Roberto Abbado. Interpreti vocali Gianluca Terranova come Faust, Anke Vondung nel ruolo di Marguerite e Lucio Gallo in quello di Méphistophélès.

[\[Comunicato stampa\]](#) | [\[Biglietti online\]](#)

www.teatromassimo.it



Misurare la link popularity

- Se non si procede in modo “etico” (spam, flame, acquisto massiccio di link non pertinenti-link building) è facile ritrovarsi con penalizzazioni da parte di Google.
- Il mondo dei motori di ricerca è in costante evoluzione, non esistono dunque regole auree che possano essere usate all’infinito.

Rischi e criticità

- Le azioni virali sono un altro strumento in mano agli esperti SEO e SEM per aumentare la notorietà di un sito web. Le strategie di viral marketing sono “**strategie pull**” in quanto incoraggiano gli individui a trasferire un messaggio ad altri, replicandolo in maniera esponenziale e dunque generando un qualche tipo di influenza.

Elementi principali di un'azione virale:

- dare qualcosa agli utenti in maniera gratuita;
- muoversi rapidamente e con facilità;
- puntare sul canale emotivo, su motivazioni e comportamenti comuni;
- scegliere un epicentro di propagazione valido.

Viral marketing

- Per **Link baiting** si intende qualsiasi contenuto di un sito internet che catturi l'attenzione dei visitatori e che funzioni da "esca" per attirare sul proprio sito dei link spontanei e quindi dotati di grande valore ai fini del posizionamento.
- Creare dei contenuti davvero interessanti ne genera la condivisione da parte degli utenti che citano il link nei social network e nei propri blog, tanto da aumentare la Link Popularity della pagina e probabilmente anche il PageRank.

Esempio di viral marketing: **Link baiting**

- Una tipica azione S.E.M può essere l'utilizzo di **Google Adwords** oppure **Yahoo Search Marketing (ex Overture)** al fine di presentare in modo diretto un prodotto, un servizio oppure un sito portando il clic da parte di una utenza estremamente mirata all'interno di una pagina studiata appositamente (**landing page**).
- **GOOGLE ADWORDS:** l'iscrizione a questo programma consente la presenza di un sito, rispondente a specifiche parole chiave per le quali comparire, sulla parte superiore o nella colonna di destra nelle SERP di Google.

Il costo di tale forma pubblicitaria è direttamente collegato a due variabili:

1. numero dei clic fatto dalle persone nell'annuncio pubblicato (PPC o CPC);
2. numero di impressioni visualizzate (CPM).

Google Adwords

Sono un nuovo modo di fare SEO e SEM.

Tra i principali social network utilizzati in Italia si possono annoverare:



Questi siti fungono da aggregatori d'informazioni e di utenti che sono tutti potenziali clienti di un servizio o di un prodotto. Le loro conversazioni sono preziose perché spontanee e "naturali" (non filtrate in alcun modo).

I Social Network

I social network potrebbero risultare utili per chi si trova a dover ottimizzare un sito web perché è possibile:

- condividere link;
- gestire eventi e appuntamenti;
- creare interesse rispetto a una segnalazione;
- far emergere keywords interessanti;

Ottenendo dei risultati pressoché immediati e misurabili:

- aumento della link popularity per i termini usati nel collegamento;
- incremento di traffico da parte degli utenti che visiteranno le pagine segnalate;
- mantenimento/incremento dello stock di presenza e reputazione sul web.

Utilità dei social Network

I **Social Network** sono considerati dagli esperti i nuovi luoghi dove poter praticare con più efficacia il pay-per-click (PPC) per due ordini di ragioni:

- 1. Psicologico:** sui motori di ricerca gli annunci possono perdere la propria efficacia perché gli utenti sono concentrati verso il compito/ricerca da svolgere. La predisposizione mentale di un utente che frequenta un social network è invece più rilassata e la pubblicità non è vista come una distrazione.
- 2. Economico:** precisione di intercettazione e raggiungimento del target perché gli annunci appaiono non solo per pertinenza di termini ma anche per molte altre categorie di segmentazione.

L'attività di gestione di campagne di link a pagamento su siti e portali che maggiormente consentono di raggiungere il target d'impresa è chiamata **S.E.A. (Search Engine Advertising)**.

Social Network & Pay per click



Nella **home page** troviamo in basso, nella sezione denominata **footer**, i bottoni di collegamento alle pagine dei due più diffusi social network: Twitter e Facebook. Inoltre è presente il collegamento al canale YouTube del Teatro Massimo.

Social references on Teatromassimo.it

facebook

Fondazione Teatro Massimo Palermo Mi piace

Teatro · Palermo

3.747 di "Mi piace"

273 persone che parlano di questo argomento

6.248 sono state qui

Recensioni Tripadvisor!

Bacheca

Fondazione Teatro Massimo Palermo ha condiviso un link.

Al Massimo Gilliam il sognatore e il suo Faust dei particolari- gds.it
www.gds.it

Dal romanticismo al nazismo, perfetto il debutto operistico, con 'La damnation de Faust' di Hector Berlioz, dell'eccentrico cineasta che ammalia e trascina anche grazie all'elegante 'fraseggio' del maestro Roberto Abbado. Si inizia alle 20.45 con un applauso che

twitter Ricerca

Dettagli su @teatromassimo

555 Tweet

90 Following

506 Follower

19 In lista

Segui

Invia follow teatromassimo al tuo codice operatore

You Tube Sfoggia

Teatro Massimo | Palermo

199 iscritti

236131 visualizzazioni video

In primo piano Feed Video Cerca nel canale

Video caricati **1 - 10 di 76** Riproduci tutto

Informazioni su Teatro Massimo | Palermo

Social references on Teatromassimo.it

- Le azioni di ottimizzazione sono sempre più orientate verso gli individui (**user oriented**) con lo scopo di portare al sito, tramite un'attività di networking, il maggior numero di visitatori realmente interessati ai suoi contenuti.
- Le piattaforme sociali sono eccellenti strumenti di divulgazione di news perché:
 1. consentono di condividere url di altre risorse presenti nel web;
 2. consentono di ricevere preziosi feedback da un pubblico di nostro interesse;
 3. consentono di tenere sotto controllo il budget allocato per eventuali azioni pubblicitarie.

Molte imprese li stanno testando come servizio di assistenza per clienti e come strumento di **autopromozione**.

Social Networking

Una buona strategia S.E.M. può prevedere le seguenti azioni da esperire sulle piattaforme sociali:

- Aggiornare con maggiore frequenza le pagine di profilo.
- Ampliare e approfondire la rete di relazioni (followers e amici).
- Aggiungere il bottone di collegamento a **LinkedIn** (utile anche per creare e ricevere recensioni da parte di professionisti ed esperti).
- Inserire documenti interessanti in modo da reindirizzare gli utenti verso il sito.
- Predisporre campagne stagionali di viral marketing.
- Programmare campagne pubblicitarie con **Page Post Facebook Ads e Twittad**: realizzando inserzioni contenenti parole chiave primarie e a tema per ogni messaggio.

Site Networking

marketing highlights

Per comprendere l'importanza del SEO e del SEM, come funzionano i motori di ricerca e in generale le opportunità offerte dal web marketing, puoi leggere o scaricare gratuitamente dal sito di astudio.it dei semplici ma interessanti documenti che aiutano a conoscere come funziona il mondo del web. Non perdere l'opportunità di esplorare questo "nuovo mondo", perché con il web e le sue dinamiche dovremo confrontarci in ambiti sempre più numerosi e in misura sempre maggiore...

Puoi scaricare gratuitamente i **marketing highlights** di astudio.it dall'omonima pagina del sito o richiederli per email.

 [Vai alla pagina](#)



Per informazioni tecniche o commerciali visita il sito: www.astudio.it oppure scrivi a: adelia.piazza@astudio.it

Crediti