

## WebMarketing & Motori Di Ricerca

***“1.000.000.000 circa di utenti, nel mondo, utilizzano Internet sia per esigenze personali sia professionali; ogni secondo viene pubblicato un nuovo SitoWeb”***

**Il “WebMarketing” è l’operazione che consente di promuovere sulla rete Internet il proprio SitoWeb, e quindi la propria azienda, aumentandone la visibilità e gli accessi per reperire nuovi clienti.**

Questa operazione viene effettuata utilizzando i Motori di Ricerca (o MDR): Google, Yahoo!, Virgilio, Altavista, Arianna, Bing, ecc., quelli cioè che noi tutti utilizziamo per effettuare delle ricerche nella rete Web.

**I Motori Di Ricerca rappresentano uno dei più importanti ed efficienti strumenti per la ricerca di informazioni nella rete Web e per la promozione di un Sito.**

Attraverso questi, gli utenti di tutto il mondo possono trovare le informazioni che cercano in un mare sempre più affollato di Siti Internet.

Le statistiche più recenti, indicano che oltre il 90% degli utenti Internet si è servito di un Motore di Ricerca, il 63% ne usa regolarmente uno o più di uno e che oltre il 70% degli accessi ai Siti è generato dai Motori di Ricerca stessi. Ciò evidenzia quanto sia importante la presenza del proprio SitoWeb in questi "database".

I Motori di Ricerca sono la risorsa principale per la ricerca di informazioni su Internet e sono la funzione in assoluto più utilizzata sul Web: tra i primi 10 siti più visitati in assoluto su Internet, 6 sono Motori di Ricerca, con medie che superano anche i 10milioni di accessi al giorno.

**Il Web è basato su un principio ben preciso: è l’utente che cerca le informazioni, al contrario di quanto invece avviene per altri mezzi mediatici, dove l’utente riceve passivamente le informazioni.**

I Siti che figurano in testa ai risultati delle ricerche godono di visibilità massima e hanno un alto numero di accessi.

La crescita esponenziale delle informazioni disponibili in rete e l’assenza di regolamentazione in materia di classificazione delle informazioni, rendono difficile l’accesso alle informazioni stesse.

Ecco quindi cosa rende i Motori di Ricerca uno strumento di marketing unico e insostituibile e perché, nel pianificare l’azione promozionale per un SitoWeb, una delle prime attività da svolgere è quella di registrare, indicizzare e posizionare il Sito stesso nei principali e più importanti Motori di Ricerca.

Una tale attività di promozione di un SitoWeb produce i seguenti vantaggi: pubblicità mirata con un maggiore rapporto di conversione visita/contatto o visita/acquisto, visitatori qualificati e realmente interessati all’oggetto del Sito, informazioni sugli utenti e monitoraggio degli accessi, ottimo rapporto prezzo/risultati rispetto ad altre forme di promozione.

**Il “WebMarketing” dovrebbe essere alla base delle azioni di promozione di un SitoWeb.**

Va pianificato con cura ed in genere va affidata ad aziende specializzate, in grado di garantire dei risultati certi e un completo monitoraggio dei risultati.

## Indicizzazione e Posizionamento nei Motori Di Ricerca

Ogni Motore Di Ricerca (o MDR) adotta strategie e tecnologie diverse. Esistono MDR basati su Directory, nei quali un SitoWeb viene catalogato in base alle categorie di appartenenza, ed altri dotati di Agenti (Spider o Crawler) in grado di navigare e analizzare le Pagine Web al fine di inserire i dati raccolti nei propri DataBase.

Allo scopo di fornire strumenti sempre più precisi e veritieri ai navigatori, e per cercare di arginare opere di Spamming e trucchi illeciti operati dagli stessi WebMaster, le tecniche per l'Indicizzazione mutano, variando quindi la "considerazione" che i MDR possono avere dei SitiWeb proposti. Per questo motivo è necessario operare con tecniche considerate "lecite", e monitorare costantemente le attività di ciascuno MDR, al fine di mantenere le posizioni, e di evitare penalizzazioni o vere e proprie eliminazioni dagli indici.

### Il Posizionamento

La posizione di un SitoWeb nei risultati dei MDR è determinata da diversi fattori, anch'essi variabili in base al motore stesso. Di seguito alcuni dei più importanti:

- Caratteristiche del SitoWeb: dimensioni, links, tecnologie utilizzate, frequenza di aggiornamento;
- Link-Popularity, intesa come quantità e qualità dei links diretti al SitoWeb;
- Parole Chiave: l'uso di parole molto competitive rende più difficile ottenere buone posizioni;
- Nome Dominio: avere parole chiave all'interno del nome del Dominio aumenta le possibilità di posizionamento;
- Ottimizzazione delle Pagine: esistono tecniche specifiche per aumentare la "recettività" delle pagine Web, legate al codice inserito nelle pagine stesse;
- Esistenza di contratti commerciali stipulati con i MDR per iscrizioni a pagamento.

### Le garanzie

Il fatto che un SitoWeb venga o meno "accettato" da un MDR non è completamente garantito. In alcuni (rari) casi, per determinate caratteristiche delle pagine sottoposte, un motore può rifiutare l'indicizzazione.

Si può altresì affermare che NON ESISTONO GARANZIE sul posizionamento di un SitoWeb, se non attuando campagne a pagamento presso i MDR stessi. A tal fine di seguito è riportato un paragrafo tratto il 6 Settembre 2005 dalla pagina

["http://www.google.it/intl/it/webmasters/seo.html"](http://www.google.it/intl/it/webmasters/seo.html) del SitoWeb di Google, che evidenzia questo aspetto in modo esplicito:

## **”Nessuno può garantire che il vostro SitoWeb compaia al primo posto nei risultati di Google.**

Fate attenzione ai SEO che affermano di garantire posizioni di rilievo o di vantare un "rapporto speciale" con Google o che garantiscono una "segnalazione prioritaria" su Google.

Non è prevista alcuna segnalazione prioritaria su Google: è infatti possibile segnalare un SitoWeb direttamente a Google solo tramite la pagina Aggiunta di un URL o utilizzando il programma Google Sitemaps (Beta). Potete farlo da soli a costo zero.”

### **Le tempistiche**

I tempi di reazione necessari ai MDR per indicizzare un SitoWeb o per mutarne il posizionamento variano da motore a motore, e possono essere controllati solo in parte, sempre escludendo l'esistenza di contratti specifici a pagamento.

Per l'indicizzazione iniziale i MDR possono richiedere da 2 settimane a periodi molto più lunghi, di 3/4 mesi.

## **Caratteristiche Tecniche**

### **Analisi preliminare**

Verranno analizzate le caratteristiche del SitoWeb per verificare la fattibilità e le modalità dell'intervento:

- Analisi e verifica di inerenza e competitività delle Parole Chiave fornite dal Cliente;
- Eventuale modifica delle Parole Chiave al fine di renderle più efficaci e mirate allo scopo aziendale;

### **Ottimizzazione delle Pagine**

Verranno ottimizzate le pagine del SitoWeb in modo da aumentarne la recettività:

- Modifiche del codice della pagina (inserimento delle Parole Chiave concordate\*, modifiche Meta-Tags, codici per dialogare con i Robots dei MDR, ecc.)
- Modifiche legate alla tecnologia del SitoWeb (siti interamente realizzati in flash, per esempio, potrebbero essere soggetti a modifiche strutturali o integrazioni particolari)
- Altre modifiche ad-hoc legate alle caratteristiche proprie del SitoWeb del Cliente.

*\*L'intervento base prevede fino a n.10 Keywords in totale (intese come Parole o Frasi Chiave, ad esempio: "articoli sportivi" è considerata come singola Frase Chiave)*

*Verrà applicato un supplemento per le Parole Chiave aggiuntive.*

## **Inserimento ed Indicizzazione nei Motori Di Ricerca**

Non è necessario iscrivere un SitoWeb a centinaia MDR.

Le statistiche dimostrano che per avere una “copertura delle ricerche” superiore al 90% delle ricerche realmente effettuate nel Web, è sufficiente essere indicizzati presso i MDR principali. Questo anche perché molti motori “minori” utilizzano in parte o del tutto i DataBase dei principali Search-Engines.

Ecco i principali MDR a cui saranno rivolte le iscrizioni:

- Google (usato anche da Tiscali, Arianna, Libero e molti altri);
- Virgilio (Alice);
- Yahoo (usato anche da Altavista);
- Bing (Ex Live Search, usato da Microsoft, MSN e molti portali web) .

Le operazioni effettuate saranno:

- Inserimento ed Indicizzazione nei MDR elencati precedentemente;
- Inserimento ed Indicizzazione in una lista selezionata di Directory gratuite con un alto Ranking. E' importante considerare queste Directory per 2 motivi:
  1. I links provenienti da questi portali alzano “il gradimento” dei SitiWeb contenuti, da parte dei MDR che, come Google, prediligono SitiWeb con un’alta “Link-Popularity”;
  2. Trattandosi di portali spesso solidamente posizionati, queste Directory potrebbero apparire nei risultati delle ricerche per le Parole Chiave del Cliente, anche in ottime posizioni.
- Inserimento in eventuali portali tematici legati all’attività aziendale

## **Posizionamento nei Motori Di Ricerca**

**Monitoraggio trimestrale:** rapporto ed analisi trimestrale dei risultati ottenuti.

Come precedentemente accennato, per avere un riscontro stabile dai MDR, i tempi possono essere lunghi. Durante i tre mesi successivi all'iscrizione, verranno controllati e monitorati i primi posizionamenti, intervenendo sulle Pagine per ottimizzare i risultati.

Dopo tre mesi dall'iscrizione i risultati potranno essere considerati "stabilizzati" e quindi Posizionati.

Verrà redatto e inviato al Cliente un rapporto completo sui posizionamenti effettivamente ottenuti dai singoli MDR e per ciascuna delle Parole Chiave concordate.

Verranno effettuati interventi finalizzati a mantenere/migliorare il Posizionamento. Alla scadenza di ogni trimestre verrà redatto ed inviato il rapporto completo sul Ranking (vedi punto 2).

## ***Servizi Opzionali***

Registrando Domini aggiuntivi, legati alle Parole Chiave da "spingere" maggiormente nei MDR, si hanno maggiori possibilità di risalire nei posizionamenti.

Ad esempio: un SitoWeb che si occupa di prodotti tipici della toscana potrà registrare un Dominio "prodotti-tipici-toscani.com" e migliorare notevolmente i risultati delle ricerche sulla Frase Chiave "prodotti tipici toscani".

In ciascun Dominio verrà creata una "Entry-Page", una semplicissima pagina introduttiva, ottimizzata in modo da avere un'alta densità di Parole Chiave e "linkata" a tutte le sezioni del SitoWeb reale del Cliente. Un semplice "redirect" da questi Domini potrebbe infatti vanificare l'intervento, in quanto molti "spider" dei MDR riconoscono i reindirizzamenti automatici penalizzandoli fortemente.

Se si ritiene necessario garantire la presenza del proprio SitoWeb tra gli annunci a pagamento su determinate Parole Chiave, è possibile identificare ed attivare le soluzioni più efficaci tra le offerte dei principali MDR.

Questo documento è © Interactive Network.

È vietata al riproduzione (anche parziale) senza il consenso di Interactive Network