

SEO & SEM

Principi e fondamenti del web marketing con particolare riferimento a:

SEM (search engine marketing), Advertising, motori di ricerca esteri e SEO (search engine optimization).

Francesco Giammanco

Consulente SEO

Project Manager Palermo Ladies Open (Country) e in una Web Agency.

CEO Web Agency Virtual Agency

Consulente SEO internazionale (Russia, Repubblica Ceca)

Consulente SEO e Marketing per aziende nella top 5 nazionale in settori competitivi (fiscaltà, cucina, ect.)

Insegnante nei corsi di formazione abilitanti per l'apertura di Strutture Ricettive settore Turismo.



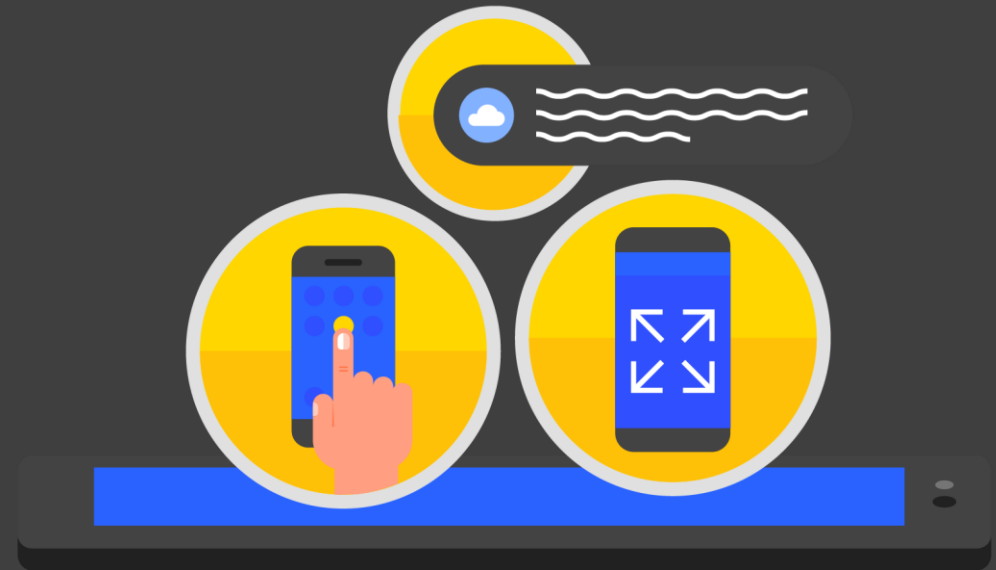
Cos'è il SEM?

- Marketing per i motori di ricerca
- Composto da: Advertising, CRO, SEO, strategie marketing, UX
- Creazione di Brand / Autorità
- Raccolta dati (marketing futuro)



Cos'è il SEO?

- Ottimizzazione per i motori di ricerca.
- Posizione nelle SERP (Search engine results page); le pagine di ricerca
- Permette di posizionarsi negli snippet di Google.
- Locale, Nazionale, Internazionale, Vocal SEO
- Vantaggio di posizionamento commerciale che “batte” i competitors



Local SEO

- Risultati locali (keywords + località)
- Parole chiave di prossimità (es. “vicino a me”)
- Risolve problem di competizione con siti di grandi dimensioni.
- Lavori di grande qualità ad un prezzo contenuto.
- Contro: mercati da studiare (piccoli? Poche conversioni?)



SEO tradizionale

- Visibilità regionale o nazionale
- Risparmio rispetto ai costi pubblicitari
- Visibilità del marchio
- Contro: grandi competitors, spese che possono aumentare



SEO internazionale

- Nicchia di mercato con pochi competitors
- Opportunità economiche (apripista)
- Autorità nel proprio settore.
- Contro: richiesto specialista (difficile da trovare), il sito potrebbe dover cambiare "forma".

Yandex

Svantaggi del SEO

- I motori di ricerca cambiano velocemente.
- Alcuni mercati sono molto “professionalizzati”.
- Risultati nazionali difficili.
- Risultati lenti (solitamente)



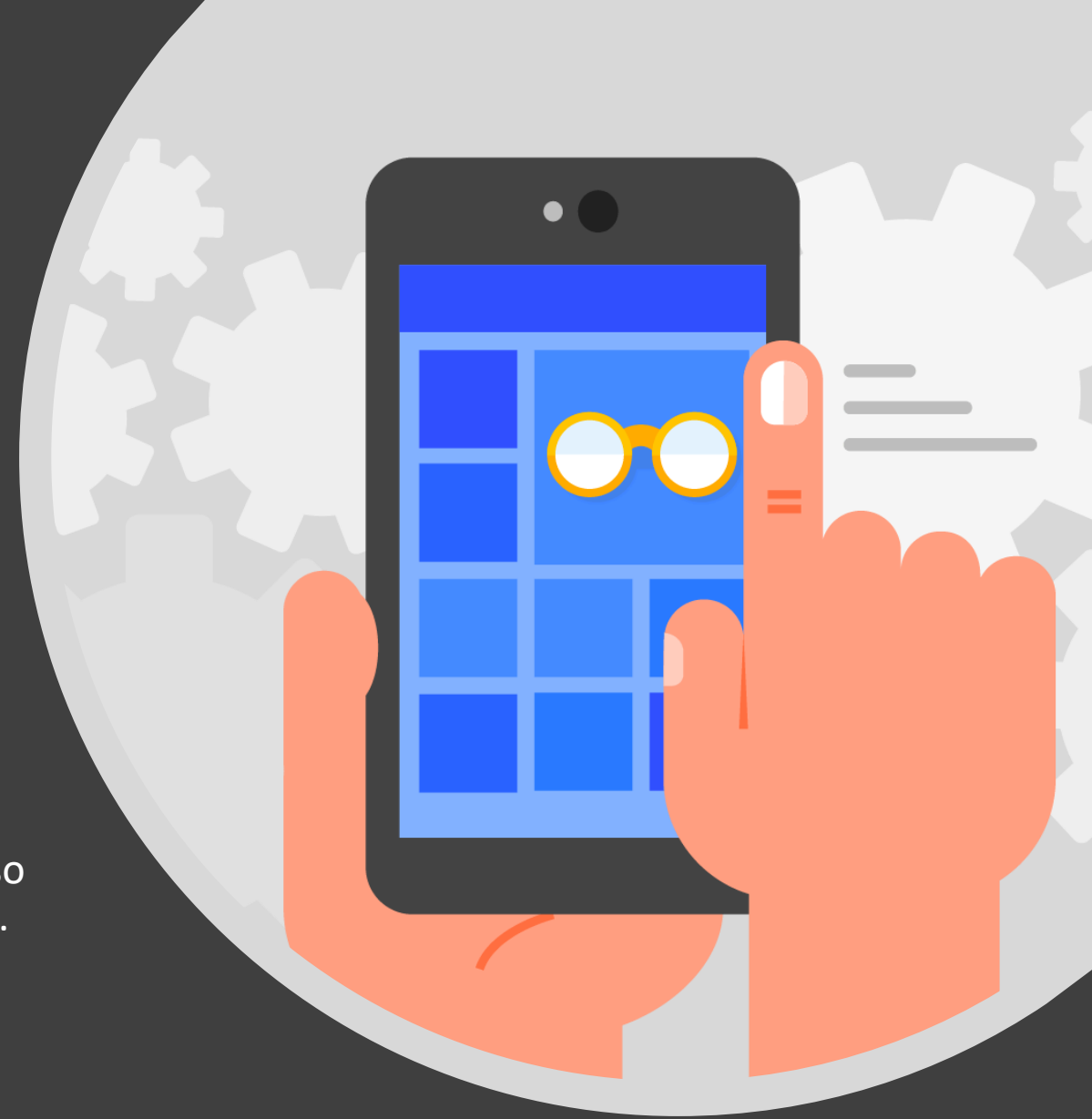
Search Intent (cosa vogliono gli utenti)

Informazionale: ha il fine di accumulare **informazioni** riguardo un argomento. Non ha attinenza con acquisto di servizi o prodotti. Le query informazionali spaziano nell'utilizzo di piattaforme social (Youtube ne è un esempio), immagini, podcast e quanto possa informare più velocemente e dettagliatamente.

Navigazionale: la query ha lo scopo di raggiungere un **obiettivo diretto** e **conosciuto**, come il nome di un sito o di un brand. Un esempio tipo è la query "INPS" per la ricerca del sito ufficiale della previdenza sociale.

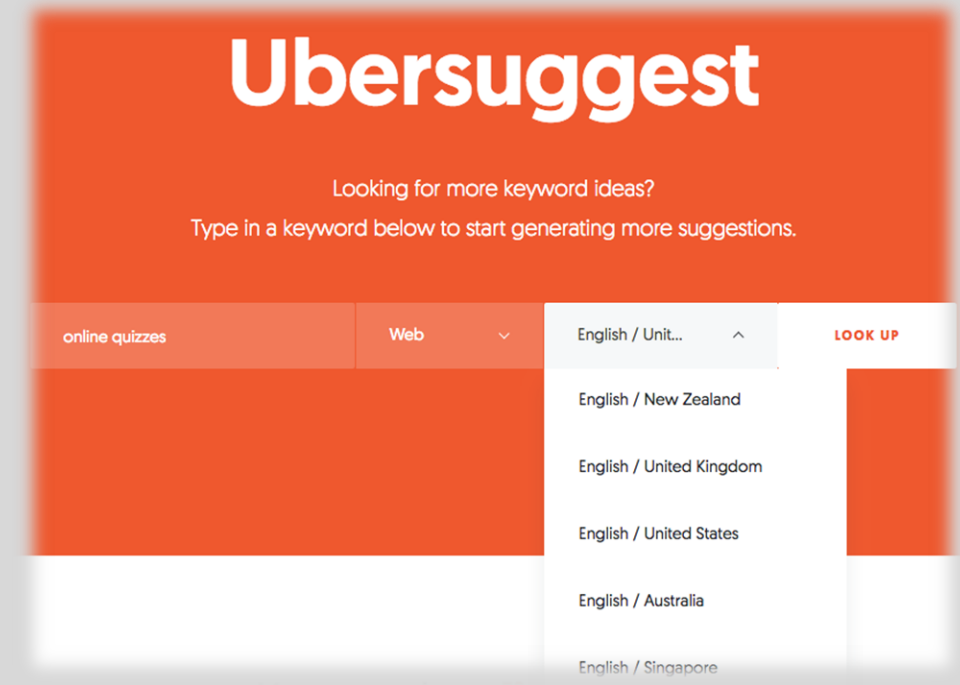
Transazionale: lo scopo della ricerca è una **transazione**, ottenere servizi o prodotto in cambio di denaro o di altre prestazioni (nel caso dei servizi gratuiti, molto spesso è la registrazione di dati personali). E' la forma di intento più performante dal punto di vista commerciale.

Indagine Commerciale: se l'intento transazionale mira ad un acquisto prossimo, esiste una categoria di ricerca basata sulla raccolta di **informazioni di prodotti**, l'acquisto dei quali dipenderà dai dati raccolti.



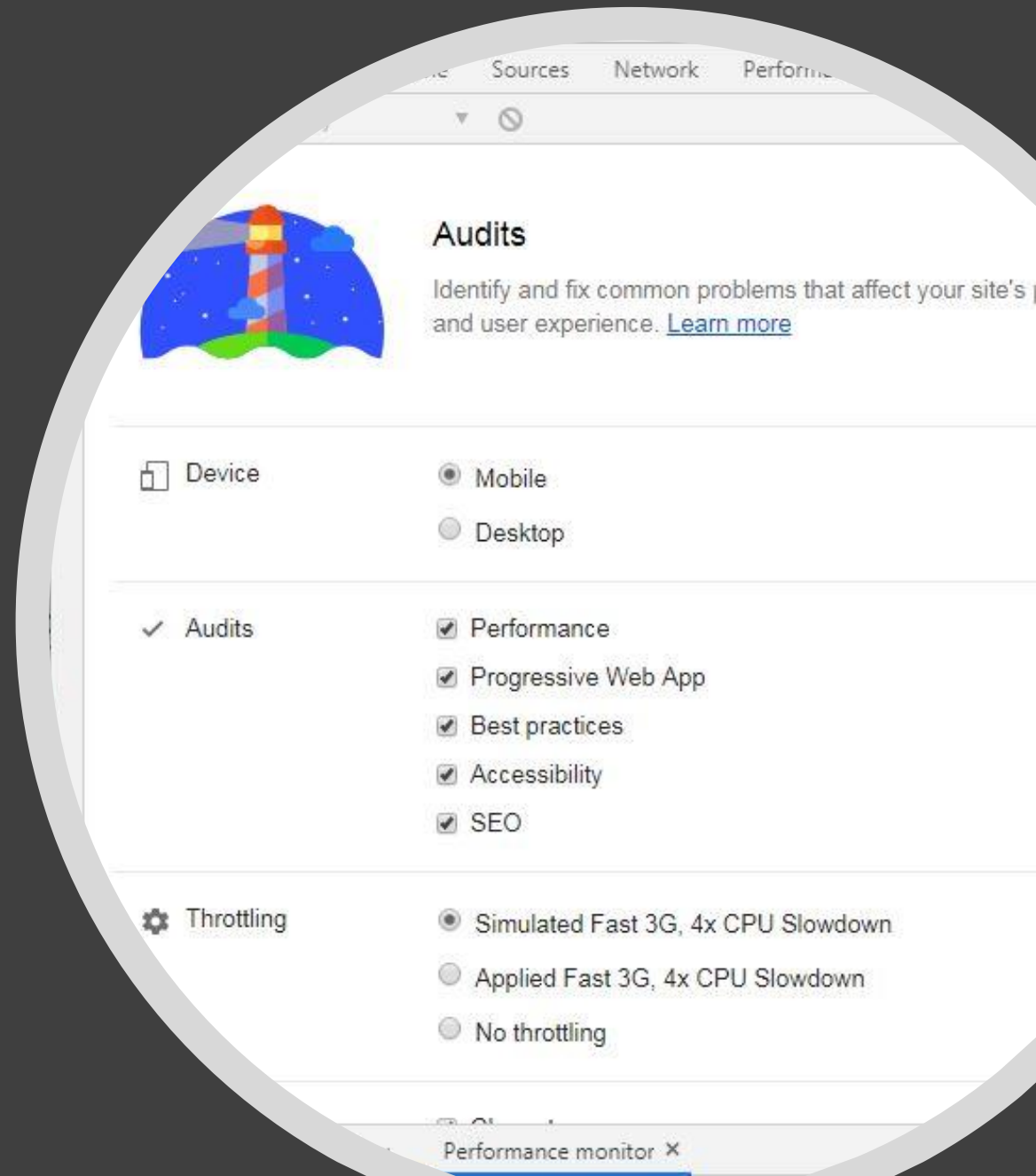
Strumenti di ricerca

- Keyword Planner (Google Ads)
- Ubersuggest.io
- Answer The Public



Advertising - SEO

- Risultati immediati - Costruzione
- Strategia modificabile veloce - Gioie e dolori dilazionati.
- Nessun ritorno di investimento a lungo termine – ritorno nel tempo.
- Impatta direttamente sulla capacità economica dei competitors – aggira parzialmente la capacità economica dei competitors.



Creazione strategia marketing (quando e cosa?)

- Advertising: opportunità di Guadagno e funnel marketing
- SEO: strategia di posizionamento per settori tradizionali
- CRO: sempre come seconda fare di marketing building.
- E-mail marketing: grandi numeri e strategie di ritorno
- UX: servizi che richiedono una ottima usabilità (settore innovazione)



Mercati internazionali

- CINA: alle regole del mercato estero, con difficoltà aggiuntive volute dal governo cinese (clientelismo?).
- Russia: dipende dal settore. Difficile alcool e formaggi.
- Inghilterra: indietro nella corsa alla conquista di quell mercato



Ringraziamenti

Confesercenti

Saverio Panzica

<https://neilpatel.com/it/ubersuggest/>

<https://answerthepublic.com/>

Nessuno stagista è rimasto ferito in questa presentazione.

