



Multi Media Consulting Company srl

Servizi di
posizionamento
sui motori di ricerca.

Web marketing
consulting services.

We Spread Your Message

Facciamo arrivare il
tuo messaggio. Ovunque.

Multi Media Consulting Company s.r.l.

Via Giulio Romano, 18 • 00196 Roma - Tel. +39 06452214092

Sito Web: www.mmccconsulting.net - e-mail: info@mmccconsulting.net

L'importanza di essere presenti sui motori di ricerca.

Ogni sito web comunica un proprio messaggio. Nel mare delle informazioni presenti su Internet, è necessario utilizzare gli strumenti giusti per far arrivare questo messaggio alla sua naturale destinazione: l'utente.

Noi ci occupiamo di questo.

Facciamo in modo che il tuo sito sia presente nei motori di ricerca nella maniera più efficace e completa possibile, affinché i navigatori possano conoscere facilmente i tuoi prodotti e servizi.

Ma non solo.

Usiamo la nostra competenza per far sì che le visite sul tuo sito si tramutino in ricavi e risultati tangibili nel modo più efficiente possibile.

Offriamo solo servizi personalizzati.

Sappiamo bene che ogni cliente ha una propria storia e dei propri obiettivi.

Per questo motivo non offriamo servizi standardizzati, ma creiamo delle soluzioni appositamente personalizzate e calibrate sulle tue esigenze e le tue aspettative.

Inoltre, per noi è sempre fondamentale che i nostri clienti abbiano un eccellente ritorno sull'investimento (ROI) effettuato nei nostri servizi sin dalle fasi iniziali di una campagna di posizionamento del proprio sito sui motori di ricerca.

Le nostre soluzioni comprendono tutti gli aspetti di una campagna promozionale sul web, che possiamo suddividere in:

- Servizi di posizionamento organico del sito sui motori di ricerca (Organic SEO)
- Sviluppo della popolarità del sito web tramite link. (Link popularity)
- Analisi statistica degli accessi al sito (Web Analytics)
- Servizi di consulenza per la massimizzazione dei ricavi e del ritorno sull'investimento (ROI) ottenuti tramite il sito web.
- Servizi accessori e integrativi, come la gestione delle campagne pubblicitarie a pagamento sui motori di ricerca (Pay per Click), l'analisi e il miglioramento della usabilità e accessibilità del sito web, la creazione e la gestione di Blog aziendali.

Chi siamo. In breve..

La Multi Media Consulting Company srl offre servizi di posizionamento di siti web sui motori di ricerca fin dal 2000, mentre il nostro staff vanta una esperienza decennale in questo campo.

La nostra storia, e i risultati ottenuti dai nostri clienti parlano per noi.

Contattaci per discutere se e in quale modo i nostri servizi possano essere utili allo sviluppo della tua attività sul web.

Servizi di posizionamento organico o "naturale".

I servizi di posizionamento di un sito web sui motori di ricerca comprendono un vasto mondo di differenti tecniche e soluzioni.

Noi offriamo da sempre, ai nostri clienti, quei servizi che ricadono nell'ambito del posizionamento organico o "naturale" sui motori di ricerca.

Nella parola "naturale" e "organico" nasce il nostro vantaggio competitivo e la nostra peculiarità.

Con l'avvento dei motori di ricerca moderni (vedi Google), le varie tecniche di posizionamento ritenute accettabili sono state sempre più analizzate e selezionate da parte dei motori stessi.

In parole semplici, i motori di ricerca, per elevare il livello qualitativo dei risultati da loro offerti, penalizzano qualsiasi forma di posizionamento ritenuta "scorretta", come la presenza di pagine o parole chiave nascoste nel sito, o l'eccessiva ottimizzazione del sito stesso.

Di recente, una delle prime aziende automobilistiche a livello mondiale ha visto il suo sito ufficiale venire eliminato dall'indice di Google, proprio per l'uso di "pagine nascoste" prettamente destinate al posizionamento sui motori di ricerca. Google ha reincluso il sito in questione solo dopo l'eliminazione di tali pagine.

Per conoscere in dettaglio le linee guida per l'ottimizzazione di un sito e quali sono le pratiche di posizionamento ritenute scorrette da Google a dal motore Alltheweb, clicca sui link sottostanti:

<http://www.google.it/webmasters/guidelines.html>

http://www.alltheweb.com/info/about/spam_policy

In cosa consiste il posizionamento organico di un sito.

L'attività di posizionamento organico consiste nello strutturare in maniera corretta e integrata i contenuti, le pagine, l'architettura, la "popolarità" sulla rete di un sito internet.

Questa modalità di operare è ormai universalmente riconosciuta come la più efficace e duratura, volta ad ottenere i risultati migliori e duraturi nel tempo.

I vantaggi del posizionamento organico.

I vantaggi offerti dalle tecniche di posizionamento organico sono molteplici:

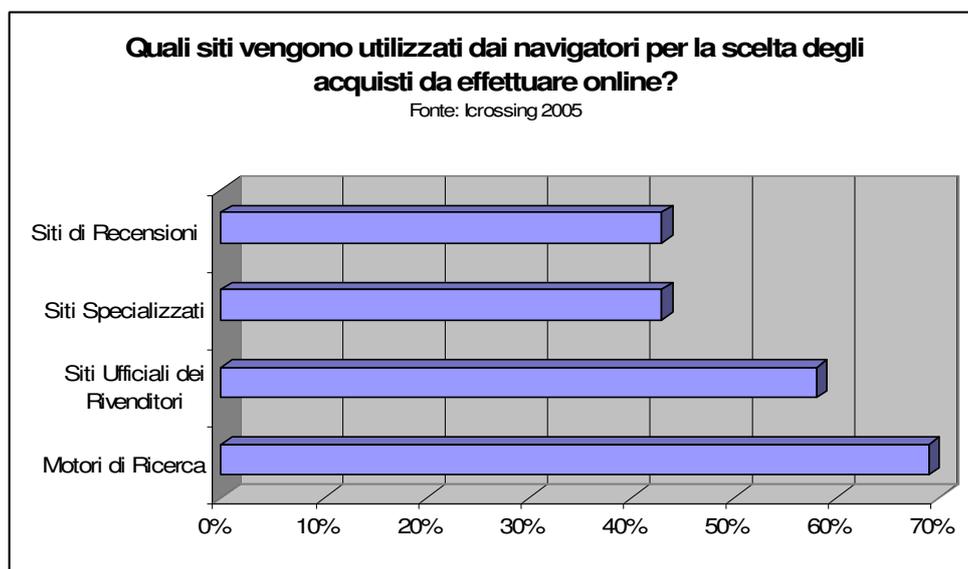
- aumento della popolarità del sito, sia a livello di conoscenza del marchio societario che a livello dei singoli prodotti e servizi promossi tramite i motori di ricerca.
- qualità dei contatti ottenuti dal sito tramite i motori di ricerca.
- risultati stabili e aumento costante delle visite nel tempo.

Perché scegliere i servizi di posizionamento sui motori di ricerca (SEO)?

I motori di ricerca sono la prima fonte di informazioni scelta dal 73% degli utenti in procinto di effettuare un acquisto online (Fonte: I 2005), mentre il 92% ne fa comunque uso nel processo di scelta d'acquisto (Fonte: NDB Group).

La promozione un sito sui motori di ricerca si può dividere in due categorie principali:

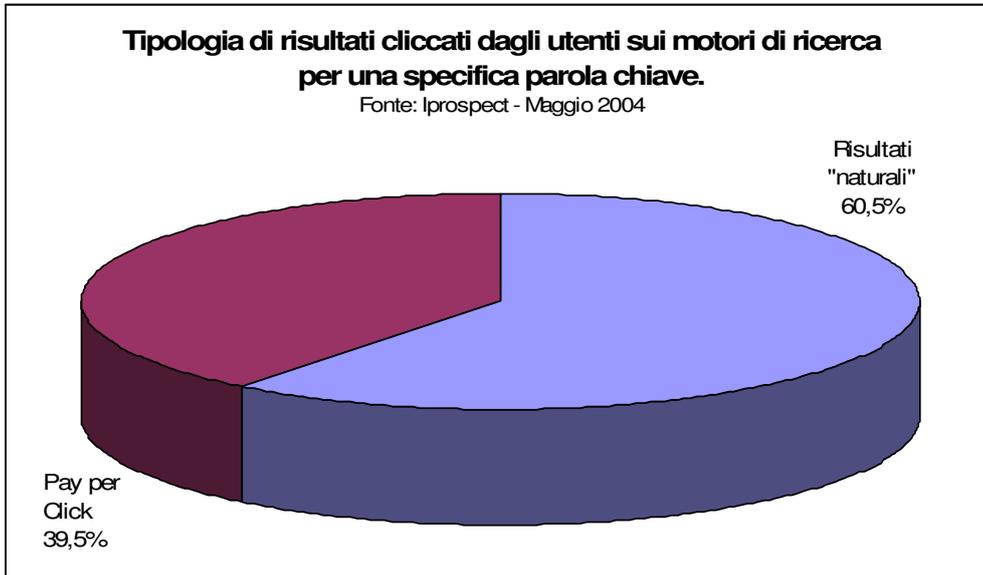
- attività di posizionamento sui motori di ricerca (SEO – Search Engine Optimization), che prevede tecniche di ottimizzazione naturale di un sito per la sua registrazione sui motori di ricerca.
- sponsorizzazioni pay per click, che prevedono l'inserimento di link a pagamento (pay per click) nella pagina dei risultati di un motore di ricerca.



Perché scegliere i servizi di SEO?

Perché, in primo luogo, gli utenti sono portati a cliccare i link dei siti che sono presenti sulla prima pagina dei motori di ricerca, in quanto li ritengono di maggiore "affidabilità" rispetto alle inserzioni sponsorizzate (pay per click).

Di conseguenza, come dimostrato da molte ricerche specifiche, il ritorno sull'investimento riscontrabile tramite l'uso di servizi SEO è molto spesso maggiore del Pay per Click.



In ultimo, i risultati ottenibili tramite le attività di SEO, sono duraturi nel tempo e vengono "capitalizzati" (ovvero resi semi-permanenti), mentre i risultati del Pay per Click, come dice la frase stessa, sono presenti solamente fino a quando vengono pagati i risultati sponsorizzati ai motori di ricerca.

Il posizionamento organico in dettaglio.

L'attività di posizionamento organico di un sito è sempre suddivisa in diverse fasi operative specifiche. Noi seguiamo delle procedure operative collaudate e continuamente affinate con l'esperienza accumulata nel corso degli anni, per far fronte alla continua evoluzione delle tecnologie di indicizzazione utilizzate dai motori di ricerca e del mercato sempre più competitivo.

Il nostro processo di posizionamento organico di un sito web include:

a) Creazione di un piano web marketing strategico

Ogni imprenditore sa bene che, per la riuscita di qualunque tipo di attività, una attenta pianificazione strategica iniziale è di fondamentale importanza.

Questa regola vale ancor più in una campagna di posizionamento di un sito sui motori di ricerca, in quanto anche piccoli errori e disattenzioni iniziali possono causare ritardi e risultati anche molto differenti da quanto atteso.

Per questo motivo poniamo molta attenzione nella creazione di un piano strategico di web marketing, al fine di integrare la nostra attività sul web con gli obiettivi aziendali complessivi del cliente.

Tramite un attento studio, fatto assieme al cliente, delle sue strategie di marketing, anche di tipo tradizionale, creiamo un progetto strategico completamente personalizzato ed aperto a successive integrazioni ed aggiornamenti futuri.

In questo modo ci poniamo come un vero e proprio consulente personale che aiuta i responsabili dell'azienda cliente nella ricerca delle soluzioni più efficaci per il raggiungimento degli obiettivi e nell'ottenimento del ritorno più veloce e efficiente possibile sull'investimento fatto sui nostri servizi.

b) Analisi del mercato e della concorrenza online

Su Internet c'è la possibilità di raggiungere e operare in mercati sono più vasti e aperti di quanto non sia mai stato possibile prima. Tuttavia, maggiori opportunità significano per una impresa anche una maggiore concorrenza e rapidità di cambiamenti nel mercato stesso.

L'analisi del mercato e della concorrenza online rappresenta l'unico valido modo per orientarsi nel mare di competitor e informazioni, distinguendo e segmentando la propria offerta e il proprio messaggio.

Tramite l'analisi del mercato e della concorrenza ci occupiamo di:

- individuare sul web il mercato (o i mercati) in cui opera il nostro cliente e analizzarne lo status attuale i trend futuri.
- individuare i concorrenti diretti e indiretti sul web e verificare se la concorrenza su internet sia la stessa rispetto al mercato tradizionale.
- analizzare le tecniche di promozione sul web eventualmente utilizzate dalla concorrenza.
- analizzare le parole chiave utilizzate dai concorrenti che adottano tecniche di posizionamento sui motori di ricerca

Questa analisi dettagliata ci permette di indicare con precisione al cliente, su quali mercati (sia a livello merceologico che geografico) operare sul web, quali prodotti e servizi promuovere on-line e suggerire eventuali opportunità a livello di richieste di nuovi prodotti e servizi richiesti dai navigatori.

c) Analisi, scelta e ottimizzazione dei contenuti e delle parole chiave

Le parole chiave sono l'elemento fondamentale per il posizionamento ottimale di un sito internet sui motori di ricerca.

Analizzare con molta attenzione le parole, il linguaggio e i concetti che il navigatore utilizza per cercare sui motori di ricerca dei prodotti e servizi come quelli offerti sul tuo sito, può portarti considerevoli risultati a livello di incremento di fatturato sia tramite Internet che a livello tradizionale.

Diciamo anche a livello tradizionale perchè, come è ormai risaputo, il navigatore utilizza Internet non solo per acquistare sul web, ma anche per avere crearsi una opinione nel caso di acquisti tradizionali. Tale fenomeno, chiamato infocommerce rappresenta la parte "nascosta" dell'e-commerce.

Infatti, da una ricerca condotta da Anee/Assinform nel 2004, è risultato come, in Italia, gli utenti che hanno utilizzato Internet per ricavare informazioni sui prodotti e servizi da comprare negli esercizi commerciali tradizionali hanno poi generato acquisti per oltre 8 miliardi di euro, a fronte di circa 2 miliardi di euro di acquisti effettuati esclusivamente online.

Partendo dai suggerimenti dei nostri clienti procediamo ad una attenta ricerca delle parole chiave da utilizzare in fase di posizionamento del sito sui motori di ricerca, selezionando le parole stesse tramite l'uso di algoritmi proprietari come l' RPSI (Relative Positioning Strenght Index o Indice di Forza Relativa di Posizionamento).

Le parole chiave vengono inoltre selezionate facendo capo a diverse categorie logiche, come quelle collegate genericamente alla categoria merceologica di riferimento del sito, quelle legate ad uno specifico prodotto e servizio, e, infine, quelle connesse ad un marchio o nome di prodotto.

Inoltre ci preoccupiamo, tramite una attività continua di monitoraggio, di aggiornare le parole chiave selezionate per il posizionamento, eliminando quelle inefficienti e dando spazio a quelle che emergono dai nuovi trend di ricerca sui motori.

d) Organizzazione o ottimizzazione della struttura del sito e delle singole pagine web

Le parole chiave selezionate tramite il nostro processo di analisi vanno integrate e ottimizzate all'interno del sito web del cliente.

L'ottimizzazione avviene su due livelli strutturali specifici di un sito:

La prima ottimizzazione avviene a livello macrostrutturale, dapprima eliminando quegli elementi tecnici del sito che possono causare una "invisibilità" di tutte o parte delle pagine di un sito, e poi procedendo alla strutturazione gerarchica delle singole sezioni tematiche. In questo modo i differenti contenuti vengono organizzati per categorie logiche e semantiche (cosiddetti "temi") all'interno di sottosezioni, a sua volta contenenti più pagine web.

Particolare risalto viene inoltre dato alla strutturazione logica e semantica dei link di navigazione verso le pagine interne del sito.

La seconda forma di ottimizzazione consiste nel calcolare il giusto "peso" delle parole chiave che andranno inserite nelle singole pagine web, sia esso contenuto testuale vero e proprio, o altri aspetti meno diretti, come il titolo delle singole pagine, o la presenza di didascalie contenenti parole chiave specifiche.

Non bisogna dimenticare, come dicono i web marketers d'oltreoceano che "Content is the King" ovvero "il contenuto è il Re". In pratica, i motori di ricerca premiano, in termini di posizionamenti ai primi posti, i siti che abbiamo il contenuto testuale più corretto, pertinente e aggiornato possibile rispetto alla concorrenza.

La nostra consulenza si estende anche a questo campo, quello del Search Engine Copywriting, ovvero la creazione di testi specifici per internet che permettano sia la facile comprensione da parte dell'utente, che l'indicizzazione ottimale dei contenuti stessi da parte dei motori di ricerca.

Le competenze del nostro staff ci permettono di offrire i nostri servizi di Copywriting anche in diverse lingue straniere, come quella Inglese, Francese, Tedesca, e Spagnola.

Inoltre, per i clienti che hanno necessità di promuovere i propri prodotti e servizi in uno o più paesi stranieri, offriamo servizi di promozione localizzata.

Tramite la promozione localizzata sui motori di ricerca si può raggiungere il mercato di uno specifico paese straniero.

A questo fine, la nostra società si occupa di elaborare un vero e proprio piano strategico che comprende l'analisi del mercato locale e le sue tendenze, i bisogni e la domanda dei consumatori, la concorrenza sia sul web che tradizionale, la ricerca e selezione di canali promozionali sul web specifici per il singolo paese.

e) Sviluppo della popolarità del sito

La popolarità di un sito misura la qualità e quantità dei link afferenti ad un sito.

Molti motori di ricerca considerano questo valore (utilizzato per primo da Google) di fondamentale importanza per il posizionamento di un sito ai primi posti nei risultati da loro forniti.

Infatti, i link in entrata verso un sito funzionano come dei veri e propri "bollini di qualità" assegnati al sito stesso e ai suoi contenuti.

Più link in entrata significano migliori posizionamenti di un sito sui motori di ricerca.

Ad oggi, il solo numero di link non è sufficiente per ottenere un buon livello di popolarità, in quanto maggiore attenzione viene posta sulla qualità.

Un link in entrata è di maggiore qualità se proviene da un sito a sua volta "riconosciuto". Per fare un esempio un link proveniente da un sito web di un quotidiano importante (es. www.repubblica.it) è di maggiore qualità rispetto a quello proveniente da un sito personale o da una piccola e sconosciuta società.

Noi ci occupiamo di sviluppare la popolarità del vostro sito tramite lo scambio link con potenziali siti partner o l'inserimento su portali e directory, sia generici che specifici. In questo modo il tuo sito farà parte di una rete con altri siti web che contribuiranno stabilmente e progressivamente a migliorare il suo posizionamento sui motori di ricerca.

f) Monitoraggio, analisi degli accessi e del ritorno sull'investimento (ROI)

Una volta iniziato il processo di posizionamento, si devono costantemente monitorare i risultati ottenuti sia in termini statistici che monetari, anche al fine di valutare l'effettivo ritorno sull'investimento (ROI) effettuato sui nostri servizi di posizionamento.

Infatti, ogni visitatore del sito, lascia delle vere e proprie "tracce" del suo passaggio. Tali tracce vengono sistematicamente catalogate e salvate all'interno di appositi file (chiamati log files) presenti nel server web.

Noi mettiamo a disposizione dei nostri clienti degli strumenti di analisi di queste "tracce", con i quali si possono ricavare delle preziose informazioni utili, non solo a conoscere il volume delle visite, ma anche per ricavarne delle informazioni dettagliate sui vostri visitatori.

Inoltre, offriamo ai nostri clienti degli strumenti per calcolare il ritorno off-line (ovvero nei punti vendita tradizionali) delle campagne di posizionamento, come la creazione di coupon sconto da presentare nei punti vendita, o l'attivazione di un numero verde specifico per il tracciamento dei visitatori provenienti dal sito .

Quali sono i dati che vengono forniti dai nostri strumenti di analisi?

- il numero dei visitatori e la loro distribuzione per fasce giornaliere e orarie.
- il grado di fidelizzazione dei visitatori (tramite la verifica dei visitatori ricorrenti e quelli "nuovi")
- la provenienza dei visitatori (ad es. da un portale che contiene un link pubblicitario al vostro sito)
- i motori di ricerca e le parole chiave che hanno portato il visitatore al sito, dato utile anche per conoscere e verificare i risultati della nostra attività di posizionamento
- il paese di provenienza e la lingua degli utenti del vostro sito
- il percorso di navigazione dei visitatori all'interno del sito, le pagine di entrata e di uscita, dato utile per capire quali sono i prodotti e servizi di maggiore interesse e gli eventuali "colli di bottiglia" del sito
- i ricavi per visitatore generati sul sito.
- le tipologie di strumenti utilizzati per la visita del sito (computer, cellulare, palmare) e le loro specifiche tecniche (sistema operativo), browser utilizzato, velocità di connessione.

I Report periodici

Al fine di semplificare la lettura di tali dati, noi produciamo e inviamo al cliente un report periodico che sintetizza i dati salienti che emergono dall'analisi statistica degli accessi complessivi al sito. Tale report servirà al cliente per conoscere:

- l'andamento dell'attività di posizionamento a livello generale e per le singole parole chiave sui diversi motori di ricerca
- i trend attuali e futuri a livello di visite sul sito
- i punti di forza e debolezza a livello dei prodotti e servizi offerti sul sito
- il ritorno sull'investimento (ROI) sui nostri servizi.

Altri servizi di Marketing sui Motori di Ricerca.

Gestione di campagne pay per click

La formula pay per click prevede la collocazione di uno o più collegamenti pubblicitari verso un determinato sito su un motore di ricerca. Questi link vengono solitamente collocati nello spazio "Collegamenti sponsorizzati" e compaiono quando viene effettuata una ricerca di argomento correlato a quello del sito sponsor.

Naturalmente, ogni qual volta viene cliccato un collegamento di uno sponsor, quest'ultimo pagherà una piccola somma al motore di ricerca.

Ad oggi il pay per click è una delle forme pubblicitarie più utilizzate sul web, e si prevede che il giro d'affari globale raggiungerà i 7 miliardi di dollari nel 2010.

Il sistema del pay per click ha l'indubbio vantaggio di garantire accessi di qualità in modo più rapido rispetto all'uso di tecniche di posizionamento naturale, mentre presenta lo svantaggio di dover pagare una somma ad ogni visita ricevuta.

Tuttavia, il pay per click è necessario in alcuni casi, e viene spesso utilizzato come strumento complementare in una campagna di posizionamento naturale, proprio per compensare dei "gap", come, ad esempio, garantire la presenza sui motori di ricerca per parole molto generiche e competitive che altrimenti non sarebbero raggiungibili con altre tecniche.

Per poter massimizzare il ritorno sull'investimento, noi ci occupiamo di selezionare le parole chiave che abbiano il maggior rendimento ed efficacia per il business della tua azienda, tramite delle collaudate tecniche di controllo e monitoraggio dei risultati.

I vantaggi del pay per click

- Immediatezza dei risultati
- Utilità nel coprire i "gap" delle campagne di posizionamento naturale
- Flessibilità nel tempo (possibilità di condurre campagne "stagionali" o per particolari periodi dell'anno)
- Ottimizzazione del budget, permettendo di stabilire gli importi della campagna pay per click in maniera molto precisa
- Costi di ingresso bassi. E' richiesta anche una piccola cifra per iniziare una campagna pay per click di base.

Servizi di consulenza relativi alla massimizzazione dei ricavi e la monetizzazione delle visite ottenute tramite siti web .

Il posizionamento di un sito web sui motori di ricerca non garantisce di per sé un ritorno economico diretto. E' infatti necessario trasformare il volume dei visitatori totali (prospect) in acquisti diretti, oppure monetizzare le visite tramite la rivendita di spazi promozionali e prodotti e servizi di terzi (affiliazioni).

La nostra società si occupa di elaborare per i propri clienti la strategia più efficace al fine di massimizzare i ricavi ottenuti sia in maniera diretta che indiretta tramite i rispettivi siti Internet.

Vediamo in dettaglio quali sono i nostri servizi di consulenza:

1) Massimizzazione dei ricavi diretti:

1a) Ottimizzazione dell'Usabilità e Accessibilità dei siti web

L'usabilità del sito è un elemento fondamentale al fine di convertire dei visitatori di un sito in acquirenti fidelizzati.

Per usabilità di un sito si intende l'insieme di accorgimenti grafici, navigativi e tecnici che permettono di rendere il più fluida e semplice possibile l'esperienza di un visitatore.

Alcuni web designer la definiscono in maniera diretta: "ciò che chiede all'utente di un sito di pensare il meno possibile".

Effettivamente, meno l'utente deve "faticare" per fruire il contenuto di un sito o per arrivare a un contenuto specifico, più esso sarà facilitato e predisposto all'acquisto.

L'accessibilità rappresenta invece un concetto apparentemente meno legato ad un aspetto puramente di web marketing.

Un sito si dice accessibile, quando viene progettato in maniera tale che rispetti determinate linee guida standard stabilite dal consorzio W3C (World Wide Web Consortium). Il rispetto di tali linee guida rende un sito web efficacemente accessibile da diversi utenti in differenti contesti, con particolare riguardo alle persone con disabilità fisiche (visive, motorie, etc.).

Queste caratteristiche rendono un sito accessibile molto appetibile anche per i motori di ricerca in quanto molto "leggero" e ben strutturato sia a livello contenutistico che grafico. Di conseguenza anche i posizionamenti di un sito accessibile sui motori di ricerca miglioreranno automaticamente.

La nostra attività di consulenza a livello di usabilità e accessibilità del sito, affianca il cliente sia in fase di realizzazione di un sito ex-novo, che nella ristrutturazione di siti già online.

Usabilità dei siti E-commerce

L'usabilità dei siti e-commerce è un aspetto molto delicato. Anche piccole problematiche nel processo di vendita (come l'eccessiva complessità nella compilazione di una form d'acquisto) possono fare la differenza e trasformare una vendita sicura in un abbandono.

Per questo motivo è necessario analizzare con attenzione e creare o modificare gli aspetti del sito che possono risultare potenzialmente dannosi per la conclusione di una vendita.

La nostra società offre la propria consulenza nella progettazione grafica e strutturale del sito, curando gli aspetti più minuziosi, come ad esempio la creazione di "landing pages" (pagine di "ingresso") specificamente personalizzate per specifiche categorie omogenee di utenti (ad esempio utenti giovani, liberi professionisti, etc.), al fine di esporre il messaggio più appropriato e efficace alla singola categoria di utenti.

Questa nostra consulenza trova un suo complemento naturale con i nostri servizi di analisi del ROI (Ritorno sull'Investimento) di una campagna di marketing sui motori di ricerca, permettendo di calcolare gli effettivi rendimenti degli investimenti pubblicitari online.

2) Massimizzazione dei ricavi indiretti:

2a) Monetizzazione delle visite tramite rivendita di spazi pubblicitari.

La crescita esponenziale degli utenti internet e lo sviluppo di nuove tecnologie pubblicitarie, hanno permesso, anche ai siti di relativa importanza, di poter monetizzare le proprie visite tramite la rivendita di spazi pubblicitari gestiti da terzi.

L'esempio più famoso e pratico è rappresentato dalla tecnologia AdSense di Google, che permette di inserire su un sito qualunque delle inserzioni pubblicitarie (sotto forma di banner o link sponsorizzati) gestite direttamente da Google per conto di inserzionisti terzi.

La peculiarità di questa tecnologia consiste nella "intelligenza" di queste inserzioni, che vengono ottimizzate e targhetizzate continuamente, in base al contenuto della pagina dove esse appaiono e in base alla provenienza geografica del singolo visitatore alla pagina stessa.

In questo modo un utente qualsiasi di un sito, che presenta delle inserzioni AdSense vedrà dei link di volta in volta ottimizzati in base ai suoi interessi e ricerche, permettendo di ottenere una alta percentuale di click sulle inserzioni stesse.

In pratica, utilizzare queste forme di pubblicità, significa essere dall'altro "lato" delle forme di sponsorizzazione pay per click. Se nel pay per click, per comparire nelle inserzioni sponsorizzate di un motore di ricerca, noi dovremmo pagare una fee per ogni visitatore ricevuto, inserendo le inserzioni pubblicitarie di un motore di ricerca sul nostro sito, riceveremo una piccola somma (variabile) per ogni click ricevuto sul nostro sito.

Questa forma pubblicitaria rappresenta un modo efficiente e di rapida implementazione, che permette di monetizzare da subito le visite ricevute da un sito, creando una fonte stabile e sicura di ricavi per il proprietario del sito stesso.

Infatti, ora, non solo Google, ma praticamente quasi tutti i principali motori di ricerca offrono queste forme di rivendita pubblicitaria.

Noi ci occupiamo di scegliere e inserire le forme pubblicitarie che riteniamo più efficienti, garantendo al contempo un reddito sicuro e di qualità per i nostri clienti.

2b) Consulenza sullo sviluppo di programmi di affiliazione

Una seconda modalità di reddito che può essere generata, monetizzando le visite di un sito, è rappresentata dai programmi di affiliazione (affiliation program).



I programmi di affiliazione consistono nella rivendita di prodotti e servizi di un partner terzo, come ad esempio un negozio online di elettronica o prenotazioni alberghiere.

Nello specifico, si partecipa ad un programma di affiliazione inserendo uno o più link testuali o banner sul proprio sito, che rimandano direttamente, sul sito dell'affiliante, o indirettamente, in un'area brandizzata col marchio del proprio sito, ma che rivende i servizi dell'affiliante.

Per tutte le vendite generate dal sito affiliato, verrà riconosciuta una percentuale, spesso variabile e crescente in funzione dei volumi generati.

In questo modo, il proprietario di un sito può generare dei ricavi interessanti, senza la necessità di seguire direttamente il processo di vendita, che viene sempre interamente gestito dall'affiliante. Inoltre, l'offerta di servizi e prodotti danno una immagine di completezza d'offerta e professionalità al sito affiliato stesso.

I nostri servizi sono rivolti alla ricerca, selezione, integrazione e ottimizzazione delle affiliazioni da inserire sul sito del cliente, monitorando costantemente i risultati al fine di massimizzare i ricavi ottenuti nel procedimento di affiliazione.

Ci occupiamo inoltre, nel caso di siti di e-commerce che desiderino sviluppare le reti affiliati, di creare le piattaforme e la curare la ricerca di affiliati, anche utilizzando tecniche di multi-level marketing su Internet.

Altri servizi di web marketing.

Creazione, gestione e promozione blog aziendali

I blog aziendali sono una nuova frontiera del marketing su Internet.

Essi nascono dal concetto del blog, uno strumento (un mini-sito, simile a un giornale online) inizialmente utilizzato a livello privato per esporre opinioni e notizie di interesse personale con uno stile informale e semplice. La facilità di gestione dei blog permette frequenti aggiornamenti a livello di contenuto.

Un blog aziendale è un blog gestito direttamente da una azienda col fine di rafforzare la propria comunicazione verso i soggetti esterni (siano essi i clienti, altre istituzioni o i dipendenti) e posizionare l'azienda stessa come un punto di riferimento in un particolare campo.

Ma il blog non è solo uno strumento di comunicazione innovativo. Infatti, i blog sono caratterizzati da una serie di innovazioni molto interessanti a livello di promozione del contenuto in esso presente. Infatti tramite l'uso dei cosiddetti RSS (acronimo di RDF Site Summary), è possibile "distribuire" e pubblicare i singoli contenuti di un blog su altri blog o portali (detti aggregator).

In tal modo i blog possono creare velocemente quella "rete di relazione" (link popularity) tra blog che abbiamo detto essere importate per il posizionamento ottimale di un sito sui motori di ricerca.

E' facile capire come un blog aziendale può essere una strategia utile anche per migliorare i posizionamenti del proprio sito aziendale e la diffusione del proprio messaggio promozionale e strategico sul web.

La nostra azienda si occupa di affiancare il cliente nella scelta e messa on-line della piattaforma di gestione del blog e di guidarlo nella redazione dei contenuti e nella promozione del blog stesso, al fine di ottenere il massimo rendimento promozionale tramite questo prezioso e utile strumento.