

EINSTEINWEB

Web Advertising



• Dada •

• Register • 
A DADA COMPANY





Il Search Engine Marketing

Raggiungere milioni di consumatori quando sono in fase decisionale...

In Italia, degli oltre 20 milioni di utenti internet, più dell'80% usa abitualmente i motori di ricerca come strumento principale per rintracciare informazioni, prodotti e servizi. (Fonte: panel home-work Nielsen-NetRatings).

EINSTEINWEB è rivenditore certificato Register e Dada per offrire un servizio leader in affidabilità e sicurezza ai nostri clienti

L'utilizzo dei motori di ricerca è in costante crescita: cresce il numero degli utenti, cresce il numero di volte che questi vi ricorrono in un mese e cresce il tempo complessivamente dedicato alle ricerche. Questo conferma che i motori di ricerca oltre ad essere una delle funzioni più usate dagli internauti, creano un grado di soddisfazione tale negli utenti da far sì che essi vi si affidino sempre con maggiore fiducia.

Il 54% degli italiani on line cerca sempre più spesso nei motori di ricerca informazioni, schede tecniche, immagini e recensioni sui prodotti o servizi che intende acquistare e ben l'82% di quanti utilizzano i motori ha trovato, almeno una volta, in seguito ad una ricerca, informazioni determinanti per la scelta di cosa e dove acquistare. (Fonte: Nextplora)

Per le aziende l'esigenza primaria è quella di garantire al proprio sito web un flusso cospicuo e preferibilmente crescente di **utenti in target**, sia che lo considerino semplicemente un nuovo strumento di comunicazione all'interno del marketing mix, sia che il web rappresenti il canale principale di vendita di prodotti o servizi.

Un'esigenza in ogni caso sempre più strategica dal momento che gli investimenti delle aziende nel search engine marketing sono aumentati nell'ultimo anno di quasi il 20% (Fonte: Nielsen Media Research - Osservatorio IAB Italia).

Ciò che è più interessante, è che i motori di ricerca vengono usati dai navigatori per trovare ciò di cui hanno bisogno in quel momento. Entrare in tale processo permette alle aziende di far arrivare il proprio messaggio ad un consumatore che sta attivamente cercando i beni e i servizi desiderati. Per le imprese investire nel Search Engine Marketing significa non solo fare una comunicazione che soddisfa un reale bisogno dell'utente, in maniera meno intrusiva rispetto alla comunicazione tradizionale ma vuol anche dire entrare in contatto solo con utenti altamente interessati e pertanto facilmente convertibili in clienti.

Comparire in testa ai risultati delle ricerche significa per le aziende attuare la più efficace strategia di marketing oggi disponibile e riuscire ad acquisire nuovi clienti potenziali a costi molto più bassi rispetto a qualsiasi altro strumento di comunicazione.

Infine, i risultati degli interventi di Search Engine Marketing sono puntualmente misurabili e monitorabili nel tempo, assicurando l'efficacia dell'investimento.

I servizi offerti da EINSTEINWEB

Siamo un'impresa di Comunicazione e svolgiamo il nostro lavoro con grande passione ed entusiasmo! Crediamo nella ricerca costante di strategie innovative di linguaggio, creando comunicazione mirata sui nostri segmenti target di riferimento .

Basiamo la nostra filosofia sull'accordo di attitudini complementari: ognuno di noi ha una specializzazione settoriale; ogni specializzazione converge, con le altre, in un'unica competenza rendendoci co-ideatori di tutte i progetti creativi.

Obiettivo primario è divenire il partner ideale di tutte quelle aziende che vogliono conquistare, in un mercato sempre più competitivo, un maggior consenso di pubblico.

EINSTEINWEB è da anni impegnata nella consulenza e nello sviluppo di soluzioni di Search Engine Marketing (SEM) personalizzate ed è in grado di affiancare e supportare qualsiasi realtà aziendale nel realizzare campagne di posizionamento sui motori di ricerca, sia che si tratti di PMI con budget limitati, sia che si tratti di grandi aziende con specifiche ed articolate esigenze.

Le soluzioni offerte non sono pacchetti preconfezionati ma mix di strumenti (posizionamento organico e keyword advertising) e di consulenza che consentono di effettuare promozioni efficaci in modo sicuro ed economico e di garantire i migliori risultati ottenibili sui motori di ricerca. Grazie a referenze quali:



Dada



ADWORDS
QUALIFIED
PROFESSIONAL
Google



Register.it
A DADA COMPANY

Dada SpA è una delle realtà di maggior successo in Europa nelle soluzioni avanzate di Advertising online, in grado di offrire un bouquet di servizi integrato che va dalla registrazione e protezione del dominio su web, sino alla pianificazione della pubblicità in rete o su telefonia mobile(esclusivista H3G) .

Dada.pro rappresenta il modo più innovativo di concepire la presenza in Rete delle piccole-medie imprese e dei Professionisti, proponendo una piattaforma tecnologica in cui il cliente business potrà gestire tutte le fasi della presenza in Rete, dal dominio al click.

Register.it, leader in Italia nel settore della registrazione dei domini Internet e della gestione della presenza online di persone ed aziende, è stato accreditato primo **Authorised Google AdWords™ Reseller** italiano, diventando quindi un punto di riferimento ufficiale nel mercato italiano per il keyword advertising sul motore di ricerca di Google.

I principali strumenti per realizzare un'efficace visibilità sui motori di ricerca sono il posizionamento organico e il pay per click. Con il primo si interviene all'interno dei risultati organici degli stessi, cercando di far comparire il sito nei primi posti delle **SERP** (Search Engine Result Page), con il secondo si acquistano delle visite (click) attraverso la presenza nelle sezioni a pagamento dei motori di ricerca.



Are di intervento	Prodotti	Principali caratteristiche	Principali Vantaggi
SEARCH ENGINE ANALYSIS	Target Search Profile	- Analisi delle richieste degli utenti inoltrate ai motori di ricerca nell'ambito degli argomenti di interesse del cliente	Individuare quali sono le parole chiave più usate dagli utenti, per un determinato settore, non ancora trattate nel sito del cliente ma complementari al suo business.
	Brand Profile	- Analisi in tempo reale dei principali blog, newsgroup e siti di news di settore si individuano gli argomenti discussi e le opinioni espresse sull'azienda ed i suoi prodotti	Rilevare qual è l'opinione sul web dell'azienda del cliente - o di uno o più competitors - individuando le esigenze e le criticità segnalate dagli utenti
	Competitor Web Strategy	- Verifica delle caratteristiche del sito concorrente, la sua visibilità on-line per le parole chiave e le eventuali iniziative promozionali in corso.	Fornisce al cliente informazioni utili al fine di calibrare la propria attività on-line, attraverso lo studio delle strategie adottate dai competitors
	Link Popularity	- Individuazione di siti indicizzati sui motori di ricerca che trattano argomenti correlati a quelli del sito in promozione e inserimento su di essi di link che puntano al sito del cliente.	Verifica e miglioramento della link popularity del sito del cliente tramite lo sviluppo quantitativo/qualitativo degli inbound link, ovvero i link da siti esterni che puntano al sito del cliente
	Content Consulting	- Consulenza professionale ai clienti in merito ai contenuti del loro sito, già oggetto di posizionamento organico. Modifica dei contenuti attuali del sito ed eventuale aggiunta di contenuti rilevanti. La finalità è aumentare la visibilità sul motore di ricerca Google.	Incremento del numero di posizionamenti tra i risultati delle ricerche su Google. Al cliente saranno fornite strategiche indicazioni in base ai risultati dell'analisi, alle keywords.
POSIZIONAMENTO ORGANICO	KEY WEB PLUS	- Ottimizzazione del sito - Indicizzazione - Creazione pagine keyword based - Domini keyword based - Statistiche accessi	- Posizionamenti garantiti in top 20 - Visibilità duratura - Misurabilità dei risultati - Statistiche sul traffico generato
KEYWORD ADVERTISING	Top Click	- Campagna on line in pochi giorni - Budget e n° di visite certi - Pieno controllo sulla durata della campagna	- Accessi immediati al sito - Visibilità anche su kw più competitive - Possibilità di modificare le kw durante la campagna - campagne stagionali e one shot: lancio prodotto o evento



TARGET SEARCH PROFILE

Definizione

Il servizio è volto ad aumentare la visibilità del sito del cliente sui motori di ricerca per contenuti affini e complementari al suo business, ricercati dagli utenti e non ancora trattati dall'azienda.

L'obiettivo del servizio è quello di individuare quali sono le parole chiave più usate dagli utenti, per quel settore, in modo da poter integrare e/o sostituire i contenuti presenti nel sito e fornire al cliente eventuali spunti per allargare il proprio business.

Un esempio: molte aziende produttrici/distributrici di telefoni cellulari realizzano le loro promozioni on-line facendo ricorso alla parola "cellulare" declinata in tutte le possibili parole chiave (*vendita cellulari, ricerca cellulare...*) trascurando keywords contenenti la parola "telefonino" che invece è molto più ricercata dagli utenti e garantirebbe più visibilità con investimenti minori. Il servizio fornisce interessanti spunti circa le ricerche degli utenti associate al brand del cliente ed è abbinabile al servizio Brand Profile. Il servizio viene svolto per un settore merceologico in una sola lingua (ita, eng, deu, fra, esp). In caso il cliente sia interessato a trattare più lingue o più settori merceologici dovrà acquistare più moduli.

Caratteristiche principali

Il servizio consiste nell'analisi delle richieste degli utenti inoltrate ai motori di ricerca nell'ambito degli argomenti di interesse del cliente.

Un aspetto molto rilevante del servizio è l'esame linguistico delle ricerche, attraverso il quale si riesce ad evidenziare la terminologia più in uso tra gli utenti per interrogare i motori.

In particolare:

I tecnici SEO (*Search Engine Optimizer*), dello staff di Net Marketing di EINSTEINWEB., analizzano le parole chiave più ricercate in un dato settore.

Vengono individuate le parole chiave effettivamente usate dagli utenti per cercare certi prodotti e servizi comprese le varianti e le kw misspelled (*che contengono degli errori*).

Il servizio è **one shot**, ripetibile a cadenze concordate in base alle necessità del cliente, ad esempio per attività stagionali od in occasione del lancio di nuovi prodotti o servizi etc.

Report

EINSTEINWEB fornisce all'utente accesso a :

- Lista keyword affini e correlate più ricercate relativamente all'azienda e al settore in cui opera;
- Suggerimenti per integrare i contenuti del sito in base all'analisi svolta.



BRAND PROFILE

Definizione

Il servizio è volto a rilevare qual è l'opinione sul web dell'azienda del cliente - o di uno o più competitors - individuando le esigenze e le criticità segnalate dagli utenti nei principali blog, newsgroup e siti di news, relativi al settore di riferimento.

Fornisce informazioni importanti su come viene percepita l'azienda ed i suoi prodotti e servizi, sulla sua notorietà in rete. Tali informazioni potranno essere utilizzate per individuare sul web i punti di forza dell'azienda e le eventuali criticità, predisponendo adeguati correttivi.

Caratteristiche principali

Attraverso l'analisi in tempo reale dei principali blog, newsgroup e siti di news di settore si individuano gli argomenti discussi e le opinioni espresse sull'azienda ed i suoi prodotti.

L'analisi delle discussioni sui blog, newsgroup e siti di news individua le tematiche del momento legate al brand oggetto dell'analisi e permette di far fronte ad eventuali problemi di immagine e di cogliere spunti su nuovi trend ed esigenze del mercato.

- Analisi della reputazione dell'azienda.
- Spunti nuovi trend del mercato.

Il servizio è one shot, ripetibile a cadenze concordate in base alle necessità del cliente ad esempio per attività stagionali od in occasione del lancio di nuovi prodotti o servizi etc.

Report

La reportistica consiste in:

- Lista dei brands aziendali trattati su cui si svolge l'analisi e numero di interventi rilevati per ciascun brand;
- Lista fonti utilizzate: blog, newsgroup e siti di news;
- Lista discussioni e post su blog, newsgroup e siti di news più significativi individuati.



COMPETITOR WEB STRATEGY

Definizione

L'analisi della strategia on-line dei competitors è un servizio che fornisce informazioni sullo status, sul posizionamento e sulla strategia di visibilità on-line del sito di un competitor segnalato dal cliente. L'analisi è attuabile anche sul sito del cliente e/o su più competitors attivando un modulo per ciascun sito che si desidera studiare.

Il servizio è attivabile nelle lingue: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo.

Per ogni lingua è necessario attivare un modulo (*una lingua = un modulo*).

Caratteristiche principali

A differenza dell'analisi competitors fornita con i servizi di posizionamento avanzato (KEY PLUS), volta ad individuare i principali competitors web per determinate parole chiave (ovvero i siti che appaiono tra i primi risultati dei motori di ricerca per quelle parole chiave), questo servizio parte da un'analisi del competitor segnalato direttamente dal cliente ed è volto a verificare le caratteristiche del sito concorrente, la sua visibilità on-line per le parole chiave e le eventuali iniziative promozionali in corso.

Il servizio ha l'obiettivo di fornire al cliente informazioni utili al fine di calibrare la propria attività on-line, attraverso lo studio delle strategie adottate dai competitors. Il servizio consta delle seguenti attività:

- Individuazione delle parole chiave di settore.

- > I tecnici SEO (Search Engine Optimizer), dello staff di Net Marketing di ENSTEINWEB, individuano le parole-chiave più rilevanti per il settore di riferimento del competitor a seguito dell'analisi del suo sito, in base alle abitudini di ricerca on-line degli utenti ed alle indicazioni del cliente.
- > Le parole-chiave su cui è possibile lavorare sono frasi composte da 2-4 termini, utilizzate nella ricerca sui motori. Il numero di diversi termini sui quali puntare varia secondo l'investimento desiderato a partire da un minimo di 5 keywords in una lingua.

- Monitoraggio delle campagne pay per click attive

- > Una volta individuate le parole chiave, viene monitorata l'eventuale attivazione su di esse di campagne **pay per click** da parte del competitor.
- > Si verifica se il sito del competitor appare tra gli **sponsored links** dei risultati quando l'utente digita quelle parole chiave per la ricerca sui principali motori che supportano i link sponsorizzati.

- Analisi dell'indicizzazione sui principali motori e numero delle pagine indicizzate

- > Si verifica la presenza dell'URL del sito del competitor (indicizzazione) ed il numero di pagine indicizzate nel database dei motori di ricerca di riferimento per la lingua in promozione.

- Analisi dei posizionamenti sui motori per le keyword individuate

- > Monitoraggio dei posizionamenti conseguiti sui motori di ricerca dal competitor nelle prime 20 posizioni per le parole chiave. In pratica si verifica la presenza e la posizione dell'URL del competitor tra i risultati organici dei motori di ricerca, effettuando una ricerca per le parole chiave.

- Analisi livello ottimizzazione dei siti competitors

- > L'analisi del livello di ottimizzazione del sito del competitor per verificare quanto sia "search engine friendly" ovvero facilmente indicizzabile e posizionabile dai motori di ricerca e per vedere se sono in atto strategie per il posizionamento.

- Analisi link popularity e Page Rank di Google

- > Verifica della popolarità online del sito sui principali motori, ovvero il numero di link su siti esterni che puntano al sito del competitor e verifica del Page Rank assegnato da Google, ovvero l'indice di rilevanza attribuito da Google al sito.

- Anzianità del sito e Traffic Rank globale

- > Verifica dell'anzianità online del sito, cioè da quanto tempo il sito è on-line ed analisi del Traffic Rank globale quando rilevabile, ovvero la posizione nel ranking mondiale dei siti in base al traffico.

Report

Il reporting consiste in :

- Elenco delle parole chiave rilevanti individuate dai tecnici SEO;
- Elenco dei motori di ricerca sui quali è presente il link sponsorizzato per le keywords individuate;
- Posizione in cui si trova il link sponsorizzato nella pagina del motore;
- Quali delle parole chiave individuate sono utilizzate per la promozione ppc sul motore;
- Elenco dei motori di ricerca in lingua nei quali il sito è indicizzato e la lista di quelli nei quali non è presente;
- Numero di pagine del sito indicizzate nei database dei principali motori in lingua;
- Numero dei posizionamenti conseguiti nei primi 20 risultati sui diversi motori in lingua, per le parole chiave;
- Report con un giudizio complessivo relativo al livello di ottimizzazione del sito (ad esempio se contiene sufficiente contenuto testuale ecc.);
- Numero di inbound link per ciascun motore ;
- Valore del Page Rank;
- Informazione relativa al Traffik Rank (quando rilevabile);
- Indicazione della data dalla quale il sito risulta online.



LINK POPULARITY

Definizione

Il servizio è volto a verificare ed aumentare la link popularity del sito del cliente tramite lo sviluppo quantitativo/qualitativo degli **inbound link**, ovvero i link da siti esterni che puntano al sito del cliente.

Il servizio è realizzabile su siti in lingua italiana, inglese, spagnola, francese e tedesca.

La link popularity consiste nella “popolarità” di un sito online o di una pagina web ed è misurabile attraverso la quantità e la qualità di link che puntano ad esso (inbound link).

Maggiore è il numero dei link che puntano al sito, maggiore è il prestigio attribuito al sito dai principali motori di ricerca (primo fra tutti Google), poiché il fatto di essere segnalati su altri siti è indice di contenuti interessanti.

Non tutti i link da siti esterni però hanno lo stesso valore: solo i link provenienti da siti considerati “prestigiosi” dai motori (con una consolidata visibilità online, aggiornati frequentemente ecc.) conferiscono un valore aggiunto.

Inoltre anche i link da siti che trattano argomenti attinenti a quelli del sito hanno un valore maggiore per i motori di ricerca.

Il servizio di link popularity ottiene i suoi massimi risultati in sinergia con i servizi di posizionamento organico, poiché rappresenta un ulteriore strumento per acquisire rilevanza sui motori di ricerca e per aumentare i posizionamenti del sito.

Caratteristiche principali

Il servizio è volto ad aumentare la quantità e la qualità degli inbound link.

Lo sviluppo della link popularity sarà attuato mediante l’individuazione di siti indicizzati sui motori di ricerca che trattano argomenti correlati a quelli del sito in promozione, individuati ad hoc per macroarea di interesse, e l’inserimento su di essi di link che puntano al sito del cliente.

Il servizio ha durata annuale.

Report

Verranno inviati al cliente un primo report all’attivazione ed in seguito report trimestrali con le seguenti informazioni:

- numero totale degli inbound link sui principali motori di ricerca;
- elenco dettagliato degli inbound link sui principali motori;
- Page Rank di Google attribuito all’home page del sito.

CONTENT CONSULTING

Definizione

Il servizio consiste in una consulenza professionale ai clienti in merito ai contenuti del loro sito, già oggetto di posizionamento organico. La consulenza verte sia sulla modifica dei contenuti attuali del sito sia sull'aggiunta di contenuti rilevanti. La finalità è aumentare la visibilità del sito sul motore di ricerca Google e quindi la rilevanza dello stesso per i visitatori.

Il servizio è realizzabile su siti in lingua italiana, in lingua inglese e spagnola.

Quanto maggiore è la presenza di contenuti rilevanti, tanto più alta sarà la probabilità di aumentare il numero di posizionamenti tra i risultati delle ricerche su Google.

A parità di interventi di ottimizzazione e di indicizzazione, la visibilità di un sito varia sensibilmente a seconda della stesura dei contenuti e della loro verticalizzazione sulle keywords in promozione.

Questo servizio consiste in una consulenza professionale che in quanto tale prenderà in considerazione il singolo, e specifico cliente, fornendo così indicazioni dettagliate e personalizzate.

Un percorso sinergico tra la competenza professionale del consulente e l'esperienza diretta del cliente è il punto di forza di questo servizio che prevede inoltre un *check*, a seguito della consulenza, al fine di seguirne l'effettiva e corretta realizzazione.

Caratteristiche principali

Il servizio è volto a fornire indicazioni su come rendere i contenuti del sito cliente rilevanti al fine di aumentarne la visibilità sul motore di ricerca Google.

La consulenza prevede un processo analitico che partirà dallo studio qualitativo dei contenuti attuali del sito. In particolare gli elementi oggetto di valutazione sono: l'architettura delle informazioni e la stesura e composizione dei contenuti.

Al cliente saranno fornite strategiche indicazioni in base ai risultati dell'analisi, alle keywords in promozione ed alle eventuali priorità, su queste ultime, espresse dal cliente stesso.

La consulenza sul *copywriting* comprenderà i suggerimenti di modifiche ai testi attuali e le indicazioni per l'eventuale implementazione di nuove pagine/sezioni del sito basata anche sul raggruppamento delle parole chiave in insiemi logici.

Check up

Dopo 6 mesi dallo start up della consulenza, verrà realizzato un test sullo stato di realizzazione delle modifiche indicate, al fine di verificarne l'applicazione ottimale.

In aggiunta, sarà realizzata una ri-ottimizzazione delle pagine html del sito che si focalizzerà soprattutto sui nuovi contenuti oggetto della consulenza.



Posizionamento Organico

Il posizionamento organico, o naturale, è il più efficace strumento di promozione online sul medio-lungo periodo, è orientato a risultati consolidati e stabili nel tempo e pertanto è consigliato come lo strumento fondamentale per garantire un'adeguata visibilità all'azienda sul web.

L'obiettivo del posizionamento organico è quello di portare il sito dell'azienda Cliente fra i primi risultati delle ricerche effettuate dagli utenti sui motori di ricerca per determinate parole chiave ritenute rilevanti.

Le attività del posizionamento organico in genere riguardano l'ottimizzazione del codice html del sito, della distribuzione delle informazioni e dell'architettura in modo da rendere più visibile e rilevante il sito stesso. I motori di ricerca, usano algoritmi che indicizzano le pagine dei siti presenti in Rete, alla ricerca di contenuto pertinente e di qualità.

In quest'ottica è possibile promuovere sui principali motori di ricerca nazionali ed internazionali ogni sito che abbia contenuti rilevanti, che non appartenga a categorie particolari (come ad esempio i siti Adult, Gambling, o che contengono Dialer, o che vendono online farmaci o similari) e che superi l'analisi preliminare dei nostri esperti.

La lista completa dei motori coinvolti nella attività di posizionamento è stilata in base alle classifiche Nielsen ed è aggiornata periodicamente. La lista aggiornata dei motori coinvolti nell'attività di posizionamento è sempre disponibile dal pannello di controllo messo a disposizione del Cliente.

Lista Motori di Ricerca coinvolti nell'attività di posizionamento

Nota:

Le campagne per lingue diverse da italiano ed inglese vengono monitorate sui motori di ricerca dell'area linguistica di riferimento.

ITALIANI	STRANIERI
Altavista	AllTheWeb
Altavista Italia	Alta Vista
Arianna	AOL Search
Excite Italia	AskJeeves
Google	Dogpile
Google Italia	Earthlink
HotBot Italia	Excite
Sharelook Italia	Go.com
Mirago IT	Google
Kataweb	InfoSpace
Lycos Italia	Looksmart Web
MSN	Lycos
MSN Italy	Metacrawler
Open Directory	MSN
SuperEva	Netscape Netcenter
Tiscali Italia	Open Directory
Alice	Overture
Yahoo	Web Crawler
Yahoo! Italia	Yahoo!
Alltheweb (italiano)	iWon Web Sites
	About.com
	Network Results



KEY WEB Plus

Definizione

Key Web Plus è il servizio per lo sviluppo della visibilità dei siti web attraverso i motori di ricerca, ideato per soddisfare le esigenze di posizionamento più ambiziose delle aziende.

Il servizio comprende tutte le attività tipiche dei servizi di posizionamento e una serie di altre attività integrative utili per incrementare la visibilità del sito in particolare per grandi gruppi di parole chiave, tanto da renderlo lo strumento più completo e versatile disponibile oggi sul mercato.

Key Web Plus offre una garanzia di risultato, stabilendo un obiettivo minimo di posizionamenti entro le prime 20 posizioni dei motori di ricerca di riferimento pari al numero delle diverse parole-chiave sulle quali si è basata la promozione. (cfr. tabella seguente).

Attraverso una consolle on-line personale (area riservata) è possibile visualizzare in qualsiasi momento la situazione presente e passata, misurando oggettivamente i risultati della propria promozione.

Caratteristiche principali

- Parole chiave:

- > I tecnici SEO (*Search Engine Optimizer*) dello staff di Net Marketing selezionano le parole-chiave più appropriate in base al contenuto del sito, alle abitudini di ricerca degli utenti, ai termini utilizzati dai concorrenti, alle indicazioni generali del Cliente. E' possibile lavorare su parole-chiave (*frasi composte da 2-4 termini, utilizzate nella ricerca sui motori*) in italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo, ed eventualmente altre lingue da concordare.
- > Il numero minimo di parole chiave per ogni lingua è di 8. Il **Key Web Plus 8** pertanto può essere realizzato solo in una lingua (come spiegato nella tabella seguente).

- Ottimizzazione del sito:

- > L'ottimizzazione delle pagine del sito avviene secondo i criteri di classificazione dei motori di ricerca e ai fini di una efficace presentazione alle directory, in cui i siti sono recensiti da una redazione, eventualmente integrata con la realizzazione di pagine web appositamente create. In presenza di particolari esigenze del Cliente il posizionamento del sito può essere realizzato anche senza procedere all'ottimizzazione del sito stesso.

- Indagine sui principali competitor on-line e sul loro posizionamento:

- > individuazione dei principali competitor in relazione al loro posizionamento sulle keyword più rilevanti e report sulla loro popolarità online.

- Realizzazione di pagine keyword based:

- > vengono create pagine web (generalmente una per ciascuna keyword) search engine friendly ottimizzate per risultare estremamente appetibili ai motori di ricerca e quindi idonee a sostenere la visibilità del sito.

- Configurazione o registrazione di domini keyword based:

- > le pagine di cui sopra, saranno ubicate su uno o più domini configurati appositamente per l'attività di posizionamento, dai quali si accederà direttamente alla Home Page o su specifiche aree del sito.
- > La realizzazione delle pagine e l'attivazione di domini ad hoc, consente, in caso di necessità del Cliente, di non intervenire in alcun modo sul sito garantendone comunque il posizionamento.

- Notifica del sito:

- > il sito viene notificato ai motori di ricerca e segnalato alle directory.

- Report informativi dei posizionamenti ottenuti:

- > EINSTEINWEB fornisce accesso on line ai report di monitoraggio dei posizionamenti conseguiti. Il primo report verrà reso disponibile dopo un mese dall'avvenuta notifica ai motori di ricerca, ed in seguito con cadenza mensile.

- Controllo costante della campagna:

- > EINSTEINWEB controlla per tutto l'anno il mantenimento dei risultati ed interviene se vengono meno le garanzie concordate.

- Statistiche di accesso al sito:

- > statistiche on-line sul traffico generato dal posizionamento sui motori di ricerca sempre disponibili

- Eventuali opzioni aggiuntive:

- > ripetere l'analisi dei Competitor nel corso dell'anno. Ciò può essere fatto una volta alla fine del periodo, ogni sei mesi oppure ogni quattro mesi secondo le necessità del Cliente.

- Costi del Servizio:

- > il costo è basato sul numero di keyword su cui verrà realizzato l'attività di posizionamento.
- > È previsto un costo di attivazione e un canone annuo per l'attività di manutenzione, come indicato di seguito:



TOP VISIBILITY

Obiettivo: integrare diversi servizi SEM in uno unico, sfruttando la complementarità ed affidabilità dei servizi ed enfatizzando la dinamicità e la velocità di attivazione.

Il Servizio **Add-on** può essere scelto tra il **Content Consulting** e la **Link Popularity**.

Servizi inclusi:

- a) keyword advertising
- b) posizionamento organico
- c) link popularity /content consulting

Esempio TOP VISIBILITY

Flusso di produzione:

Primo mese

⇒ Attivazione campagna di Keyword Advertising

- **Analisi sito e reperimento keywords** in collaborazione tra lo Staff Seo e lo Staff Ppc, affinché l'elenco delle parole chiave rispecchi le esigenze della campagna ppc, ma sia anche **propedeutico** per l'attivazione delle campagne di posizionamento e di Link Popularity.
- **Creazione annunci:** anche in questo caso saranno elaborate una serie di creatività molto ben in target sia per ottenere i migliori risultati dal ppc, sia per verificare quali siano gli annunci che ottengono un miglior CTR (eventualmente anche miglior tasso di conversione): analogamente, in un'ottica di **massima integrazione**, i testi di questi annunci saranno utilizzati dallo Staff Seo per l'ottimizzazione del sito, per la generazione delle pagine SEF e per l'elaborazione degli anchor text.
- La campagna partirà sui network disponibili (Google, Yahoo, Miva) e – pur senza interruzioni – sarà suddivisa in **due flight**: *nel primo flight*, della durata di un mese, si cercherà di spingere la campagna il più possibile in modo da poter ottenere

massima visibilità e risultati pienamente affidabili **in funzione** dell'attivazione delle campagne di posizionamento e di link popularity; il *secondo flight* – della

durata presumibile di un altro mese e comunque fino ad esaurimento del budget allocato per il ppc – sarà contemporaneo all'attivazione degli altri due servizi e avrà lo scopo di **mantenere la visibilità** delle keywords in attesa del primo report del KEY WEB.

Dopo circa 1 mese

⇒ Attivazione campagne di Posizionamento Organico e Link Popularity

- Lo Staff Seo comincia ad analizzare i risultati delle keywords e degli annunci della campagna ppc ed arriva ad elaborare la lista delle sedici parole chiave che costituiranno il KEY WEB, nonché i testi per l'ottimizzazione del sito, la generazione delle landing page e degli anchor text.

Lo Staff Seo selezionerà le sedici keywords, scegliendo - tra le parole più efficaci della campagna ppc - quelle che forniscono **migliori garanzie in termini di competitività e rilevanza**. Nel caso in cui non sia possibile reperire le 16 keywords dalla lista, lo Staff Seo individuerà alcune varianti delle parole più efficaci. Il Cliente potrà entrare nel merito della selezione delle parole, ma senza poter imporre keywords della campagna ppc che risultino inutilizzabili per la campagna di posizionamento.

Finito il ppc...

- sebbene la campagna di keyword advertising cessi nei primi due mesi, si consiglia di proporre il rinnovo per **continuare a garantire visibilità** a tutte le keywords non selezionate per la campagna KW, per **testare nuove parole** chiave e per **promuovere prodotti/servizi/eventi one shot** che mal si presterebbero ad un'attività di posizionamento duraturo.

Dopo 1 anno

si procederà al rinnovo delle campagne KEY WEB e di Link Popularity, proponendo un **upgrade** del numero di parole chiave sulla base dei risultati delle campagne di keyword advertising svoltesi durante l'anno o eventualmente prevedendo l'attivazione di una **nuova campagna ppc** da includere nel canone di rinnovo del pacchetto.

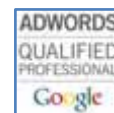
Keyword Advertising

Il **Keyword Advertising** fondato sul meccanismo del Pay per Click, è un sistema che garantisce il posizionamento del sito in testa ai risultati per una certa parola chiave (attraverso uno spot testuale inserito in una apposita area link sponsorizzati) a fronte del pagamento di una cifra per singola visita (o click), determinata in funzione della domanda del mercato e dunque variabile nel tempo.

Il Keyword Advertising permette al Cliente di essere visibile sui motori di ricerca in tempi brevissimi.

I network su cui è possibile pianificare il servizio **TopClick** sono:

Network	Principali siti su cui compariranno i risultati pubblicitari
Google	Google, Virgilio, Libero/Arianna, AOL
Yahoo Search Marketing	MSN, Altavista, Yahoo!, Lycos, Tiscali
Miva	superEva, Clarence, Il Trovatore



I professionisti che operano con EINSTEINWEB hanno ottenuto le certificazioni:

TOP CLICK

Definizione

Il Pay Per Click consente di dare visibilità negli spazi a pagamento dei motori di ricerca attraverso il collocamento nelle pagine dei motori stessi di brevi **"spot testuali"** nella forma di link. Tali annunci compaiono in un'area della pagina espressamente riservata a collegamenti sponsorizzati quando l'utente effettua una ricerca usando le parole (o frasi) prescelte per realizzare il servizio.

La pubblicazione dell'annuncio è gratuita: le aziende pagano soltanto quando gli utenti effettivamente cliccano sul link (*modello "Pay Per Click"*).

Il costo di un click viene stabilito da un meccanismo di bidding (asta on line) sulla parola chiave. Grazie a questo strumento è possibile attivare campagne con budget prefissati e limitati.

Una campagna Pay per Click è attivabile in tempi rapidissimi.

Gli annunci normalmente compaiono anche all'interno del Network dei siti di contenuto partner dei motori di ricerca qualora ci sia coincidenza tra i contenuti del sito e lista keyword della campagna. A richiesta è possibile escludere il circuito contenuti attivando la campagna sui soli motori di ricerca.

La quantità di visite generata sarà calcolata attraverso i report forniti dai network oggetto della pianificazione.

La durata della campagna, pur stimata inizialmente con buona approssimazione, è dipendente dal numero di richieste generate dalle keyword definite per il servizio ed è quindi impossibile da calcolare con assoluta precisione. Il servizio verrà quindi erogato fino al raggiungimento del numero delle visite concordato.

Caratteristiche principali dell'attività svolta

Studio degli obiettivi di marketing e delle aspettative: identificazione degli obiettivi della campagna e definizione delle linee guida della strategia di comunicazione.

Studio del sito del Cliente: viene svolta una analisi complessiva di quanto presente sul sito.

Definizione delle keywords: studio delle keywords ottimali in linea con l'attività promossa sul sito che vengono sempre sottoposte per l'approvazione finale del Cliente. Le parole chiave possono essere modificate, eliminate o integrate in ogni momento della campagna.

Non c'è limite al numero delle keywords utilizzabili.

Creazione degli ad-box pubblicitari: creazione degli annunci che tengano conto delle regole editoriali imposte dai network partner e che garantiscano l'efficacia della campagna pubblicitaria.

Monitoraggio costante: la campagna viene monitorata in "real time" ed in ogni momento è possibile correggere ed integrare le scelte iniziali

Report periodico delle visite generate: produzione di report mensili analitici sull'andamento della campagna e report di fine campagna e consolle on-line personale (area riservata).

Oltre ai risultati della campagna in termini di visite generate, è possibile monitorare le azioni che gli utenti compiono una volta arrivati sul sito: registrazione, acquisto, iscrizione a una newsletter, richiesta informazione attraverso il sistema di tracking messo a disposizione da EINSTEINWEB .

Costi del Servizio: in relazione a un'analisi preventiva riguardante il settore del sito, suggeriamo alcune proposte di pianificazione; il costo è basato sul numero di visite generate attraverso il servizio TopClick: