

A decorative orange line graphic that starts at the top left, curves down and right, then loops back to the left, forming a series of overlapping circles and arcs that eventually tapers off towards the bottom right.

Search Marketing e Web 2.0

Come cambia il Search Marketing nell'era del Web 2.0
Nuove modalità e opportunità per le aziende.

IAB Forum
9 novembre 2006 – Milano

Miriam Bertoli
SEM Department Director
TSW srl

C'era una volta ...



Primi su
1000 motori
a 50 euro!!!

SEM 0.5 ????

Più Spesa

per un po' di marketing

1000 doorpage
a 50 euro!
C'mon, wear a
black hat!

```
<title>ALCUNE PAROLE CHIAVE, E BEN RIPETUTE, MI RACCOMANDO!!!</title>  
<meta name="description" content="Ci sarebbe da descrivere il contenuto della pagina, ma  
il furbo ci mette una bella lista di parole chiave, parole chiave,parole chiave,parole  
chiave,parole chiave,parole chiave,...">  
<meta name="keywords" content="qui? parole chiave, parole chiave, parole chiave,parole  
chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole  
chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole  
chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole  
chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole  
chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole chiave, parole  
chiave, parole chiave">
```



Poi, siamo passati al SEM 1.0...

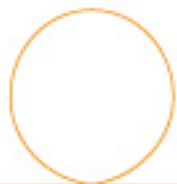
Il marketing sui motori di ricerca comincia ad essere integrato con il resto del marketing aziendale

Si comincia a parlare dell'importanza del contenuto

Il pay per click si affianca al posizionamento naturale

L'ottimizzazione off-site (LP) si affianca a quella on-site

Si comincia a parlare di ROI



Emergono nel frattempo parole come...

blog

feed RSS

contenuti generati dai 'consumatori' (CGM)

foto e video sharing

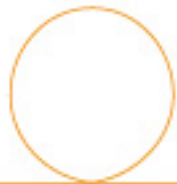
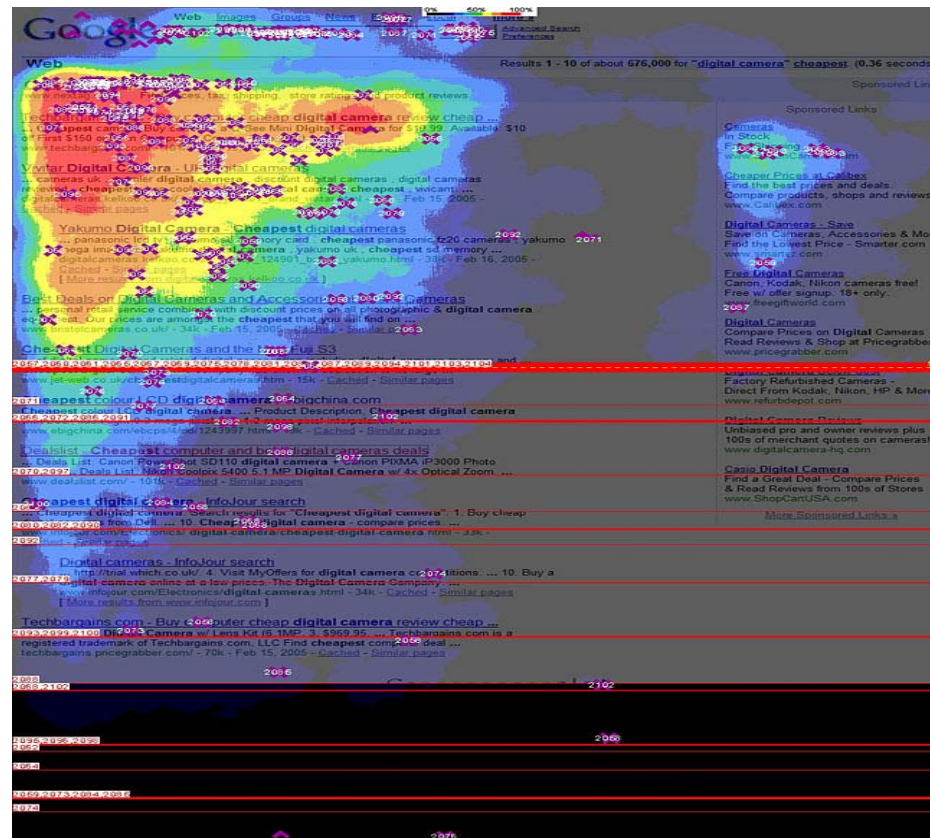
podcast

personalizzazione della ricerca



Uno scenario futuro e poco italiano?

Facciamo un passo indietro



Enquiro, Search's Golden Triangle



“Una mattina, mentre preparo il workshop, leggo il giornale e...”

“Fiat lancia un nuovo logo e rivisita la Bravo”

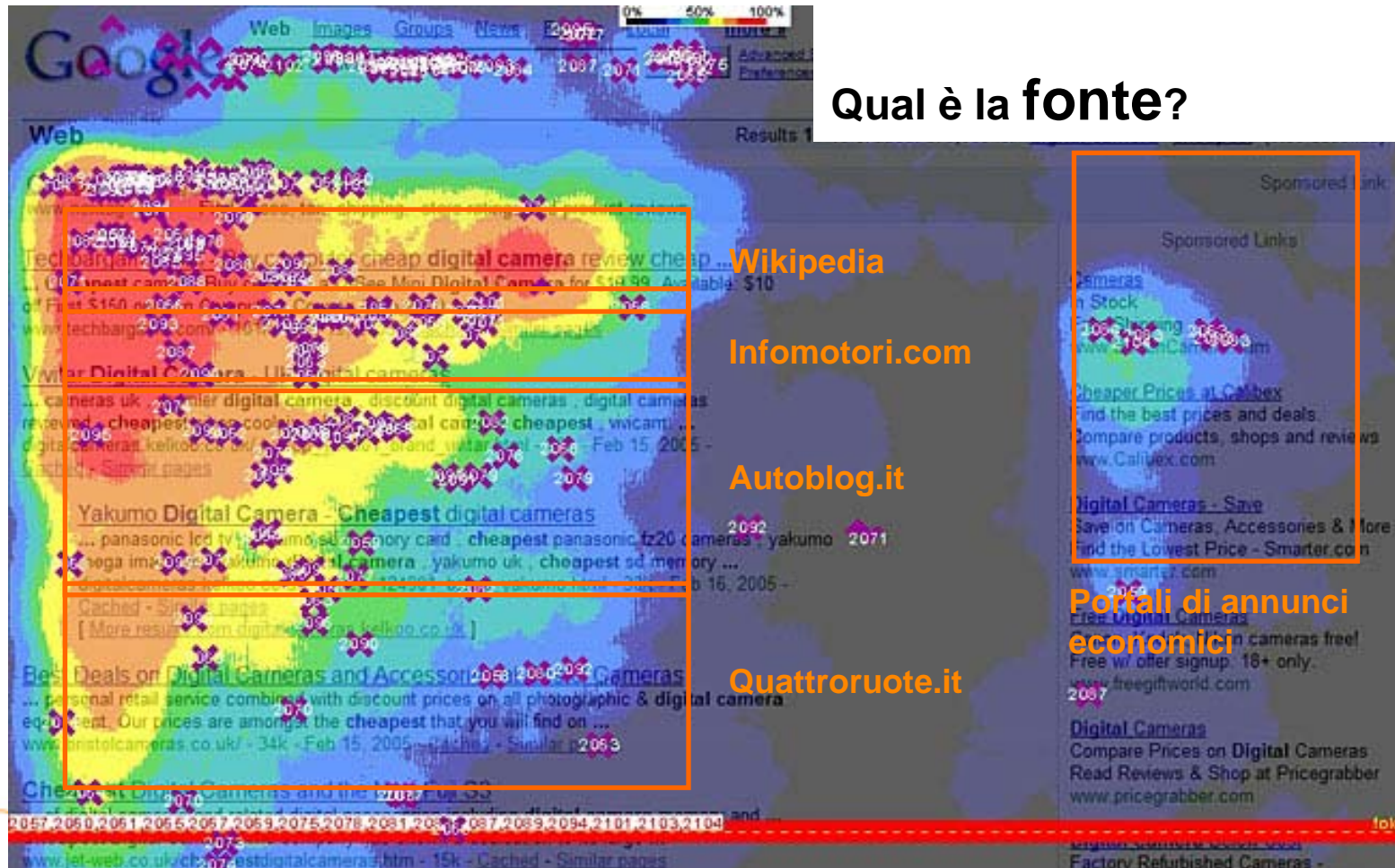
Mi interessa, decido di andare on line e approfondire.



Tornando al golden triangle,
che informazioni ricevo?

Vado on line e approfondisco ...

Qual è la fonte?



tsw.it
search marketing

Facciamo un passo indietro, anzi avanti

Non staremo mica parlando di “Web 2.0” ???

44.500.000 di risultati in Google.com (31.600.000 in Google.it)

306.045 di risultati in Technorati.com (in blog posts – any language)



Facciamo un passo indietro, anzi avanti

Non staremo mica parlando di “Web 2.0” ???

“LANINGHAM: You know, with Web 2.0, a common explanation out there is Web 1.0 was about connecting computers and making information available; and Web 2 is about connecting people and facilitating new kinds of collaboration. Is that how you see Web 2.0?

BERNERS-LEE: Totally not. Web 1.0 was all about connecting people. It was an interactive space, and I think Web 2.0 is of course a piece of jargon, nobody even knows what it means. If Web 2.0 for you is blogs and wikis, then that is people to people. But that was what the Web was supposed to be all along.”

(28 luglio 2006)



Facciamo un passo indietro, anzi avanti

Non staremo mica parlando di “Web 2.0” ???

Paternità del termine – Tim O’Reilly

Web 1.0

DoubleClick

Ofoto

Britannica Online

personal websites

domain name speculation

page views

screen scraping

publishing

content management systems

directories (taxonomy)

stickiness

Web 2.0

--> *Google AdSense*

--> *Flickr*

--> *Wikipedia*

--> *blogging*

--> *search engine optimization*

--> *cost per click*

--> *web services*

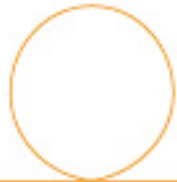
--> *participation*

--> *wikis*

--> *tagging ("folksonomy")*

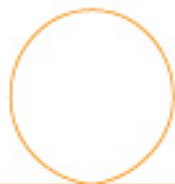
--> *syndication*

<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>



Alcuni esempi di società 2.0

WIKIPEDIA



Alcuni esempi di società 2.0 – in Italia

Segnalo



Per approfondimenti: http://www.pandemia.info/2006/07/24/web_20_italia_il_punto.html



Quindi

Lo scenario web è cambiato

E il SEM?



Rullo di tamburi....SEM 2.0 (o SeM 2.0)!

Il search engine marketing diventa search marketing

L'enfasi finalmente è sull'azione e sui bisogni, non sulla tecnologia

L'azione è la ricerca di informazioni, che però sono decentralizzate e polverizzate nella loro produzione

Sempre di più si lavora fuori dai motori di ricerca intesi in senso tradizionale

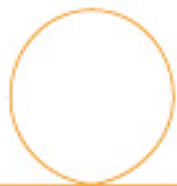
Sempre di più si lavora con informazioni multimediali (video, audio)



Rullo di tamburi....SEM 2.0 (o SeM 2.0?)!

Il nuovo SeM:

- incoraggia la produzione di contenuti testuali
- incoraggia la produzione nuovi tipi di contenuto (audio, video)
- usa le nuove istanze tecnologiche per diffonderli (RSS, ...)
- inserisce pubblicità contestuale legata al contenuto (AdSense)
- partecipa
- stimola e sfrutta tagging e bookmarking



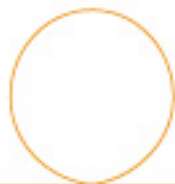
Incoraggia la produzione di contenuti



Lastminute lancia l'iniziativa Vivilastminute – viaggia & blogga!



Tui promuove un concorso a premi tra i blogger di viaggio



Usa le nuove istanze tecnologiche per diffonderli (RSS, ...)

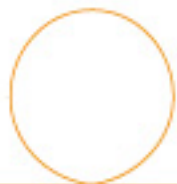


Boscolo Hotels diffonde attraverso RSS i pacchetti con offerte



Dvd.it diffonde via RSS le classifiche dei prodotti più venduti

Alcuni siti dedicati ai cellulari (ad es. phonearena.com) pubblicano su Youtube (oltre che sul loro sito) videorecensioni dei telefonini



Partecipa

con il proprio blog aziendale

Desmoblog

Ducati <http://blog.ducati.com/>



San Lorenzo <http://blogs.san-lorenzo.com/sl/>



Samsung <http://www.samsung-italia.net/>



Stimola e sfrutta tagging e bookmarking

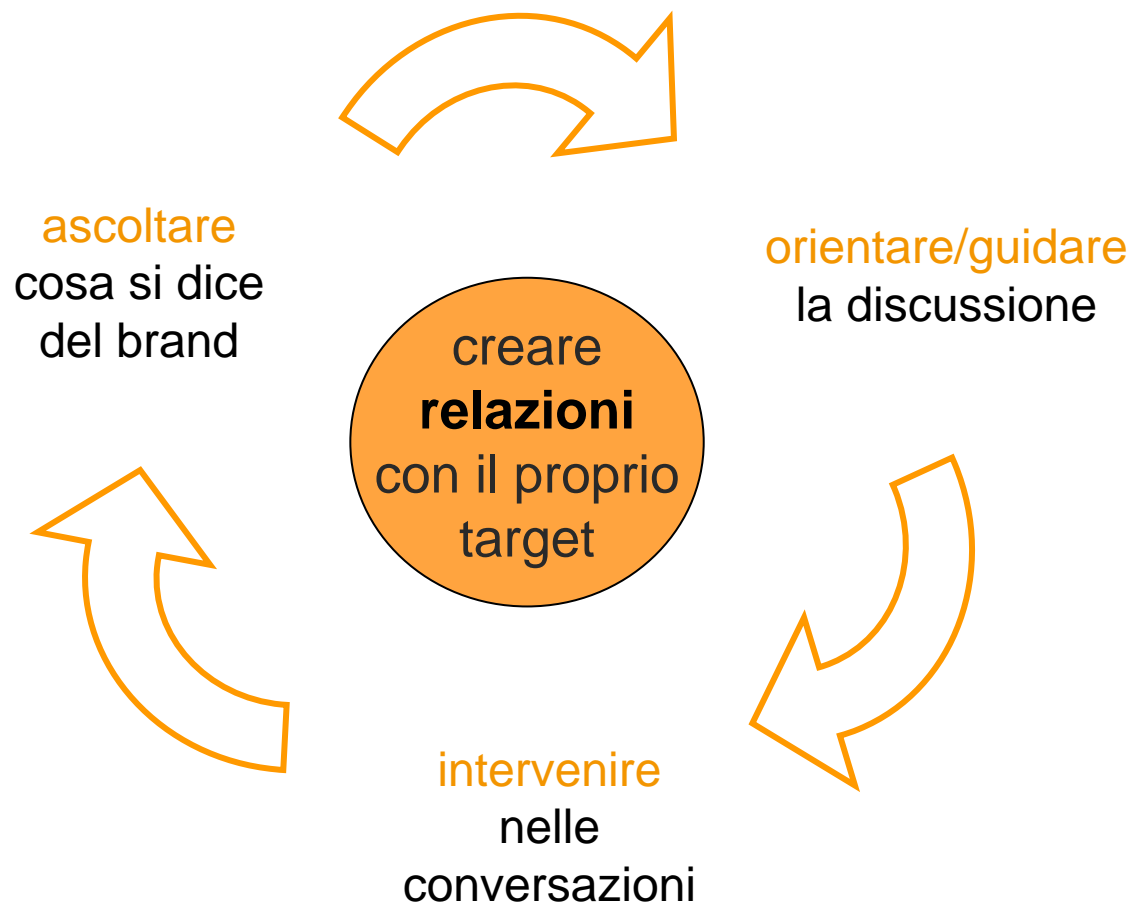
Dal punto di vista operativo:

- il tagging come fonte di spunti nella selezione delle parole chiave o nella scelta degli argomenti
- il tagging e il bookmarking come incremento della Link Popularity (con benefici nel ranking e nelle visite dirette al sito)



Cosa cambia per le aziende?

Possibilità per il responsabile marketing



Cosa cambia per le aziende?

Orientare/guidare la discussione, un esempio:



http://www.youtube.com/watch?v=QCVxQ_3Ejkg

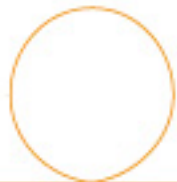


Related **More from this user** | Playlists

Showing 1-20 of 67003 [See All Videos](#)

- A Message From Chad and Steve**
01:36
From: YouTube
Views: 2025350
<< **Now Playing**
- Re: A Message From Chad and Steve**
00:40
From: CrazyDrifter217
Views: 103527
- Re: A Message From Chad and Steve**
00:00
From: phimon23
Views: 29305
- Re: A Message From Chad and Steve**
04:55
From: aaronuart
Views: 787
- Re: A Message From Chad and Steve**
and Steve *parodie*

Showing 1-20 of 67003 [See All Videos](#)



Cosa cambia per le aziende?

La nuova natura del SEM permette alle aziende che investono di avere un duplice beneficio: migliorare la visibilità sui motori ed essere parte delle discussioni in rete in senso più vasto.

controllo 'centralizzato'

brand definiti dall'alto
contenuti 'istituzionali'

VS.

produzione diffusa

brand definiti da esperienze
contenuti ibridi azienda/consumatore



Cosa cambia per le aziende?

Dicevamo, contenuti ibridi azienda/consumatore
Un esempio?

SWG, la società di ricerche di mercato, che nella home page del sito ha due box dove include contenuti che la riguardano, provenienti da:



<http://www.swg.it/index.php/home>

SWG SUI SITI DI NEWS

- SWG compie 25 anni e si fa in tre - PubblicitaItalia
- Roberto Weber (Swg) ad Affari: "C'è un'accentuazione della ..." - Affari Italiani
- RICERCA SWG - MOIGE: BAMBINI TROPPO SOLI SU INTERNET IN ITALIA - Assodigitale
- INTERNET. Indagine Swg rileva: "Troppi pericoli per i più piccoli ..." - Help Consumatori
- Internet a scuola, troppi prof ignorano i rischi - Il Tirreno

Fonte: Google

SWG SUI BLOG

- Senza titolo
- Polemiche dell'altro mondo
- Padre Pio, il santo più reclamizzato
- Gesù: ex super star
- Famiglia Cristiana presenta...Hit Parade!

Fonte: Technorati

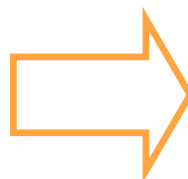


Il Web 2.0 all'opera!



Fine marzo 2006: TSW apre un blog

- per entrare e guidare le discussioni intorno al SEM, proponendo approfondimenti e contenuti di qualità
- per confrontarsi con nuove modalità di comunicazione



Sei mesi dopo:

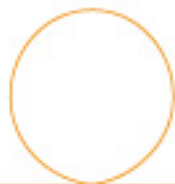
- post ripresi su portali di settore
- avvio di discussioni su forum e blog di settore
- link nel blogroll di addetti ai lavori



- miglioramento della reputazione
- aumento della link popularity
- aumento del traffico al sito istituzionale



Partecipazione! 😊



Grazie per l'attenzione!

Miriam Bertoli

miriam.bertoli@tsw.it



www.tsw.it



10 anni di specializzazione nel Search Marketing:

- Posizionamento nei motori di ricerca (SEO e PPC)
- Analisi delle statistiche del traffico sul sito
- Reputazione aziendale on line
- Analisi di usabilità del sito
- Progettazione del sito per i motori di ricerca
- Training formativo

**Alcuni
clienti**

