

Tutto quello che occorre sapere per essere vincenti sul web!

Affrontare il web efficacemente

[Home](#) | [I 16 fondamentali del Marketing WEB](#) | [Articoli](#) | [Contattami](#) | [About me](#) | [WEBLOG](#)

SEM - Il Pay x Click nei motori di ricerca

Il pay per click nei motori di ricerca è divenuto uno strumento molto efficace per la promozione on line anche in seguito al fatto che, di norma, viene ben accettato dai navigatori. Questo sistema ha degli ottimi vantaggi. E' indubbio che non sia possibile contare solo su operazioni pay per click trascurando il posizionamento attraverso la ricerca per parole chiave; la soluzione sta nel trovare il giusto equilibrio o "ADV mix" tra le due opportunità ed in questo caso l'intervento di un consulente specialista diventa fondamentale per aiutare l'azienda ad optare per le scelte più adeguate.

Vantaggi del pay per click

CONTROLLO DEI COSTI: Il costo viene concordato preventivamente, ed è proporzionale ai visitatori che effettivamente arriveranno al sito promosso.

TARGET SELEZIONATO: Questo dipende molto dalla capacità di scrittura di messaggi dal contenuto mirato e strategicamente definiti.

INTERNAL LINK: Possibilità di indirizzare gli utenti direttamente a pagine specifiche interne al sito; è molto importante nel caso di offerte promozionali che richiedono, per una buona riuscita, sempre dei link diretti (se vuoi vendermi qualche cosa è inutile raccontarmi prima tutta la tua storia, dimmi subito di che prodotto si tratta).

GESTIONE CAMPAGNA: Possibilità di monitorare costantemente l'evoluzione della campagna pubblicitaria ed attuare in tempo reale eventuali azioni correttive.

RISULTATI IMMEDIATI: Una campagna di questo tipo si può attivare in brevissimo tempo (escluso quanto ne va dedicato per la realizzazione del concept, cioè il progetto comunicativo da pubblicare on line).

Limiti del pay per click

RISCHIO DI AVERE CLICK INUTILI: Se la campagna non è stata ben ponderata, e quindi il messaggio risulta essere troppo generico, c'è la concreta possibilità di ricevere una miriade di contatti inutili (e di pagarli). Ancora una volta la strategia comunicativa diventa fondamentale.

AL RAGGIUNGIMENTO DEL BUDGET (giornaliero) SI PERDE VISIBILITA': Cioè al termine della campagna il motore di ricerca rimuove il link sponsorizzato. A questo punto diventa molto importante che il posizionamento dell'azienda per chiavi di ricerca sia buono o che venga riattivata la campagna.

GLI UTENTI PREFERISCONO I RISULTATI ORGANICI DEI MOTORI

Altra considerazione molto importante, come visto nel capitolo precedente, è che molti utenti preferiscono i risultati organici e quindi una buona azione PPC deve

 [Subscribe to RSS feed](#)

ALTA FORMAZIONE x il WEB

Sai come scrivere una **MAIL EFFICACE** e che sappia attirare l'attenzione? Conosci quanto sia importante l'oggetto? [Clicca qui](#)

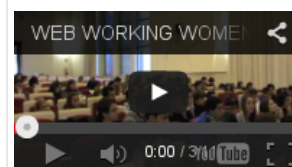
Fare marketing con i **SOCIAL NETWORK** un'opportunità da saper cogliere, ma bisogna comprenderne le modalità. [Clicca qui](#)

Caimi Ospite a Canale 5

Maurizio Caimi ospite di Barbara d'Urso nella trasmissione Pomeriggio Cinque: I social network ed i giovani un rapporto complesso, delicato e controverso.



WEB WORKING WOMEN



Il video dell'evento

Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine.

Saranno oltre un centinaio i ragazzi delle scuole superiori piacentine che si occuperanno della gestione del web marketing.... [leggi](#)

WebLog SOMMARIO

- [Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine](#)
- [Marketing con Facebook - Kellogg's case](#)
- [Web Marketing in Azienda con successo](#)
- [Social Network: il marketing oggi](#)

essere supportata da un'azione di web marketing dedicata al corretto posizionamento.

Il PPC si rivela uno **strumento efficace** soprattutto nella fase di start up di un sito, cioè la messa on line; quando si vuole raggiungere il target di riferimento in tempi brevi, nell'occasione del lancio di un prodotto, di un servizio o di un particolare evento. Ma risulta utile anche quando la concorrenza è ben assestata ed è impossibile comparire in buona posizione nei motori di ricerca nonostante l'ottimizzazione delle parole chiave e del contenuto del proprio sito siano stati elaborati in modo eccellente.

Questo tipo di attività relativa al marketing web viene anche definita con il termine di **"affiliate marketing"** e si inserisce appieno nel trend di questi ultimi anni che evidenzia, come dimostrano le cifre e le ricerche degli esperti, sempre più la tendenza ad investire in strumenti di promozione pay per performance (come il pay per click), che garantiscono ritorni concreti sull'investimento effettuato. Non è da sottovalutare la possibilità di valutare il ritorno del ROI (cioè dell'investimento) in tempi brevissimi rispetto ai tradizionali media utilizzati per le campagne pubblicitarie, ad esempio: se una campagna stampa richiede mesi prima di poter essere valutata in termini di ritorno dell'investimento, la stessa operazione condotta on line porta ad avere risultati certi in tempo reale.

Alcuni mesi fa ci è stato chiesto di organizzare una campagna on line per il lancio di un prodotto dedicato alle telecomunicazioni, trattandosi di un bene di largo consumo ma nuovo sia nel brand sia nell'offerta, ci siamo concentrati sulla creazione di un banner da inserire in alcuni portali italiani di riferimento, come kataweb o Virgilio per intenderci, e sulla sponsorizzazione di un motore di ricerca, in questo caso Google. Il sito creato appositamente per la campagna promozionale, quindi uno start up, era sconosciuto al grosso del pubblico internet. Attraverso la campagna promozionale on line, è stato possibile, nell'arco di sette giorni, portare oltre 15.000 utenti unici all'interno del sito e grazie alla raccolta dati l'azienda ha potuto crearsi un data base profilato da cui estrarre i nominativi per i successivi contatti e per la spedizione in abbonamento di una newsletter e delle informazioni commerciali.

- [Semplificare la complessità del web](#)
- [L'Oggetto della mail, il segreto del successo](#)
- [Fare marketing con i Social Network](#)
- [Email marketing: mantenete la connessione aperta](#)
- [Rifare il look al sito web è sempre necessario?](#)
- [Il vero maestro è il consumatore](#)

7 REGOLE D'ORO per il WEB

[Per una efficace e corretta presenza sul web >>>](#)

I 16 fondamenti del Marketing WEB

- [Il Web un media strategico per le imprese](#)
- [Mutamenti della rete](#)
- [Principali colori in comunicazione](#)
- [10 errori e-mail da evitare!](#)
- [Colore, Forma, Tipografia](#)
- [Il Web Marketing](#)
- [SEM - Il Pay x Click nei motori di ricerca](#)
- [SEO - Ottimizzare il sito Web per i motori di ricerca](#)
- [News letter ed e-mail marketing](#)
- [Fidelizzare ed acquisire clienti con l'e-mail marketing](#)
- [Il comportamento di chi utilizza i motori di ricerca](#)
- [Il Page Rank](#)
- [Il rischio Bad Optimization](#)
- [Il sito Web efficace](#)
- [L'immagine coordinata nel Web](#)
- [Le mailing list](#)

Articoli

- [La mail è un dialogo con le persone non un sms](#)
- [Il contenuto come "Drive Action"](#)
- [7 Regole D'oro per esaltare la presenza sul web](#)
- [E-mail marketing: ancora tanta confusione](#)
- [Marketing comportamentale sul web](#)
- [Modelli comunicativi nel marketing di relazione](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 2°](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 1°](#)

Member
of International Coach
Federation



