



Siti web in primo piano

I motori di ricerca sono a pieno titolo gli strumenti principali per reperire informazioni in Rete. La visibilità del proprio sito ai primi posti nelle pagine dei motori più conosciuti è un obiettivo raggiungibile. Ecco come.

Se avere un sito web è ormai indispensabile in qualsiasi campo di attività, è altrettanto vero che la sola presenza on line non è garanzia di visibilità nei confronti dei navigatori. Oggi bisogna soprattutto essere capaci di farsi trovare, e per questo i motori di ricerca possono essere considerati una vetrina privilegiata in cui avviene l'incontro tra la domanda (dei consumatori) e l'offerta (da parte delle imprese). Ma per essere trovati dagli utenti è fondamentale comparire in cima alle liste dei risultati dei motori di ricerca, le quali però sono spesso composte da migliaia di riferimenti, ordinati secondo una scala di pertinenza dei risultati stessi rispetto alle parole ricercate dall'utente. Conoscere le tecniche per essere ben posizionati all'interno dei motori di ricerca consente di conquistare una visibilità on line concreta e di sfruttare le caratteristiche peculiari di una tecnica di marketing, denominata "top positioning" o "search engine marketing", innovativa sotto diversi punti di vista. Innanzitutto, numerose indagini di mercato affermano che gli utenti di Internet apprezzano l'utilizzo dei motori di ricerca, hanno imparato velocemente ad utilizzarli e soprattutto ne hanno fiducia.

In secondo luogo, nel momento dell'utilizzo di un motore di ricerca è il consumatore che si attiva nei confronti dei siti referenziati e non viceversa: l'utente non percepisce l'offerta di informazioni come intrusiva nei suoi confronti perché è lui che guida la ricerca e decide quali argomenti ricercare e quali link consultare. Di conseguenza, l'attenzione che l'utente

decide di dedicare ad una particolare ricerca significa altrettanta visibilità conquistabile dalle imprese e possibilità di presentarsi ad un consumatore che sta cercando qualcosa di preciso con un'offerta che soddisfa appieno la sua richiesta. In terzo luogo, attraverso i motori di ricerca gli utenti descrivono i propri bisogni informativi in maniera trasparente: ciò significa che i consumatori che arrivano ad un determinato sito sono già profilati attraverso le parole chiave utilizzate e per tale motivo le possibilità di conversione del navigatore in contatto qualificato sono molto elevate.

Il top positioning è pertanto uno strumento da sfruttare al meglio, perché consente alle imprese di raggiungere proprio quei potenziali clienti che sono interessati ai propri prodotti o servizi, con informazioni mirate e quando gli utenti lo desiderano.

Ma in pratica, come si fa a comparire ai primi posti nei principali motori di ricerca nazionali ed internazionali? Le tecniche sono fondamentalmente due:

- la prima, denominata "posizionamento organico", si prefigge lo scopo di far comparire il proprio sito nelle prime pagine dei risultati di un determinato insieme di motori di ricerca;
- la seconda, denominata "pay per click", consente di acquistare un certo numero di visite ("click") attraverso la presenza nelle sezioni a pagamento dei motori di ricerca.

Per entrambe è necessario selezionare le parole chiave più appropriate sulla base delle quali fissare gli obiettivi di posizionamento: tale scelta dovrebbe tener conto dei contenuti del



Erica Baj, marketing manager della Tinext Sa

proprio sito, delle abitudini di ricerca degli utenti e dei termini utilizzati dai concorrenti. È inoltre possibile ottimizzare le pagine del proprio sito in base ai criteri di classificazione dei motori di ricerca e, se necessario, creare delle pagine web tali da risultare estremamente appetibili ai motori e quindi idonee a sostenerne la visibilità.

Dopo la notifica ai motori di ricerca, il sito viene indicizzato e può quindi comparire nella lista dei risultati delle ricerche che lo riguardano. La qualità del posizionamento ottenuto dipende dal numero di parole chiave scelte e dalla frequenza e modalità di revisione della propria strategia di top positioning, anche per adeguarsi al comportamento dei concorrenti.

Se di norma è molto difficile quantificare i risultati di una determinata attività di marketing e valutare se il costo sostenuto ha generato un ritorno, nel caso del top positioning la misurazione del rendimento ottenuto è oggettiva e rende questo strumento preferibile rispetto ad altre modalità di promozione del proprio sito web. È infatti possibile verificare quanti utenti sono arrivati al sito grazie al suo posizionamento nei motori di ricerca e, soprattutto, quantificare quanti di questi utenti sono diventati navigatori abituali o, nelle ipotesi migliori, clienti.

In sintesi, attraverso il search engine marketing per imprese e consumatori si crea una situazione di tipo "win-win", in quanto le prime ottengono contatti referenziati, mentre i secondi entrano in contatto solo con siti web di proprio interesse: il meglio che ci si possa auspicare da un'iniziativa di marketing.

