

SEPS – Web Marketing Service Upgrade

1 - PROSPETTO DEL SERVIZIO	2
• Premessa	
• Distinzione	
• Beneficio diretto	
• Beneficio indiretto	
• Campo d'azione	
• Canali	
2 - NUOVI CANALI DI COMUNICAZIONE	3
• Comunicati Stampa	
• Article Marketing	
• Social Network	
• Social Bookmarking	
• Blog	
• Aggregatori di notizie	
• Directory e portali	
• Condivisione video ed immagini	
3 - CONDIZIONI GENERALI DI FORNITURA	7
4 - COSTI DEL SERVIZIO	7
5 - CREDITS	8

1 ► PROSPETTO DEL SERVIZIO

Premessa: Con l'avvento del Web 2.0, termine utilizzato per definire l'evoluzione di Internet, e del World Wide Web in particolare, verso una maggiore interazione tra il sito e l'utente, sono aumentati i canali ed i metodi attraverso i quali è possibile generare contatti verso il proprio sito.

Distinzione: Lo scopo principale di un servizio di posizionamento nei motori di ricerca era e resta quello di collocare nelle prime pagine dei risultati forniti da un motore un risultato verso il proprio sito, con l'obiettivo che attraverso tale link un potenziale utente produca un contatto verso il sito stesso. L'utilizzo dei nuovi canali di comunicazione etichettati con il termine Web 2.0 mira invece a diffondere in rete il brand del sito e, sempre attraverso link e risorse collegate al sito stesso, ad ottenere comunque dei contatti dagli utenti.

Beneficio diretto: Il principale vantaggio derivante dall'utilizzo dei nuovi canali di comunicazione risiede nel fatto che tali canali stanno avendo una rilevanza sempre maggiore nel Web, con milioni di utenti di tutto il mondo che li utilizzano, e veicolare il proprio brand tramite questi nuovi canali consente quindi di aumentare la probabilità di ricevere dei nuovi contatti, oltre a quelli che arrivano dai motori.

Beneficio indiretto: La Link Popularity è da sempre un fattore molto importante per ottenere un buon posizionamento nei motori di ricerca. Con l'utilizzo dei nuovi canali di comunicazione è conseguente l'aumento della Link Popularity del sito e di conseguenza anche il semplice posizionamento ne otterrà dei benefici. Inoltre attraverso determinati canali, comunicati stampa ed article marketing in particolare, è possibile l'utilizzo di determinati "anchor text" oculatamente scelti per le parole chiave più rilevanti per la promozione del sito in rete, andando così a sostenere anche il loro posizionamento.

Campo d'azione: Le SERP (Search Engine Result Page) presentano sempre un numero maggiore di risorse ottimizzate e questo implica che per le chiavi di ricerca più competitive spesso risulta difficile, se non impossibile, raggiungere le prime pagine. Attraverso questi nuovi canali è quindi possibile tentare una via alternativa per generare dei contatti, che possono essere diretti o anche indiretti, attraverso i motori stessi. Basta infatti pensare ad un blog ben posizionato nel quale andiamo a mettere un articolo con un riferimento al proprio sito: il blog può entrare in SERP e produrre un contatto indiretto dal motore di ricerca!

Canali: I nuovi canali ai quali faremo riferimento sono i seguenti: siti di comunicati stampa, siti di article marketing, social network, siti di social bookmarking, blog, siti di aggregatori di notizie, directory e portali tematici, siti di condivisione video ed immagini.

2 ► NUOVI CANALI DI COMUNICAZIONE

1. COMUNICATI STAMPA

Un **Comunicato Stampa** non è altro che un annuncio attraverso il quale è possibile annunciare un evento o un'importante novità riguardante la Vostra azienda. Un Comunicato Stampa solitamente è destinato agli addetti ai lavori, i principali destinatari sono: Giornalisti, Editori, Redattori, Opinion Leader.

Quando scrivi un comunicato stampa è buona norma evitare l'uso di toni troppo commerciali, Ti invitiamo a rispettare le regole della "five W", una regola conosciuta molto bene dagli addetti stampa; le 5 W stanno per:

- Who Chi.
- What Che cosa.
- Where Dove.
- When Quando.
- Why Perchè.

Non è necessario essere troppo leziosi, comunicate subito la notizia; Ti consigliamo, quando è ragionevolmente possibile, di scrivere i Tuoi Comunicati Stampa seguendo questo semplice schema: *chi ha fatto che cosa, dove l'ha fatto, quando e perchè*. Il contenuto di un comunicato stampa deve stimolare il lettore, solo in questo modo potrà essere ripreso da un addetto stampa, pertanto Ti consigliamo di fornirci i Tuoi CS solo quando hai qualche cosa di particolarmente interessante da comunicare. Ci sono molte situazioni in cui è proficuo scrivere un comunicato stampa; per esempio:

- La formazione di una nuova società.
- La commercializzazione di un nuovo prodotto.
- La partecipazione di un'azienda ad un evento, una fiera.
- L'organizzazione di un evento.
- Una nuova partnership.
- L'annuncio di una joy adventure.
- L'avvio di un'opera pubblica.

Riteniamo che mediamente ogni azienda possa fornire un CS ogni due mesi, per un totale di 6 comunicati l'anno. Ogni comunicato fornito verrà rivisto da un copywriter, il quale, senza stravolgerne contenuti e significati, provvederà a renderlo conforme agli scopi e ad inserirlo in tutti i circuiti di diffusione.

2. ARTICLE MARKETING

L'**Article Marketing** è un forma di marketing che mira a promuovere un'azienda o i suoi prodotti attraverso la distribuzione di articoli. La pubblicazione degli articoli può avvenire attraverso la segnalazione ai siti nati esclusivamente per l'Article Marketing, la partecipazione a blog e a riviste online specializzate nel proprio settore. L'obiettivo della campagna di Article Marketing è aumentare la disponibilità in rete di documenti che possano tornare utili alla causa aziendale. Molte delle risorse in cui si fa segnalazione per la pubblicazione dei propri articoli vengono indicizzate dai motori di ricerca. Una buona percentuale del traffico che questi siti otterranno dalle query degli utenti convertirà in visite a favore dell'azienda attraverso i link presenti tra i riferimenti degli articoli. Inoltre, gli articoli indicizzati saranno utili per gestire la propria brand reputation nei motori di ricerca. Oggi gli utenti hanno a disposizione strumenti sempre più semplici per versare in rete nuove informazioni, commenti ed esperienze. Si tratta di dati su cui le aziende non hanno controllo e che una volta metabolizzati dai motori di ricerca andranno a soddisfare le query degli utenti. L'Article Marketing permette anche di aumentare e gestire ciò che si dice in rete del proprio prodotto o azienda. Infine, grazie ai collegamenti ipertestuali inseriti nei riferimenti degli articoli, la campagna di Article Marketing è diventata un'attività fondamentale per l'incremento della link popularity dei siti web di cui si cura la visibilità nei motori di ricerca.

Attraverso questo servizio un copywriter scriverà per l'azienda sei articoli che andranno ad alternarsi ai comunicati stampa, in modo tale che ogni mese venga diffuso del materiale atto a promuovere il brand del sito, ma stando anche attenti a non incorrere in "overlinking", ovvero in una sovra diffusione di link verso il proprio sito, che in alcuni casi può risultare anche penalizzante.

3. SOCIAL NETWORK

La versione di Internet delle reti sociali è una delle forme più evolute di comunicazione in rete ed è meglio conosciuta attraverso la dizione "Social Network". Lo scopo di un SN è quello di prendere la rete delle relazioni sociali che ciascuno di noi tesse ogni giorno, in maniera più o meno casuale, nei vari ambiti della nostra vita, di "materializzarla", organizzarla in una "mappa" consultabile, e arricchirla di nuovi contatti. Il numero delle persone che frequentano i così detti Social Network sta alla base del tentativo di utilizzo degli stessi in termini di Web Marketing: le ultime stime indicano in oltre 170 milioni gli utenti globali di Facebook (attualmente il SN più noto), un numero di potenziali contatti che da solo dovrebbe essere sufficiente a giustificare l'interesse verso questi nuovi canali di comunicazione.

Il servizio prevede di creare in 3 o 4 Social Network una risorsa verso il sito dell'azienda che possa essere visitata dagli utenti del Social, con l'obiettivo che la visita si traduca in un contatto verso il sito. Di volta in volta valuteremo quale risorsa è più opportuno creare: da un semplice profilo, ad un gruppo oppure ad una pagina fan, se la natura del sito, e dell'azienda soprattutto, lo permettono. Durante l'anno la risorsa verrà poi aggiornata con del materiale utilizzato anche per gli altri canali, come ad esempio video ed immagini, ma anche dando risalto alle notizie diffuse mediante i Comunicati Stampa.

4. SOCIAL BOOKMARKING

Il **Social Bookmarking** è un servizio basato sul web, dove vengono resi disponibili elenchi di segnalibri (*bookmark*) creati dagli utenti. Questi elenchi sono liberamente consultabili e condivisibili con gli altri utenti appartenenti alla stessa comunità virtuale. I siti di social bookmarking organizzano il loro contenuto tramite l'uso di tag (etichette, categorie). La popolarità di questi siti è in costante crescita, in quanto sono uno strumento facile e intuitivo per individuare, classificare, ordinare e condividere le risorse Internet attraverso la pratica dell'etichettatura e categorizzazione (*tagging*).

Il servizio prevede di inserire il segnalibro del sito dell'azienda nei principali siti di SB e di effettuare un'etichettatura che sia la più pertinente possibile con l'attività dell'azienda e con le principali chiavi di ricerca per le quali l'azienda si propone.

5. BLOG

In informatica, e più propriamente nel gergo di Internet, un **Blog** è un sito internet, generalmente gestito da una persona o da una struttura, in cui l'autore scrive periodicamente come in una sorta di diario on-line, inserendo opinioni personali, descrizione di eventi, o altro materiale come immagini o video. Ogni aggiornamento è generalmente inserito in ordine cronologico inverso. Il termine *blog* è la contrazione di *web-log*, ovvero "traccia su rete".

Generalmente non è facile avere la possibilità di scrivere in un blog diverso dal proprio, a meno che colui che si propone di farlo non abbia una certa autorevolezza in rete tale da portare un beneficio al blog che ne pubblica il materiale, che quindi avrà un interesse ad acconsentire alla pubblicazione. Tramite il servizio ci proponiamo di sondare di volta in volta una serie di blog conosciuti, ai quali proporre l'inserimento di un nostro articolo o comunicato che possa risultare di interesse per i lettori dello stesso.

6. AGGREGATORI DI NOTIZIE

In informatica, un **Aggregatore di feed (o di notizie)**, detto anche

lettore di feed o semplicemente aggregatore, è un software o una applicazione Web che raccoglie contenuti web come titoli di notiziari, blog, podcast, e vlog in un unico spazio per una consultazione facilitata. Gli aggregatori riducono il tempo e gli sforzi necessari per seguire regolarmente aggiornamenti di un sito web e permettono di creare uno spazio di informazione unico, in pratica un "notiziario personale". Esistono alcuni siti che svolgono questa funzione, ovvero quella di riunire delle notizie provenienti da varie fonti e di presentarle agli utenti, che in alcuni casi hanno anche la possibilità di votare il loro gradimento verso la notizia stessa.

Lo scopo del servizio è quello di fare in modo che in questi canali possano entrare anche le notizie (articoli e comunicati) diffusi in rete per promuovere il brand della Vostra azienda.

7. DIRECTORY E PORTALI

Una **Web Directory** è un elenco di siti indicizzati per categoria e sotto categorie. La categorizzazione è basata su tutto il sito, piuttosto che su una singola pagina o a parole chiave. Ogni sito può essere incluso solo in una o al massimo due categorie. L'inclusione di un sito nelle Web Directories permette di aumentare il suo page rank (valore attribuito dai motori di ricerca che indica la popolarità di un sito).

Un **Portale**, inteso come risorsa per il Web Marketing, è un sito tematico nel quale vengono promossi altri siti relativi a strutture inerenti con il tema trattato. Generalmente i portali più importanti sono quelli relativi al settore del turismo e per l'iscrizione prevedono il pagamento di una quota a tantum o di un canone annuale.

In questo caso lo scopo del servizio prevede l'iscrizione manuale del sito in un paniere di Web Directory da noi recensito, attraverso il quale si auspica l'aumento o comunque il consolidamento del page rank del sito. Per quanto riguarda i Portali sarà invece nostra premura, qualora l'azienda sia interessata, fornire una consulenza sui possibili benefici di un inserimento del proprio sito in un determinato portale.

8. CONDIVISIONE VIDEO ED IMMAGINI

Nel linguaggio informatico, il **video sharing** o **Condivisione Video** indica genericamente l'atto di condivisione di file video attraverso la rete, per mezzo di programmi di file sharing (che sono utilizzati genericamente per vari tipi di file, non soltanto video) o siti internet appositamente creati, come Youtube, Yahoo Video o Google Video, giusto per citare i più importanti e quelli ai quali ci rivolgiamo. Lo stesso concetto può essere applicato alle immagini, dove parleremo di **photo sharing** o **Condivisione di Immagini**. Uno dei siti più famosi in questo ambito è sicuramente Flickr.

In questo caso, quando il sito web della vostra azienda presenta delle risorse appropriate, è nostra intenzione pubblicare negli appositi canali video ed immagini. In questo modo, oltre ad aumentare i back link presenti in rete e quindi la probabilità di ricevere contatti, si sfruttano altre tipologie di risorse per accrescere il vostro brand, la cui diffusione risulterà ancora più virale.

3 ► CONDIZIONI GENERALI DI FORNITURA

1. Il servizio viene erogato utilizzando i canali più importanti per le varie tipologie indicate. Non è possibile stabilire un insieme definitivo di questi canali poiché questi possono variare di mese in mese. I parametri che verranno tenuti in considerazione per la scelta dei canali saranno tali da consentire di massimizzare sia i benefici diretti che quelli indiretti indicati al punto 1 del presente documento.
2. La redazione delle notizie e di tutti i testi necessari a costruire dei profili, o qualsiasi altra cosa simile, viene fatta esclusivamente in italiano. In determinate circostanze può essere deciso anche l'utilizzo della lingua inglese, benché al momento tale servizio si applica solo al contesto italiano.
3. Tutte le attività che richiedono una collaborazione da parte del cliente non potranno essere svolte se non adeguatamente supportate (ad esempio la diffusione dei Comunicati Stampa).
4. Con l'attivazione di tale servizio il committente è consapevole del fatto che la diffusione del proprio brand nel Web sarà virale ed in alcuni casi anche fuori dal nostro controllo.
5. Il servizio non può essere scorporato. Tutti i canali indicati vengono utilizzati in maniera simultanea e non è possibile ipotizzare l'utilizzo di un numero ristretto di canali, poiché tutti concorrono in modo determinante all'obiettivo finale: la diffusione del brand e l'aumento della probabilità di essere contattati.
6. Questo tipo di servizio può essere erogato solo come upgrade di un servizio SEPS da 5, 10 o 15 keywords già attivo o in via di attivazione per il sito in essere.

4 ► COSTI DEL SERVIZIO

Il servizio può essere attivato solo su base annuale (12 mesi) ad un costo complessivo di **€ 1.500,00/anno + IVA** (€ 125,00/mese + IVA).

La fatturazione può essere effettuata seguendo quanto stabilito riguardo al servizio di posizionamento SEPS attivo (5, 10 o 15 keywords).

5 ► CREDITS

- Le principali definizioni e descrizioni utilizzate in questo documento per descrivere i canali di comunicazione elencati sono state integralmente o parzialmente riprese da Wikipedia.org.
- Il Web Marketing Service Upgrade è un servizio progettato e fornito da Skynet Web Solution, divisione Internet Service della:

Skynet Technology S.r.l.
Via Leopardi, 31/E
52025 Montevarchi (AR)
P. IVA: 01757810518
Tel/Fax: +39 055/98.15.99
Web: www.skynetsrl.com
E-Mail: info@skynetsrl.com

- Responsabile commerciale:

Gianluca Bellantuono
Cell: +39 393/94.89.813
E-Mail: bellantuono@skynetsrl.com

- Responsabile tecnico:

Fabio Pratesi
Cell: +39 328/20.20.056
E-Mail: pratesi@skynetsrl.com