«Ogni campagna è sempre da coltivare»

Per Pierre Naggar, «Il Ses in Italia arriva al momento giusto. Speriamo non rimanga confinato tra gli addetti ai lavori»



Pierre Naggar

Sui motori di ricerca, sulle possibilità che offrono e sulle nuove tendenze Pierre Naggar, managing director di 24/7 Real Media, ha le idee chiare, «Nuove tendenze e novità sono all'ordine del giorno in questo campo. Basta farsi un giro tra i blog noti e meno noti per rendersi conto del fermento che esiste nel nostro settore. Dal punto di vista del search engine marketing risulta difficile generalizzare e specificare cosa funziona e cosa non funziona, in quanto ogni campagna ha una propria storia. Senza voler ribadire i temi trattati durante il Ses, l'approccio al search engine marketing deve essere rigoroso, nel senso che ogni campagna va per così dire "coltivata" e gestita con cura. Bisogna trovare l'equilibrio ideale tra parole chiave generiche e parole più specifiche per raggiungere al meglio gli obiettivi in termini di Roi. Il Sem richiede una visione olistica: i fattori che determinano il successo di attività di comunicazione sui motori sono moltiplici. Ed è essenziale non improvvisare per poi non rimanere delusi dai risultati ottenuti. Avere a disposizione del personale che capisce le dinamiche del Sem, merce assai rara, e disporre di una tecnologia capace di gestire attività complesse, sono due elementi essenziali per lo sviluppo di questo settore. Per quanto riguarda il Ses – con-

tinua il managing director della società di marketing e tecnologia interattiva - credo che sia un appuntamento importante. Non a caso, noi di 24/7 Real Media lo frequentiamo ormai da diversi anni. Il Ses in Italia arriva al momento giusto e aspettiamo di vedere il riscontro in termini di pubblico. Detto ciò credo sia importante che il Sem non rimanga confinato ad eventi specifici che in genere tendono ad attirare principalmente gli operatori del settore, ma venga altresì promosso attraverso altri appuntamenti, organizzati, per esempio, dallo lab di cui facciamo anche parte, magari in collaborazione con associazioni di categoria. Anche per far si che questa forma di comunicazione e di marketing diventi sempre più conosciuta presso le aziende».

ImetriX.biz

«Finalmente siamo entrati nella fase di maturità del web»

Giuseppe Fragola: «La crescita del settore è legata soprattutto alla credibilità che gli operatori sapranno generare sfruttando nella maniera migliore i motori»

«La pubblicità online vede, finalmente anche in Italia, un rinnovato vigore. Lo lab Forum Day, magistralmente gestito dal presidente Layla Pavone, e l'inserimento di internet negli AdEx di Nielsen Media Research, confermano agli operatori un trend positivo e ragionevolmente duraturo». Chi parla è Giuseppe Fragola, ceo di ImetriX.biz, un sistema browser centric fondato sulla tecnologia Bbm, che consente di monitorare in modo molto dettagliato e completo la quantità, e soprattutto la qualità e modalità, del traffico di un sito. ImetriX.biz nasce per volontà di Icc, Microsoft Certified Partner, società leader in Italia nella web intelligence. «Dopo la "bolla" - continua Fragola - ha avuto inizio la maturità del web. Pacata, concreta, efficace. In questo rinnovato contesto, i motori di ricerca, primi attori della rete, stanno riconquistando rapidamente il prestigio sottratto loro dai grandi portali. Tutte le attività di search engine marketing, e in particolar modo le keywords advertising, crescono inesorabilmente da qualche anno, conquistando oggi il 13% dell'advertising online. La rapidità degli effetti prodotti, l'elevata profilazione del navigatore, la modularità dell'investimento, ne fanno uno strumento di web marketing estremamente gradito alle piccole realtà imprenditoriali che possono, in molti casi, vedere il loro brand affiancato a quello di prestigiose multinazionali. Riteniamo che la cresci-

ta del settore sia fortemente imputabile e assai legata alla fiducia e alla credibilità che gli operatori sapranno generare nei motori e nella loro grande professionalità. In quest'ottica l'edizione milanese del Ses costituisce non solo un prezioso momento di confronto e di riflessione per la crescita di un Sem maturo e responsabile, ma anche una straordinaria opportunità per individuare e programmare insieme gli sviluppi futuri del mercato».



Giuseppe Fragola