

Cdweb: Search Marketing Design

QUANDO LA SEO SI FOCALIZZA SUL ROI

Cdweb presenta l'innovativo mix di SEO & SEM, Web Design & Content Marketing che intercetta le Buyer Personas nei Micro-Moments del loro customer journey, ottimizzando traffico web e conversioni.



Search Marketing Design potrebbe sembrare l'ennesimo neologismo coniato nel mondo del web marketiVng, ma **Pietro Marilli** - CEO e Project Manager della web agency milanese Cdweb - tiene a precisare che: "si tratta del punto d'arrivo di oltre 14 anni d'esperienza maturata sul campo, lavorando al fianco di più di 300 fra piccole e medie imprese". In cosa consiste dunque il Search Marketing Design? E perché questo metodo è stato formulato proprio ora e non in passato? "In tutti questi anni di lavoro abbiamo assistito a numerosi cambiamenti; fino a qualche tempo fa, alle aziende bastava un sito web vetrina con un minimo di posizionamento organico sui motori di ricerca per farsi trovare dai propri clienti online. Al giorno d'oggi la competizione sul web è agguerritissima ed essere presenti online è sicuramente necessario, ma non più sufficiente", spiega Marilli. "Il Search Marketing Design è quindi la soluzione che proponiamo alle aziende per rendersi competitive sul web e incrementare la propria lead generation, a dispetto della repentina evoluzione del settore", continua Marilli; "siamo riusciti a unire la visibilità mirata del Search Marketing (SEO & SEM) al web design & development ottimizzato per le conversioni (UX & CRO) e alle strategie di Content & Inbound marketing." "In altri termini", prosegue Marilli, "la nostra strategia parte dall'analisi di due tematiche fondamentali per le aziende che vogliono raggiungere obiettivi di business online: chi sono i clienti ideali e che cosa cercano sul web? Una volta individuato il target di riferimento (le Buyer Personas), in Cdweb indaghiamo il loro customer journey, in modo da scoprire tutte quelle micro-ricerche che l'utente esegue online prima di procedere al reale acquisto di un prodotto o servizio (i cosiddetti Micro Moments). In base alle informazioni ottenute, interveniamo quindi con attività mirate di Search

Marketing (SEO & SEM), supportate da una Content Strategy ad hoc: lo scopo di tutto questo è intercettare il potenziale cliente in ogni step del suo percorso verso l'acquisto di un prodotto o servizio, fornendogli i contenuti di cui ha bisogno, nel momento della necessità. Così facendo si cerca di attirare solo traffico qualificato sul sito web dell'azienda: qui, un design realizzato per ottimizzare l'esperienza dell'utente (UX) e massimizzare le conversioni (CRO) guiderà il potenziale cliente verso la generazione di un lead commerciale". Naturalmente, la Digital Strategy messa in atto da Cdweb è costantemente monitorata tramite Analytics e KPI, in modo da poter essere modificata in base ai feedback. "Quello che piace alle aziende", conclude Marilli, "è che la nostra strategia di Search Marketing Design è altamente personalizzata sulle loro esigenze... E funziona davvero!". Non a caso, sono tante e anche

molto diverse fra loro le imprese che hanno beneficiato di questo innovativo approccio: da Board, multinazionale del software, che grazie a Cdweb ha visto "migliorare enormemente la visibilità sul web in tempi rapidi e con costi ragionevoli, ottenendo un notevole ritorno in termini di inbound lead generation" (Andrea Alfieri - Marketing Director BOARD International) a Faca, PMI specializzata nella produzione di argani manuali che ha aumentato del 75% il proprio fatturato estero, fino alla Camera di Commercio Svizzera in Italia, la cui soddisfazione è affidata alle parole di Alessandra Modenese Kauffmann - Direttore e Segretario Generale di Swiss Chamber - "rispetto a precedenti iniziative che non avevano portato ritorni concreti, con Cdweb siamo riusciti nel difficile compito di entrare in contatto con le PMI svizzere di lingua tedesca e i risultati riscontrati ci incoraggiano a proseguire".

