



SE L'AGENZIA È SEARCH ORIENTED

IN UN CONTESTO DI FORTE COMPETIZIONE E DI CONTINUA EVOLUZIONE TECNOLOGICO-ORGANIZZATIVA, PER GESTIRE UNA CAMPAGNA ONLINE EFFICACE, DIVENTA ESSENZIALE FARSI AFFIANCARE DA PROFESSIONISTI ESPERTI, AFFIDABILI E SOPRATTUTTO SPECIALIZZATI.

DINAMICA, COMPETENTE, GIOVANE, ESPERTA. SONO AGGETTIVI CHE ESPRIMONO BENE LA REALTÀ DI CDWEB, UNA DELLE PIÙ NOTE WEB AGENCY MILANESI, SPECIALIZZATA NELLA PROGRAMMAZIONE DI STRATEGIE DI WEB MARKETING, SEO ORIENTED, E DI CREATIVITÀ DIGITALE.

Nata nel 2002, Cdweb si avvale di uno staff e di una rete di collaboratori giovane e dinamica, ma al contempo ha alle spalle già quattordici anni di attività, che nel mondo del web rappresentano un notevolissimo bagaglio di esperienza e di conoscenza.

In questi anni, guidata dalla intraprendenza del suo fondatore, Pietro Marilli (CEO e web marketing manager della società), Cdweb ha seguito da vicino, studiato e fatto proprie le trasformazioni di un settore che, come è noto, è in costante evoluzione, sviluppando sempre nuove competenze e affinando la capacità di leggere il cambiamento. E lo ha fatto accompagnando centinaia di aziende in tutta Italia, dalla piccola impresa alla multinazionale, nei più svariati comparti industriali e merceologici: ciò le ha permesso di sperimen-

tare una grande varietà di strategie di web marketing. A ciò si aggiungono le collaborazioni con alcune importanti agenzie di comunicazione, per le quali Cdweb segue in blind numerosi clienti. "Un'esperienza che si trasforma in un valore aggiunto preziosissimo quando, come nel nostro caso, il presupposto del servizio fornito è che ciascun cliente è diverso dall'altro e necessita di soluzioni ad hoc. In quest'ottica", spiega Marilli, "lo sforzo quotidiano di Cdweb è far sì che il mix di talento creativo, competenze tecniche e attitudine al problem solving, sia non soltanto uno slogan aziendale, ma anche e soprattutto una realtà tangibile".

Molte imprese hanno capito che la presenza sul web non è un optional bensì una condizione necessaria per la loro stessa sopravvivenza. Ormai quasi tutte sono in rete, ma proprio per questo è sem-

SOPRA, PIETRO MARILLI, CEO E WEB MARKETING MANAGER DI CDWEB. SOTTO, ALCUNI PROFESSIONISTI DEL TEAM DELLA SOCIETÀ AL LAVORO.





SOPRA, UN'IMMAGINE DELLA SALA RIUNIONI NELLA SEDE DI CDWEB E UNA COLLABORATRICE DELLO STUDIO AL COMPUTER. IN BASSO, PIETRO MARINI DURANTE UNA CONFERENZA.

pre più necessario affinare gli strumenti e le strategie di marketing. Da un lato la competizione è fortissima e dall'altro il web (non è un cliché, ma un dato di fatto) è una realtà in inarrestabile evoluzione: non c'è più molto spazio per soluzioni improvvisate e artigianali se si vuole restare con successo sul mercato, a prescindere dal fatto che il proprio obiettivo sia guadagnare visibilità, conquistare clienti o vendere prodotti online. "Le imprese più consapevoli", racconta Marilli, "sanno però che la presenza sul web è condizione necessaria ma non sufficiente. La presenza deve trasformarsi in visibilità, la visibilità in capacità di risposta alle esigenze dell'utente. Facile a dirsi, difficile a farsi, visto che necessita sempre più di competenze altamente specializzate".

Cdweb supporta le imprese online con un'ampia gamma di servizi, dalla consulenza allo sviluppo web al social media marketing. "Siamo davvero una web agency a 360 gradi, in grado di offrire come pochi altri un servizio completo" dichiara Marilli. "Ma se dovessi dire qual è il nostro punto forte, direi il search marketing". In particolare, Cdweb ha sviluppato notevoli competenze in materia di SEO, anche grazie al fatto di aver seguito questa specifica materia fin dai suoi esordi, nei primi anni 2000. E oggi Cdweb è sempre di più in prima linea sul fronte dell'innovazione e presidia, grazie a una sistematica attività di aggiornamento, tutte le più promettenti linee di sviluppo nell'ambito del search marketing. Una di queste, promossa dalla stessa Google, riguarda i cosiddetti 'micro moments', i singoli momenti, spesso differiti nel tempo e con motivazioni di volta in volta differenti, che costituiscono le diverse tappe del viaggio di ricerca sul web di un utente. La sfida è saper interpretare bene queste motivazioni per trasformare l'utente in cliente. Cdweb ha raccolto la sfida e non a caso Pietro Marilli, in qualità di esperto di search marketing, quest'anno sarà presente all'autorevole IAB Forum Milano, con un workshop dal titolo 'Mobile Search Strategy e Micro-Moments'.

Al di là della specifica tematica dei micro moments, le strategie di posizionamento messe in pratica da Cdweb hanno in comune la consapevolezza che, oggi, un search marketing efficace non può prescindere dal SEO content marketing: i siti che ottengono un miglior posizionamento sono quelli che presentano contenuti rilevanti non solo per i motori di ricerca ma soprattutto per l'utente finale. "L'obiettivo finale non è semplicemente la crescita del traffico dei siti ma un aumento del tasso di conversione in nuovi clienti e la massimizzazione del ritorno sugli investimenti", commenta Marilli. "Anche per questo vogliamo che gli obiettivi che perseguiamo per i nostri clienti siano misurabili". **MK**

