

Dizionario di Web Marketing



I principali termini da conoscere e imparare per padroneggiare gli strumenti di web marketing

A

Algoritmo: Insieme di regole utilizzate dai computer per risolvere problemi. I motori di ricerca utilizzano gli algoritmi per determinare il ranking di una pagina per ogni query di ricerca specifica.

Es. *"Spero che gli algoritmi dei motori di ricerca collochino le mie pagine web nelle posizioni più alte".*

ALT Text: O "Attributo Alt", è il testo usato nel codice di una pagina per descrivere un'immagine.

Es. *"La home page del mio sito web mostra l'immagine di una nuova costruzione industriale. Ho inserito l' "[ALT text](#)" nel codice dell'immagine per descriverla".*

Analisi o strumenti di analisi dei dati web: Analisi dei dati generati dall'attività degli utenti su siti web o applicazioni mobile, finalizzata a trovare modi per migliorare i siti web e le campagne di marketing.

Es. *"Utilizzo gli strumenti di analisi dei dati web per trovare idee su come modificare e migliorare il mio sito web".*

Anchor text: Parte visibile di un link su una pagina web.

Es. *"Se fai clic sul link con l'anchor text "Galleria di prodotti biologici", vedrai altre foto e i nostri prodotti di frutta e verdura biologica".*

Annuncio banner: Tipo di annuncio pubblicitario presente su pagine web e applicazioni mobili, generalmente in formato immagine.

Es. *"Utilizzo annunci banner per attirare nuovi clienti verso il mio sito web".*

App (applicazione): Programma ideato per essere utilizzato su smartphone, tablet e altri dispositivi mobili.

Es. *"Devo trovare un ristorante di pesce e ho utilizzato un'app per trovarne uno affidabile in zona".*

B

Backlink: E' un collegamento ipertestuale (link) che punta al tuo sito web o ad una pagina specifica del tuo sito web. I backlink hanno un ruolo importante nel calcolo della popolarità di una pagina web, detta link popularity, e sono tra i fattori che i motori di ricerca prendono in considerazione per generare i risultati di ricerca.

Black hat: Tecniche SEO manipolative o ingannevoli che ottimizzano solo per i motori di ricerca, non per le persone.

Es. *"Sono stato particolarmente attento a evitare qualunque tecnica SEO di black hat; non volevo influire negativamente sul posizionamento del mio sito nei motori di ricerca".*

Blog: Sito web regolarmente aggiornato, scritto da una persona, generalmente in tono colloquiale, e incentrato su un argomento specifico.

Es. *"Ogni settimana controllo vari [blog](#) per tenermi aggiornato sulle tendenze che riguardano la tinteggiatura di case".*

Breadcrumbs: Letteralmente "briciole di pane", sono una tecnica di navigazione usata per due scopi: fornire agli utenti un modo di tener traccia della loro posizione e fornire al motore di ricerca una precisa indicazione sulla struttura del sito.

Solitamente le puoi trovare nella parte superiore della pagina, al di sotto delle barre dei titoli o degli header.

Es: Home > Servizi > Realizzazione Siti Internet

Browser: Programma per computer utilizzato per navigare in Internet da desktop, tablet o smartphone. Alcuni esempi sono: Chrome, Firefox, Internet Explorer e Safari.

Es. *"Non so perché il mio sito web abbia un aspetto diverso a seconda del browser utilizzato"*.

C

Campagna: Azione specifica di marketing che ha portato un utente sul tuo sito web.

Es. *"Aver creato campagne basate su molte parole chiave inerenti alla camera con vasca idromassaggio ha dato una forte spinta alla mia attività."*

Contenuto: Materiale digitale messo a disposizione degli utenti tramite testo, video, audio, immagini ecc.

Es. *"Sto aggiungendo più **contenuti di qualità** e video al mio sito web, per renderlo più accattivante"*.

Conversione o obiettivo: Azione che desideri venga effettuata dai tuoi visitatori. Alcuni esempi sono gli acquisti su un e-commerce, l'invio di moduli, le telefonate e le visualizzazioni di video.

Es. *"Il mio obiettivo principale è invitare gli utenti a prenotare una consulenza tramite il mio sito web, ma anche l'iscrizione alla newsletter genera una **conversione**"*.

Cookie: No, non è un biscotto. È un piccolo file utilizzato da molti strumenti di analisi dei dati web per monitorare le attività di un utente su un sito web. Se una persona elimina i cookie dal suo computer o utilizza un altro browser, gli strumenti di analisi dei dati web la considereranno un utente diverso (nonostante sia sempre la stessa persona).

Es. *"Se i cookie sono abilitati sul suo computer, il tuo strumento di analisi dei dati web dovrebbe essere in grado di monitorare quanto tempo ha trascorso sulla pagina di quel prodotto specifico"*

Costo per clic: Importo necessario per produrre un singolo clic su un annuncio pubblicitario digitale.

Es. *"I costi per clic sembrano essere più alti durante il weekend, quindi programmerò le mie campagne durante la settimana"*.

Crawler o spider: Programma progettato per setacciare i contenuti in rete e raccoglierne le informazioni per aiutare gli utenti a trovare ciò che stanno cercando.

Es. *"Il crawler aiuta il mio sito web a essere visualizzato nei motori di ricerca"*.

D

Desktop: Dispositivo fisso (non mobile) come un personal computer.

Es. *"A casa preferisco usare un computer desktop, ma quando viaggio utilizzo il mio tablet"*.

Dispositivo mobile: Dispositivo portatile, come uno smartphone o un tablet, capace di connettersi a Internet ed eseguire applicazioni.

Es. *"La nonna ha ricevuto un tablet e uno smartphone per il suo compleanno, così adesso utilizza i **dispositivi mobili** proprio come i suoi nipoti"*.

E

E-commerce: Vendita online di prodotti e servizi.

Es. *"Voglio espandere i miei servizi di verniciatura domestica attraverso l'**e-commerce**"*.

Email marketing: Processo che impiega l'invio di email per condividere informazioni e promuovere prodotti e servizi.

Es. *"Utilizzo l'email marketing per informare i miei clienti delle offerte speciali che propongo per la verniciatura delle case"*.

G

Google Adwords: La piattaforma pubblicitaria di Google che permette la pubblicazione di annunci online testuali, immagini e video sulle pagine dei risultati di ricerca e sui siti della rete di contenuti Google. Sulla base delle parole chiave che vi interessano, Google Adwords consente di inserire il vostro annuncio pubblicitario nei risultati di ricerca pertinenti con quelle parole chiave.

Google Hummingbird: Il nome di una serie di aggiornamenti dell'algoritmo di Google, secondo Google il più importante dal 2010 a oggi. A differenza di Penguin e Panda, Humminbird non è un aggiornamento basato sulla penalizzazione, basato cioè sulla pulizia dei risultati delle ricerche di siti spam e di scarsa qualità, ma rappresenta un'evoluzione nel modo in cui il motore di ricerca risponde alle varie tipologie di ricerca. Non si concentra più sulle singole parole chiave ma sull'insieme di parole e su come costituiscono una frase. Si concentra di più sul significato generale per risondere in maniera

più precisa e puntuale alle reali intenzioni di ricerca degli utenti. Entra quindi in gioco prepotentemente la semantica.

Google Panda: Il nome di una serie di aggiornamenti dell'algoritmo di Google. Panda serve ad arginare e penalizzare nelle SERP (risultati di ricerca) i contenuti di bassa qualità, le content farm e i vari aggregatori di news che mirano ad avere tanti accessi per vendere pubblicità.

Google Penguin: E' anch'esso il nome di una serie di aggiornamenti dell'algoritmo di Google che valutano principalmente le attività di ottimizzazione off-site. Attraverso Penguin vengono penalizzati i siti che utilizzano tecniche di costruzione di link innaturali su larga scala, come link di bassa qualità, link di spam, troppi link pieni di parole chiave nell'anchor text e tecniche simili.

H

Home page: Pagina introduttiva o "principale" di un sito web.

Es. *"Sulla mia home page i visitatori possono vedere esempi delle case più belle che ho verniciato".*

HTML: Hypertext Markup Language. Linguaggio, o codice, usato dagli sviluppatori web per creare siti web.

Es. *"Il mio sito web è stato creato usando il linguaggio HTML".*

I

Impressioni: Numero di volte in cui un annuncio viene visualizzato.

Es. *"La mia nuova campagna di marketing per la verniciatura delle cucine ha totalizzato migliaia di impressioni, ma non sono sicuro di aver ancora ricevuto prenotazioni".*

Inbound Marketing: Definizione coniata da Brian Halligan, è una tecnica di marketing online multicanale che mira a conquistare l'attenzione delle persone anziché acquistarla.

Al contrario delle tecniche di marketing tradizionale e di interruzione come spam, spot televisivi e volantini, l'Inbound Marketing mira a fornire contenuti di valore agli utenti in modo da intercettarli, interessarli e convertirli in clienti.

Indice: Catalogo consultabile di pagine web e contenuti digitali, utilizzato dai motori di ricerca per fornire risultati pertinenti.

Es. *"Prima che il mio sito venisse inserito nell'indice del motore di ricerca, non veniva visualizzato quando qualcuno cercava affreschi per interni"*.

Inserzioni a pagamento: Annunci pubblicitari che vengono visualizzati nelle pagine di risultati dei motori di ricerca.

Es. *"Sto pensando di pagare per includere il mio sito tra le inserzioni a pagamento, in modo da attirare più clienti"*.

L

Link: Testo o immagine che stabilisce un collegamento tra pagine e siti web.

Es. *"Da quando un importante blog di decorazioni per la casa ha integrato un link al mio sito web, ho molti più visitatori"*.

Link interni: Link che indirizzano da una pagina all'altra dello stesso sito web.

Es. *"I visitatori del sito possono fare clic sui link interni della mia home page per visualizzare le pagine web della mia galleria di frutta e verdura biologica"*.

M

Marketing per i motori di ricerca (SEM): Forma pubblicitaria che permette di fare un'offerta perché un annuncio venga visualizzato insieme ai risultati di ricerca per le parole chiave digitate dagli utenti. Consente alle imprese di essere viste dagli utenti proprio nel momento in cui cercano un prodotto o un servizio che l'azienda in questione offre. Mentre la SEO è un'attività volta nel medio-lungo termine che porterà a risultati più stabili e duraturi, la SEM è un'attività di breve termine.

Esempio: *"La SEO è un processo lungo, mentre la SEM mi ha aiutato a ottenere più traffico sul mio sito web molto in fretta"*.

Meta descrizione: Descrizione di una pagina web inclusa nel codice della pagina. Potrebbe essere usata anche come parte della descrizione nella pagina dei risultati del motore di ricerca.

Es. *"Scrivo **meta descrizioni** per ogni pagina del mio sito web, perchè poi verranno visualizzate nei risultati di ricerca dal motore di ricerca"*.

Meta parole chiave: Breve elenco di parole che descrivono sinteticamente il contenuto di una pagina. Non vengono utilizzate da nessun motore di ricerca.

Es. *"Non mi preoccupo di includere meta parole chiave nelle mie pagine web in quanto i motori di ricerca non utilizzano queste informazioni"*.

Motore di ricerca: Strumento che indicizza e restituisce contenuti digitali pertinenti in risposta alle parole chiave digitate dagli utenti. Tra i più noti motori di ricerca ci sono Google, Bing, Yahoo, DuckDuckGo, Baidu, Yandex e altri.

Es. *"Utilizzo i motori di ricerca per cercare nuove tendenze nel settore della decorazione delle case"*.

O

Ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO): Procedura di modifica di pagine web e contenuti e di promozione di tali contenuti per migliorarne la visibilità nei risultati organici, non a pagamento, dei motori di ricerca.

Es. *"La SEO ha aiutato il mio sito web a ottenere un ranking più alto nei risultati dei motori di ricerca e quindi, di conseguenza, più visitatori e più contatti"*.

P

Pagina di destinazione (Landing Page): Prima pagina di un sito web che la persona generalmente vede, non necessariamente l'home page.

Es. *"Sto aggiungendo un coupon sulla mia pagina di destinazione, in modo tale che i visitatori del mio sito web siano incoraggiati a comprare"*.

Parola chiave: Parola o frase digitata nel motore di ricerca che le imprese possono utilizzare per il targeting delle campagne pubblicitarie.

Es. *"Quando gli utenti cercano la parola chiave "imbianchino a Treviso", appare il mio annuncio"*.

Pay-per-click (PPC): Sistema pubblicitario in cui gli inserzionisti pagano quando gli utenti fanno clic sui propri annunci.

Es. *"Utilizzerò annunci pay-per-click per promuovere le mie decorazioni d'interni"*.

Percentuale di clic (CTR): Numero di volte in cui gli utenti fanno clic su un elemento di interesse, come un annuncio, rispetto al numero di volte in cui visualizzano l'elemento in questione.

Es. *"La mia percentuale di clic sugli annunci di verniciatura esterna è del 2%, ma il mio CTR sugli annunci di affreschi per interni è inferiore all'1%"*.

Q

Query o termine di ricerca: Parola chiave o frase che l'utente digita in un motore di ricerca per trovare ciò che sta cercando.

Es. *"Quando le persone usano il termine di ricerca "parrucchiere" potrebbero cercare consigli su come tagliarsi i capelli da soli o un servizio che lo faccia per loro"*.

R

Ranking: Posizione di un'inserzione su una pagina di risultati del motore di ricerca.

Es. *"Lavorandoci molto, spero di riuscire a far arrivare il mio sito web al primo posto nel ranking dei motori di ricerca"*.

Risultati naturali o organici: Risultati del motore di ricerca che non corrispondono ad annunci a pagamento.

Es. *"Più alto sarà il ranking del mio sito web nei risultati organici del motore di ricerca, più traffico riceverò."*

Robots.txt: Il file robots.txt è un semplicissimo file di testo che, nella sua forma ideale, va caricato all'interno della document root del sito, ovvero la directory in cui corrispondono i file del nostro sito. Il file robots.txt fornisce indicazioni agli spider sui contenuti da scansionare al fine di indicizzarli all'interno dei propri indici.

S

SERP (Pagina dei risultati del motore di ricerca): Elenco di risultati visualizzato dal motore di ricerca in risposta alla query di ricerca di un utente.

Es. *"Dopo aver cercato "acquisto vernice lucida all'ingrosso" ho notato che la SERP mostrava sia inserzioni organiche che a pagamento".*

Sessione o visita: Gruppo di interazioni che avvengono sul tuo sito web in un determinato periodo di tempo. Una singola sessione può, ad esempio, contenere più visualizzazioni di pagine e transazioni e-commerce.

Es. *"Il mio sito web ha ricevuto 2.000 visite il mese scorso, ma quello che mi interessa veramente è se queste visite hanno generato vendite".*

Sitemap XML: Elenco di pagine web del tuo sito che aiuta i motori di ricerca a capire i contenuti del tuo sito web.

Es. *"L'aggiunta di una [sitemap](#) ha aiutato i motori di ricerca a capire le pagine del mio sito internet".*

Social network: Community di individui che creano e condividono contenuti.

Es. *"I social network sono un ottimo spazio per mostrare le mie bellissime pitture murali e magari ottenere qualche nuovo cliente".*

Sorgente di traffico: Spazio da cui proviene l'utente che visita il tuo sito web, come ad esempio un motore di ricerca, un social network o un altro sito web con link che rimandano al tuo. (Nota: molti strumenti di analisi dei dati web, come Google Analytics, permettono un'analisi molto dettagliata delle sorgenti di traffico.)

Es. *"Twitter è stato la principale sorgente di traffico per il mio sito ieri, il mio video blog di calcio deve essere diventato virale!"*

Spam o web spam: Tecnica per cercare di scalare i risultati di ricerca attraverso metodi ingannevoli, come la ripetizione delle parole chiave, il pagamento di altri siti web perché includano link al proprio sito o l'inserimento di testo invisibile sullo schermo. Si tratta di una tecnica scorretta che allontana i siti web veramente pertinenti dalle prime posizioni nei risultati di ricerca.

Es. *"Ho ricevuto un'email che mi offriva la prima posizione nei risultati di ricerca di Google, ma ho rifiutato perché vengono utilizzate tecniche di spam".*

T

Tasso di conversione: Rapporto di conversione sulle visite, spesso usato per misurare il rendimento digitale.

Es. *"Non so perché, ma il mio tasso di conversione dei visitatori di sesso maschile per la verniciatura esterna è molto basso"*.

Title: Titolo di una pagina web come indicato nel codice HTML della pagina. Spesso usato anche come titolo della pagina nei risultati del motore di ricerca.

Es. *"Faccio particolare attenzione all'elemento del [titolo delle mie pagine web](#), per aiutare i motori di ricerca a capire il contenuto delle pagine"*.

U

URL o Uniform Resource Locator: Indirizzo unico di una pagina o un contenuto digitale in Internet.

Es. *"Zia Susanna, puoi accedere al mio sito web digitando l'[URL](#) nel tuo browser"*.

Utente: Persona che visita il tuo sito web o la tua app mobile. Gli utenti sono a volte definiti "visitatori". Esistono due tipi di utenti: nuovi utenti, persone che non hanno mai visitato il tuo sito web prima d'ora e utenti di ritorno, persone che hanno già visitato il tuo sito web in precedenza.

Es. *"Quando Giovanna ha visitato per la prima volta il sito web, per cercare informazioni sulla camera Giulietta, era un nuovo utente. Da allora, è tornata periodicamente per prenotare una camera, diventando un utente di ritorno."*

V

Visitatore unico: Singolo visitatore di un sito web durante un determinato periodo di tempo.

Es. *"Non ha importanza quante volte zio Roberto visita il mio sito web, è comunque sempre e solo un visitatore unico"*.