

Dopo molto tempo passato ad analizzare problemi tecnici di carattere sistemistico, per garantire sempre migliori performance a chi sceglie di collaborare con l'azienda per cui lavoro, ho deciso di studiare le questioni del funzionamento del posizionamento organico, del pay per click, del pay per performance e di tutte quelle tematiche che, oggi, consentono al mondo di Internet di [crescere costantemente come mercato pubblicitario, come accennato allo IABForum](#) e, lo sapete? Mi sono trovato spaesato e colpito da tanto materiale presente su questo mondo.

Il mondo del Web Marketing, del quale fanno parte a pieno titolo tecniche quali

il SEO, il SEM, ed il Social Media Marketing

(e molte altre), mi ha stupito per le possibilità che vengono date a ciascuno di

migliorare la propria visibilità

su Internet applicando innanzitutto delle semplici regole di qualità di quanto viene normalmente realizzato su Internet. I suggerimenti sono tanti, e su quest'area tenderò a fornire informazioni relative ad impressioni, opinioni, suggerimenti, tecniche e tattiche per

migliorare il posizionamento di un sito sul motore di ricerca

. La mia modalità di lavoro sarà sempre, per quanto possibile, scientifica e sequenziale, nel tentativo di ottenere risultati riproducibili e coerenti. Per poter ottenere questo risultato, quello che serve, inizialmente, è sicuramente un buono strumento di

misurazione del posizionamento

Viene prima l'uovo o la gallina?

Già, la prima domanda da porsi è proprio questa... E' sempre la stessa, come in ogni posto si debba individuare quello che sia più interessante. Misuro l'azione od il feedback dell'azione? L'azione è l'uovo, il feedback è la gallina...

Nel nostro caso l'azione è la posizione del sito, il feedback è la visita del visitatore. In questo caso, sebbene si possa partire dal feedback per decidere se si è contenti o meno, in realtà è suggeribile cominciare a dotarsi, prima di intraprendere la strada del SEO, di uno strumento di misurazione valido e rispondente ai criteri minimi di analisi.

Gli strumenti di misurazione del SEO

Gli strumenti sono almeno due, come in ogni ambito dove sia necessario comprendere il funzionamento di un sistema, uno che indica una fotografia del sistema, uno che indica l'evoluzione del sistema.

Facciamo un esempio:

[Il mio sito web](#) tratta come argomento principale delle mie passioni, in **prima posizione quella della motocicletta**

ed in particolare di competizioni, come la **ducati speed week**

. Ipotizzando di essere interessato sulla posizione in cui appaio proprio cercando

ducati speed week e **competizioni ducati**, andrei molto semplicemente a cercare su Google dove esco per questi termini. Oltre a questo utilizzerei uno strumento di analisi del traffico ricevuto sul sito, come potrebbe essere

[Analytics](#)

[Google](#)

e fin qui, nulla di concettualmente errato...

se non fosse che il mio avanzare così, già dal punto di vista dell'analisi dei risultati mi fa procedere a tentoni... Ogni modifica che faccio non riesco a comprendere il risultato e l'efficacia nel tempo... E' meglio dotarsi di **strumenti efficaci di misura del Web Marketing**. L'obiettivo è quello di riuscire a meglio comprendere il funzionamento di quanto abbiamo in essere come sistema di proposizione delle nostre informazioni PRIMA di intraprendere qualsiasi strada. Dobbiamo quindi effettuare un'analisi di stato PRIMA della modifica delle impostazioni del sito ed un'analisi comparativa tra i momenti dell'anno.

Il primo controllo va effettuato utilizzando dei [validi strumenti di report](#) o delle agenzie che forniscano, oltre all'eventuale

consulenza per il SEO

, dei report strutturati e completi dal punto di vista della comprensione dello stato del sito: per i neofiti che vogliono innanzitutto comprendere come funziona il posizionamento organico

e l'

ottimizzazione del sito per i motori di ricerca

è consigliabile

[l'utilizzo di report di posizionamento](#)

realizzati per il nostro sito web partendo dalle parole per le quali intendiamo essere individuati.

E' naturalmente un percorso aggiornabile, anche se stabilire un certo rapporto con

[un'agenzia SEO od un consulente SEO](#)

a noi vicino, per lo meno come lingua, aiuta nell'individuazione di canali di comunicazione

ottimizzati. Con gli strumenti di analisi di Analytics e di un report realizzato in modo periodico,

è possibile comprendere dove si sta andando a parare dal punto di vista del funzionamento. Gli

step successivi, in realtà, dipendono da cosa vogliamo ottenere dal sito. Come in ogni cosa, è

importante porsi degli obiettivi specifici, ma di questo parlerò in un altro articolo