

## Risultati organici e sponsorizzati

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 28/10/2008

Il **posizionamento** in un **motore di ricerca** può essere di due diversi tipi:

- **posizionamento organico**: questo termine indica la presenza del sito tra i risultati gratuiti del motore di ricerca. Posizionamento organico deriva da termine inglese organic placement che significa posizionamento spontaneo, non soggetto a leggi di mercato o di marketing dove la visibilità si può acquistare. Il posizionamento organico si raggiunge attraverso l'ottimizzazione del sito web e dei suoi contenuti. Raggiungere una buona posizione nei primi risultati dei motori di ricerca può tradursi anche in un buon ritorno sull'investimento anche solo grazie alla visibilità raggiunta e alla facilità con cui un utente può trovare il sito.
- **posizionamento sponsorizzato**: questo termine indica il raggiungimento di posizioni sui motori di ricerca attraverso una campagna di web marketing. Con queste campagne si studiano e realizzano annunci sponsorizzati definiti Pay Per Click (**keywords advertising** e **google adwords**) che sono strumenti di inserzione pubblicitaria sui motori di ricerca. La particolarità di questi annunci sta nel fatto che l'inserzionista paga solo quando l'utente clicca il suo annuncio, indipendentemente dalle volte in cui viene pubblicato.

Nel caso del posizionamento organico la visibilità viene concessa in modo completamente naturale, il motore di ricerca leggendo il contenuto del sito valuta e dà un giudizio alla pertinenza e alla completezza dei contenuti e alla loro ottimizzazione attraverso le parole chiave, segue tutti i link presenti per vedere se il sito è collegato ad altri siti che trattano lo stesso argomento. Più la rete di **link popularity** è ampia e contestualizzata più il giudizio del motore di ricerca sarà positivo.

Tutti questi elementi favoriscono il posizionamento naturale del sito web che dopo essere stato indicizzato dai motori verrà posizionato in modo gratuito e totalmente naturale. In questo modo il sito si "auto-promuove" attraverso i propri contenuti e la propria qualità.

Il posizionamento sponsorizzato avviene anch'esso nei motori di ricerca. Si preparano degli annunci che vengono abbinati a delle parole chiave, scelte in base al proprio settore o al proprio prodotto. Anche questi annunci sono soggetti ad una revisione da parte del motore di ricerca che garantisce in questo modo la presenza di annunci

pertinenti e di qualità. La particolarità di questi annunci sta nel pagamento che avviene ogni volta che un utente clicca sull'annuncio.



Differente posizione dei risultati organici e sponsorizzati in Google

Non è necessario scegliere un solo tipo di posizionamento, le possibilità sono:

1. Scelta del posizionamento organico: se si hanno limiti di budget, se si ha un sito ottimizzato al meglio, ricco di contenuti e con una rete di link ben sviluppata.
2. Scelta del posizionamento sponsorizzato: se si possiede un sito e gli si vuole abbinare una campagna promozionale per pubblicizzare eventi, prodotti o servizi.

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl" e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it