

Glossario – SEM

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 26/11/2008

SEM (Search Engine Marketing)

Conversion: raggiungimento dell'obiettivo che la pagina web si pone, come l'iscrizione al sito, l'iscrizione ad una *newsletter*, un click ad un'altra pagina o ad un annuncio pubblicitari, la compilazione di un modulo, il completamento di un ordine di acquisto, ecc...

Conversion rate: percentuale di utenti che hanno dato origine ad una conversione (rapporto fra numero di conversioni effettuate e numero di visitatori unici).

CPC (Cost Per Click): importo pagato da chi effettua una pubblicità su un sito web per ogni click ricevuto da un visitatore.

CPM (Cost Per Thousand impressions): misura statistica utilizzata per quantificare il rapporto valore / costo di una campagna pubblicitaria Pay Per Click.

CSS (Cascading Style Sheet): i fogli di stile a cascata permettono di definire la rappresentazione di documenti HTML e XHTML separando i contenuti dalla formattazione, con il risultato di una programmazione più chiara e facile da utilizzare, sia per gli autori delle pagine web che per gli utenti. I CSS permettono di arricchire l'aspetto visuale ed estetico di una pagina separando il contenuto dalla presentazione, facilitando la creazione e manutenzione di un sito web. Infatti la modifica delle informazioni memorizzate in un solo file CSS ha come conseguenza la modifica nella formattazione di tutte le pagine di un sito senza doverle modificare singolarmente.

Landing page: la pagina di "atterraggio" in cui un utente perviene dopo aver cliccato su un link di un risultato in un motore di ricerca.

Pay for inclusion: (PFI) pagamento richiesto per essere inseriti in una directory o un motore di ricerca.

Pay Per Action: (PPA) simile al Pay Per Click, ma chi ospita il link a pagamento viene pagato solo se il click comporta una conversione.

Pay Per Click: (PPC) sistema pubblicitario in cui chi pubblica un annuncio paga ogni volta che un navigatore effettua un click sull'annuncio. Google Adwords è un esempio di *PPC advertising*.

ROI: (*Return On Investment*) parametro che valuta il rapporto costi benefici di un investimento, in particolare di tipo pubblicitario.

SEM: (*Search Engine Marketing*) insieme di azioni associate alla ricerca, indicizzazione e posizionamento di un sito web in un motore di ricerca in modo da ottenere la massima visibilità e traffico per il sito. Comprende azioni quali l'ottimizzazione SEO, il *web advertising*, i link sponsorizzati (PPC).

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