

Gli investimenti delle aziende italiane in Search Engine Marketing nel 2010

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 19/11/2009

Secondo le previsioni per il marketing nel 2010 la promozione dei siti web attraverso i motori di ricerca (*Search Engine Marketing*) si confermerà come lo strumento principale per le aziende italiane che investono in pubblicità e marketing online, con ampie possibilità di crescita rispetto al 2009.

Ad ottobre OTO Research, in collaborazione con MyMarketing.Net e l'agenzia di search marketing SEMS, ha realizzato un'indagine statistica relativa agli **investimenti nel marketing sui motori di ricerca** previsti dalle aziende italiane nel 2010 e svolta su un campione di 237 influenzatori delle strategie web aziendali iscritti alla comunità di MyMarketing.Net.

L'indagine ha evidenziato che nel 2010:

- il 61% delle aziende italiane già attive nei motori di ricerca, incrementerà gli investimenti in attività di ottimizzazione di siti web e di keyword advertising
- solo il 3% intende diminuirli

L'incremento degli investimenti è motivato dalla possibilità di modulare gli investimenti in base alle esigenze e necessità e dalla soddisfazione legata al ROI dal search marketing: l'85% degli intervistati si è detto soddisfatto o molto soddisfatto dei risultati.

Il 2010 potrebbe vedere anche l'ingresso nella **promozione sui motori di ricerca** di oltre un terzo delle aziende italiane che ancora non hanno mai utilizzato i motori di ricerca come strumento promozionale, pari al 54% del totale. I risultati dell'indagine indicano che solo il 46% delle aziende italiane svolge attività di marketing e advertising nei motori, mentre il 34% non è ancora attiva ma è interessata in particolare ad attività di keyword advertising.

Nel corso del 2009 è anche aumentato il numero di aziende che investono sia in **progetti SEO** sia in **keyword advertising**: la stima attuale è pari al 77% delle aziende presenti nei motori di ricerca.

Le finalità degli investimenti nei motori sono per lo più:

- l'acquisizione di nuovi clienti (48%)
- l'incremento dei contatti (46%)

- l'incremento delle vendite (41%)
- il rafforzamento della notorietà del proprio marchio (36%)

Dunque le aziende non ancora attive in SEM inizierebbero soprattutto con l'obiettivo di incrementare i contatti e di rafforzare il brand dell'azienda, mentre le aziende già attive hanno obiettivi più concreti, come ampliare la base di clienti o aumentare il numero di contatti da cercare di convertire e fidelizzare.

Per quanto riguarda gli importi investiti:

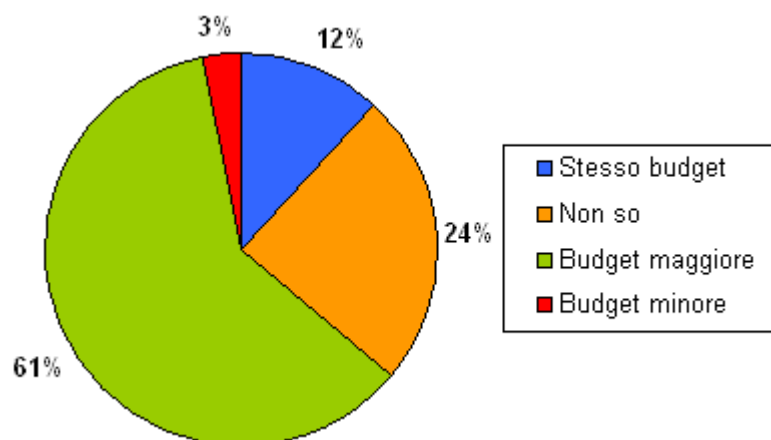
- il 60% delle aziende non ha superato i 10.000 euro
- il 18% ha investito budget tra i 10.000 e i 25.000 euro
- il 5% ha investito più di 500.000 euro

È utile tenere presente che per "search marketing" si intende l'insieme di attività (principalmente SEO e keyword advertising) che possono essere portate avanti nei motori di ricerca per raggiungere determinati obiettivi.

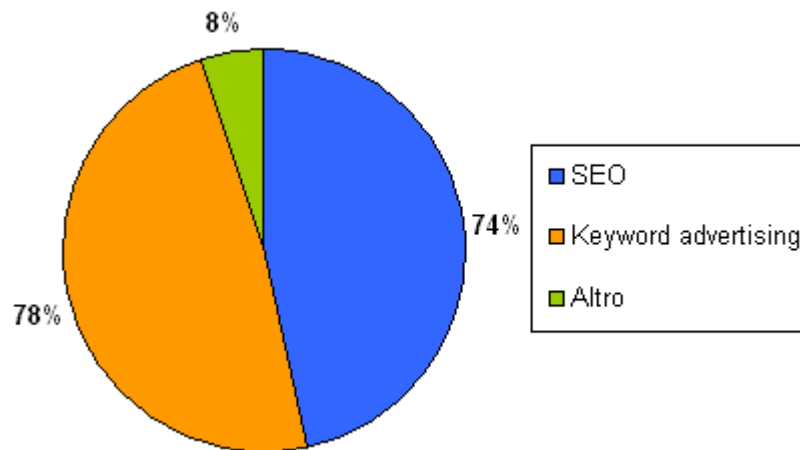
I risultati relativi al livello di soddisfazione sono:

- il 20% delle aziende si dichiara molto soddisfatto dei risultati ottenuti
- il 65% è abbastanza soddisfatto del ROI dalle attività nei motori
- il 15% delle aziende si è detto poco soddisfatto
- 0% di insoddisfatti

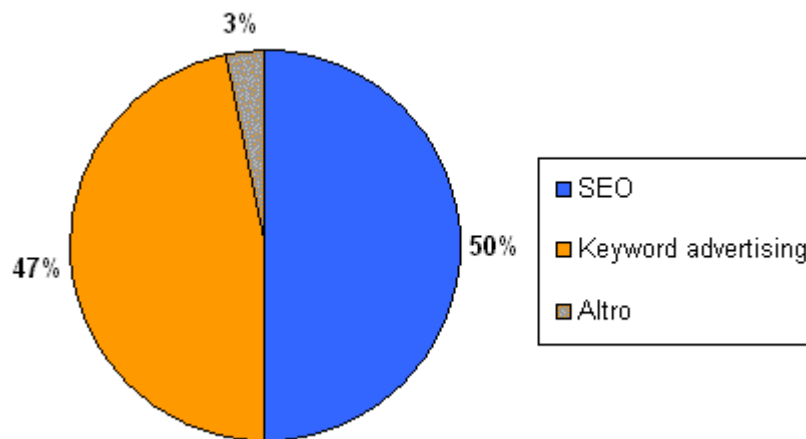
Nei seguenti grafici si riporta un riassunto di alcuni aspetti peculiari della ricerca:



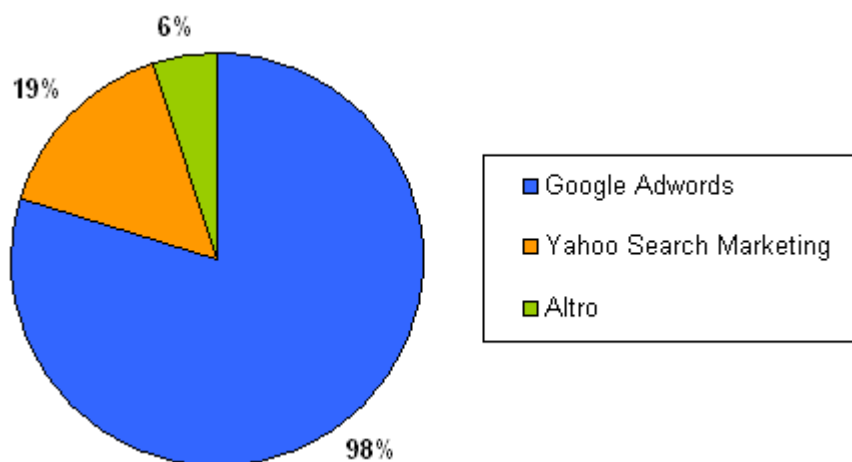
Investimenti aziendali in SEM nei prossimi 3 anni



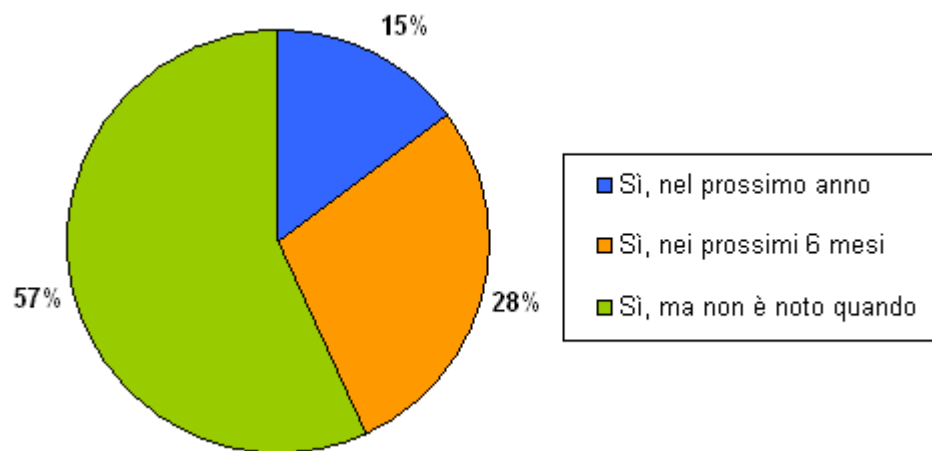
Attività di SEM svolte fino ad oggi (presenti risposte multiple)



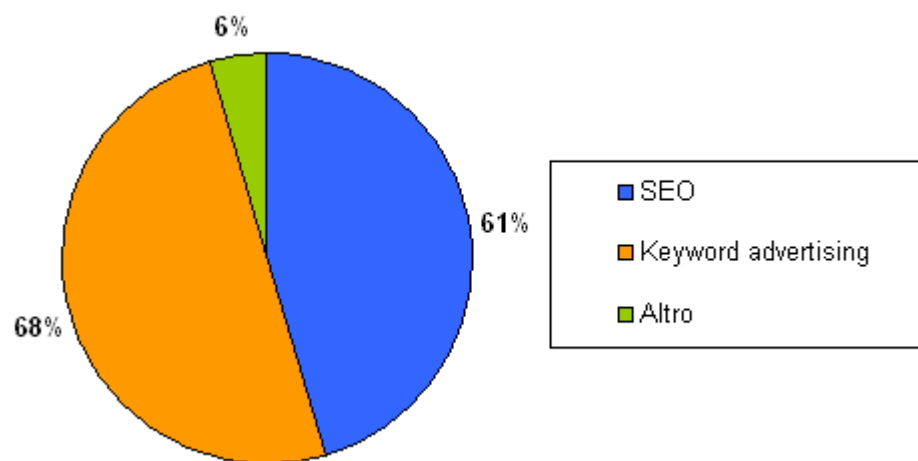
Distribuzione del budget nelle attività di SEM



Attività di keyword advertising svolte fino ad oggi



Intenzioni delle aziende a svolgere attività di SEM nel 2010



Attività di SEM che saranno intraprese dalle aziende nel 2010

Conclusioni

Secondo il campione rappresentativo considerato nella ricerca, nel 2010 le aziende italiane prevedono di continuare ad investire nei **marketing nei motori di ricerca**, aumentando anche i budget a disposizione.

La possibilità di **monitorare i risultati degli investimenti**, di **modularli nel tempo ed in base alle esigenze** e di **misurare il ritorno sull'investimento (ROI)** e **migliorare la propria visibilità rafforzando il brand** sono fra i fattori più importanti che inducono le aziende ad investire nel mercato offerto dai motori di ricerca.

1mas srl

www.1mas.it

V.le S. Eufemia, 34

25135 Brescia (BS)

+39 030 369 6400

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