

Search Engine Marketing: gli investimenti per il 2010

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 13/04/2010

Econsultancy, in collaborazione con SEMPO, ha realizzato lo "State of Search Engine Marketing Report 2010", in cui vengono analizzati gli investimenti previsti dalle aziende per il 2010 nel Search Engine Advertising (SEM - pay per click), nella Search Engine Optimization (SEO - ottimizzazione per i motori di ricerca) e nel Social Media Marketing (Facebook, Twitter, ecc...)

Il rapporto di Econsultancy e SEMPO si basa su un sondaggio effettuato su circa 1.500 intervistati, fra inserzionisti, clienti ed agenzie di Search Engine Marketing. I dati sono stati raccolti nei mesi di gennaio e febbraio 2010 in 68 paesi diversi, compresa l'Italia. Il sondaggio riguarda gli investimenti delle aziende nel web marketing, l'utilizzo dei motori di ricerca e dei Social Media, le tendenze emergenti attraverso le ricerche ed i risultati a pagamento (pay per click), il posizionamento naturale (SEO) e l'utilizzo e le ricerche nei Social Media.

I risultati in sintesi

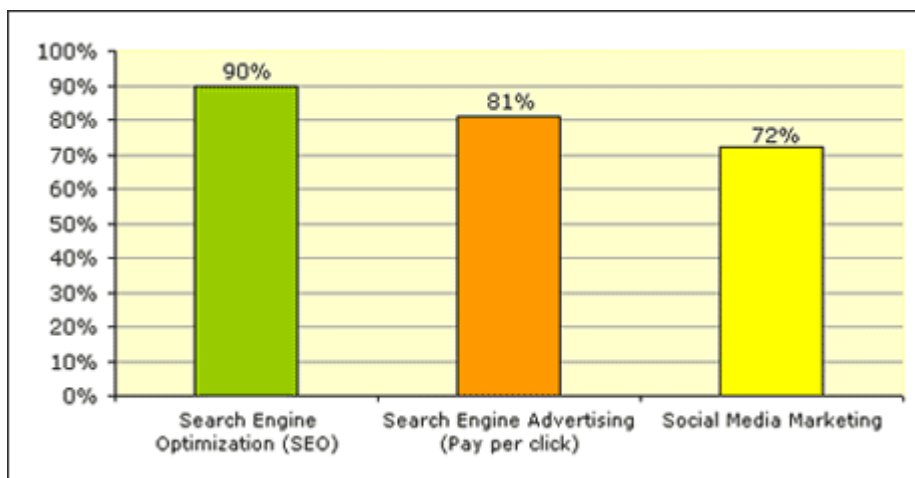
I principali risultati del sondaggio indicano che:

- **Aumentano gli investimenti per il SEO:** le aziende prevedono di spendere il 43% in più nel SEO per il 2010 rispetto al 2009
- **SEO & SEM battono il SMM,** ovvero: gli investimenti relativi al Social Media Marketing (SMM) sono ancora modesti rispetto a quelli per l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) e le ricerche a pagamento (SEM)
- **Il SEM cresce rispetto al SEO:** il numero di aziende che investono in pay per click è aumentata dal 78% nel 2009 al 81% nel 2010, mentre gli investimenti relativi all'ottimizzazione per i motori di ricerca (90% delle aziende) sono rimasti costanti dal 2007
- **Google domina il Search Engine Advertising:** il 97% delle aziende investono in pubblicità tramite gli AdWords di Google

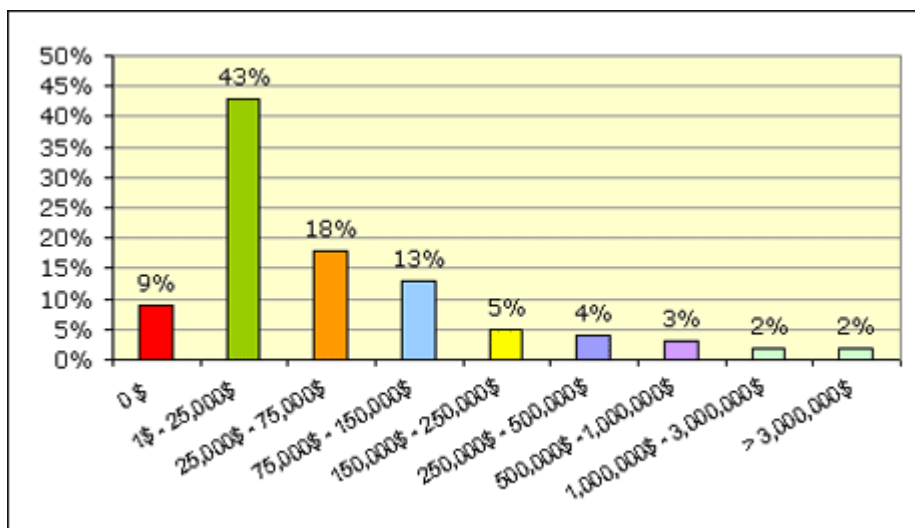
- **Utilizzo dei Social Network:** il 75% delle aziende utilizza Facebook (74%) e Twitter (73%) per promuovere i propri marchi o l'azienda stessa

Gli investimenti relativi al SEO

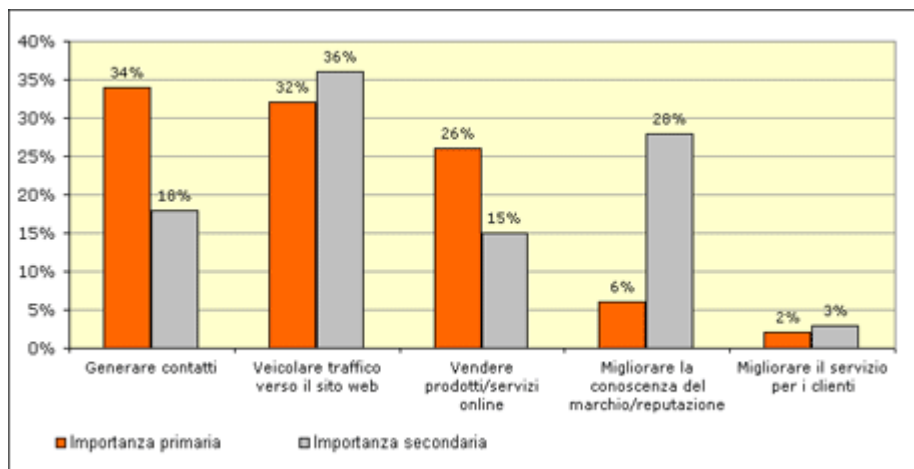
I seguenti grafici indicano la suddivisione degli investimenti delle aziende relativamente alla promozione web:



Suddivisione degli investimenti di web promotion delle aziende



Budget destinati dalle aziende al SEO nel 2009



Obiettivi che le aziende si prefiggono di raggiungere tramite il SEO

Gli investimenti relativi al SEO continuano a dominare la promozione web, sebbene il search engine advertising abbia avuto un incremento maggiore rispetto al SEO che invece si è mantenuto costante.

Le aspettative e gli obiettivi che le aziende si pongono tramite il SEO sono principalmente il reperimento di nuovi contatti, l'incremento del traffico verso il sito web e la vendita online.

Provenienza degli investimenti nel Search Marketing

Negli ultimi 2 anni si sta assistendo ad un cambio di direzione degli investimenti pubblicitari delle aziende:

- quasi la metà delle aziende nel 2009 ha sottratto budget alla pubblicità sulla stampa a vantaggio del Search Engine Marketing
- seguono le sottrazioni al budget per il direct mail (36%)
- per la partecipazione a fiere ed eventi (24%)
- per il display advertising (23%)

Ma quali saranno i servizi futuri di search marketing in cui investiranno le aziende?

Le aziende indicano la personalizzazione delle ricerche come l'evoluzione che avrà maggiore impatto sulle loro attività, mentre le agenzie di search marketing prevedono una crescita del local search (ad esempio le ricerche localizzate geograficamente e in google Maps), la personalizzazione delle risposte agli utenti e la crescita di internet sul cellulare.

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