



Web Images Video News Maps more »

providence ri

Search Maps

Search the map

Find businesses

Get directions

Maps

Print Email Link to this page



# Bates College *Lewiston, Maine*

SEARCH

[DIRECTORY](#) [SITE MAP](#) [CONTACT US](#)

## View a slideshow of life at Bates

### Alex Dauge-Roth seeks the lessons of a genocide



How can one group within a community suddenly decide to exterminate its neighbors, as happened in Rwanda in 1994? Alexandre Dauge-Roth, assistant professor of French, is looking for answers.

[Read more...](#)



[ABOUT BATES](#) [ACADEMICS](#) [ADMISSIONS](#) [STUDENT LIFE](#) [OFFICES](#) [ATHLETICS](#) [SUPPORTING BATES](#)

[Alumni](#)  
[Students](#)  
[Parents](#)  
[Faculty/Staff](#)

[Make a Gift Now](#)

### Bates Now

- Campus construction update: Week of March 19
- Human rights activist to speak as part of Stringfellow Awards ceremony
- Andrews lecturer to discuss the 'prison-industrial complex'
- Harvard Center screens film about Lewiston gun control activist
- Journalist presents relationship of environment to Chinese society
- Mount David Summit highlights student achievement across disciplines
- [More Bates Now stories...](#)

### Hot List Menu

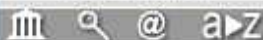
- [Academic Calendar](#)
- [Academic Spotlight](#)
- [Bates Dance Festival](#)
- [Bates Magazine](#)
- [Bookstore](#)
- [Calendars](#)
- [Campus Tour](#)
- [Career Services](#)
- [College Catalog](#)
- [Commencement](#)

[access keys](#) | [text only](#)



# Homepage

- [Departments](#)
- [Courses](#)
- [Facilities](#)
- [Research](#)
- [Services](#)



### Resources for:

- [Prospective Students](#)
- [Current Students](#)
- [Staff](#)
- [Alumni](#)
- [Visitors/Businesses](#)

### Prospectuses:

- [Undergraduate](#)
- [Postgraduate](#)
- [Distance Learning](#)

[giving to dundee](#)  
more info...

[TOP FOR TEACHING](#)  
QUALITY IN UK more info...



THE QUEEN'S  
ANNIVERSARY PRIZES  
2005



[About the University and Dundee ....](#)

**Undergraduate & Postgraduate**  
**SCHOLARSHIPS**  
[more info...](#)

### Latest News...

- [Dundee students seek the formula for successful DRIVE](#)
- [New Community Education courses at Dundee welcomed by professionals](#)
- [Botanic Working Group meets](#)
- [What's On](#)

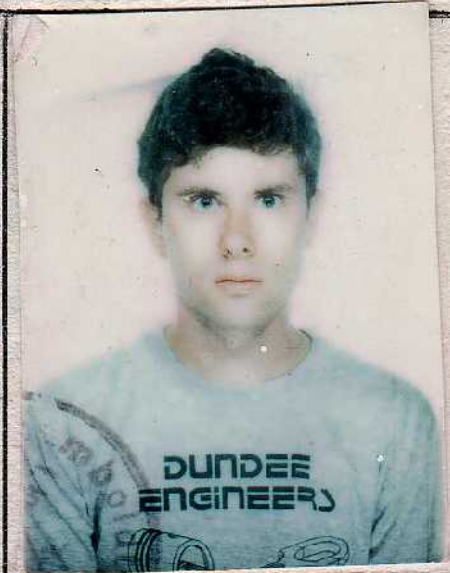
[More News...](#)

**reunite**  
*in Dundee*  
**2007** [more...](#)

Wohnheim



3-83-2



Eigenhändige Unterschrift des Inhabers

*Berlin*, den *14. 9. 87*

Ort

Der Rektor der Humboldt-Universität  
zu Berlin

Dienst-  
siegel

*in [Signature]*  
Unterschrift

Diese Ausweiskarte ist für die umseitig von der  
Universität/Hochschule bescheinigten Semester gültig

Deutsche Demokratische Republik  
Humboldt-Universität zu Berlin

**AUSWEIS**

für den ausländischen Studenten/Aspiranten

Sektion: *Wirkstoffwiss.*

Herrn/Erl. *Sean Carlos*

geb. am *3. 4. 1964*

HSch-Nr. *87 127*

Wohnung: *Alte Berlin*

~~*Ob. Juchterstr. 11-132*~~

Heimatland: *USA*

(92) BmG 049-85 VIII



Tutti i diritti



Tutti i dir

# RIPIRG

Rhode Island Public Interest Research Group

- HOW YOU CAN HELP
- NEWS ROOM
- REPORTS
- RESULTS
- MEMBERSHIP

## PROGRAMS

- Affordable Energy
- Preventing Identity Theft
- Fair Rx Prices
- Legislative Priorities
- Scorecards
- Find Your Legislators

## RESOURCES

- State Govt./Agencies
- Other State PIRGs
- Web Resources

## Register To Vote

## ABOUT US

- RIPIRG's Mission
- Newsletters

## OUR TOP PRIORITY

### Affordable Energy For Rhode Island

Anyone who pays an energy bill knows that energy costs have skyrocketed over the past year, and rising costs have stoked concerns about jobs and dollars leaving the economy. The POWER coalition has identified a number of policy solutions that Rhode Island could adopt this year to make energy more affordable for all consumers. The goal of the POWER coalition is to unite the diverse range of organizations and interest groups that have a common interest in an affordable energy policy. [More](#)



To receive issue updates

## OUR LATEST NEWS

### Watt-Watcher: Appliance Efficiency Bill Approved By General Assembly And Heading to Governor - 6/2/06

Responding to the rising cost of electricity and home heating fuels, the R.I General Assembly has passed, "The Energy and Consumer Savings Act of 2006," which would set minimum energy efficiency standards for five household and commercial appliances. [Read the release.](#)

## OUR LATEST REPORT

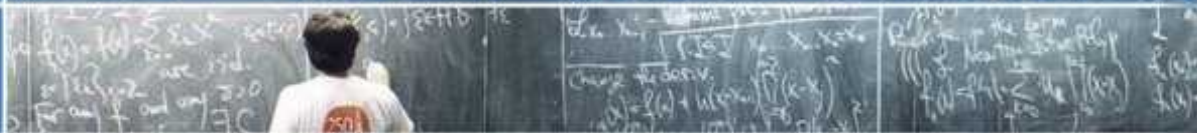


### Trouble In Toyland

Toys are safer than ever before, thanks to decades of work by product safety advocates and parents and the



# The Abdus Salam International Centre for Theoretical Physics



"Scientific thought is the common heritage of mankind" – Abdus Salam

- MISSION AND LEGACY
- ORGANIZATION
- RESEARCH
- TRAINING AND EDUCATION
- SCIENTIFIC EVENTS
- COLLABORATIONS
- INFORMATION AND RESOURCES

- news
- search
- site map
- contact us
- ictp users



ICTP  
Strada Costiera 11  
34014 Trieste  
Italy  
www.ictp.it

## OVERVIEW

Founded in 1964 by Abdus Salam (Nobel Laureate), the Centre operates under a tripartite agreement among the Italian Government and two United Nations Agencies, UNESCO and IAEA. Its mission is to foster advanced studies and research, especially in developing countries. While the name of the Centre reflects its beginnings, its activities today encompass most areas of physical sciences including applications.

## ICTP NEWS AND DAILY SCIENCE

### Abel Prize

Srinivasa S.R. Varadhan wins Abel Prize 2007...

### Discussion on Climate

Local meteorological union will discuss IPCC Report...



World Forum



Activities 2007



ICTP vacancies

© ICTP — on the web since 1994 — disclaimer — help



# Un tris di toner neri Originali HP

» può farti vincere la partita del colore! Scopri come...



Casa e Home Office

» **Piccole e medie imprese:**

Grandi aziende

Settore Pubblico, Sanità e Istruzione

Arti grafiche

### Per acquisti:

- » Notebook e Tablet PC
- » Desktop e workstation
- » Palmari e Calcolatrici
- » Server

- » Stampa e multifunzione
- » Scanner
- » Storage
- » Tutti i prodotti

### Per informazioni:

- » Mobile & wireless
- » Printing & imaging
- » Server e Storage
- » Reti

### Visualizza altri prodotti:

- » Prodotti e soluzioni per le Piccole e Medie Imprese

» **Supporto e soluzione dei problemi**

» **Driver e Software**

### Risorse:

Preferred Partner

### Materiali di consumo e accessori:



- » Inchiostro, toner, carta e materiale di consumo per stampanti
- » Accessori e componenti per computer, stampanti ed altro ancora

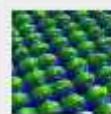


### Materiali di consumo Originali

» Fai la scelta giusta.



» **Presentazione della tecnologia HP DreamColor**  
 HP coglie nel segno con un nuovo livello di prestazioni nella corrispondenza dei colori



» **Un nuovo modo per chip migliori**  
 Nuovo design per chip più economici, che consumano meno e che offrono prestazioni migliori

» Informazioni sull'azienda»

» Promozioni

| » Lavora in HP

| » Iscriviti

| » Registra il tuo prodotto

HP e Windows Vista™



CHIUDI

LUN 26 MAR 2007

My CasaClick Cerca Offri Servizi Guida Chi siamo

Cerca case, uffici, negozi...

Vendita Affitto

Provincia

Comune

Tipologia

Prezzo €

(canone mensile per gli affitti)

Mq. circa

trova

Affitti vacanze

Provincia

Posti letto

trova

Cerca un'agenzia

Provincia

trova

Vai ad un annuncio specifico

Se conosci il codice dell'immobile che cerchi, inseriscilo qui sotto

Codice annuncio

trova

Cerca con le agenzie

Descrivi alle agenzie l'immobile che cerchi

Inserisci un annuncio

Per vendere o affittare il tuo immobile

Traslochi

Residenziali e per aziende

Stanze in condivisione

Trova il coinquilino ideale con EasyStanza

Mutui

Scopri il tuo mutuo e richiedi un preventivo

Finanziamenti

Prestiti anche immediati e senza spese sino a 31.000€

Servizi per le Agenzie

Presentazione

Proposizione Commerciale NEW

L'iscrizione a CasaClick

Visibilità e reperibilità degli Annunci

Tour Virtuale dell'immobile



VideoAnnunci NEW

Visure Catastali e Ispezioni Ipotecarie (anche per i Privati) NEW

Fai di CasaClick la tua homepage





IL TUO SITO IN PRIMA FILA!



lun 26 mar 2007


[Home](#)
[Specializzazione](#)
[Consulenza](#)
[Corsi](#)
[Notizie](#)
[Risorse](#)
[Area Clienti](#)
[Chi siamo](#)

Home

## Antezeta è il partner strategico ideale per trarre il massimo profitto dalla propria presenza su Internet

In un mercato globale altamente competitivo, le aziende vincenti sono quelle che sanno sfruttare le potenzialità di Internet per incrementare fatturato e profitti. Come? Potenziando tramite la rete alcune delle attività commerciali quali la raccolta di potenziali clienti, le vendite on-line, il supporto selfservice e la diffusione del proprio brand.

### Ottimizzazione dei siti per i motori di ricerca in base al merito™

Google

Virgilio

LIBERO

YAHOO!

msn

Ask

Applicando il [SEO \(Search Engine Optimization\)](#), si alimenta un processo che porta a un'interazione commerciale d'eccellenza. Il sistema permette d'**incrementare il traffico selezionato dei visitatori** sul proprio sito e di convertirlo in un flusso di contatti in linea con gli **obiettivi aziendali**. Chi visita il sito infatti, può, ad esempio, *scaricare opuscoli, effettuare transazioni d'acquisto o aggiornarsi sulle novità.*

È noto che **la maggioranza dei visitatori arriva in un sito tramite i motori di ricerca**. Il sistema [SEO](#) rappresenta, nel contempo, l'arte e la scienza che consente di posizionare un sito in prima fila, rendendolo particolarmente visibile nella pagine dei risultati dei motori di ricerca. Il vantaggio è che l'utente sceglierà più facilmente di cliccare sul vostro sito invece che sugli altri. Antezeta disponendo dell'**esperienza di marketing** necessaria, sa fornire indicazioni preziose su come scrivere testi efficaci, **selezionare le parole chiave** appropriate per il profilo di traffico desiderato nonché sviluppare le opportune connessioni con altri siti idonei. Antezeta inoltre ha le



[Iscrivervi adesso](#) alla nostra newsletter - è gratis!

- Tenetevi aggiornate sulle notizie da Antezeta!

**Novità e curiosità sui motori di ricerca Google, Alice/Virgilio, Libero...**

- Evita i 7 problemi dei siti realizzati in Flash.



# BUSINESS CLUB "MILANIN"



zione Italiana Financial Family Officer :: Sean Carlos, SEO Consultant in IT Team of Milan-IN, will speak in front of the Club Members :: 02t

03/26/2007 16:50

### Site Index

#### Club News

- General
- Out Social Life
- Networking and PR
- Our web Site
- All News
- Partner News/ Offers
- Club Bloggers
- Articles about us

#### Info

- The Club
- Our web site
- Our Vision
- Our Mission
- Milan IN Statute
- The Board
- The Org-Team
- Contact us
- Membership Advantages
- \*\* Join the Club

#### Tools

- Forum
- Galleries
- LinkedIn
- Events Calendar

#### Our Sponsors/ Partners

#### Cover Story

New article- *Interview with Milan-IN on Permalink.it*, from Francesco Magnocavallo- Bloglo.it:

**"Permalink.it: Speciale Social Network: gli esperimenti business di MilanIN"**

[>> Other articles about Milan-IN](#)

### General

#### Business Club Milan IN

[More news: 1-5 6-10 11-14](#)

**FARSI TROVARE AIUTA IL TUO BUSINESS!**

Submitted by 'Pier Carlo Pozzati' 03/23/2007 - 23:48

**FARSI TROVARE AIUTA IL TUO BUSINESS!**  
**Lunedì 26 Marzo, SEAN CARLOS**  
**si presenta ai soci del Club**

Sean Carlos, titolare dello studio di consulenza **Antezeta Web Marketing**, si occupa di web marketing ed in particolare di visibilità nei motori di ricerca e di web analytics.

Insieme con altri professionisti del settore web, tiene corsi mirati ad aiutare le imprese italiane a sfruttare al meglio Internet.

### Select site language

English / US

### Search on MilanIN



Search

this site the web

### MilanIN Members

Registered\* 829

Online\* 3

### Members Login

Login Name

sean.carlos

Password

\*\*\*\*\*

Login

### Password restore

for members: [Forgot your password?](#)

# Un breve viaggio nel mondo di Internet

## **Il Web come strumento per promuovere il tuo Business**

- Sean Carlos -



Web Marketing Fundamentals

# Contenuto

- Perché essere presenti sul Web
- L'utilizzo residenziale di Internet in Italia
- Problemi frequenti che si riscontrano nei Siti Web
- Caratteristiche comuni di Siti ben funzionanti
- Generazione del Traffico
- Misurare l'Efficacia di un Sito
- Temi avanzati di Internet
- Selezione di Libri consigliati



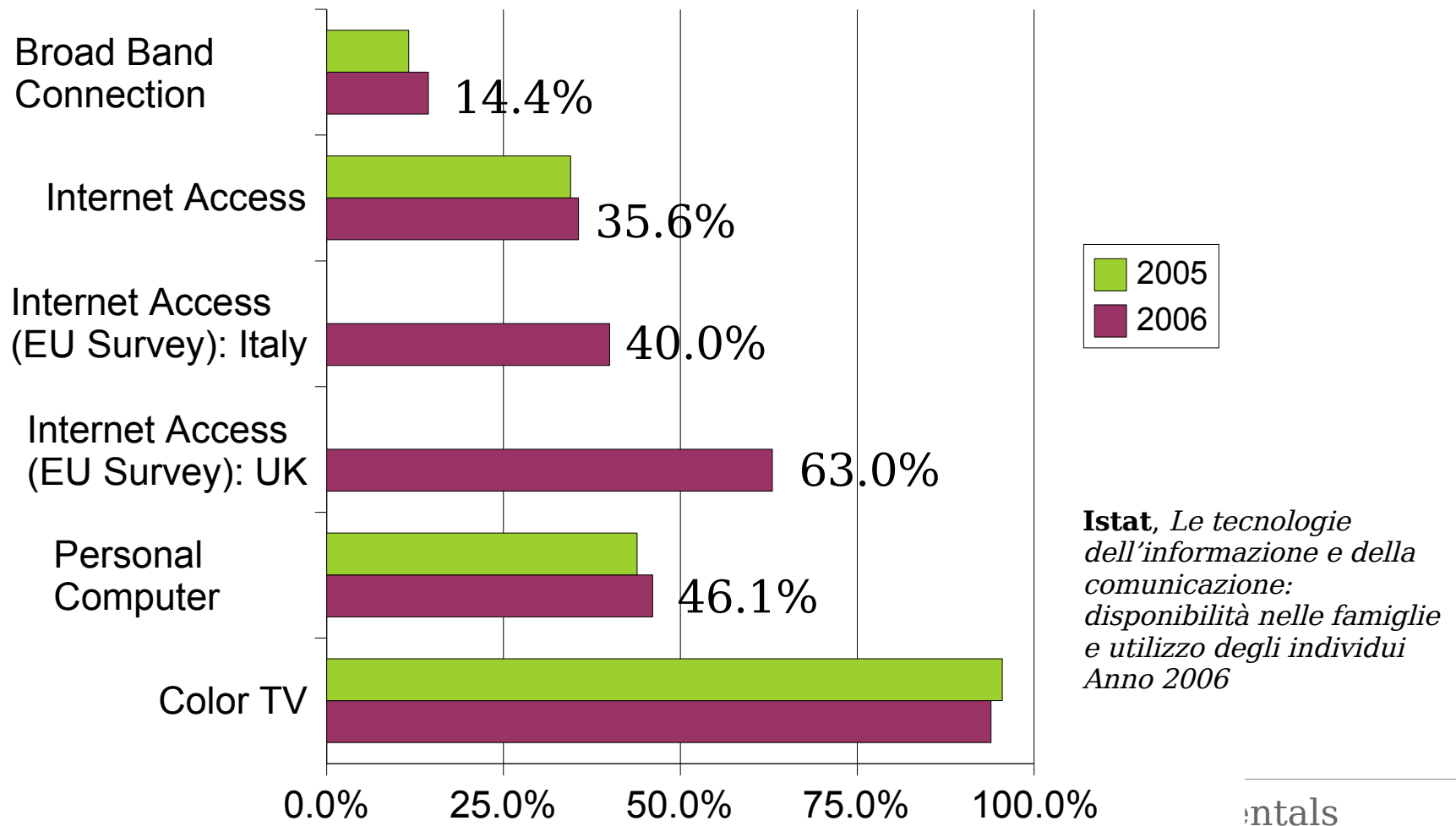
# Perché essere presenti sul Web

- Internet consente ad un'impresa/organizzazione di
  - presentare i propri prodotti e/o servizi
    - nel ciclo di vendita completo – marketing (brochure), vendita (transazioni online), assistenza post vendita
  - raggiungere un pubblico globale
  - essere operativa 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana, 365 giorni all'anno
  - fornire informazioni aggiornate in tempo reale
  - ridurre i costi, ad esempio mediante la fornitura di assistenza *self-service* per la vendita e la post vendita
  - mantenere la credibilità: i clienti attuali e potenziali si aspettano che le imprese serie siano presenti sul web
  - rafforzare l'immagine e il branding

Web Marketing Fundamentals



# Technology Adoption - Italy (Residential)



# Hai mai visitato un sito e...

... scoperto che l'**ultimo aggiornamento** delle informazioni era stato effettuato 3 anni prima?

... non sei stato capace di trovare le informazioni di **contatto**?

... hai dovuto **aspettare** una vita per caricare le pagine?

... sei stato costretto a navigare attraverso **troppe pagine** per completare l'attività che avevi in mente?

... ti è capitato di perderti leggendo una **pagina troppo lunga**?

... non sei riuscito a trovare i **link** nella pagina

oppure non sei neppure riuscito a **trovare il sito**?



Un sito professionale non esiste per caso.

Esso richiede conoscenze significative e una scrupolosa pianificazione



Web Marketing Fundamentals

# Caratteristiche Principali dei Siti

Alcune «best practice» utilizzate dai siti professionali

- I migliori siti web condividono caratteristiche che ne permettono un uso intuitiva
- Prenderemo in considerazione:
  - Strategia e Pianificazione
  - I Contenuti di un Sito: Temi ed Attributi
  - Architettura dell'Informazione
  - Navigazione
  - La Pagina Principale (Home)
  - Considerazioni Tecniche



# Strategia e Pianificazione

- **Pubblico** – Prendi in considerazione il pubblico che vuoi raggiungere. Quali sono le sue caratteristiche? Un approccio diffuso nella definizione di un sito (B2B o B2C che sia) è quello di pensare ad un utente tipo.
- **Obiettivi** – Definisci il motivo e gli obiettivi del sito. Cosa vuoi raggiungere? I requisiti di funzionalità derivano dagli obiettivi.
- **Budget** – Che importo hai da dedicare all'attività online per l'avvio e la gestione a regime?
- **Risorse Interne** – Chi seguirà lo sviluppo e gestione del sito? Chi risponderà alle e-mail generate dal sito?

# I Contenuti di un Sito

- I temi trattati più diffusi sono:
  - Chi siamo
  - Contattaci
  - Legale / Condizioni di utilizzo / Copyright
    - P.Iva; Registrazione in Tribunale come periodico...
  - Prodotti / Servizi / Assistenza / Risorse
  - Trova: Mappa del Sito / Ricerca nel Sito
  - Fiducia / Credibilità: riferimenti, Logo di associazione di categoria, casi di successo
  - Notizie (ma solo se vengono aggiornate)
- **L'analisi della concorrenza** può essere molto utile



# Considerazioni per i Contenuti

- **Il Testo** sul web è molto difficile da leggere. L'utilizzo saggio del **grassetto**, *corsivo* e delle intestazioni, sotto intestazioni comprese, aiuta i visitatori a scorrere il testo.
- Le **pagine breve** sono generalmente migliori rispetto a quelle lunghe, visto che i visitatori scorrono le pagine con rapidità. In definitiva si tratta di una filosofia molto simile a quella del «*sopra e sotto la piegatura*» nella carta stampata.
- Fornire una versione per la **stampa** (Si consiglia l'appoggio ad un CSS per questa funzione)
- I contenuti devono essere **attendibili** e **aggiornati**. Hanno bisogno di una manutenzione continua.

# Architettura dell'Informazione

- Assicura un utilizzo coerente e costante di **termini** nelle etichette e nella navigazione
- Sii coerente nell'utilizzo dei font e della loro grandezza
  - Si consiglia l'utilizzo di CSS.
- L'adozione delle convenzioni Web facilitano l'utilizzo di un sito da parte dei visitatori.
  - I Link devono essere descrittivi e visualmente evidenti; evita *clicca qui*.
- Considera la stesura di una **guida di stile** per il tuo sito se più persone saranno coinvolte nella creazione e nell'aggiornamento



# Navigazione [1/3]

- I tuoi visitatori possono **in ogni punto del** nel tuo sito... e lo fanno!
- Implementa una “**mappa del sito**”, una gerarchia semplice dei link.
  - La mappa del sito deve affiancare, non sostituire, una buona architettura dell'informazione.



# Navigazione [2/3]

- Considera l'utilizzo di un percorso di navigazione o di indicatori visivi simili per evidenziare il contesto. In questo esempio, dove siamo?:

The screenshot shows the website **la Repubblica.it** with the **Esteri** section selected. The navigation menu includes: Home, Repubblica TV, Politica, Cronaca, News Control, Cronache dalle Città, Economia, **Esteri**, Ambiente, Foto, Multimedia, Ora per Ora, Annunci, Sport, Motori, Persone, Star Control, Lavoro, Scuola&Giovani, Spettacoli&Cultura, Style&Design, Tecno&Scienze, Viaggi, Arte, Week-In, and Meteo. A search bar is visible with the text "POWERED BY YAHOO! SEARCH" and a "Cerca" button. The date and time are "Ultimo aggiornamento lunedì 15.01.2007 ore 15.41".

The main headline is **Napoli batte Inter 9-0**. Below it, the **ESTERI** section is highlighted, with a sub-headline: **Ondata di freddo e gelo negli Stati Uniti. Neve a Los Angeles, è stato d'emergenza**. A small image shows a snowy landscape. The text below the image reads: **LOS ANGELES** - Freddo record a Los Angeles. Vittime in...

On the left, there are sections for **CRONACA** and **POLITICA**. On the right, there is a **LINK CORRELATI** section with a link: **» Ondata di freddo e gelo negli Stati Uniti. Neve a Los Angeles, è stato d'emergenza**.



# Navigazione [2/3]

- Considera l'utilizzo di un percorso di navigazione o di indicatori visivi simili per evidenziare il contesto. In questo esempio, dove siamo?

The screenshot shows the la Repubblica.it website interface. The main navigation bar includes 'la Repubblica.it' and 'Esteri', both of which are circled in red. Below this is a secondary navigation bar with various categories like 'Home', 'Repubblica TV', 'Politica', 'Cronaca', 'News Control', 'Cronache dalle Città', 'Economia', 'Esteri', 'Ambiente', 'Foto', 'Multimedia', 'Ora per Ora', and 'Annunci'. The 'Esteri' link in this bar is also circled in red. A search bar is visible at the top right, and a 'Cerca' button is present. The main content area features a large headline: 'Ondata di freddo e gelo negli Stati Uniti. Neve a Los Angeles, è stato d'emergenza'. The word 'ESTERI' is circled in red above the headline. On the left side, there are sections for 'CRONACA' and 'POLITICA'. On the right side, there is a 'LINK CORRELATI' section with a link titled '» Ondata di freddo e gelo negli Stati Uniti. Neve a Los Angeles, è stato d'emergenza'. The date and time 'Ultimo aggiornamento lunedì 15.01.2007 ore 15.41' are shown at the bottom right of the page.



# Navigazione [3/3]

- Considera l'utilizzo di un *footer* unico ovunque nel sito per i link generici, come in questo esempio di Adobe:

[Company](#) | [Online Privacy Policy](#) | [Terms of Use](#) | [Contact Us](#) | [Accessibility](#) | [Report Piracy](#) | [Permissions & Trademarks](#)  
| [Product License Agreements](#) | [Send Feedback](#)

Copyright © 2007 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.

Use of this website signifies your agreement to the Terms of Use and Online Privacy Policy (updated 06-21-2006).

Search powered by 



- Considera la messa a punto di una funzione di **ricerca nel sito**.
- **Aiuta i tuoi visitatori a trovare i prodotti e i servizi che offri mediante il web!**



# La pagina principale (Home)

- La tua vetrina principale!
  - Il contenuto sulla tua pagina home deve essere il più rilevante ed utile possibile per il tuo pubblico target.
    - Evita “lettere dal presidente”
    - Fornisci accesso immediato agli strumenti cercati dai visitatori.
- Spesso la tua *Home* **non** è la pagina di entrata nel tuo sito.



# Una *Home* Tipica



# Un'altra *Home*

HomePage Nazionali- Tr... Best Practices Manual

Accessibilità | Personalizza | Faq | Link | Contatti | Condizioni di trasporto | Mappa | Lavora con noi | Alta Velocità | TrenOK | Emporio | Il Gruppo FS | Carrello English

**TRENITALIA**  
GRUPPO FERROVIE DELLO STATO

10 dicembre 2006  
Il nuovo orario di Trenitalia

Orari e acquisto | Promozioni e offerte | ViaggiaTreno | Cartaviaggio | In Regione | Servizi per | Treni | Notizie | Area Clienti | Trenitalia

Nazionale | Internazionale | Abbonamenti | Hotel

Da dove vuoi partire?  
Dove vuoi arrivare?  
Quando vuoi partire?  
giorno 15 mese 01 anno 2007  
A che ora vuoi partire?  
ore 15 minuti 17 **INVIA**

**INIZIATIVE ANTI-EVASIONE**  
sui treni regionali e nelle stazioni

**Servizi regionali**  
Notizie aggiornate e informazioni utili

**VUOI ACQUISTARE ANDATA E RITORNO?**  
Da oggi con il carrello è più semplice e veloce!

Scopri come richiedere il rimborso on line!

Prenota con Postoclick e paga al bancomat UniCredit Banca

Speciale Allegro senior: Vienna a partire da 25 euro!

**Notizie** VEDI TUTTE  
15 gennaio: dalle 9 alle 18 sciopero del personale ferroviario della Campania  
Con Telecom Italia il viaggio in treno si prenota con il telefonino

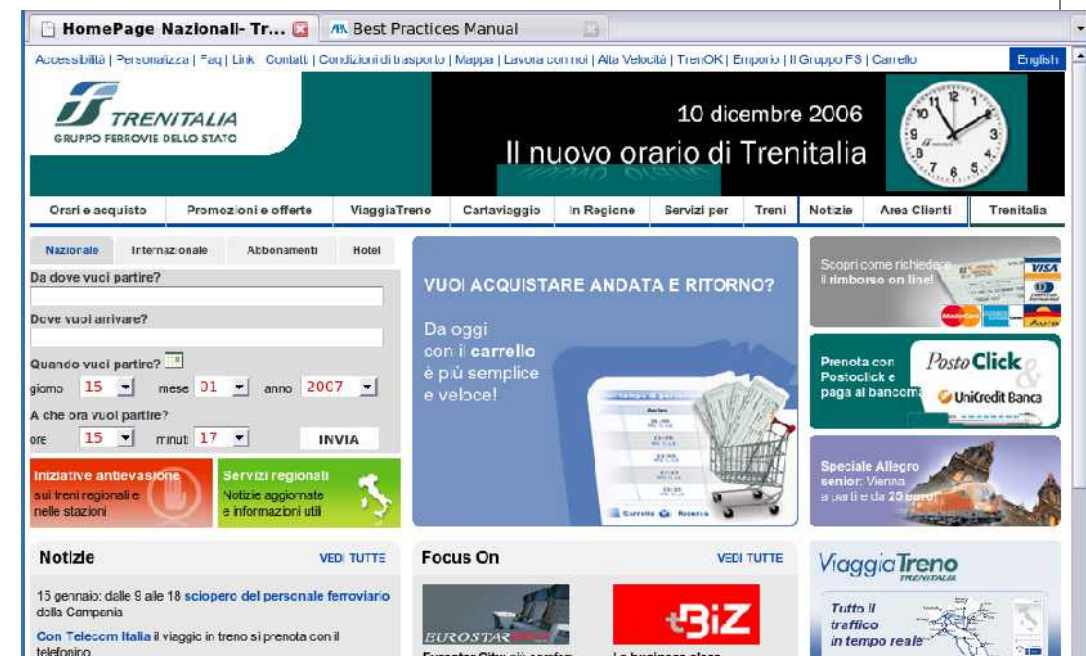
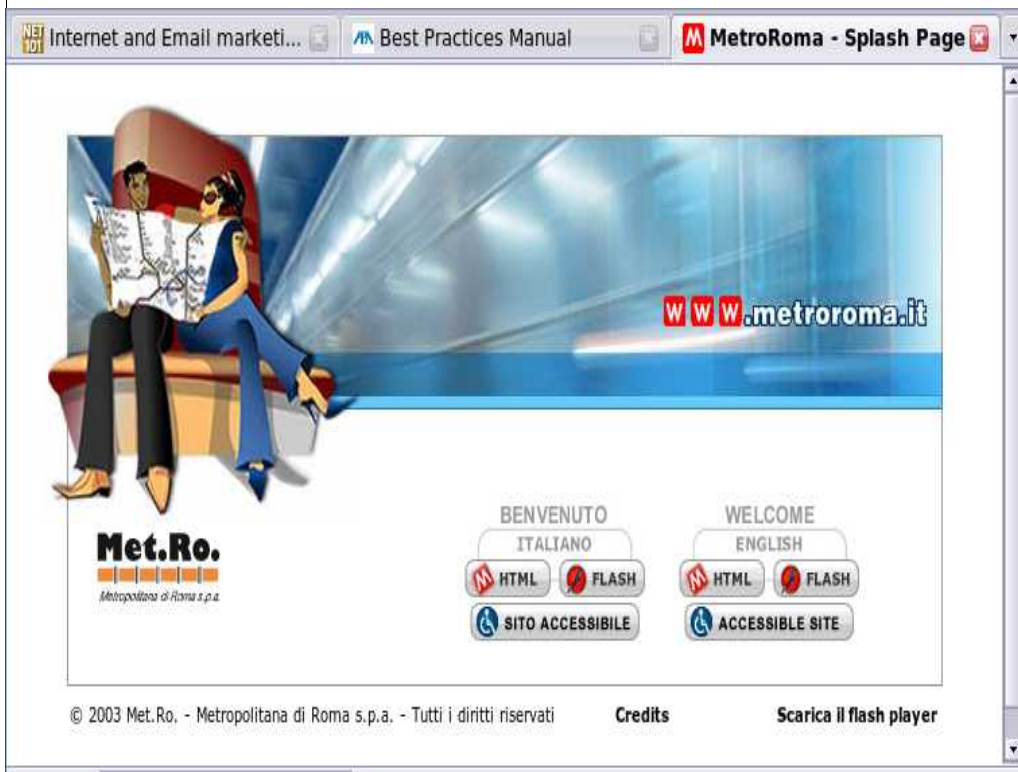
**Focus On** VEDI TUTTE  
EUROSTAR City: più comfort  
t3iZ  
La business class

**ViaggiaTreno**  
TRENITALIA  
Tutto il traffico in tempo reale



# Le Pagine *Home* non vengono create tutte allo stesso modo

- Come sono diverse queste Home? Quale risulta migliore per i visitatori?



# Considerazioni Tecniche per un Sito

- Lo sviluppo di un sito dovrebbe essere **Agnostico a livello tecnologico** – Cioè “*ottimizzato*” per qualunque browser (esso segue gli standard W3C)
  - Evita le tecnologie proprietarie, come **Flash**, se non c'è davvero un buon motivo. Se devi offrire documenti in formati proprietari, aggiungi link ai software gratuiti che consentono la visualizzazione laddove disponibile, cioè da Adobe e Microsoft. Privilegia i formati disponibili sulle piattaforme Mac e Linux.
  - I documenti **PDF** sono ideali per la stampa, non per sfogliare il web. Renderli disponibili anche in formati html.



Web Marketing Fundamentals

# Quiz: Chi sono?

• 1



• 4



• 2



• 5



• 3



# Quiz: Chi sono?

- 1 Firefox



- 4 Opera



- 2 IE 7



- 5 Mozilla  
SeaMonkey



- 3 Safari



# Considerazioni Tecniche per un Sito

- Utilizza i fogli di stili (**CSS**) per separare il contenuto dalla impaginazione; i CSS migliorano anche la coerenza e le prestazioni di un sito.
- Accertati che il sito non sia troppo pesante per i visitatori provvisti di modem **dial-up**.
- Segui il concetto del «Graceful degradation» (Degrado grazioso).

# Da Dove viene il Traffico?

- Dopo che il tuo sito è sbarcato in Internet, è fondamentale promuoverlo (esattamente come fosse un prodotto o un negozio nuovo!)
  - Parte del Traffico on-line proviene da siti di **terzi**.
  - Altro traffico proviene dalla promozione **off-line** del tuo dominio – sulla carta intestata, prodotti....
  - La maggior parte del traffico per molti siti proviene dai **motori di ricerca**.
    - Per **Search Marketing** si riferisce al ricorso ai motori di ricerca per portare traffico a un sito.



# Traffico da Siti di Terzi

- I Link sono utili per raccogliere traffico diretto e per il posizionamento nei motori di ricerca
- Non tutti i link sono uguali
  - Privilegia i link di:
    - Fornitori
    - Associazioni di categoria
    - Rivenditori
    - Blogger (solo nel caso che parlino bene di te!)
    - Ciascun sito che abbia attinenza tematica con il tuo
  - Evita lo scambio reciproco di link solo allo scopo di ottenere link.
  - Evita l'acquisto e vendita di link
  - Il testo del link è importante.

Web Marketing Fundamentals



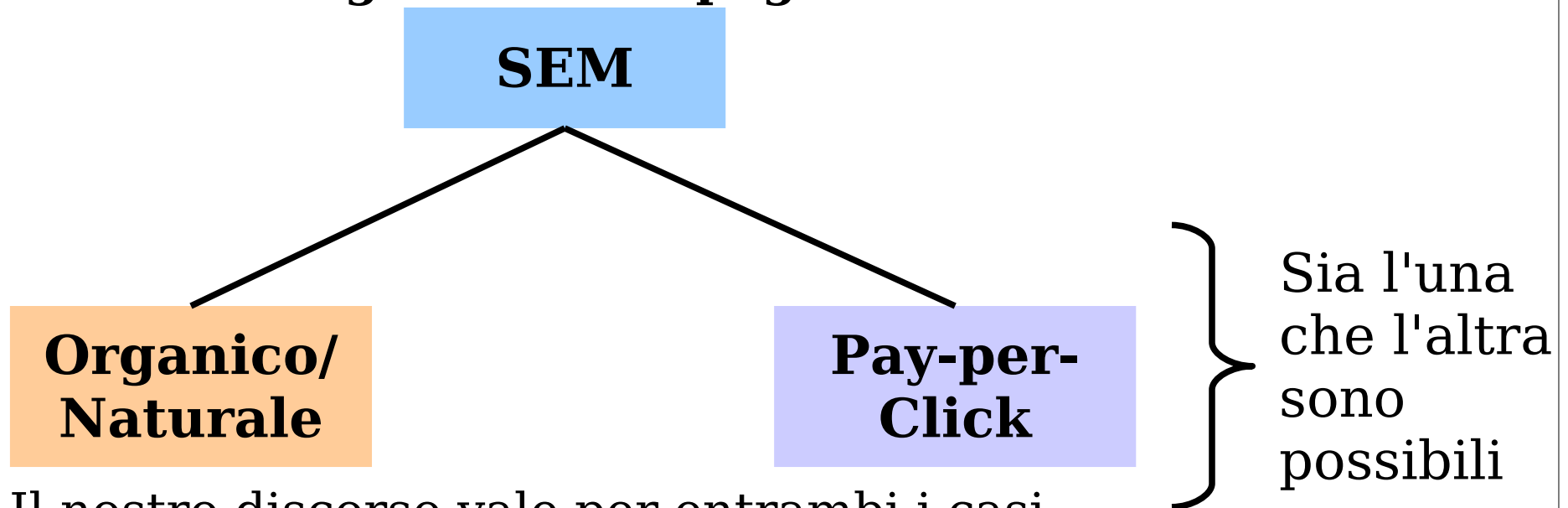
# Traffico dai Motori di Ricerca

- I Motori di Ricerca sono il punto di accesso a Internet.
- La maggior parte degli utenti cominciano una sessione di navigazione con un motore di ricerca, anche quando conoscono l'URL.
  - Gli utenti usufruiscono di **due** o **tre parole** per esprimere la loro necessità o il loro desiderio.
- **Google** è il leader indiscusso in quasi tutti i mercati – direttamente e mediante la ricerca re-branded come con Libero e Virgilio/Alice
  - ~ detiene 80-85% del mercato Italiano
  - è seguito da Yahoo!, MSN/Windows Live, Ask
- La demografia dei visitatori varia in base al motore.



# SEM – Search Engine Marketing

- Per SEM, **Search Engine Marketing**, intendiamo le strategie utilizzate per aumentare i risultati provenienti da un sito web in base al traffico derivante dai motori di ricerca sia **organico** che **a pagamento**.



- Il nostro discorso vale per entrambi i casi.

# Obiettivi SEM Tipici

- Aumentare il **traffico** verso il sito web

} Misurabile

- Generalmente si cerca traffico qualificato piuttosto che generico
- Risulta in una crescita delle **attività** correlate agli obiettivi del sito

- scaricamento delle brochure sui prodotti e/o servizi
- visualizzazione di un video promozionale
- contatti con l'ufficio vendite
- compilazione di una richiesta per assistenza
- acquisto di un prodotto
- visualizzazione di contenuti sostenuto dalla pubblicità

Sono tutti misurabili!

= **Conversione**



Web Marketing Fundamentals

# Consigli d'oro per l'Ottimizzazione delle tue Pagine Web

- Crea etichette <title> invitanti per ogni pagina del tuo sito, usufruendo in modo saggio di parole chiave della pagina stessa.
- Le etichette devono:
  - sintetizzare lo spirito del contenuto di una pagina, come fa il titolo di un giornale
  - motivare un visitatore a cliccarvi sopra, se esse appaiono nei risultati di una ricerca in Google o simili.
- Aggiungi le etichette <meta> descrizione ad ogni pagina.
- Utilizza le etichette html come <h1> e <p> per dare un significato contestuale ai tuoi testi; usa CSS per la impostazione visiva.
- Inserisci link verso altre pagine del tuo sito che trattano lo stesso argomento nei tuoi testi, utilizzando termini descrittivi.
- Evita il testo nascosto involontariamente nei file grafici, Flash o PDF.



# Misurare dell'efficacia di un Sito

- Le organizzazioni ben gestite raccolgono e valutano gli **indicatori-chiave di prestazione (KPI)**, o misurazioni, in continuazione.
  - In altri termini:
    - Quanti “*aggeggi*” abbiamo prodotto?
    - Quanti ne abbiamo venduti?
    - Quanto è stato il nostro guadagno?
    - Come si rapporta tutto questo al nostro andamento storico?
- I **KPI** possono essere definiti e tracciati per misurare quanto un sito web sia efficace.

# La Definizione di Web Analytics

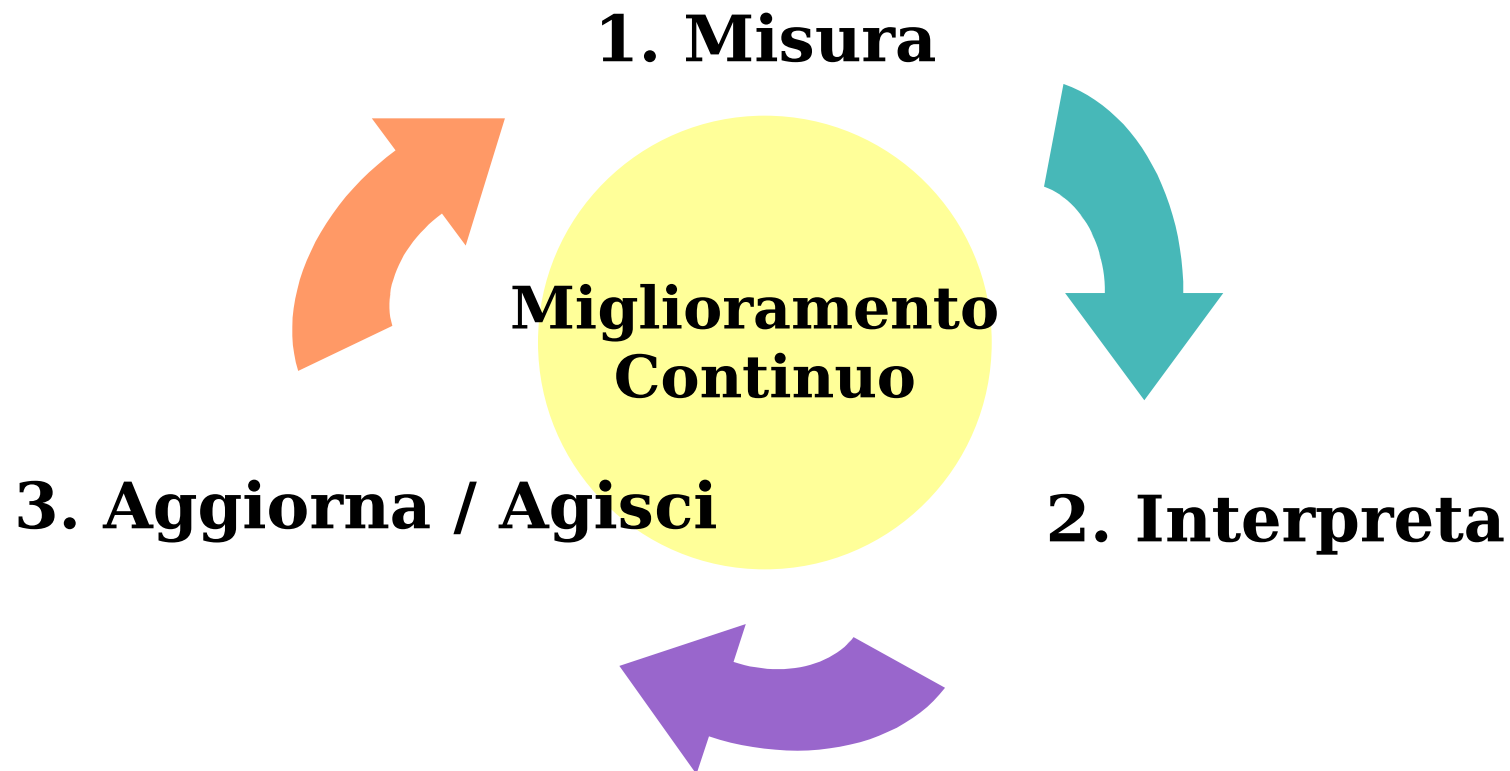
*Web Analytics comprende la misurazione, raccolta, analisi e reporting di dati Internet allo scopo di capire ed ottimizzare l'utilizzo del Web.*

- La Web Analytics Association  
[www.webanalyticsassociation.org](http://www.webanalyticsassociation.org)



# Perché Web Analytics?

- **Misuriamo per capire e sperimentare** nell'ottica di un processo di miglioramento continuo scandito in 3 fasi salienti.



# Misurazione: Come funziona [1/2]

casa vacanza toscana - Cerca con Google - Mozilla Firefox

http://www.google.it/search?hl=it&lr=&q=casa+vacanza+toscana&btnG=Search

Google

Web Immagini Gruppo News altro

casa vacanza toscana

Cerca

Web

Risultati 1 - 10 su circa 4.860.000 per casa vacanza toscana. (0,15 secondi)

**CASA VACANZA TOSCANA - case vacanza affitto toscana - casa vacanza ...**  
Casa vacanza Toscana - In questa sezione trovera le nostre casa vacanza in toscana - prendi il tuo soggiorno in toscana, casa vacanza materinima toscana ...  
www.greenholiday.it/e\_strutture/toscana/casa\_vacanze/index.asp - 70k - Copia e cache - Pagine simili

**VACANZA AGRITURISMO Toscana Sicilia Umbria Puglia Liguria ...**  
Prendi la tua vacanza in uno dei nostri agriturismo, residence, hotel, appartamenti, bed and breakfast, ... Casa Vacanza Toscana - STRUTTURE IN EVIDENZA: ...  
www.greenholiday.it/ - 90k - Copia e cache - Pagine simili

**Casa.it: affitto vacanze, alloggi, agriturismo, case vacanza in ...**  
Casa.it vacanze, vendita locazione e affitto di case vacanza, ville appartamenti in Toscana, Sardegna, Liguria, Umbria, Veneto ecc.  
vacanze.casa.it/ - 31k - Copia e cache - Pagine simili

**Casa in Toscana: casa vacanza, annunci agenzie immobiliari, rustici**  
Case in Toscana, casa e villa vacanza, agriturismo, b & b, annunci e agenzie immobiliari, appartamenti, rustici, casali, agenzie immobiliare, appartamenti, ...  
www.caseintoscana.com/ - 40k - Copia e cache - Pagine simili

**Case Vacanze Toscana, Appartamenti in affitto vacanze Toscana**  
Case vacanza in affitto a Firenze, Siena, San Gimignano, Pienza, Montepulciano, Chianti, Maremma, Isola d'Elba, Argentario. Ville e appartamenti in affitto, ...  
www.primitaly.it/appartamenti/toscana/index.html - 26k - Copia e cache - Pagine simili

**TOSCANA: Casa Vacanza TOSCANA**  
Casa Vacanza TOSCANA, tutte le proposte di case vacanze toscane in Italia e all'estero.

Collegamenti sponsorizzati

**Casa Vacanza Toscana**  
Casa vacanza Toscana con o senza 4 appartamenti in affitto lano FI  
www.lacasaledemadonnino.it

**Casa di Lusso in Toscana**  
Affitta Online Magnifiche Case per le tue Vacanze in Toscana.  
windowsonitay.com/ville\_toscana

**Settembre in Villa**  
Vacanza relax in Toscana  
Villa con piscina Ventocci in Torno  
www.agriturismolefornate.com

**Casa Toscana**  
Lo Offerto Systema Case in Italia  
Tutte le occasioni via email e SMS!  
www.systemacase.it

**Toscana Mare Residence**  
Residenza curata in ogni dettaglio in un luogo naturale e di prestigio  
www.villamazzanta.it

Immobilen in der Toskana

CASA VACANZA TOSCANA - case vacanza affitto toscana - casa vacanza mare toscana - affitto casa vacanza toscana mare - case vacanza

http://www.greenholiday.it/e\_strutture/toscana/casa\_vacanze/index.asp

GreenHoliday  
... IL COPPIA VERDE DELL'ITALIA!

Podere Santa Giulia  
Agriturismo in Toscana

Qui c'è tutto o Falli Iscriviti!

TOSCANA - Casa Vacanza Toscana

- » Affittocamere
- » Agenzie Immobiliari
- » Agriturismo
- » Agriturismo
- » Agriturismo
- » Appartamenti
- » Bed & Breakfast
- » Caspoggi/Villaggi
- » Case Vacanza
- » Country House
- » Hotels - Alberghi
- » Residenze - Relais
- » Residenze Storiche
- » Ville

PROVINCIA DI "AREZZO"	PROVINCIA DI "GROSSETO"
» Casa Vacanza Castiglion Fibocchi	» Casa Vacanza Fallerina
» Casa Vacanza Castiglion Fiorentino	» Casa Vacanza Scarlino
» Casa Vacanza Castiglion Fiorentino	
» Casa Vacanza Cavalletta Val di Chiana	
» Casa Vacanza Ortignano Raggiolo	

PROVINCIA DI "PISA"	PROVINCIA DI "SIENA"
» Casa Vacanza Casale Marittimo	» Casa Vacanza Montescudaio
» Casa Vacanza Chianai	» Casa Vacanza Pomarosa Santa Lucia
» Casa Vacanza Montecatini	» Casa Vacanza Santa Maria a Monte
» Casa Vacanza Grosseto	
» Casa Vacanza Chianciano Terme	
» Casa Vacanza Chiusdino	
» Casa Vacanza Colle Val D'Elsa	

Cliccando sul **risultato viola**, l'**URL sorgente** viene passato al sito di destinazione che può raccogliarlo in un sistema di Web Analytics.

Web Marketing Fundamentals



# Misurazione: Come funziona [2/2]

- L'Url sorgente contiene sia la nostra **provenienza** che le **parole chiave** utilizzate nella ricerca.
  - <http://www.google.it/search?hl=it&lr=&q=casa+vacanza+toscana&btnG=Search>
- **Sorgente:**
  - [www.google.it](http://www.google.it)
- Le **parole chiave:**
  - **casa vacanza toscana**
- Le URL per i risultati a pagamento possono variare, ma il concetto è lo stesso. Talvolta si utilizzano URL di destinazione particolari per distinguere il traffico a pagamento da quello organico.

# La Selezione & Messa a Punto di uno Strumento

- Per tante organizzazioni, **Google Analytics**, uno strumento “gratuito”, è ideale: [www.google.it/analytics](http://www.google.it/analytics)
  - Iscriviti a Google Analytics.
  - Crea un profilo per il sito
    - Indica l'URL del sito
    - Imposta il fuso orario
    - Indica il nome della pagina indice, cioè index.html, default.asp ecc.
  - Inserisci il codice di tracciamento JavaScript in tutte le pagine del sito che verranno tracciate
  - Verifica lo stato del tracciamento
  - Associa l'account AdWords, se applicabile



# Abbraccia la potenzialità di Web Analytics!

*“Metà del denaro che investo in pubblicità è denaro sprecato; il problema è che non so quale sia la metà.”*

Attribuito alle volte a John Wannamaker (Pennsylvania retailer)

e anche a Lord Leverhulme (Lever Bros. / Unilever)



Web Marketing Fundamentals

# Internet Marketing Avanzato

- Si è parlato profusamente di un “**Web 2.0**”.
- Da un **punto di vista di marketing**, le aree che meritano considerazione comprendono:
  - E-mail marketing
  - Blog
  - Feed RSS
  - Podcast
  - Reti Sociali



# Internet Marketing Avanzato

## E-mail marketing

- Lo strumento più utilizzato in Internet!
- Veloce, efficace, costi contenuti
- L'elaborazione di messaggi vincenti comporta la consapevolezza di come attirare l'attenzione del destinatario, al di là del sistema di posta utilizzato
- Misure principali – Messaggi **inviati**, **consegnati**, **aperti**, **interattivi**. Non puoi rilevare in modo accurato i messaggi aperti, nonostante quanto detto da alcuni fornitori di soluzioni.
- L'acquisizione e gestione delle liste è una componente chiave
  - Opt in
  - Unsubscribe
  - Consegne (Spam, Bounce)
  - Punti Legali



# Internet Marketing Avanzato

## Blogs

- Da “Web Log” (da non confondere con i log files web server utilizzati per i rapporti statistici del sito)
- Contenuto auto-pubblicato on-line, spesso scritto in forma di diario informale.
- Facilitato da un software che semplifica la stesura on-line
- Un nome nuovo per spazi web personali preesistenti come ad esempio **Geocities**, **Clarence**, IOL/Libero **Digilander....**
- Considerazioni importanti per il viral marketing e per il **reputation management**



# Internet Marketing Avanzato

## Canale RSS



- RSS – *Really Simple Syndication*
  - È un file di testo salvato sul web server come una pagina html
  - Può contenere **titoli, descrizioni, data di pubblicazione** e **sommari** di articoli pubblicati sul tuo sito
  - Alcuni software Internet recenti, come il **browser Firefox** (e IE 7+) possono rilevare ed elaborare i canali RSS
  - RSS altro non è che una sorta di notifica e-mail di articoli nuovi. La differenza principale sta nel fatto che un RSS è **anonimo** – non devi fornire un indirizzo e-mail per iscriverti
  - Ci sono alcune implicazioni per la visibilità nei motori di ricerca. Evita la distribuzione di articoli completi mediante RSS.

Web Marketing Fundamentals

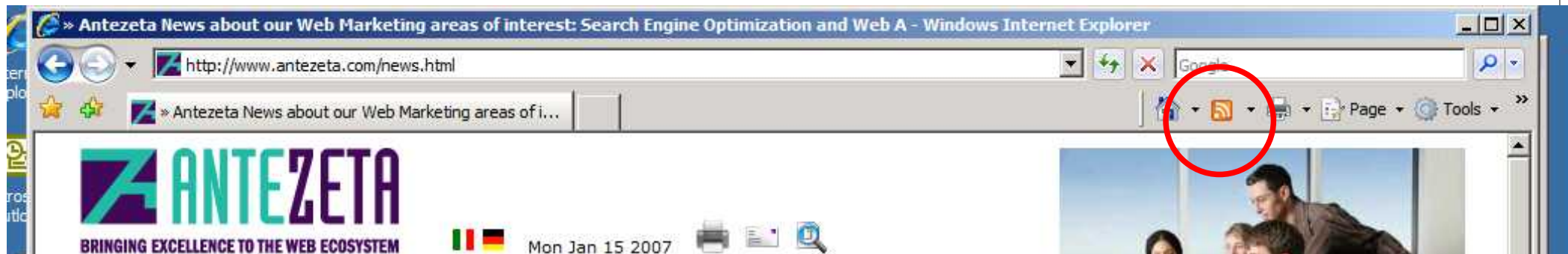


# Internet Marketing Avanzato

## Canale RSS



- IE 7 divulgherà il canale RSS



Web Marketing Fundamentals

News and articles about Search Engine Optimization & Web Analytics - Antezeta - Windows Internet Explorer

http://www.antezeta.com/news.rss

File Edit View Favorites Tools Help

News and articles about Search Engine Optimization &...

Displaying 11 / 11

All 11  
 Sort by:  
 Date  
 Title  
 Filter by category:  
 Ask Search Engine 1  
 Search Engine API 1  
 Search Engine Opt... 5  
 Web Analytics 1  
[View feed properties...](#)

**News and articles about Search Engine Optimization & Web Analytics - Antezeta**  
 Thursday, November 16, 2006, 6:21:24 PM

**>> Google Sitemap Standard Adopted by Yahoo and Microsoft Live - Antezeta**  
 Thursday, November 16, 2006, 6:21:24 PM →  
 Discussion of sitemap xml standard, new sitemap.org site and sitemap adoption by the three major international search engines (Google, Yahoo and Microsoft Live). Includes links to other resources.

**>> Accented Characters, Symbols and Special Characters in HTML Documents: Considerations for Search Engine Optimization, Usability and XML Feeds - Antezeta.**  
 Wednesday, September 06, 2006, 10:35:25 PM →  
 Antezeta looks at proper use of accented and other special characters in HTML documents to ensure text is displayed correctly in browsers on multiple operating systems. How search engines handle accented and non-accented words is discussed. Recommendations take XML feeds into account. Part of a continuing series on website internationalization for search engine optimization and usability.

**>> HTML Document Internationalization and Search Engine Optimization - Antezeta**  
 Thursday, August 17, 2006, 7:22:50 PM →  
 Discussion of ways to Specify a Web Document Language to encourage proper Recognition by Search Engines

**>> Free Yahoo! Site Map Feed Generator for Search Engine Optimization -**

# Internet Marketing Avanzato

## Podcast

- I Podcast sono dei **media file**, generalmente audio, salvati su di un sito web.
  - Formati audio sono per lo più offerti nello “standard” mp3.
  - Il nome deriva da *i-Pod broadcast*
  - I Podcast possono essere forniti sia come contenuto a pagamento sia gratis.
  - I Podcast possono essere classificati in numerosi elenchi e sul tuo sito web via RSS. Esiste del software in grado di caricare automaticamente podcasts sul tuo lettore mp3 avvalendosi di questi canali.
  - I Podcast sono come programmi radio scaricabili. La gamma a disposizione è ampia: si va da una qualità elevata (ad esempio BBC) a quella promozionale (ad esempio Infomercial).

Web Marketing Fundamentals



# Internet Marketing Avanzato

## Reti Sociali

- Siti basati sulla comunità che facilitano la relazione virtuale tra il singolo e gli altri che condividono un legame ed interesse simile. Esempi:
  - Classmates
  - Friendster
  - MySpace
  - Facebook



# Internet Marketing Avanzato

## Reti Sociali

- Le comunità virtuali di Business Networking comprendono:
  - LinkedIn
  - Xing (Germany - formerly OpenBC)
  - Viadeo.com (France)
  - Neurona.it (Spain)
  - Ecademy (UK)



# Internet Marketing Avanzato

## Segnalibri Sociali

- Siti che facilitano la condivisione di segnalibri .
  - Possono rivelarsi un ottimo generatore di traffico e senz`altro una sorgente di links
  - Esempi:
    - de.licio.us
    - digg
    - segnalibro.it



# Alcuni Libri da Noi Consigliati

- Krug, Steve, **Don't Make Me Think** (Hops, 2006) 216 pagine.
- Nielsen, Jakob, **Web Usability** (Apogeo, 2000), 442 pagine.
- Rosenfeld, Louis; Morville, Peter, **Architettura dell'informazione per il World Wide Web** (O'Reilly/Hops, 2ª edizione, 2002), 462 pagine.
- Peterson, Eric T., **Web Analytics Demystified: A Marketer's Guide to Understanding How Your Web Site Affects Your Business** (Celilo Group Media and CafePress, 2004), 240 pagine [solo in inglese].
- Thurow, Shari, **Search Engine Visibility** (New Riders Publishing, 2003), 297 pagine [solo in inglese].
- Zeldman, Jeffrey, **Progettare il Web del futuro. Standard e tecniche per il design** (Pearson Education Italia, 2003), 401 pagine.



# Contattaci

- E-Mail

[info@antezeta.com](mailto:info@antezeta.com)

- Telefono

+39 02 69 000 333

sean-carlos (Skype)

- Posta

Via Porro Lambertenghi, 18

20159 Milano

- Web

[www.antezeta.it](http://www.antezeta.it)



Web Marketing Fundamentals