PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY

Preventivo

Offerta riservata a: Aerosal

Offerta nr. P/964 del 16/10/2018

PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY©

CHI SIAMO

GUARDIAMO AL FUTURO E AIUTIAMO LE AZIENDE A COMUNICARE SUL WEB

PRISMI S.p.A., società quotata sul segmento AIM di Borsa Italiana, è un'azienda leader nel settore del digital marketing, attiva dal 2007, che opera oggi sul mercato italiano, attraverso 3 società, e anche sul mercato svizzero. Una specifica Business Unit è dedicata alla clientela dalle esigenze più complesse e di alto segmento.

PRISMI offre un'ampia gamma di servizi di web marketing che spaziano dal content marketing, alla creazione di siti web e di e-commerce, al search marketing, con una forte specializzazione nel posizionamento sui motori di ricerca (SEO), alla gestione dei social network e mobile marketing e altre soluzioni di comunicazione digitale.

Attraverso una rete di consulenti, presente su tutto il territorio nazionale, si rivolge a tutte le realtà imprenditoriali, dalle PMI ai grandi gruppi industriali, offrendo loro servizi customizzati e integrati, progettati per sviluppare una presenza online di successo.
La società, che è particolarmente attenta sia alla qualità dei servizi erogati che alla continua innovazione di settore, gestisce oltre 5.000 clienti, attivi in tutte le aree di mercato, e seguiti per ogni loro esigenza da una specifica funzione di Customer Care dedicato.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

COME LAVORIAMO

L’APPROCCIO PRISMI

Per realizzare un progetto efficace, sin dalle prime attività ogni aspetto preso in esame (dalla realizzazione del sito web all’individuazione delle iniziative di marketing) deve essere concepito da un **team di lavoro eterogeneo,** con professionalità distinte che si dedichino sia alla **definizione delle strategie,** sia **all'analisi delle soluzioni attuabili.** In questo contesto esperti di comunicazione, design, marketing, ICT e pubblicisti professionisti si confrontano costantemente al fine di **ottimizzare i tempi** necessari alla definizione dello scenario e delle iniziative, inquadrando ogni aspetto applicativo di base e anticipando la sua eventuale evoluzione.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY©

COME LAVORIAMO

COSA FACCIAMO

SEARCH MARKETING

SITI WEB & E-COMMERCE

SOCIAL NETWORK

CONTENT MARKETING

MOBILE MARKETING

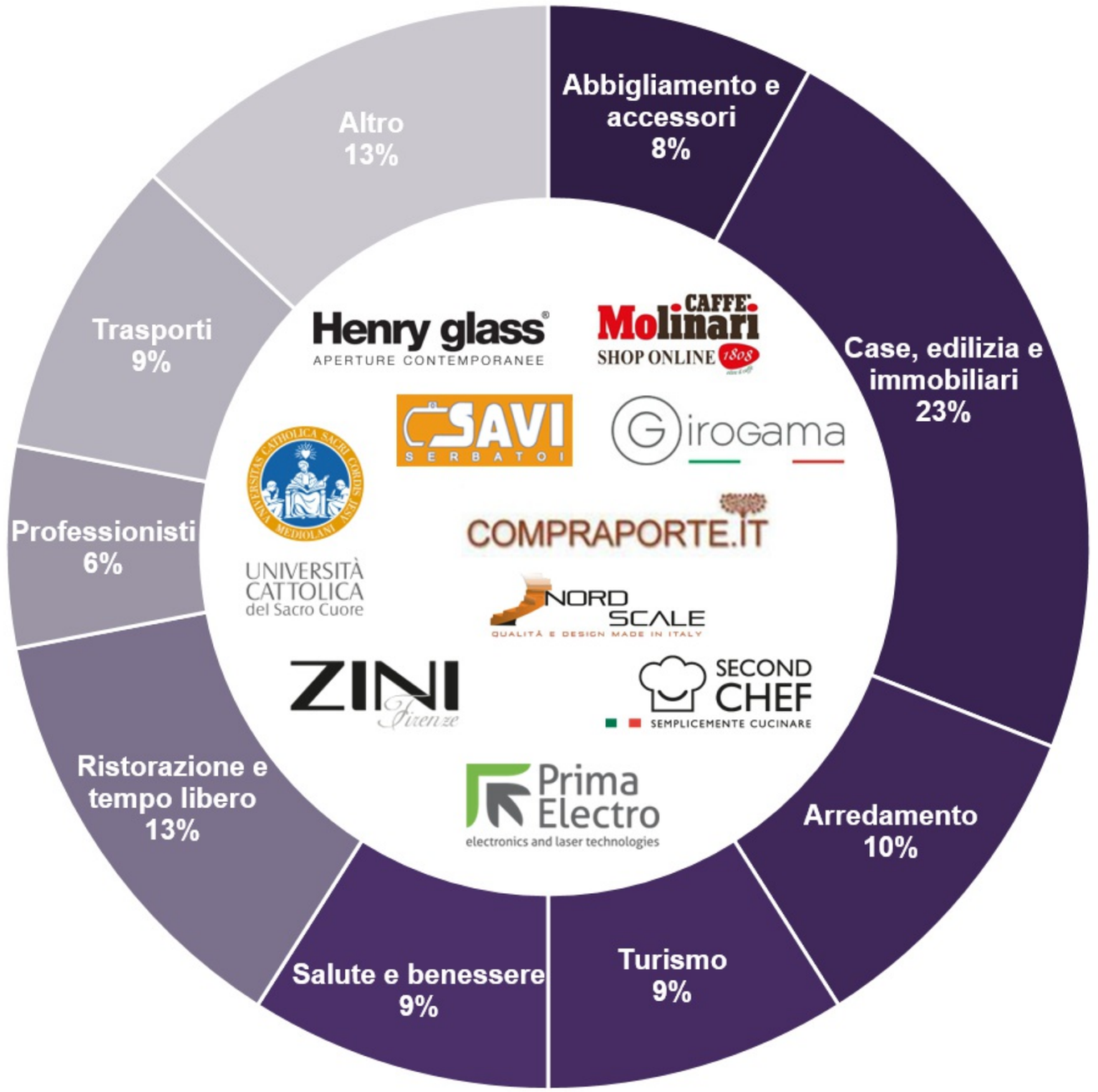
CONSULENZA

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY

PORTFOLIO

CI HANNO SCELTO



Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

INTRODUZIONE

SEARCH MARKETING

Obiettivi

Il Search Marketing si propone l'obiettivo di generare visite qualificate verso un sito web e comprende tutte le attività e le strategie necessarie a costruire un presidio efficace e duraturo sui principali motori di ricerca. Per ottenere il risultato atteso occorre realizzare il massimo di corrispondenza tra le ricerche degli utenti e, più precisamente, dei bisogni da loro espressi con i contenuti presenti sul sito, essenzialmente con i servizi o i prodotti offerti in grado di risolvere quei bisogni

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY

SEARCH MARKETING

SEO

SEO on e off page
Questo servizio comprende un insieme di attività svolte all'interno (SEO on page) e all'esterno (SEO off page) del sito web che hanno lo scopo di renderlo ben leggibile e particolarmente visibile ai principali motori di ricerca.

Migliorare il posizionamento
La SEO non è una scienza esatta, soprattutto a causa della varietà e della continua mutevolezza degli algoritmi che indicizzano i contenuti presenti sul web, ma è una metodica tecnica complessa, funzionale a migliorare il posizionamento (o ranking) di un sito nei motori di ricerca.

Analisi preventiva del sito web
Prima di ogni intervento SEO viene effettuata un'approfondita analisi sulla struttura e tecnologia del sito web, sui suoi contenuti, sulle combinazioni di parole chiave che identificano il settore e il suo livello di competitività, sui concorrenti più forti e sulla definizione del gap con il dominio oggetto dell'analisi.

Obiettivo di visibilità organica e business
Le informazioni raccolte consentono la determinazione della strategia SEO più adeguata al raggiungimento degli obiettivi di visibilità e di business che si vogliono ottenere.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

PRISMI
INNOVATIVE DIGITAL INDUSTRY

INTRODUZIONE

CONTENT MARKETING

Obiettivi

Il Content Marketing è la vera chiave del successo sul web ed è parte fondamentale di una corretta strategia di Web Marketing. I servizi correlati a tale attività sono rivolti a creare contenuti di valore per l'utente allo scopo coinvolgerlo ed interessarlo quanto più possibile. I contenuti veicolabili attraverso il web sono di vario genere: news, schede di prodotto, schede tecniche, infografiche, video, guide, foto, ecc. La loro creazione e condivisione ha lo scopo di acquisire e fidelizzare dei clienti sulla base delle loro esigenze informative.

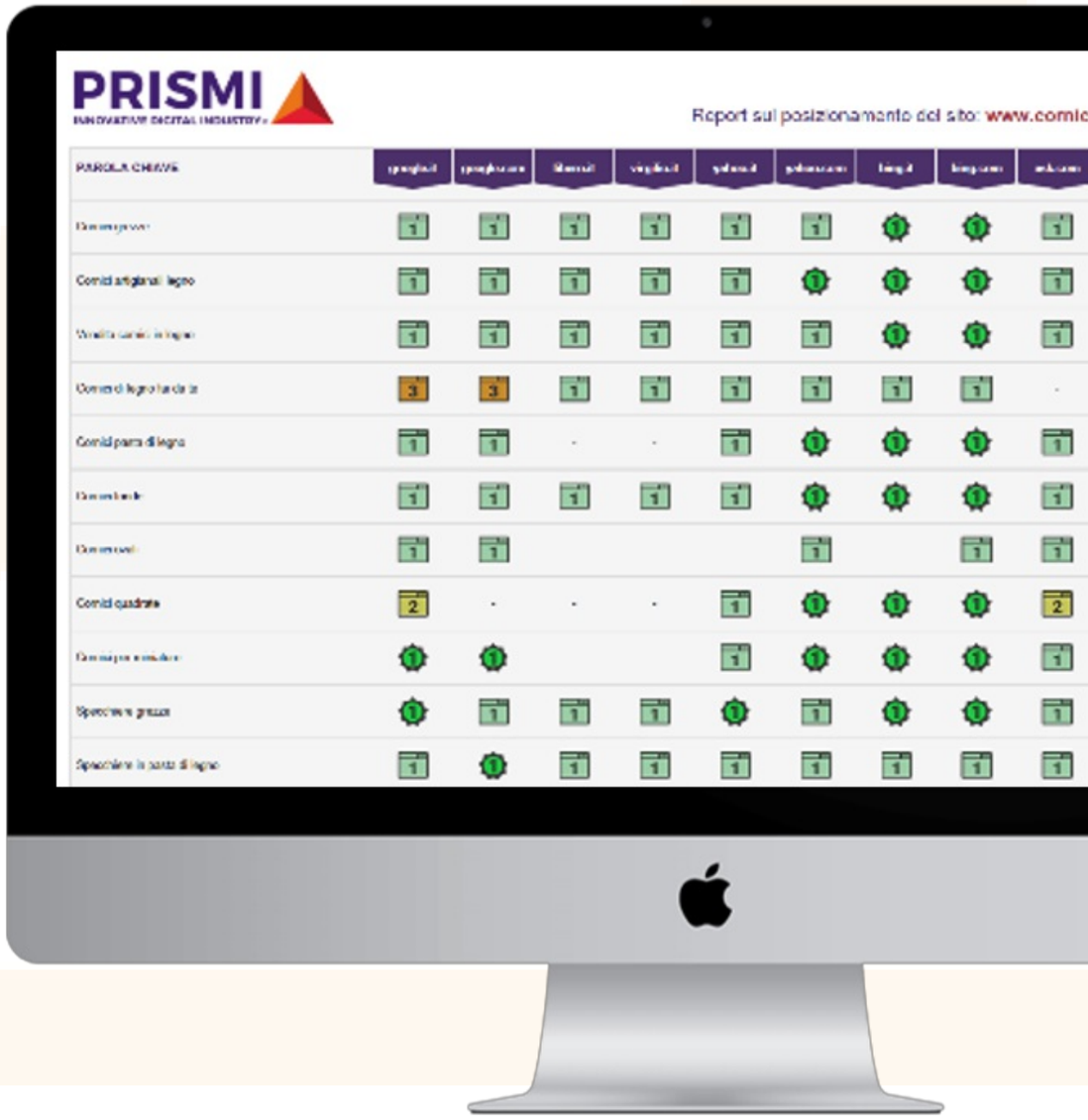
Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

PSM TARGET ITALIA

DETTAGLIO SERVIZIO

Posizionamento: Vale per la lingua italiana
Motori di ricerca: Registrazione su 10 motori di ricerca: google.it, google.com, virgilio.it, libero.it, yahoo.it, yahoo.com, bing.it, bing.com, aol.com, ask.com
Parole chiave: 10 combinazioni di parole chiave (keywords) da 2 ai 4 termini <= 400.000 su Google.
5 combinazioni di parole chiave (keywords) da 2 ai 4 termini <= 1.000.000 su Google
Reportistica: Invio di report trimestrale dalla pubblicazione della prima ottimizzazione
Analisi pre-lavorazione: Intervista per definire gli obiettivi e pianificare le attività che verranno svolte, analisi documentale del sito (struttura e layout), definizione di parole chiave (in base a settore, volume di traffico e potenzialità del sito)
Setup Google Analytics
Analisi servizio: Analisi andamento del servizio al 6° mese dal termine dei lavori
Seo copy: Ottimizzazione SEO o creazione dei contenuti testuali utili alle keywords scelte



Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

GOOGLE ADWORDS

Click a pagamento – Google ADW

Oltre che con il posizionamento organico, la visibilità sui principali motori di ricerca è raggiungibile anche attraverso il posizionamento sponsorizzato. In questo caso le visite che raggiungono un sito web richiedono un corrispettivo.

Gestione della campagna Google ADW

Google Adwords include una gamma di strumenti con elevato potenziale di visibilità. La gestione di una campagna sponsorizzata Adwords (Paid Search) è un'attività molto complessa, che richiede esperienza e capacità di analisi, aspetti fondamentali per evitare di sprecare denaro inutilmente.

Esperti certificati Google ADW

Il metodo di lavoro di PRISMI è orientato alla ricerca della massima redditività per il cliente: ecco perché è fondamentale, per il nostro team di esperti di Google Adwords, comprendere le caratteristiche del servizio o del prodotto offerto.

Redditività dell'investimento - ROI

L'errore più comune nella gestione di Adwords è pensare in modo quantitativo alle visite ottenute piuttosto che ai costi, alla marginalità ed al ritorno sull'investimento.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

START UP FEE

DETTAGLIO SERVIZIO

La campagna si può attivare collegando gli annunci con vari canali come sito del cliente o landing page, su quest'ultima è possibile attivare il call tracking(optional).

Durata del servizio: Il servizio ha una durata di 12 mesi per lo startup fee con possibilità di attivazione di campagne per minimo 2 mesi. Per il periodo complessivo dei 12 mesi potranno essere attivate altre campagne, di 2 mesi o superiore, senza ulteriori start up fee.

Geografia e lingua: Le campagne saranno programmate SOLO in lingua italiana e geograficamente sul territorio italiana in una solo zona o multiple.

Mobile: Le campagne saranno visibili anche sui dispositivi mobili come tablet e smartphone.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

BUDGET MINIMO CONSIGLIATO

DETTAGLIO SERVIZIO

Il servizio consiste nel budget mensile dedicato alla campagna Adwords, comprendente sia il budget Google che i costi di manutenzione di una campagna attiva.

Il budget mensile consigliato è di € 300,00 per minimo 2 mesi.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

CALL TRACKING

DETTAGLIO SERVIZIO

Call Tracking (solo su landing page realizzata da PRISMI e associato a campagna adwords con budget incluso)

Attivazione di un numero di telefono provvisorio da utilizzare come destinazione delle chiamate del cliente e installazione sulla pagina di destinazione (landing page) di un apposito script per il tracciamento delle chiamate, le chiamate tracciate saranno visibili in un'apposita reportistica.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

SEARCH MARKETING

LANDING PAGE (CAD.)

DETTAGLIO SERVIZIO

Landing Page
Pagina di arrivo per gli annunci di Google AdWords.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

ECONOMICS

OFFERTA

Servizio	Nr. Rate	Rata Mensile
START UP FEE	1	
LANDING PAGE (cad.)	1	
	TOTALE EURO (IVA Esc.)	440

Servizio	Nr. Rate	Rata Mensile
BUDGET MINIMO CONSIGLIATO	2	
CALL TRACKING	2	
	TOTALE EURO (IVA Esc.)	315

Offerta valida fino al 15/11/2018

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

ECONOMICS

OFFERTA

Servizio	Nr. Rate		Rata Mensile
PSM TARGET ITALIA	36		
		TOTALE EURO (IVA Esc.)	357

Offerta valida fino al 15/11/2018

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

GRAZIE

Andrea Bozzeda
T. +39 3489314120
andrea.bozzeda@prismi.net

PRISMI S.p.A.

Viale M. Finzi, 587 41122 Modena (MO), Italy
T. +39 059 3167411 F. +39 059 885345 Numero Verde 800 974440
info@prismi.net www.prismi.net

P.I. C.F. Reg. Imp. di MO n. 03162550366

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

GLOSSARIO ESSENZIALE DI WEB MARKETING

GLOSSARIO

Anchor Text – È il testo che viene utilizzato come “ancora” ovvero come base per un determinato link.

Article Marketing – È l’attività che gestisce la redazione e la pubblicazione di articoli e post per la promozione di un prodotto o di un marchio.

Backlink – È un link che punta ad un determinato sito ovvero a una certa pagina web.

Bandwidth – È la velocità di trasmissione delle linee di comunicazione (viene calcolata in Kylobite al secondo – Kbps) riferendosi alla quantità dei dati che possono essere trasferiti ogni secondo dalla connessione internet.

Brand Reputation – È la reputazione dell'Azienda emergente dai commenti on line.

Call to Action – È il messaggio che ogni campagna contiene al suo interno. La call to action serve a stimolare la curiosità e l’azione dell’utente che si vuole raggiungere.

CMS (Content Management System) – È la piattaforma che permette agli utenti di gestire, anche da remoto e senza bisogno di conoscenze specifiche, i contenuti di un sito internet (testi, foto, menu, form, ecc.).

CPA (Costo Per Acquisizione o Cost Per Action) – È il costo per l’’inserzionista al raggiungimento di una data azione da parte del navigatore (acquisto, compilazione di un modulo, ecc.).

CPC (Costo Per Click) – È l’importo necessario per acquisire un click da parte di un inserzionista pubblicitario.

CR (Conversion Rate) – È il tasso di conversione di una campagna o di un annuncio. Serve a capire quanto è stata efficace la pagina che è stata predisposta. È un metro di valutazione del successo della campagna.

CTR (Click Through Rate) – È la percentuale, rispetto alle visualizzazioni, del numero di volte che un elemento di interesse, come ad esempio un banner, viene cliccato dagli utenti rispetto al numero di volte in cui l'elemento stesso viene visualizzato.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.

È la trasformazione delle impression in click, cioè quel parametro che permette di valutare, in rapporto al numero di apparizioni di un annuncio, quante volte questo viene cliccato dagli utenti.

DEM (Direct Email Marketing) – Consiste nell’inviare pubblicità direttamente nella casella e-mail delle persone iscritte al nostro database. Più il database è consistente più possibilità ci sono di fare business.

Google Analytics – É un sistema di statistiche che Google mette a disposizione per valutare i siti web.

Impression - É il termine che indica il numero di volte che viene visualizzato un banner, una pagina o un link pubblicitario da parte di un utente di internet.

Indicizzazione – É il processo che serve a far conoscere per la prima volta un sito ai motori di ricerca.

Keyword - É una delle "parole chiave" che l'utente internet inserisce e ricerca in un motore di ricerca per avere le informazioni di cui ha bisogno.

Landing Page – Le landing pages sono pagine specifiche destinate a ricevere l'utente durante il suo "atterraggio" su un sito e a mettergli subito a disposizione quegli strumenti che lo possano agevolare ad effettuare una azione specifica (form, iscrizione a una Newsletter, acquisto, ecc.).

Link Popularity – É Il numero di link presenti sul il web che puntano ad una determinata pagina o sito. La Link Popularity è uno dei fattori che i motori di ricerca prendono in maggiore considerazione per posizionare una pagina nei risultati delle ricerche.

Long Tail – Con questa espressione si definisce quella strategia, applicata in ambito SEO, che preferisce scegliere parole chiave più rare, con un volume di ricerca meno elevato e, di conseguenza, con meno concorrenza.

Marketing Automation – È un software che permette di automatizzare alcune attività ripetitive proprie del digitali marketing.

Ottimizzazione – Con questo termine si intendono tutti quegli interventi che riguardano sia la struttura della pagina o del sito, sia i contenuti, mirati a far aumentare il traffico verso quel sito e favorire quindi un buon posizionamento organico.

GLOSSARIO

Pagerank – È il valore, basato sulla quantità e la "qualità" dei link ricevuti, che Google attribuisce ad ogni pagina web contenuta nel proprio archivio. Più il valore attribuito ad una pagina è alto più la pagina sale nel posizionamento per le ricerche.

Pagina di destinazione – È la prima pagina di un sito web che la persona generalmente vede, non necessariamente l'home page.

Posizionamento – È l'insieme degli interventi finalizzati a conferire la massima visibilità del sito ai motori di ricerca.

Quality Score – È il valore assegnato da Google ad ognuna delle keyword pubblicizzate su Adwords.

Referral – Referenza. È tale ogni link presente in una pagina internet esterna che rimanda al nostro sito web.

Ranking – È la posizione di un'inserzione su una pagina di risultati forniti dal motore di ricerca.

Risultati naturali o organici – Sono i risultati di posizionamento forniti dal motore di ricerca indipendentemente dagli annunci a pagamento.

RSS (Really Simple Syndication) – È un software che consente di contrassegnare i contenuti di interesse provenienti da più fonti e di aggregarli in un formato di facile consultazione.

SEM (Search Engine Marketing) – Indica l'insieme delle attività di web marketing svolte per incrementare la visibilità e la rintracciabilità di un sito web attraverso i motori di ricerca.

SEO (Search Engine Optimization) – Indica tutte quelle attività professionali messe in atto per migliorare il posizionamento delle pagine di un sito web sulle pagine dei risultati organici dei motori di ricerca.

Serp (Search Engine Results Page) – È l'elenco di risultati visualizzato dal motore di ricerca in risposta alla query di ricerca di un utente.

Siti Dinamici – Sono siti web che possono essere modificati direttamente dall'utente senza bisogno dell'intervento di un tecnico specializzato (ultima generazione).

Siti Ottimizzati – Sono tutti quelli che vengono realizzati seguendo le linee guida dei motori di ricerca per il miglior posizionamento organico.

Siti Responsive – Siti strutturati con layout fluido che si adatta ai dispositivi mobili (desktop, smartphone, tablet,) con un unico codice HTML.

Spider – È un software solitamente utilizzato dai motori e dalle directories di ricerca per catalogare i siti in rete.

Tag – I Tag sono comandi del linguaggio HTML che vengono interpretati dal browser e permettono la visualizzazione delle pagine Web.

Tasso di Conversione – È il rapporto di conversione delle visite rispetto agli obiettivi e misura il rendimento digitale.

Tag Title – È tra gli elementi fondamentali per l'ottimizzazione di un sito web e si identifica con il titolo della pagina (di colore blu) che appare tra i risultati indicizzati da Google.

Tag Title Description – È il contenuto che riassume l'argomento della pagina indicizzata da Google; si trova subito al di sotto del Tag Title.

URL (Uniform Resource Locator) – È la sequenza univoca di caratteri che identificata un documento sul web.

User Experience – È l'espressione che indica il complesso delle azioni compiute e delle sensazioni provate da un utente nell'utilizzo di un servizio web.

Web Marketing – È il marketing applicato al web e si occupa delle strategie per sviluppare il business delle aziende sul web.

Copyright© 2018 PRISMI S.p.A.