

La SEO nel B2B guarda alla qualità dei visitatori di un sito. Così Spider 4 Web fa crescere le aziende

Publicato: Lunedì 7 Novembre 2022



La Seo (ottimizzazione per i motori di ricerca) **fa crescere le aziende, soprattutto nel B2B**: una puntuale individuazione del target e una strategia ad hoc portano ad avere più visitatori sul proprio sito, **anche quando ci si rivolge direttamente alle aziende. È il caso di Euro & Promos, NU.ER.T. e Fassa Bortolo**, tre realtà profondamente diverse tra loro, che si sono affidate a Spider 4 Web, agenzia friulana di digital marketing con quartier generale a **Fiume Veneto (PN)**, e hanno visto il traffico organico del loro sito crescere a doppia cifra, con oltre il 20% in più della permanenza da parte dei visitatori. **«Sono risultati importanti, frutto di una precisa strategia che, soprattutto per il B2B, richiede accorgimenti particolari»**, spiega **Andrea Pizzato** ceo di Spider 4 Web. «Quando si parla di strategia di digital marketing, la Search Engine Optimization – Seo – è uno dei principali canali da presidiare e ottimizzare per aumentare la propria visibilità attraverso i motori di ricerca e, così, acquisire nuovi clienti».

Rispetto a un approccio **consumer**, rivolto quindi al grande pubblico, quello “professionale” deve avere delle caratteristiche tutte sue. «Nel definire una strategia SEO B2B bisogna tener conto di come vengono acquistati servizi e prodotti professionali che, nella maggior parte dei casi, è molto diverso da come acquistano i consumatori finali», precisa **Perenzin**. «Nelle aziende solitamente il processo di acquisto è più lungo e complesso non solamente perché coinvolge spesso più persone con diversi ruoli, ma soprattutto riguarda prodotti o servizi mediamente costosi e strategici e, prima di prendere una decisione, c’è la necessità di raccogliere informazioni approfondite. Inoltre, talvolta parliamo di prodotti

o servizi di nicchia: in ottica SEO, questo si traduce nella ricerca di parole chiave a basso volume che però possono dare i loro risultati in termini di visibilità».

L'azione condotta da Spider 4 Web è stata quindi a 360 gradi: partendo da un'analisi del sito, i contenuti e la loro organizzazione sono stati ottimizzati in ottica Seo ed è stata migliorata la user experience del visitatore, anche agendo sulle parti grafiche. Puntualizza Simone Perenzin, COO di Spider 4 Web: «In una strategia Seo per il B2B non è importante puntare ad aumentare il traffico al sito ma, piuttosto, portare traffico mirato e qualificato per parole chiave pertinenti. Anche ricerche molto specifiche, a traffico zero o quasi, possono aiutare a raggiungere gli obiettivi».

Le case history di Euro & Promos, NU.ER.T e Fassa Bortolo lo testimoniano. Euro & Promos, azienda udinese con dieci sedi e oltre 30 presidi in tutta Italia, leader nei servizi di facility management, ha avuto non solamente una crescita del 16% delle visite organiche al proprio sito, ma anche un aumento del **75%** del numero delle keyword strategiche in prima pagina **Google**.

NU.ER.T., realtà della provincia di Pordenone che da oltre 30 anni produce pompe rotative a palette destinate in tutto il mondo, ha ottenuto un miglioramento sia in termini quantitativi sia qualitativi con un incremento del **38%** di visite e un decremento del **37% della frequenza di rimbalzo**, grazie alla Seo e a contenuti pensati per l'utente. «Siamo intervenuti realizzando il nuovo sito con Cms Umbraco, dando un particolare occhio di riguardo alla Seo», spiega Perenzin. «Abbiamo fatto un'analisi approfondita dell'alberatura e delle keyword in italiano e inglese come anche della comunicazione nei confronti di un target marcatamente B2B in un mercato di nicchia. Il team appositamente messo in campo per il progetto ha lavorato a stretto contatto con il cliente, per raggiungere insieme gli obiettivi stabiliti».

Non ultimo il caso di Fassa Bortolo. L'azienda veneta, leader nei prodotti per l'edilizia con quartier generale a Spresiano (Treviso), ha ottenuto un aumento di oltre il 40% delle visite organiche e il **123%** in più delle visite da **Google** su una pagina di categoria ritenuta rilevante. Il lavoro di **Spider 4 Web** è partito con «un Seo audit per identificare le criticità del sito esistente dal punto di vista tecnico che ostacolavano un corretto posizionamento del sito sui motori di ricerca», spiega Perenzin. «Questa analisi ha portato a redigere un documento di "Seo Fixing" a uso del team IT di **Fassa Bortolo** contenente una lista dettagliata di correzioni tecniche da fare sul sito web aziendale. L'audit iniziale aveva fatto emergere anche una lista di siti web esterni che puntavano verso il sito di Fassa Bortolo e che avevano un impatto potenzialmente negativo dal punto di vista della Seo. Grazie a un controllo manuale e approfondito abbiamo potuto identificare i backlink realmente tossici che sono stati disconosciuti».

Inoltre, in collaborazione con il team di Fassa Bortolo, è stato stilato un vademecum in modo che il team cliente diventasse autonomo nella corretta stesura dei contenuti Seo.

L'azione Seo all'interno di una strategia B2B è indispensabile, ma, ricorda il Coo di Spider 4 Web, «richiede analisi, studio e soprattutto personalizzazione dell'intervento».

Spider 4 Web – digital agency nata nel 2000 per fare del web uno strumento di business, attraverso lo sviluppo di strategie di marketing digitale e soluzioni tecnologiche personalizzate supporta la crescita delle aziende in termini di visibilità e business online affiancandosi ai clienti, tanto a livello consulenziale quanto operativo. Il team di **Spider 4 Web**, che raccoglie competenze che vanno dal marketing al software development, crea strategie di digital marketing multicanale, attraverso tecniche e strumenti di lead generation, inbound e account based marketing, sviluppa App, siti web, piattaforme e-commerce facili da trovare grazie a Seo e advertising. La sede è a **Fiume Veneto** (Pordenone).

www.spider4web.it

Publicato da Il Lettore di VareseNews

