

Internet e new media

Web marketing

Marketing & comunicazione

Tecnologie per l'impresa

Promozione made in Italy

Analisi e ricerche di mercato

Scrivere per il web

I protagonisti raccontano

Dite la vostra

Credit Union Marketing

www.membertree.org

Credit union marketing, branding ideas and consultancy.



[Web marketing](#) ▶ Blog Marketing come strumento di marketing online

Blog Marketing come strumento di marketing online

Scritto da Marco Guarino

Affiancare contenuti di qualità con una attività di link bulding mirata

Spesso quando si parla di marketing online si tende a tralasciare il concetto di **blog marketing**, si è portati più ad intendere e raggruppare tutte quelle attività di marketing che hanno a che fare con i blog, all'interno di altri tipi di marketing che spaziano dal social media marketing alle attività di link building, passando attraverso il [SEO](#) . Considerando il fatto che le attività di marketing che hanno a che fare con i blog assumono un'importanza sempre maggiore, la domanda che ci poniamo oggi è : su cosa è necessario focalizzarsi per realizzare una strategia efficace e coerente?

Potremmo ipotizzare una strategia così suddivisa:

- **Il blogging**: che comprende tutte quelle attività relative ai blog aziendali e alle varie collaborazioni con i blogger, necessarie per lo sviluppo di contenuti come attività di content marketing che costruiscono l'identità

Publica gratuitamente i tuoi Comunicati Stampa >



Mercatoglobale è fonte di



del brand e hanno come principale obiettivo la visibilità online.

- **La brand reputation:** che comprende attività quali link building e SEO, che mirano ad aumentare la visibilità online senza curarsi troppo dei contenuti, le predilette per aumentare il ranking sulle SERP.

Le ultime notizie sul link building e sulla seo considerano queste come attività in costante ribasso, con efficacia sempre minore, surclassate da innovazioni quali quelle introdotte da Google con il suo **PENGUIN**. Ma sarà vero?

Noi tendiamo a non considerare insensate tali voci, siamo consapevoli del fatto che il nuovo algoritmo di google, molto più affinato, ha reso più difficile il seo e il link building, ma non consideriamo queste come attività del tutto scomparse, anche se google dà un peso sempre maggiore ai contenuti e ai collegamenti tra i contenuti affini presenti sui blog, attività come buzz online e link building continuano a rimanere fondamentali per un'attività SEO.

Il risultato? I contenuti divengono un elemento portante della link building e dell'ottimizzazione SERP, la link popularity va adesso necessariamente integrata con attività di web popularity. Affiancare ad una corretta attività di link building una coerente content building; non importa più solo la quantità di link creati ma a questa va affiancata un alta qualità di contenuti. Ma in che modo creare questi contenuti?

- Il modo in cui viene creato, l'efficacia viene misurata dalla qualità del contenuto che potrebbe essere espressa anche attraverso un video, un'infografica o un articolo tematico
- Il contesto, il link e il contenuto sono presenti in un contesto coerente? Sono in grado di raggiungere utenti che hanno a che fare con il contesto?

Avere una presenza diretta sui blog o effettuare collaborazioni dirette con i blogger, sono i due mezzi più efficaci, non solo per sviluppare un content marketing efficace, ma per tutte le future attività di SEO. I blog, e in generale gli *online publisher*, sono i luoghi ideali e forniscono gli strumenti più efficaci per ottimizzare il genere di *web popularity* che Google (e non solo) desidera.

Ma quali vantaggi portano le attività di marketing fatte con i blog e sui blog?

- siti web tematici che raggiungono target ben definiti e precisi;
- contenuti tematici di qualità;
- varietà dei mezzi di comunicazione dei contenuti (video, articoli, citazioni, etc.);
- permanenza e organicità dei contenuti pubblicati;
- varietà dei modelli di pagamento e prezzi contenuti;

In definitiva le attività legate al marketing sui blog stanno diventando sempre più complesse e decisive per decretare il successo di una campagna di marketing online. Dalla brand identity alla SEO, offrono obiettivi e funzionalità che integrano e ottimizzano vari tipi di azioni.

Concludiamo sostenendo che oggi più che mai per una corretta e produttiva attività di blog marketing è fondamentale puntare più che alla quantità di informazioni passate alla qualità dei contenuti, a renderli il più completi e alternati possibili, senza tralasciare una corretta e competente gestione dei social che renda la reputation aziendale un punto di forza.

Marco Guarino - www.at-media.it

Succ. >



5



[Chi siamo](#)

[Mission](#)

[Contatti](#)

[Collabora](#)