

Dieci strumenti gratuiti per usare al meglio il web

Pubblicato: Sabato 12 Luglio 2014



L'autore di questo articolo è **Andrea Boscaro**, esperto di e-business e e-commerce. Ha lanciato in Italia Pangora e il motore di comparazione BuyCentral. Ha pubblicato per "Franco Angeli" il libro "Tecniche di Web Marketing". A Varese ha tenuto recentemente una serie di incontri dedicati all'utilizzo di [Google per le aziende](#).

Spesso temiamo di dedicare tempo e risorse alla nostra presenza online perchè non riusciamo a misurarne i ritorni e non sappiamo districarci tra le tante offerte che ci vengono presentate in un mondo che cambia velocemente. Il **marketing digitale** però ha la caratteristica della **misurabilità** ed ecco perchè è importante conoscere ed usare gli strumenti giusti per osservare i dati e migliorarsi grazie ad un vero e proprio spirito artigianale.

I primi strumenti (gratuiti) sono gli strumenti di **ascolto** con i quali possiamo confezionarci la nostra rassegna stampa e tenere sotto controllo cosa si dice in Rete di noi e del nostro mercato:

- **Google News Alert** consente di ricevere indicazioni di quando termini da noi scelti (il nostro nome, quello della nostra azienda e dei suoi prodotti, i concorrenti, ...) vengono menzionati su Internet così da intercettare informazioni ed eventuali commenti critici;

- **Buzzsumo** riassume, per le parole chiave indicate, gli articoli e i post scritti su tali termini che hanno avuto maggior successo sui social media così da comprendere i trend che la Rete evidenzia.

Altri strumenti sono invece importanti per osservare quanto siamo capaci di essere trovati da utenti che cercano informazioni su prodotti e servizi commercializzati dalla nostra società:

- **Google Webmaster Tools** offre un dettaglio estremamente utile per capire quali ricerche fatte su Google hanno portato più accessi sul sito così da far emergere eventuali lacune e quindi indirizzare una successiva attività di ottimizzazione;

- **Google Analytics**, lo strumento che consente di osservare il comportamento degli utenti sul sito, indica la Frequenza di rimbalzo che misura l'incapacità dello stesso di tradurre gli utenti in persone che più approfonditamente cercano informazioni in merito all'attività dell'azienda;

- **Similarweb** analizza da quali strumenti di web-marketing i concorrenti attingono a nuovi utenti;

- **Keywordspy** osserva quali parole chiave vengono acquistate dai concorrenti sui motori di ricerca.

Anche i social media sono un terreno che rischia di far perdere tempo a chi li gestisce. Due semplici strumenti per misurarne l'efficacia sono:

- **Facebook Insights**, funzionalità nativa del social network, che mostra, nell'area "Post" in che giorni e in che ore i nostri fan sono più online così da intercettarli con post che sappiamo riscuotere la loro attenzione;

– **Fanpagekarma** che analizza in grande profondità ciò che abbiamo scritto su Facebook e che ha avuto maggior successo al fine di adattare il "piano editoriale" ai temi e al linguaggio più capaci di destare l'attenzione delle persone.

Lavorare sul Web non è come costruire un ponte che, una volta edificato ha l'ambizione di durare nel tempo. Una presenza digital è piuttosto come la Fabbrica del Duomo di Milano che nel corso dei secoli è mutata fino ad ospitare fra le sue guglie la statua di Primo Carnera: allo stesso modo l'attività su Internet cambia per adeguarsi all'evoluzione dell'azienda e al comportamento degli utenti.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it