

Digital PR, come costruirsi la reputazione in rete

Pubblicato: Venerdì 7 Maggio 2021



Nell'era del mondo digitale sempre più utenti effettuano acquisti in rete: una tendenza cresciuta ulteriormente in questo ultimo anno come certificano le stime dell'Osservatorio ecommerce B2C: nel 2020 in Italia l'ammontare complessivo del giro d'affari intorno agli acquisti online ha toccato quota 30,6 miliardi di euro con un trend di crescita del 26% rispetto al 2019.

E anche se siamo ancora indietro rispetto alla media europea (26% contro 37% di aziende che hanno aperto un ecommerce), sempre più società si stanno affacciando all'online per venire incontro alle esigenze degli italiani che si stanno orientando con maggiore frequenza a questa modalità di acquisto (oltre 20 milioni di persone).

In quest'ottica le web agency che gestiscono il marketing digitale delle aziende si focalizzano sul miglioramento di alcuni parametri decisivi per ottenere un buon posizionamento, lavorando su alcuni fattori chiave: gli elementi sui quali fare maggiormente leva riguardano la Web Reputation e l'autorevolezza dell'azienda.

Migliorare la percezione della propria realtà in rete

Per riuscirci è fondamentale struttura una strategia che contempli azioni volte a migliorare la percezione dell'azienda nell'online sia dal punto di vista dell'affidabilità nei confronti del cliente che dal punto di vista tecnico.

Tutto questo oggi viene demandato ad attività di Digital PR: per acquisire autorevolezza è necessario essere visibili su giornali online specializzati e condividere le proprie esperienze e i propri lavori su altri siti di settore.

Tali attività rappresentano la chiave per essere percepiti positivamente dalle persone e da Google e oggi ci sono realtà specializzate esclusivamente in questo settore, come nel caso di Linking Agency, [agenzia di Digital PR](#) che opera nel campo delle Web Reputation. Perché questi concetti sono così importanti?

Perché sono importanti le Digital PR

Dopo aver ricercato un determinato prodotto o servizio, una delle attività più frequenti che un utente compie è quello di andare a vedere quali sono i risultati di ricerca di quell'azienda che offre il prodotto ricercato. Oltre alle recensioni positive di altri utenti, è importante che vengano trovate evidenze che possano testimoniare la competenza e l'affidabilità.

Essere citati e promossi da un sito riconosciuto universalmente autorevole, porta l'utente a essere meno diffidente e a continuare il processo di acquisto. Ma in alcuni casi una strategia orientata solo al link building con la ricerca ossessiva di essere "linkati" dal maggior numero di siti possibili può essere un'arma a doppio taglio.

Le Digital PR sono importanti per costruirsi una reputazione in rete che sia credibile ed affidabile: il web è il terreno dove, oggi, si muove la gran parte del business. È lì che i clienti si muovono per cercare risposte alle proprie esigenze.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it