SEM

SEM (Search Engine Marketing) è una forma di marketing digitale che si concentra sulla promozione di un sito web tramite gli annunci pubblicitari sui motori di ricerca. Il SEM utilizza principalmente due tecniche di advertising: la pubblicità a pagamento per clic (PPC) e la pubblicità display.

La pubblicità PPC, o pay-per-click, è un sistema di pubblicità in cui il proprietario del sito web paga solo quando un utente clicca sul suo annuncio. Questi annunci appaiono in cima ai risultati di ricerca su Google e su altri motori di ricerca e sono contrassegnati come “annunci”. La posizione dell’annuncio dipende dal costo per clic e dalla pertinenza dell’annuncio rispetto alla query di ricerca.

La pubblicità display, invece, consiste nella pubblicazione di banner e annunci grafici su siti web e piattaforme di social media. Questi annunci vengono visualizzati in base agli interessi e ai comportamenti degli utenti e possono essere utilizzati per aumentare la consapevolezza del marchio o per promuovere specifici prodotti o servizi.

Il SEM può essere utilizzato per aumentare il traffico del sito web, per generare lead e per aumentare le conversioni. È un metodo efficace per raggiungere un pubblico target, aumentare la visibilità del sito web e generare un ROI positivo. Tuttavia, la gestione di una campagna SEM richiede una pianificazione accurata, una ricerca delle parole chiave e una selezione di target specifici, nonché una costante ottimizzazione per migliorare i risultati della campagna.