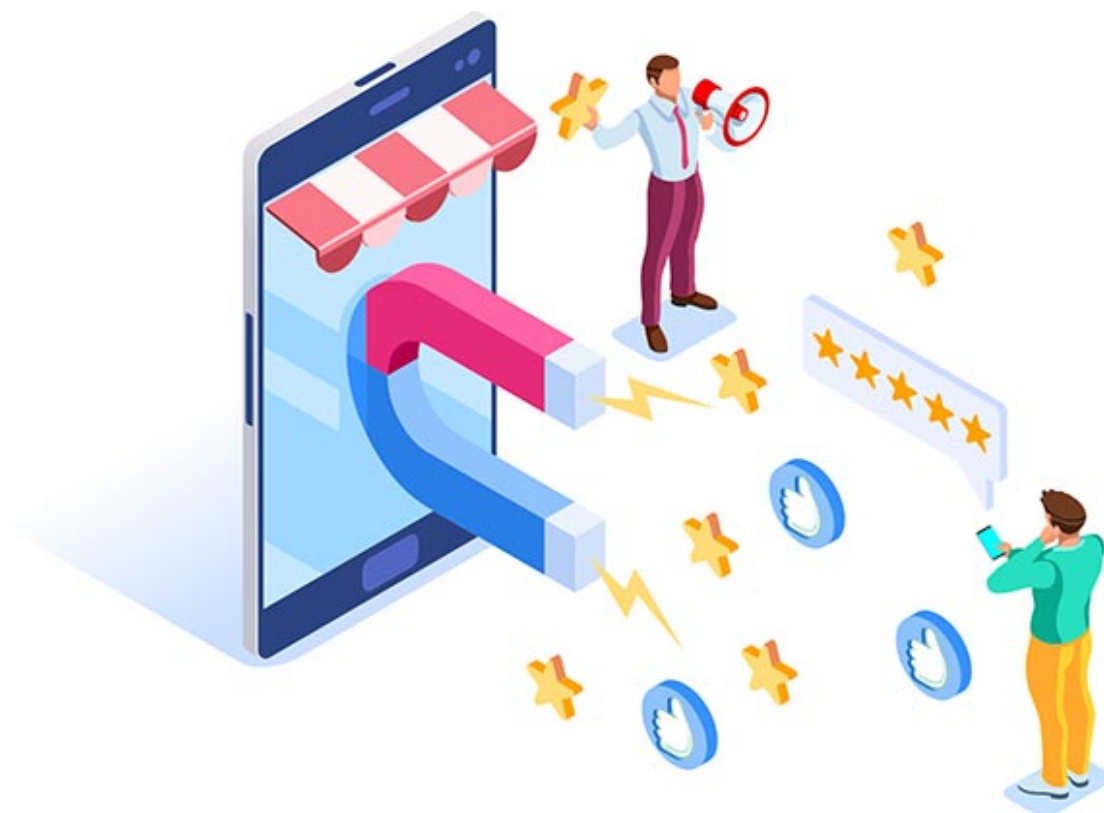


CREARE LA PROPRIA PRESENZA ONLINE E SFRUTTARNE LE POTENZIALITÀ.

I GRANDI CAMBIAMENTI DIGITALI HANNO
ORMAI RESO INDISPENSABILE PER LE
AZIENDE E LE IMPRESE AVERE UNA
PRESENZA ONLINE E FARSI CONOSCERE
ATTRAVERSO UN SITO WEB.



Rispetto all'alto grado di improvvisazione del passato, oggi il sito web è posto al centro di una **strategia di marketing** ben strutturata.

Tale strategia deve essere in grado di conciliare aspetti tecnici ed esigenze comunicative della presenza online. Infatti, attraverso un sito non solo si forniscono tutte le informazioni necessarie, possibilmente in modo veloce e semplice, ma si convogliano anche i propri valori creando così l'identità aziendale.

Una prima considerazione tecnica nasce dalla rapidità con cui i comportamenti e le aspettative degli utenti si evolvono. Per esempio, il forte aumento della navigazione da smartphone ha imposto ai siti di essere di facile e immediata fruizione, con layout "responsive" e una chiara gerarchia di informazioni.

La seconda preoccupazione tecnica è riuscire a farsi trovare in mezzo al congestionato traffico digitale. A fronte di 1.3 miliardi di siti nel mondo e quasi 5 milioni in Italia, è chiaro che apparire nella prima pagina di una ricerca non

è affatto facile.

Questo arduo obiettivo deve essere prioritario se non si vuole essere relegati nell'oscurità della famigerata seconda pagina di Google, la cui desolazione è ben descritta da molte battute di spirito che la raccomandano come "posto ideale per nascondere un cadavere".

Per evitare tutto ciò, bisogna appoggiarsi alla **Search Engine Optimization** (SEO), la scienza che aiuta a posizionare correttamente il proprio sito su Google. Attraverso la SEO si può capire più precisamente la natura delle ricerche nel proprio settore e creare contenuti mirati per intercettare questi flussi di ricerca.

Oltre a ciò, il sito web è cruciale per le esigenze comunicative e di marketing di un'azienda. In questo senso, il sito diventa il quartier generale per attuare una serie di azioni come l'invio di newsletter, post sui social o banner pubblicitari. Con queste azioni esterne si cattura l'attenzione del visitatore e lo si indirizza sul sito, dove effettivamente si finalizza la **strategia di marketing**.

Per sfruttare le potenzialità della rete bisogna quindi sapere come impiegare questo mix di competenze. Sono anni che Weblink collabora con realtà di ogni genere, offrendo questo bagaglio di competenze attraverso servizi completi di analisi, consulenza, sviluppo e supporto.

Il nostro team è sempre pronto ad ascoltare e supportare i propri clienti per approfondire questi aspetti e tramutarli in concrete opportunità di business, sia che si tratti di [realizzare/ottimizzare un sito web](#), sia che si tratti di produrre [efficaci strategie di marketing](#).

