

Il WorkShop sta per iniziare....

- **Teoria delle Reti:** Premesse teoriche
- **Principio di Efficienza:** attirare molto con poco
- **Principio di Serendipity:** far felice chi ci trova ma... non ci cercava!

So what..? In pratica...

- ***Triplice Sogno:*** come concepire e creare il mio Contenuto Sostenibile
- **KPI's e ROI's....** Rivisitati per un efficace Business Attractor
- **Take Aways:** *Work Session* per definire le Keyword e il Contenuto Sostenibile più efficace per la propria Competenza

VI PRESENTO...



Cerca con Google

Mi sento fortunato

**Il più pervasivo Referenziatore
al mondo!**

"SMALL WORLD": SEI GRADI DI SEPARAZIONE

Google
perfora
tutti i
gradi di
separa-
zione!

- 1 - lo conosco uno
- 2 - che conosce uno
- 3 - che conosce uno
- 4 - che conosce uno
- 5 - che conosce uno
- 6 - che conosce Ms/Mr X
(con "X" = Chiunque nel mondo)

Amica/o
L'amica/o
dell'amica/o

Fiducia 90
Fiducia 30

Ma chi è...?!

Fiducia 0

GOOGLE GOOGLE DELLE MIE BRAME, CHI E' IL PIU' COMPETENTE DEL REAME...? **SENZA** pagare pubblicità (Adwords) !



marketing di rete



Tutti

Immagini

Notizie

Shopping

Video

Altro ▾

Strumenti di ricerca

Circa 941.000 risultati (0,35 secondi)

Il marketing di rete per un secondo reddito - Comunicati-stamp..

www.comunicati-stampa.net/.../il-marketing-di-rete-per-un-secondo-redd... ▾

18 feb 2013 - Per migliorare la propria situazione finanziaria, generando un secondo reddito puoi valutare il **marketing di rete**. Per migliorare la propria ...

Marketing di Rete per Attrarre Clienti e Capitali: un "Pentalogo"

www.complexlab.it/progetti/.../attrarre-clienti-con-marketing-di-rete ▾

Come attrarre clienti e capitali dalla **Rete** con moderne metodologie **di Web Marketing**, minimi investimenti e farsi trovare grazie ai propri contenuti, da clienti e ...

Web marketing - Wikipedia

https://it.wikipedia.org/wiki/Web_marketing ▾

Il web **marketing** è l'insieme delle attività **di marketing** che sfrutta il canale Web per studiare il ... Ogni progetto (con obiettivi) pensato per la **rete** deve essere coordinato da un piano **di web marketing**. Spesso si confondono il web **marketing** con ...

GOOGLE GOOGLE DELLE MIE BRAME, Chi ha e-REPUTATION nel tuo reame...?

Google

teoria dei giochi



Web

Immagini

Libri

Video

Shopping

Altro ▾

Strumenti di ricerca

Circa 627.000 risultati (0,34 secondi)

Teoria dei giochi - Wikipedia

it.wikipedia.org/wiki/Teoria_dei_giochi ▾

La **teoria dei giochi** è la scienza matematica che studia le situazioni di conflitto ricercandone soluzioni competitive e cooperative tramite modelli. Si tratta dunque ...
Dilemma del prigioniero - Gioco del pollo - Discussioni template:Teoria ... - Strategia

teoria dei giochi e delle decisioni

dctf.uniroma1.it/galenotech/strategie.htm ▾

La **Teoria dei Giochi** è una disciplina di studio che ha come oggetto il problema dell'interdipendenza tra i soggetti partecipanti ad un "gioco", sia inteso in senso ...

[PDF] Ripasso teoria dei giochi - Economia

web.econ.unito.it/vannoni/docs/thgiochi.pdf ▾

Introduzione. Introduzione alla alla **Teoria dei Giochi**. •Definizione di. Definizione di **gioco** **gioco** e didi interazione interazione strategica. – Strategie.

Teoria Dei Giochi nell'Enciclopedia Treccani

www.treccani.it > Enciclopedia ▾

giòchi, teoria dei Modello matematico per lo studio delle 'situazioni competitive', in cui cioè sono presenti più persone (o gruppi di persone, o organizzazioni) ...

Cos'è la teoria dei giochi? — ComplexLab

www.complexlab.it > Complex Cloud > Nicola Antonucci > Articoli ▾

Semplici principi e concetti per iniziare a comprendere la **Teoria dei giochi** e le sue applicazioni in svariate situazioni: organizzazioni complesse, esperienze ...

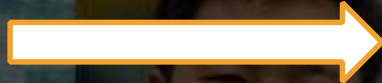
E-Reputation = QUALITA', non QUANTITA' !

NON visibilità, NON pubblicità

SENZA pagare pubblicità (Adwords) !

Una efficace e **attraattiva e-Reputation** richiede:

- Qualità *numerica* degli accessi: **tempo medio di lettura, frequenza di rimbalzo (bounce rate), click sui link...**
- Qualità *relazionale* degli accessi: **link, citazioni, condivisioni e commenti...**
- Qualità *etica* degli accessi: **ricerche organiche** anziché «a pagamento» con **ANNunci Adwords**



Poi, ma solo POI..., la **Quantità** degli accessi **enfattizza o meno** la Qualità del Contenuto, dello Spazio Web...

Ma a te.... **quanti Clienti servono** all'anno, al mese, al giorno.... ?

OBIETTIVO: Solo Contatti SELEZIONATI e QUALIFICATI → maggiori Redemption e Margini
→ minore spreco di tempo...

Google trader scientifico

Tutti Maps Notizie Shopping Immagini Altro Strumenti di ricerca

Circa 136.000 risultati (0,38 secondi)

Piattaforma Trading MT4/5 - Trada Forex, CFDs, Azioni - ActivTrades.it
Ann www.activtrades.it Trading
Min €100 0.7 Pips Demo Gratis No Commissioni
Azioni EU a €1 e US a \$1 Protezione Saldo Negativo
Scarica Demo Gratuita MetaTrader 4/5

FX Trading con Swissquote - Servizio e Piattaforma in Italiano
Ann www.swissquote.eu/Forex-Trading
Apri un Conto di Prova Gratis
Notizie e Grafici - Assistenza In Tempo Reale - Sqore, Portale Innovativo - Offerta Competitiva
Apri un Conto - Webinar e Corsi Gratis - Prova Demo Gratuita - Aggiornamenti e Analisi

DNA del Trader Scientifico @ - Prima Puntata - ComplexLab
www.complexlab.it/.../trading..trading..trader-scientifico.../DNA%20del%20Trader%...
DNA del **Trader Scientifico** @ - Dai dati agli attrattori caotici. "Compro, non compro...?" Quali sono i principi scientifici e le metodologie dell'Analisi Fisica ...

Analisi Fisica per il Trader Scientifico — Umanot
www.umanot.com/it/analisi-fisica-azionaria/analisi-fisica-per-il-trader-scientifico
Analisi Fisica® è un'innovativo metodo di **trading** che deriva direttamente da un nuovo approccio alla Finanza, denominato Finanza **Scientifica**. Scopri i suoi...

PRINCIPIO DI EFFICIENZA: FARSI TROVARE (anche) CON UN UNICO CONTENUTO – PER ANNI (anche 8...) !

140 ore di "clienti nel negozio" in un anno

Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: Pagina Altro

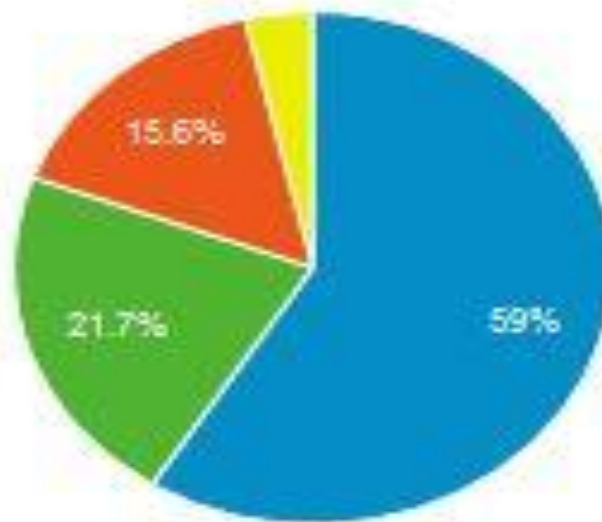
Traccia righe Dimensione secondaria Tipo di ordinamento: Predefinito

Pagina	Visualizzazioni di pagina	Visualizzazioni di pagina uniche	Tempo medio sulla pagina	Accessi	Frequenza di rimbalzo	% uscita	Valore pagina
	1.595 % del totale: 3,17% (50.321)	1.411 % del totale: 3,52% (40.124)	00:05:15 Media per vista: 00:01:57 (170,02%)	1.293 % del totale: 5,25% (24.630)	86,17% Media per vista: 71,10% (21,20%)	81,13% Media per vista: 48,95% (65,75%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)
1. /Members/nicolaantonucci/articoli/cos2019 e2019-la-teoria-dei-giochi	1.595(100,00%)	1.411(100,00%)	00:05:15	1.293(100,00%)	86,17%	81,13%	0,00 US\$ (0,00%)

SERENDIPITY:

TROVARE UN COMPETENTE...CHE NON SI CERCAVA!

Canali principali



- Organic Search
- Direct
- Referral
- Social

L' 80% degli Interessati arrivano senza (forse) conoscere ComplexLab!

DOMANDE?

(XI Comandamento:
interrompete & chiedete !)

LE TRE RIVOLUZIONI COPERNICANE

Attracting Business riguarda la valorizzazione della e-Reputation di Individui e Società *attirando* nuovi Clienti e Finanziatori - che non li conoscono (*ancora!*). *Come...?*

* invertendo l'approccio alla ricerca di nuovi Clienti e Finanziatori, con l'obiettivo di *farsi trovare* in Rete, grazie alla metodologia **Business Attractor (Digital Marketing con Contenuti Sostenibili)** in partnership con il più diffuso Referenziatore: Google! → **PULL** anziché **PUSH**

* invertendo la *certificazione* delle Competenze e della e-Reputation (**Competence Branding®**), che diventa *diffusa*, perché attribuita da centinaia/migliaia di lettori di Contenuti in Rete e misurata nel tempo attraverso i posizionamenti in Google → **Google è... tutti noi!**

• invertendo la connessione con Potenziali Clienti e Finanziatori grazie a contatti *qui&ora*, *esattamente* quando hanno bisogno del tuo Business! → **Ora il Cliente sarebbe felice di conoscerti!**

COGLI L'ATTIMO E L'ESIGENZA FUGGENTE DEL CLIENTE!

Metodologia Triplice Sogno

1) Chi è il **Cliente ideale** che sogni che ti contatti?

2) Qual è una sua **specificata esigenza** che sogni che abbia e che tu saresti bravo/a a risolvere?

3) **NUOVA COMPETENZA**: Quali sono le **espressioni (Parole Chiave / Keyword)** che sogni che il tuo Cliente ideale userà in Google per cercare le soluzioni al suo problema?

→ A partire dalle tue prime ipotesi di KW, è possibile circoscrivere le KW scientificamente più efficaci in base a criteri di: **frequenza di ricerche mensili, di competitività, di valore economico**

Metodologia per Contenuti Sostenibili

Come diventare «amici» di Google?

Cosa «donare» a Google per suo «nutrimento» e appagamento?

Contenuti Sostenibili (anche per anni, nella I Pagina)!

Un Contenuto che sia una «esca» scientifica per pescare esattamente ciò che si sogna dev'essere:

* costruito “intorno” alle **Parole / Espressioni Chiave (KeyWords - KW)**;

* propositivo in termini di **soluzioni, idee e/o esperienze per problemi, esigenze o interessi** di qualcuno che li “confida” a Google;

* che **non** abbia uno stile commerciale o promozionale,

* che racconti:

- **COME** comprendi e affronti l'esigenza del Cliente;
- **COME** risolvi il suo problema.

KPI (Key Positioning Influencer) - I

Se si vuole **visibilità business**: Facebook ,Twitter, G+, LinkedIn, Google

Se si vuole **riconoscibilità business**: LinkedIn e Google;

Se si vuole **autorevolezza / reputazione business**: Google –per almeno 6 mesi senza annunci Adwords;

Se si vuole **leadership business**: Google – per almeno 12-24 mesi, senza annunci Adwords – “**risonante in Rete**” con i social più consoni al proprio business (FB, L-IN, G+, TW)

N.B.: visibilità –leadership per lo **specifico segmento-target di mercato “sognato.”**

KPI (Key Positioning Influencer) - II

1. Se si vuole **visibilità** su Facebook: numero di **Fan / “Mi Piace”**, efficace per **prodotti/servizi semplici (commodities)**: beauty, food, animali, servizi ben noti...
2. Se si vuole **visibilità + riconoscibilità** su LinkedIn: numero di **links**, efficace per **incarichi / ruoli professionali (recruitment)**;
3. Se si vuole **visibilità + riconoscibilità + reputazione** in Google: posizionamento stabile (6 mesi senza annunci a pagamento) di **Contenuti Sostenibili** nella I Pagina, efficace per attrattività delle Competenze (*Competence Branding*).
4. Se si vuole enfatizzare ulteriormente la **e-Reputazione**, diventa importante creare un «**Ecosistema della comunicazione**»:
 - partendo da uno **Spazio Web** che goda già di **Reputazione & Fiducia** da parte di Google, meglio se non connotato commercialmente (anche *senza* avere quindi un **sito proprio!**)
 - creando una rete di **citazioni, link e richiami (referrals)** tra tale Spazio Web e i Social e il proprio (eventuale) sito.

ROI (Reputation On Internet)

Come valutare il ROI delle campagne impostate
da Return on Investment a Reputation on Internet

Limitarsi a volere, e a misurare, il “ritorno” soltanto in termini monetari, va molto bene per obiettivi “mordi & fuggi” (1 – 3 mesi), anche *pagando* per efficaci spazi pubblicitari.

Se si vuole continuare ad avere ritorni monetari *sostenibili* (maggiori) anche dopo 3, 6, 12 mesi... occorre sviluppare una “luminosa” Reputazione in Rete: **e-Reputation.**

e-Reputation si sviluppa attraverso:

1. Contenuti Sostenibili nella I Pagina di Google, **senza pagare pubblicità;**
2. Citazioni, connessioni, richiami dai social al proprio Contenuto Sostenibile;
3. Un «luogo», uno **Spazio Web**, che goda della **Fiducia & Reputazione di Google: *Esserci è già un Valore***

e-Reputation si evidenzia attraverso proprie KW nella I Pagine di Google:

- **persistenti**, anche per anni!
- **variegate**, e non limitati a un unico, semplicistico, concetto.

E-Reputation da «Credibilità & Fiducia: il Competente, il Luogo»...

Scrivere su «Nature» non è come scrivere su altre riviste scientifiche.

Analogamente in Rete...

Google si fida di più di chi gli ha fornito più **Contenuti** e per più anni apprezzati dai suoi «**Lettori-Naviganti**» – tutti noi!

«Luoghi» che godono di tale **Credibilità & Fiducia** sono privilegiati da Google rispetto a siti più commerciali o personalizzati.

Il **BAS (Business Attractor Space)** di ComplexLab gode della Credibilità&Fiducia emanata dal proprio **Advisory Board** (comitato scientifico-etico)

ComplexLab
www.complexlab.it
CONNECTING COMPETENCE TO BUSINESS VIA GOOGLE
Dal 2005, il Gateway più efficace tra Google e il tuo Business!

30 MINUTI DI COACHING su Skype incluso

STAFF REDAZIONALE COMPETENTE IN SEO / SEM per aiutarti a creare **Contenuti Sostenibili** per Google

Contenuti? No Problem supporto alla scrittura anche in outsourcing

MIGLIORI CONTATTI SELEZIONATI DA POTENZIALI CLIENTI E INVESTITORI

Il tuo WEB BUSINESS ATTRACTOR SPACE personalizzato e autonomo, per Società e per Individui

OTTIMIZZA LE PROBABILITÀ DI ESSERE VISIBILE NELLA PRIMA PAGINA DI GOOGLE quanto prima e per quanto più tempo possibile

RISULTATI MISURABILI: Report delle visite di Google Analytics

Carlo Romanelli
Autore e Presidente del Meeting 501. Esperto di consulenza formazione aziendale, pianificatore di strategie e specialista in ricerca e sviluppo di personale qualificato. Esperto di Coaching e di Management Consulting. Esperto di strategie e tecniche applicative trasferibili in qualsiasi settore e in qualsiasi situazione di sviluppo del personale.

PUBBLICAZIONE ILLIMITATA (autonomia o a cura della Redazione) dei tuoi Contenuti

PROGETTI
I Progetti aumentano la risonanza in Rete dei tuoi Contenuti con quelli di altri Competenti

Il tuo WEB BUSINESS ATTRACTOR SPACE può essere il tuo mini-sito personale con eventuale grafica, header, logo, dominio personalizzati

NON HAI UN SITO TUO? NO PROBLEM!

LINK AL TUO SITO E AI TUOI SOCIAL

PER INFO: redazione@complexlab.it

Azienda: Net Working S.r.l.
Posizione: Fondatore & Presidente
Città: Bologna
Tel: +39 051 272185
Cell: +39 348 2685220
E-mail: info@networking.it
Curriculum Vitae: [CV](#)
Competenze:

- Sviluppo organizzativo
- Executive coaching
- Stress management
- Strategie d'impresa
- Formazione manageriale

CONCLUSIONI

Ma alla fin fine, come pubblicare in Rete...?!

La **Complessità** del Marketing attraverso i moderni canali web e social , con l'obiettivo di convertire:

- **attrattività in "e-Reputation"**;
 - **e-Reputation in fatturazioni sostenibili** nel tempo;
- si semplifica con il monito

Scrivi per l'Umano, tenendo a mente i Robot !

Occorre saper soddisfare il **bisogno dei Clienti di trovare idee e soluzioni interessanti e innovative a problemi ed esigenze**.

Sempre più decisori aziendali / istituzionali chiedono, **con crescente Fiducia**, tali idee e soluzioni ai Canali web, social, e soprattutto a Google.

Tali Canali, e soprattutto Google con il suo posizionamento / ranking, valutano centinaia di parametri relativi al **nostro Comportamento Umano durante la lettura di Contenuti in Rete** (tempo, commenti, citazioni, link, invio ad amici, Mi piace....)!

Google è tutti noi - rispecchiando e valorizzando i nostri Comportamenti!

In estrema sintesi, quindi:

- **KEY** (Performance Indicator / Positioning Influencer) è il **Comportamento Umano durante la lettura**;
- **ENFASI** di tale Comportamento Umano possono essere i parametri più "da Robot": volume di accessi, utilizzo nel testo dei titoli e delle KW, altri criteri SEO...



INSOMMA...

*AIUTATI (studiando...), CHE
GOOGLE T'AIUTA!*

*«Regola Aurea» del Web
Marketing:
FAI FELICE IL TUO
PROSSIMO CLIENTE O
FINANZIATORE...
FACENDOTI TROVARE!*



Nicola Antonucci

Founder & CEO

nicola.antonucci@complexlab.it

Angela Chirico

Responsabile Redazione,

Marketing&Communication

angela.chirico@complexlab.it

www.complexlab.it