

Lezioni di Territorio **2015** tredicesima edizione

Strategie avanzate per migliorare la propria visibilità online ed aumentare i contatti **SEO Livello Avanzato**

18 marzo 2015
Camera di Commercio di Ferrara

Armando Travaglini



PROVINCIA
DI FERRARA



Camera di Commercio
Ferrara



MILANO



Ferrara
terra e acqua

DIGITAL MARKETING **TURISTICO**

Agenda

- Struttura di un progetto SEO: architettura, design, usabilità e performance
- Siti multilingua: come intercettare la domanda da parte dei clienti internazionali
- Local Search e ricerche geolocalizzate
- Ottimizzazione onsite ed offsite: comprendere gli oltre 200 fattori di ranking di Google
- Copywriting: scrivere testi ad hoc per i motori di ricerca
- Un progetto SEO dalla A alla Z: caso di studio

La settimana scorsa

- I motori di ricerca: le componenti fondamentali, i principali fattori di ranking e le evoluzioni degli ultimi anni
- Le differenti tipologie di ricerche: quali informazioni cercano gli utenti sui motori di ricerca
- La domanda esplicita e la domanda latente all'interno del processo di acquisto di un consumatore
- Scelta ed analisi delle keyword: il punto di partenza di ogni attività SEO
- Struttura di un sito SEO-friendly: le caratteristiche fondamentali per farsi trovare dai potenziali clienti
- I 10 errori SEO da non fare

Slide



<http://digitalmarketingturistico.it/Ferrara>

Corso di Formazione Web Marketing Turistico

Terza Edizione

Corso di Formazione
Strategie di Web Marketing Turistico
Bologna | 10-11 aprile 2015

Programma Docenti Location **PARTECIPA!**

Per informazioni: 045 5116534 o info@corsowebmarketinghotel.it



Bologna - Relais Bellaria Hotel & Congressi
10 e 11 aprile 2015 Per informazioni chiama: 045 5116534

PARTECIPA

L'Evento

Il Corso di Formazione **Strategie di Web Marketing Turistico** ti farà acquisire le conoscenze professionali fondamentali per lavorare con successo nel settore della promozione turistica online. Il corso è strutturato appositamente per venire incontro alle esigenze del settore ricettivo italiano e deriva dalla pluriennale esperienza a contatto con gestori, proprietari e responsabili marketing di **alberghi, Bed & Breakfast, resort ed agriturismi**. Il corso si terrà a Bologna **venerdì 10 e sabato 11 aprile 2015** presso il Relais Bellaria Hotel & Congressi.

<http://corsowebmarketinghotel.it/corso-web-marketing-turistico-bologna-aprile-2015/>

DIGITAL MARKETING TURISTICO

e strategie di *revenue management* per il settore ricettivo

scritto da
Armando Travaglini
Simone Puerto
Vito D'Amico
prefazione di
Rodolfo Baggio



<http://digitalmarketingturistico.it/libro/>



Motori di ricerca



Stimolo



**Momento
Zero**



**Primo
Momento**



**Secondo
Momento**



**Ultimo
momento**

GOOGLE

CLASSIC

QUERY:

IMAGES

NEWS

FILM

MAPS

OTHER

YOUR QUERY TO: GOOGLE INC., 1600 AMPHITHEATRE PARKWAY, MOUNTAIN VIEW, CA 94043, UNITED STATES

PLEASE ALLOW 30 DAYS FOR SEARCH RESULTS

On-Site

- Meta Tags
- Contenuti
- Standard W3C
- Linkbuilding interno

+

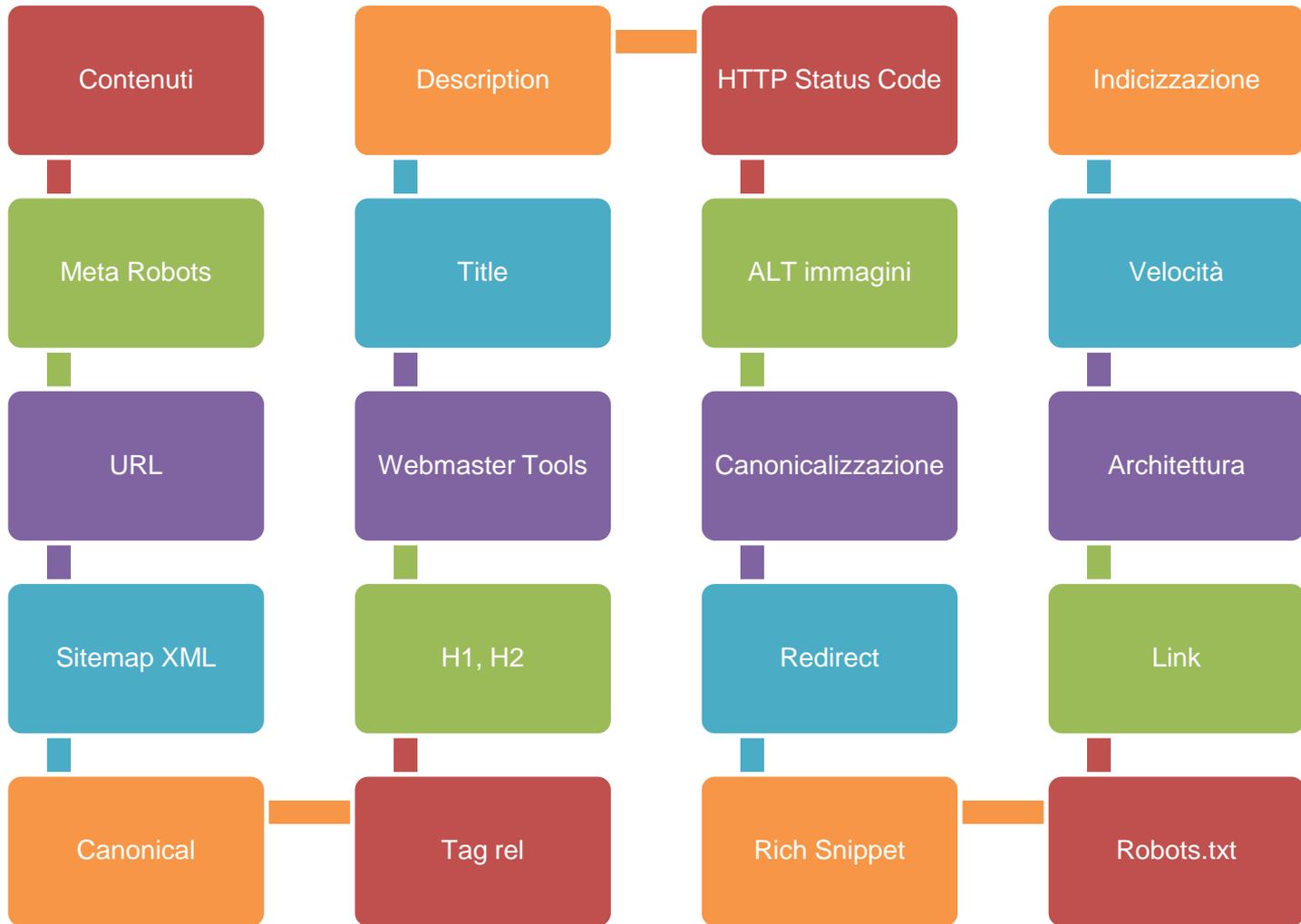
Off-Site

- Link Popularity
- Autorità dominio
- Popolarità dominio
- Anchor Text



SEO

SEO on-site



Title

[Ristorante Cracco - Milano. Sito Ufficiale Carlo Cracco.](#)

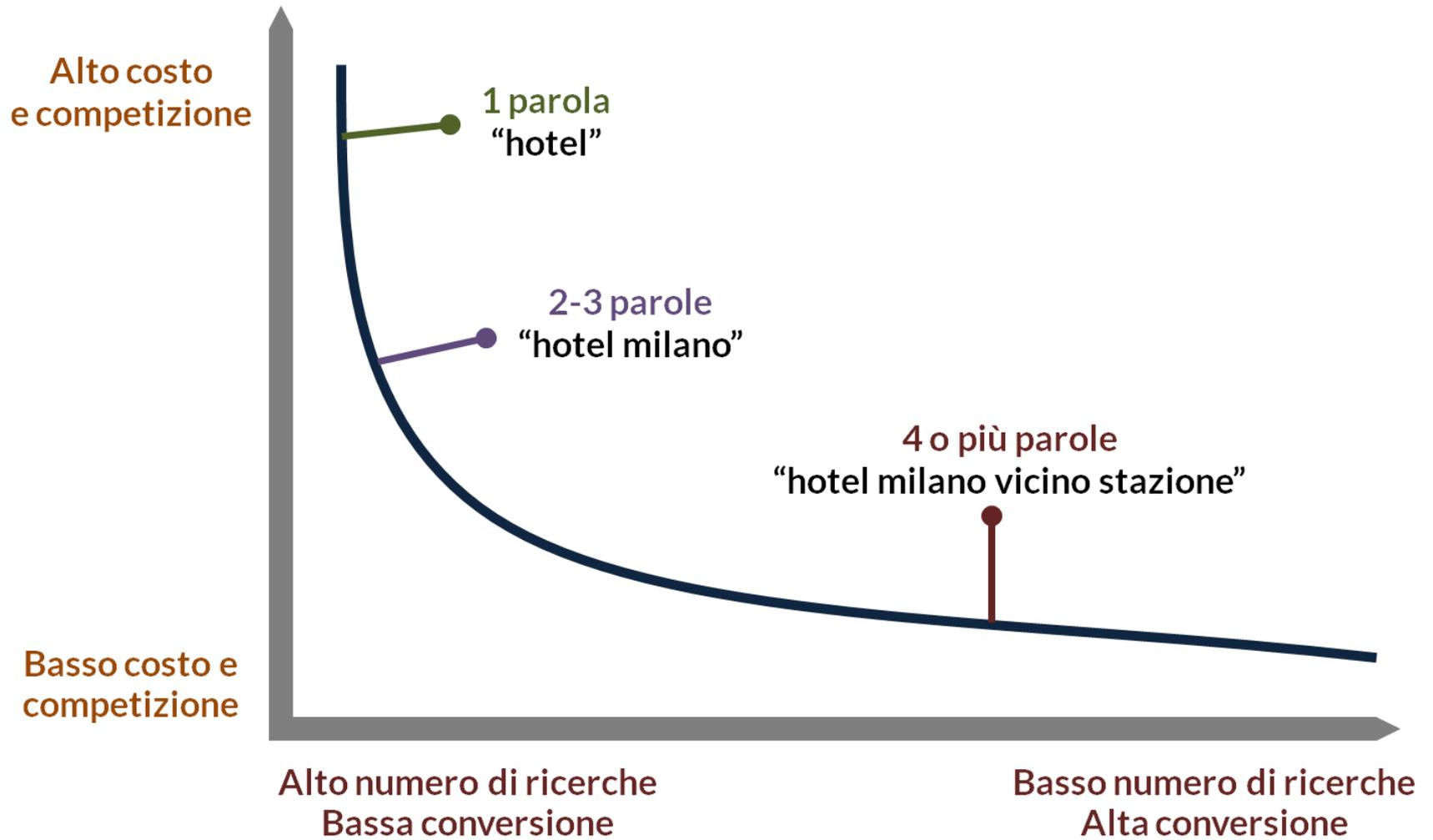
www.ristorantecracco.it/ ▼

Ristorante di eccellenza, dello Chef Carlo Cracco a Milano. Dal 2007 è nell'elite dei 50 migliori Ristoranti al mondo.

[Ristorante - Carlo Cracco - Idee - Contatti](#)

Description

Sitelink

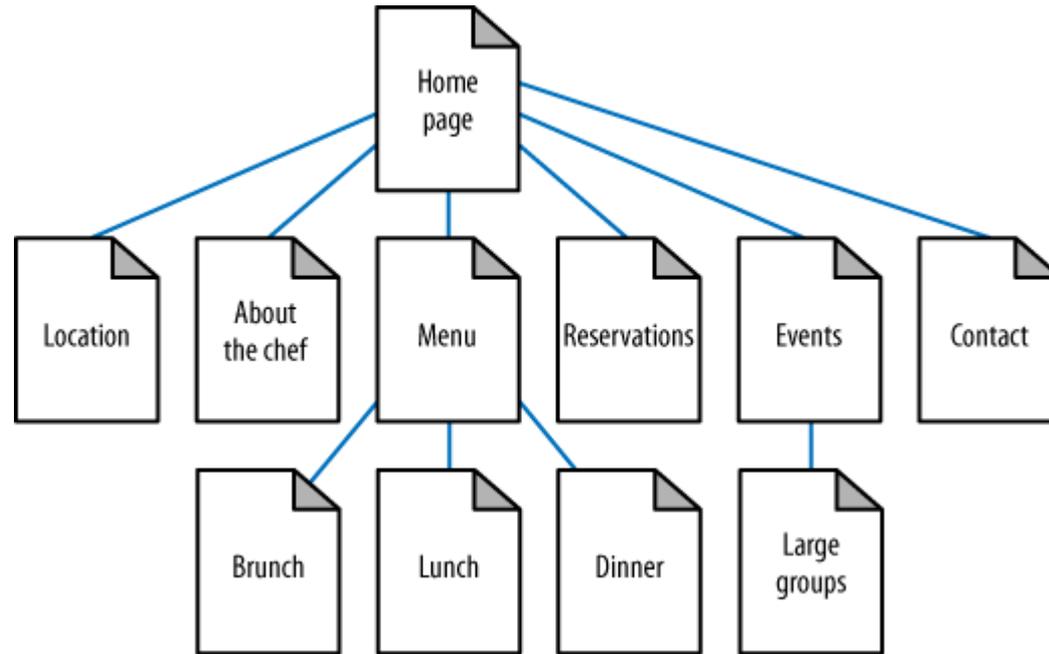


La piramide della SEO

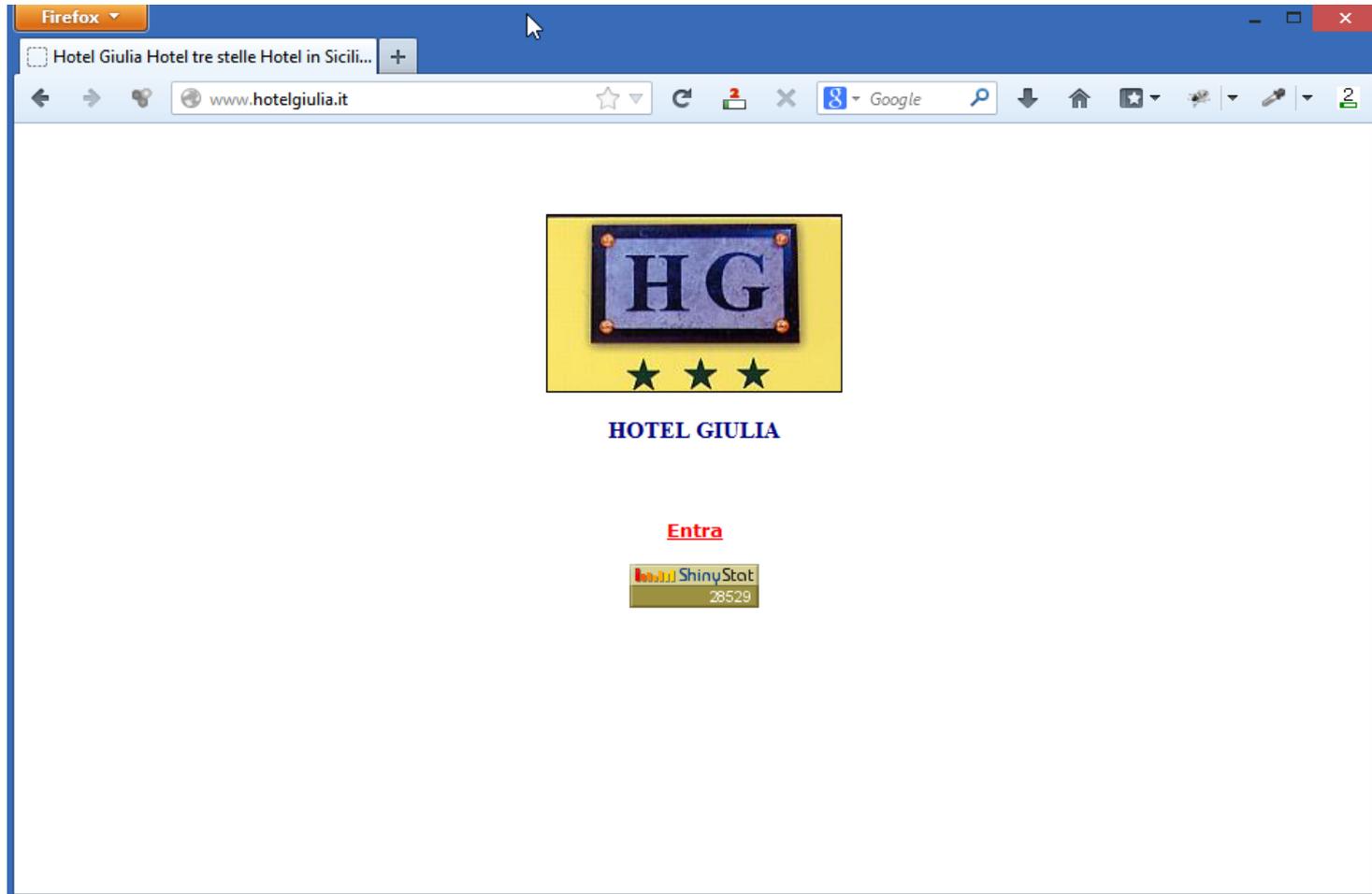


Struttura di un progetto SEO

Architettura



Design





SCOPRI LAS TRONAS. DOVE L'ARMONIA DIMORA.

INIZIA ORA



VILLA LAS TRONAS
HOTEL & SPA

★★★★★
ALGHERO, SARDEGNA

BOOKING ONLINE

Data di arrivo: 12-03-2014
Notti: 2
Camere: 1

Adulti: 2
Bambini: 0
PRENOTA

[Modifica/Cancela prenotazione](#)

ITALIANO ENGLISH DEUTSCHE FRANÇAIS ESPAÑOL RUSSO

SEGUICI SU FACEBOOK

TRAVELLER'S CHOICE AWARD

Lungomare Valencia 1 - 07041 Alghero (Sardegna) - Tel. +39 079 981818
Fax +39 079 981044 - E-mail: info@hotelvillalastronas.it - P.IVA/C.F. 000

Credits: Mentefredda - Web Marketing per hotel

Oggi alle 09:20 **un utente in Italia** ha risparmiato prenotando direttamente sul nostro sito web!

Al momento **4 persone** stanno visualizzando il nostro sito web!

Resort & Amenities

[Accommodations](#)

[Golf & Tee Times](#)

[Spa & Wellness](#)

[Meetings & Social Events](#)

[Dining & Entertainment](#)

[Packages & Special Offers](#)

[Photo Gallery](#)

[Return to Grandeur](#)

ROOM RESERVATIONS

Check In Date:



Nights: Adults: Children:

Corporate/Promotion Code:

[BOOK NOW](#)

[Modify Reservation](#)



**FOR A LIMITED TIME ONLY
SAVE WITH OUR ADVANCE PURCHASE OFFER***

Reserve 14-days in advance or more and save 25% for stays through September 30th.

DAY S HRS MIN SEC
09:22:56:36

[BOOK NOW](#)

[LEARN MORE](#)

[VIEW ALL PACKAGES](#)



GRAND HOTEL
SAVOIA
MYTHOS HOTELS

★★★★★
CORTINA D'AMPEZZO

GRAND HOTEL SAVOIA
NEL REGNO
DELLA NEVE

PRENOTA ONLINE

Data di arrivo:

8 ▾ Mag ▾ 2013

Notti: Camere: Adulti: Bambini:

2 ▾ 1 ▾ 2 ▾ 0 ▾

Codice cliente: Codice promozionale:

» Modifica prenotazione

» Cancella prenotazione

PRENOTA ONLINE A CORTINA

» GRAND HOTEL SAVOIA

IL GRAND HOTEL SAVOIA RAPPRESENTA IL PUNTO DI INCONTRO STORICO PER IL TURISMO DELLE DOLOMITI.



Il Grand Hotel Savoia situato nel cuore di Cortina d'Ampezzo, rappresenta il punto di incontro storico per il turismo delle Dolomiti. Nato agli inizi del Novecento, ...

» PROMOZIONI E SPECIALI

DOVE TROVARE SPAZI INCONTAMINATI E PERCHÈ LE PRELIBATEZZE DEL NOSTRO CHEF LUIGI SONO

» CENTRO BENESSERE

IL NOSTRO CENTRO GARANTISCE PROGRAMMI BENESSERE PER UNA VACANZA RELAX INDIMENTICABILE.



Il Centro **Benessere** del Grand Hotel Savoia è disposto su una superficie di 750 mq. Progettato per garantire ai clienti il massimo comfort, è dotato di ...

» MEETING E INCENTIVE

UN INCENTIVE, UNA CONVENTION, UN CONGRESSO O UN EVENTO REALIZZATO DA NOI AVRÀ SEMPRE



Borgo Santo Pietro

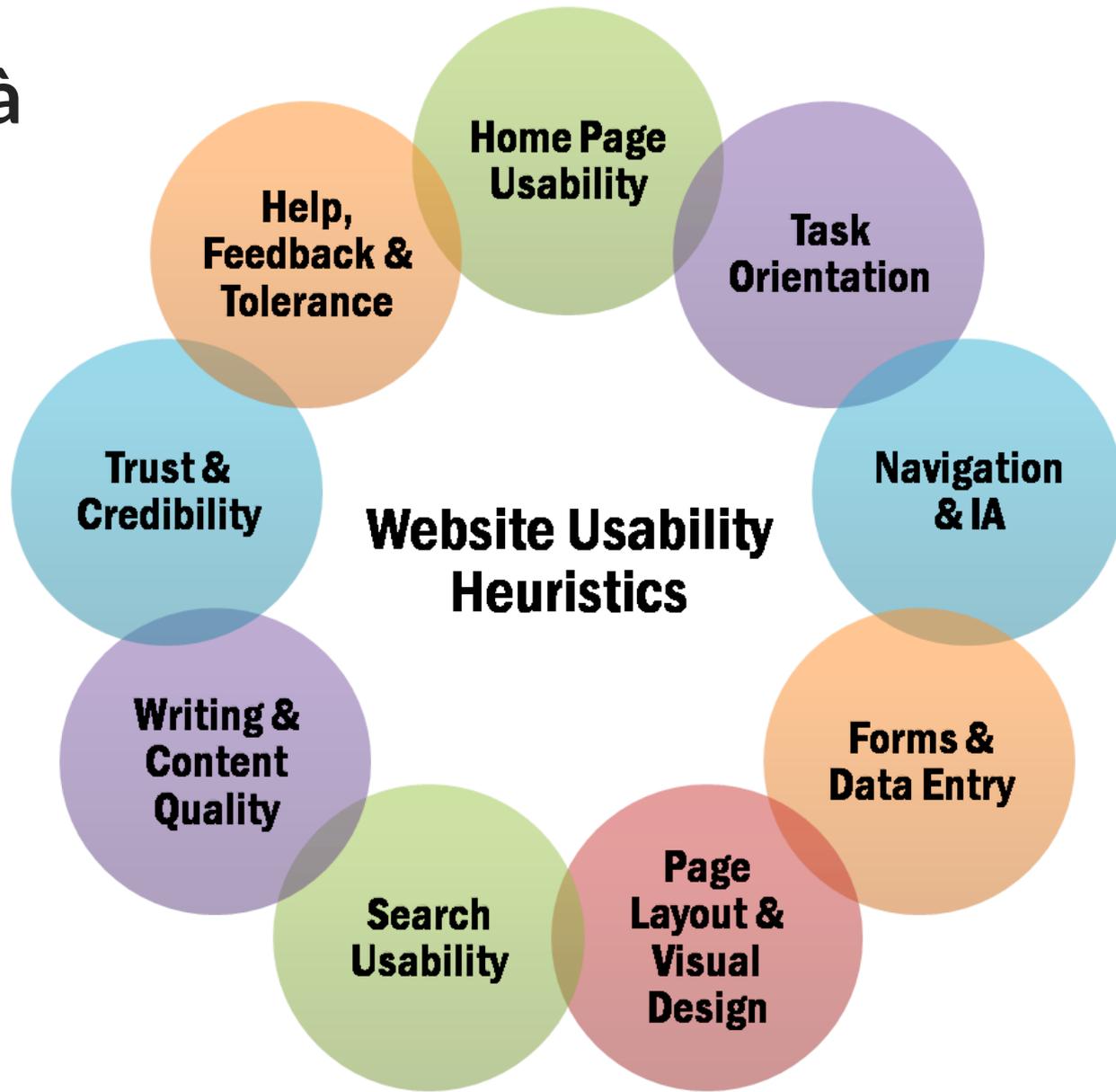
- Discover Borgo
- Accommodation
- Food & Wine
- The Gardens
- Spa
- Activities
- The Borgo Times
- Press & Reviews
- Contact us

Best Classic Hotel

BOUTIQUE HOTEL AWARDS 2011



Usabilità



home → italia → emilia-romagna → ferrara → risultati della ricerca
 74.704 strutture 3.468 strutture 77 strutture Ferrara, 2 adulti, 1 notte (26 mar - 27 mar) [Modifica date](#)

Cerca

Nome hotel o destinazione

Lavoro Svago

Check-in

gio 26 marzo 2015

Check-out

ven 27 marzo 2015

Soggiorno di 1 notte

Ospiti 2 adulti, 0 bambini

Cerca

Filtra per:

Prezzo (a notte)

€ 0 - € 49



Prenota ora, paga durante il soggiorno!

Cancellazione GRATUITA per la maggior parte delle camere

Stelle



I prezzi di Ferrara per le tue date sono aumentati negli ultimi 4 giorni.

3 buoni motivi per visitarla: **cultura, arte e cibo**

Ferrara: 64 strutture disponibili su 77

Ordina per: **Consigliati** Prezzo ▼ Stelle ▼ Distanza dal centro Punteggio degli ospiti ▼



57% in meno



1. Hotel Orologio ★★★★★

544



Super Affare

Ottimo 8,3

Punteggio ottenuto da 850 giudizi

Ferrara

1 persona sta visualizzando questo hotel.

Ultima prenotazione: 3 ore fa

Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli
Colazione inclusa

Ci rimangono solo 3 camere!

-57% € 180 - € 79

Altre 2 tipologie di camera >

Prenota ora



86% in meno



2. Hotel Touring ★★★

413



Super Affare

Favoloso 8,6

Punteggio ottenuto da 1155 giudizi

Ferrara

1 persona sta visualizzando questo hotel.

Ultima prenotazione: 1 ora fa

Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli nella
Dependance Cancellazione GRATUITA - PAGA DOPO

Ci rimangono solo 2 camere!

-86% € 378 - € 54

Altre 6 tipologie di camera >

Prenota ora



3. Alchimia ♥ 126

Ferrara

Ultima prenotazione: 4 ore fa

Abbiamo venduto l'ultima camera disponibile che avevamo in questa struttura

Eccezionale 9,8

Punteggio ottenuto da 223 giudizi

Usabilità

 **Assicurati un ottimo prezzo per il tuo prossimo soggiorno**
I prezzi potrebbero aumentare. Garantisci oggi la tua prenotazione. ✕

Disponibilità

 Nessun costo di prenotazione né di pagamento con carta di credito!

Check-in Check-out

Soggiorno di 1 notte

Tipologia camera	Max	Il prezzo di oggi	Condizioni	n. camere	Prenotazione
 <p>Camera Standard Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli</p> <ul style="list-style-type: none"> aria condizionata insonorizzazione TV a schermo piatto WiFi gratis <p>Preferenza letto: Nessuna preferenza</p> <p>Ci rimangono solo 5 camere! I prezzi si intendono per camera Include: 10 % di IVA Non include: 2,50 € di Tassa di soggiorno per persona a notte.</p>		 € 139 € 99 Super Affare	<ul style="list-style-type: none"> Non rimborsabile Colazione inclusa 	<input type="text" value="0"/>	<input type="button" value="Prenota ora"/> La tua prenotazione sicura inizia nel prossimo passaggio.
		€ 144 € 104	<ul style="list-style-type: none"> Cancellazione GRATIS entro: 25 mar 2015 Colazione inclusa 	<input type="text" value="0"/>	
		€ 119 € 86	<ul style="list-style-type: none"> Cancellazione GRATIS entro: 25 mar 2015 Colazione inclusa 	<input type="text" value="0"/>	
 <p>Camera Deluxe Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli</p> <ul style="list-style-type: none"> aria condizionata insonorizzazione TV a schermo piatto WiFi gratis 		€ 164 € 119	<ul style="list-style-type: none"> Non rimborsabile Colazione inclusa 	<input type="text" value="0"/>	
		€ 174 € 124	<ul style="list-style-type: none"> Cancellazione GRATIS entro: 25 mar 2015 Colazione 	<input type="text" value="0"/>	

Usabilità

Compralo Subito! ▶

Totale: da € 59,00

Sconto 55%	Risparmi € 73,00
---------------	---------------------

 **Fai un regalo!**

 Quest'offerta è disponibile ancora per:
02:50:46

Già 155 Acquistati!

 **L'offerta è attiva!**

Invita tutti i tuoi amici

 Facebook  Twitter  E-Mail

Call to Action

Faccio un Affare!

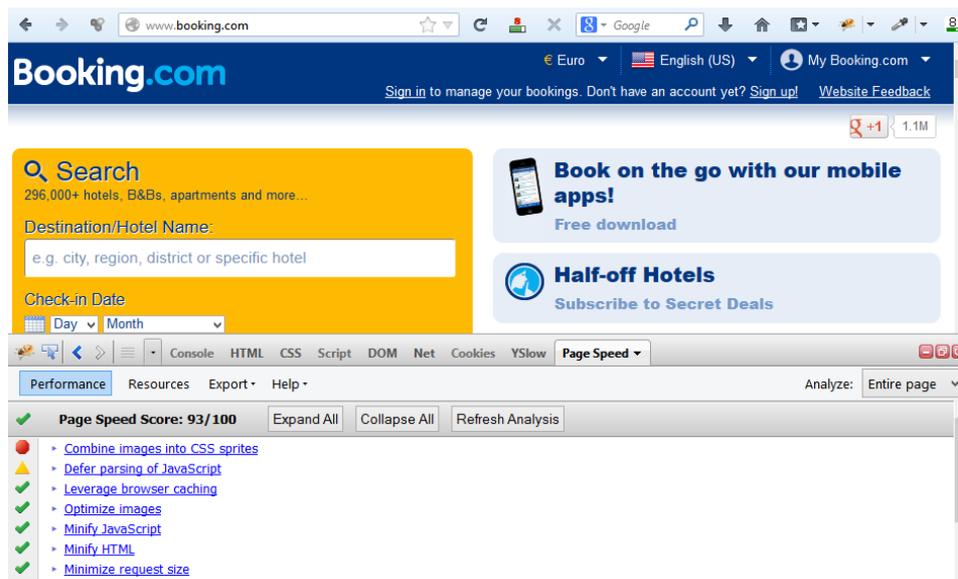
Simpatia / Reciprocità

Scarsità

Riprova Sociale

Performance

- Gtmetrix (<http://gtmetrix.com>)
- WebPageTest (<http://www.webpagetest.org>)
- PageSpeed
(<https://developers.google.com/speed/pagespeed/>)



The screenshot shows the Booking.com homepage in a browser. The PageSpeed Insights tool is open at the bottom, displaying a green checkmark and a score of 93/100. A red arrow points from the left towards the tool. The tool lists several optimization suggestions:

- Combine images into CSS sprites
- Defer parsing of JavaScript
- Leverage browser caching
- Optimize images
- Minify JavaScript
- Minify HTML
- Minimize request size

Booking.com 93/100
Ed il tuo sito?

Siti multilingua

Siti multilingua

- Domande classiche:
 - ✓ Meglio usare un dominio locale, un dominio di terzo livello o una sotto-cartella?
 - ✓ Dove devo hostare il sito?
 - ✓ Come posso ottimizzare i contenuti presenti sul sito?

Dominio locale (es .fr .de)

- Quali sono i vantaggi?
 - ✓ Migliore percezione da parte degli utenti
 - ✓ Consente di gestire un hosting diverso rispetto al sito italiano
 - ✓ Nessuna connessione con il dominio italiano (penalizzazioni, ban)
 - ✓ Consente di avere un nome di dominio della lingua locale, e l'estensione del paese consente di rankare meglio nelle SERP
 - ✓ L'intestatario del dominio può essere differente

Dominio locale (es .fr .de)

- E gli svantaggi?
 - ✓ Dominio nuovo senza una storico e link in ingresso
 - ✓ Necessità di creare un sito nuovo dedicato
 - ✓ In alcune nazioni è difficile da ottenere
- Quando è consigliato utilizzarlo?
 - ✓ Quando si punta molto su quel mercato e si è determinati ad espandersi in esso
 - ✓ Strategia a medio-lungo termine

Sottodominio (es fr.nomebrand.it)

- Vantaggi:
 - ✓ Si può impostare la destinazione geografica nei GWT
 - ✓ Consente un hosting locale
 - ✓ Eredita parte dell'autorità del dominio principale
- Svantaggi:
 - ✓ Nelle SERP ha meno influenza rispetto ad un dominio locale, non è percepito altrettanto bene dagli utenti
 - ✓ Connesso con il sito principale, stesso intestatario

Cartella (es nomebrand.it/fr/)

- Vantaggi:
 - ✓ Eredità il trust/autorità dal sito web principale
- Svantaggi:
 - ✓ Nelle SERP ha meno influenza rispetto ad un dominio locale, non è percepito altrettanto bene dagli utenti
 - ✓ Non può essere hostato localmente
 - ✓ Stesso intestatario

Whois (intestatario del dominio)

- Se possibile è preferibile utilizzare un indirizzo fisico del paese in cui si registra il dominio
- Inserire nel sito i propri dati utilizzando Schema.org
- Difficile da fare per le strutture ricettive che sono in Italia :-)

Hosting

- Se possibile è preferibile **hostare localmente** (es. se avete un dominio .de cercate un hosting in Germania)
- Verificare che l'hosting sia **effettivamente** nella nazione in cui si acquista (no reseller di hosting USA)
- Non è determinante ai fini del posizionamento

Contenuti del sito (Traduzione)

- Non far semplicemente tradurre i contenuti, è importante invece farli **localizzare** (da persona madrelingua)
- Le parole chiavi utilizzate sono differenti, serve una persona con una **conoscenza approfondita del mercato in cui opera**
- Non vi sono rischi di **contenuti duplicati** per quanto riguarda le traduzioni
- Il contenuto può anche essere **differente/integrato** se aiuta a posizionarsi meglio su keyword di specifico interesse
- Fai verificare le traduzioni da un **madrelingua** (non fidarti delle agenzie e chiedi delle traduzioni di prova)

Contenuti del sito (Traduzione)

- Ricordati di far tradurre anche **Title** e **Meta Description**
- Specifica a cosa servono (funzione e importanza) e come devono essere ottimizzati
- Indica a chi tradurrà **dove andrà inserito il testo**

Esplicita la lingua

- Puoi dichiarare esplicitamente la lingua del contenuto utilizzando meta tag:

```
<meta http-equiv="content-language" content="en-us">
```

- Nella sezione <head></head> della pagina HTML
- È utile per Yahoo! e Bing, Google non lo tiene in considerazione

Rel Alternate

- Fai implementare il **rel alternate** nelle pagine delle varie lingue per consentire a Google di visualizzare la lingua corretta o l'URL locale per gli utenti che effettuano ricerche

- **Elemento link HTML nell'intestazione.** Nella sezione `<head>` del codice HTML di `http://www.example.com/`, aggiungi un elemento `link` che rimandi alla versione spagnola di tale pagina web all'indirizzo `http://es.example.com/`, in questo modo:

```
<link rel="alternate" hreflang="es" href="http://es.example.com/" />
```

- **Intestazione HTTP.** Se pubblichi dei file non in HTML (come i file PDF), puoi utilizzare un'intestazione [HTTP](#) per specificare la versione di un URL in una lingua diversa:

```
Link: <http://es.example.com/>; rel="alternate"; hreflang="es"
```

- **Sitemap.** Anziché utilizzare il markup, puoi inviare le informazioni sulla versione in lingua in una [Sitemap](#).

- <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=it&answer=189077>

Local Search

Circa 177.000 risultati (0,48 secondi)

Hotel Forte dei Marmi - EdenHotel.it

Ann. www.edenhotel.it/

Hotel con piscina e ristorante a due passi dalla spiaggia!

Hotel 3* Forte dei Marmi - trivago® Hotel 3 Stelle fino -78%

Ann. www.trivago.it/Hotel-ForteDeiMarmi

Confronta e Risparmia fino a -78%!

Cerca & Risparmia · Tempo & Denaro · Facile & Veloce · Scelta & Qualità

Forte Dei Marmi Hotel 3 Stelle - TripAdvisor.it

Ann. fortedeimarmi.tripadvisor.it/hotel

Forte Dei Marmi alberghi economici. 43 hotel a Forte Dei Marmi

Milioni di recensioni · Foto dei viaggiatori · Confronta prezzi

"Il portale di viaggi più grande del mondo" – La Repubblica

TripAdvisor ha 2.967.686 follower su Google+

Pianifica il tuo viaggio · Hotel di lusso · Ristoranti · Hotel romantici

3 stelle Hotel a Forte Dei Marmi - TripAdvisor

www.tripadvisor.it > ... > Forte Dei Marmi > Hotel Forte Dei Marmi

Hotel a 3 stelle a Forte Dei Marmi su TripAdvisor: vedi 663 recensioni dei viaggiatori,

1.297 foto originali e le tariffe di 11 hotel a Forte Dei Marmi.

Hotel Forte dei Marmi con piscina 3 stelle Forte dei Marmi ...

www.hotellepleiadi.it/

L'Hotel Le Pleiadi è un hotel a Forte dei Marmi 3 stelle con piscina in Versilia, per una vacanza di prestigio in Toscana.

Hotel Olimpia 3 stelle Forte dei Marmi, Alberghi in Versilia

www.olimpiahotel.it/

L'Hotel Olimpia 3 stelle, completamente ristrutturato, è situato a 50 metri dal mare e a 400 metri dal centro di Forte dei Marmi, cuore della Versilia, in posizione ...

Tariffe e sconti · Modulo caparra · Prenotazioni · Dove siamo

Hotel le Pleiadi

www.hotellepleiadi.it

Pagina Google+

Hotel Olimpia

A Via Matteo Civitali, 51
Forte dei Marmi LU
0584 768087

B Forte dei Marmi LU
0584 707946

1



Mappa per hotel forte dei marmi 3 stelle

Annunci 1

Hotel a Forte dei Marmi

www.stmauritiushotel.com/offerte2015

Non aspettare ancora, prenota subito la tua vacanza 2015!

Hotel 3 Stelle Forte dei Marmi

www.expedia.it/Hotel-Lucca

Prenota Al Miglior Prezzo Garantito

Hotel a Lucca in Offerta.

Hotel Forte Dei Marmi 3 Stelle

www.hotels.com/

Prenota & risparmia fino al 50%.

Prezzo più basso garantito!

3* a Forte dei Marmi

www.hotelscan.it/3*-Forte-dei-Marmi

3 Stelle a partire da 21€.

Trova Subito il Prezzo più Basso!

Hotel 3 Stelle

www.hotelanforaelba.com/

Hotel Anfora a Capoliveri: 3 stelle

Visita Ora il nostro sito online!

Hotel 3* Forte Dei Marmi

www.venere.com/Forte-Dei-Marmi-Hotel

I migliori Hotel con Recensioni.

Local Search

Effettuando una ricerca su Google con **intento locale** (contenente il nome di una località, ma non solo) all'interno della SERP compaiono **informazioni di specifiche attività locali** con indirizzi, numeri di telefono, posizione sulla mappa ecc.

Cosa vuol dire Geolocalizzare?

- Nel caso della promozione online intendiamo permettere ai motori di ricerca di **individuare una determinata area geografica in cui collocare la tua attività** (che può essere di tipo ricettivo ma anche qualsiasi altro business con una sede fisica: punti vendita, agenzie, negozi, aziende ecc.)
- Se i motori di ricerca geolocalizzano correttamente la tua attività, e la associano alla categoria corretta, **potrebbe uscire nelle SERP** quando un utente effettua una ricerca con intento locale, es. «hotel a verona»

Perché è importante?

- ✓ Su Google, **una query su tre** ha intenti locali
- ✓ Il posizionamento nelle mappe di Google può consentire (da solo) di **ottenere un'ottima visibilità** senza la necessità di un'attività SEO molto più spinta
- ✓ Fondamentale per le ricerche da **mobile**
- ✓ Completezza di informazioni (indirizzo, orari di apertura, recapiti...)

Venice Update

Nel febbraio 2012 Google ha annunciato il **Venice Update**

Per le ricerche con **intento locale** vengono mostrati nelle SERP **risultati localizzati**, anche se l'utente non ha specificato esplicitamente la località di interesse

In questo modo quando si fanno delle **ricerche generiche**, la SERP risultante dalla query sarà generata **basandosi anche sulla località** di chi ha effettuato la ricerca (stimata in base all'indirizzo IP o GPS)

Venice Update

[Web](#) [Maps](#) [Immagini](#) [Notizie](#) [Video](#) [Altro](#) [Strumenti di ricerca](#)

Circa 22.300.000 risultati (0,49 secondi)

Hotel 4 Stelle - Prenota ora con Booking.com
[Ann.](#) [www.booking.com/4-Star-Hotels](#) 
Miglior Prezzo Garantito.
Offerte Speciali - Prenota ora - [Prenotazione sicura](#) - Nessun costo aggiuntivo

Hotel 4* a Roma - Hotel Roma con Wi-Fi & Fitness
[Ann.](#) [www.accorhotels.com/Roma](#) 
Ti Garantiamo il Prezzo Più Basso!
Accorhotels.com ha 902.452 follower su Google+
Garanzia Miglior Prezzo - Prenotazione Anticipata - Hotel Ibis a 45 €

Hotel Leopardi
[www.leopardi.vr.it](#)
3,9  8 recensioni Google - 80 €▼

Montresor Hotel Palace
[www.montresorhotels.com](#)
4,2  11 recensioni Google - 61 €▼

Grand Hotel Verona
[www.grandhotel.vr.it](#)
4,2  9 recensioni Google - 134 €▼

Best Western Hotel Firenze
[www.verona-hotelfirenze.com](#)
4,7  24 recensioni Google - 117 €▼

Hotel Giberti
[www.hotelligiberti.it](#)
4,5  13 recensioni Google - 127 €▼

Hotel Fiera
[www.hotelfieraverona.biz](#)
3,6  11 recensioni Google - 71 €▼

A Via Giacomo Leopardi, 16
Verona VR
045 810 1444

B Via Luigi Galvani, 19
Verona VR
045 676 1111

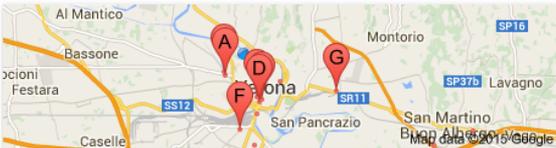
C Corso Porta Nuova, 105
Verona VR
045 595600

D Corso Porta Nuova, 88
Verona VR
045 801 1510

E Via Gian Matteo Giberti, 7
Verona VR
045 800 6900

F Via Ugo Zannoni, 26
Verona VR
045 820 4485

Mappa per hotel 4 stelle



Annunci 

Hotel 4 Stelle fino -78%
[www.trivago.it/Hotel-4-Stelle](#) 
trivago® Hotel 4 Stelle fino -78%.
L'Hotel Ideale al Miglior Prezzo!

Hotel 4* spiaggia privata
[www.hotelmara.it/](#) 
Offerte famiglia Luglio e Agosto
Baby, Mini e Junior Club, piscina

Ortisei 4 Stelle Albergo
[www.laperlahotel.info/Hotel-4-stelle](#) 
Hotel 4 stelle familiare a Ortisei.
Prenota vacanze indimenticabili!

Albergo Livigno 4 Stelle
[www.alpenvillagehotel.it/](#) 
Scopri l'offerta Ladies Free.
Livigno: tanta Neve e Allegria!
[Visualizza il tuo annuncio qui >](#)

I Fattori per aumentare la visibilità

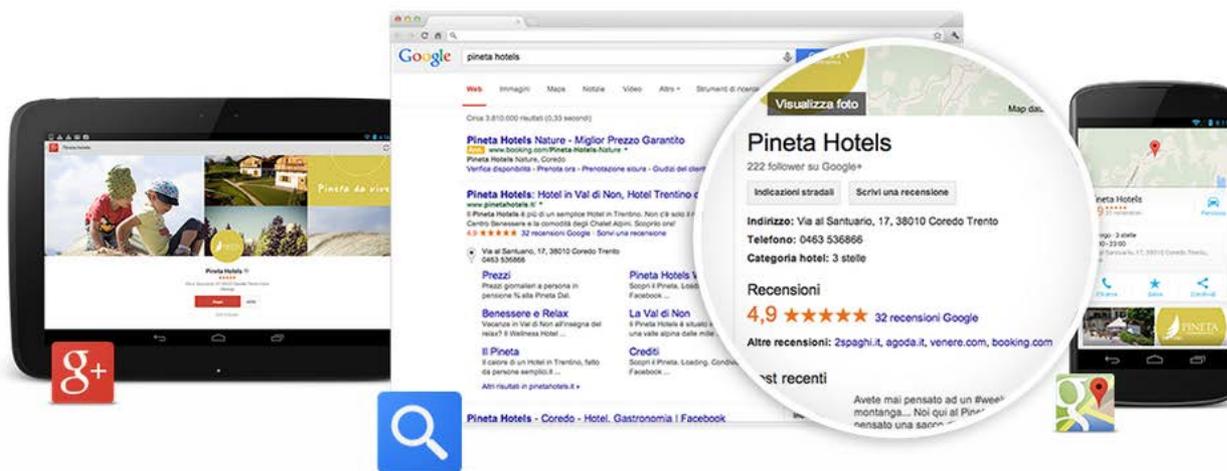
- ✓ Scheda dell'attività su **Google MyBusiness**, completa con tutti i dati e categorie opportune
- ✓ Avere l'indirizzo nella città in cui si effettua la ricerca
- ✓ Essere posizionati nelle vicinanze del **centro della città**
- ✓ Numero di **recensioni** (sia sui portali delle OTA che sulle schede di Google) e **citazioni** (nome, indirizzo, numero di telefono)
- ✓ SEO Classica (nome della città nel Title)
- ✓ Markup di **Schema.org**
- ✓ Presenza in siti, portali e directory locali
- ✓ **Coerenza dei dati** presenti su Google Maps, Sito Web, Pagine Gialle, Portali Locali, Servizi di Geolocalizzazione (ragione sociale, indirizzo, telefono)

Google My Business

Porta la tua attività su Google. Gratuitamente.

Novità Google My Business ti mette in contatto con i clienti che ti cercano su Google, Maps o Google+.

Inizia ora



Aumenta la tua visibilità su Google

Fornisci le informazioni giuste

Dialoga con gli utenti



Google My Business



Residenza Ariosto Verificato

La Residenza Ariosto è un residence in centro a Bologna, situato a pochi passi dalla zona universitaria e da Piazza Maggiore....

[Modifica](#) 

7 follower 051 095 2779 <http://residenzaariosto.it/>

Residence 09:00 - 20:00 Via Marsala, 11, 40126 Bologna, Provincia di Bologna, E...

  [+10](#) [Aggiungi foto](#) [Aggiungi tour virtuale](#)

Dati statistici per la tua attività, ultimi 30 giorni

 Statistiche	6360 19% ↓ visualizzazioni	38 45% ↓ click	0 100% ↓ nuovi follower	Visualizza statistiche
--	----------------------------------	----------------------	-------------------------------	--

Recensioni per la tua attività

 Recensioni	5 ★★★★★ Valutazione Google	1 recensione su Google	94 recensioni sul Web	Gestisci recensioni
---	----------------------------------	---------------------------	--------------------------	-------------------------------------

Completa la Scheda con tutti i campi richiesti

- Ragione Sociale (quella corretta, non fare spam!)
- Indirizzo, CAP, Città, Provincia
- Telefono principale (importante!)
- E-Mail
- Sito web
- Descrizione
- Categoria
- Orari di Apertura
- Opzioni di Pagamento
- Foto e Video

Portali Locali

- Fai in modo che la tua attività **sia citata** attraverso articoli, schede ecc. nelle seguenti tipologie di siti:
 - ✓ **Portali Verticali:** siti web istituzionali, di consorzi, attrazioni turistiche, portali locali, meteo, webcam ecc.
 - ✓ **Blog:** blog che trattano della tua località, blog su eventi
 - ✓ **Directory locali a tema**
- Se possibile inserisci anche la ragione sociale, indirizzo e numero di telefono della tua struttura ricettiva nelle schede o in calce agli articoli

Schema.org

- È un progetto nato da Google, Microsoft e Yahoo! con lo scopo di migliorare il Web creando uno **schema di markup dei dati strutturati** supportato dai principali motori di ricerca
- Il markup all'interno della pagina consente ai motori di ricerca di **comprendere le informazioni presenti** nelle pagine web e fornire risultati più completi
- Esistono diverse tipologie di formati:
 - Creative works: CreativeWork, Book, Movie, MusicRecording, Recipe, TVSeries ...
 - Embedded non-text objects: AudioObject, ImageObject, VideoObject
 - Event
 - Health and medical types: notes on the health and medical types under MedicalEntity.
 - Organization
 - Person
 - Place, LocalBusiness, Restaurant ...
 - Product, Offer, AggregateOffer
 - Review, AggregateRating

Schema.org (2)

- Per le strutture ricettive quelli più interessanti sono:
 - ✓ <http://schema.org/Hotel>
 - ✓ <http://schema.org/BedAndBreakfast>
 - ✓ <http://schema.org/Hostel>
 - ✓ <http://schema.org/Review>
- Fai inserire i dati di contatto nel Footer del tuo sito web utilizzando tali schemi e verifica che Google li interpreti correttamente verificando con il seguente tool:
 - <http://www.google.com/webmasters/tools/richsnippets>

Schema.org (3)

- Esempio dei rich snippet in Booking.com (recensioni)

[Booking.com : Hotel Verona , Verona, Italia - 600 Giudizi degli ospiti ...](#)

[www.booking.com](#) > [Italia](#) > [Veneto](#) > [Verona](#) > [Cittadella](#) ▼

★★★★★ Valutazione: 8.7/10 - 600 recensioni

L'Hotel Verona dista 5 minuti a piedi dall'Arena di Verona. Questo hotel boutique di design propone interni moderni.

- Verificando con il rich snippet testing tools vediamo:

Estratti dati strutturati

hreview-aggregate

summary:	Camere: 27
item-fn:	Hotel Verona
rating:	
best:	10
average (normalized to 5.0 scale):	4.5
average:	8.7

- L'utilizzo dei rich snippet contribuisce ad aumentare il CTR nelle SERP

Google Hotel Finder



Cos'è Google Hotel Finder?

- “Google Hotel Finder semplifica il confronto e la prenotazione di hotel trovati sul Web” - <http://www.google.it/hotels/>

 Hotel Finder

Cerca una città, un indirizzo o un hotel

 Scegli data d'inizio

 Scegli data di fine



Destinazioni scelte per te:

Roma, Lazio

Milano, Lombardia

Palermo, Sicilia

Napoli, Stati Uniti

Verona, Veneto

Cosa possono fare gli utenti tramite GHF?

- ✓ Cercare degli **hotel** in una specifica località e confrontare le diverse soluzioni disponibili in base al prezzo, posizione e recensioni
- ✓ Visualizzare **schede dettagliate** sulle strutture ricettive
- ✓ Visualizzare informazioni dettagliate sulla **posizione**
- ✓ Procedere con la **prenotazione** dell'hotel sui portali delle **OTA** o visitare il **sito ufficiale** della struttura

Il risultato di una ricerca

Google

Web **Hotel** Altro

Ordinamento

Filtri



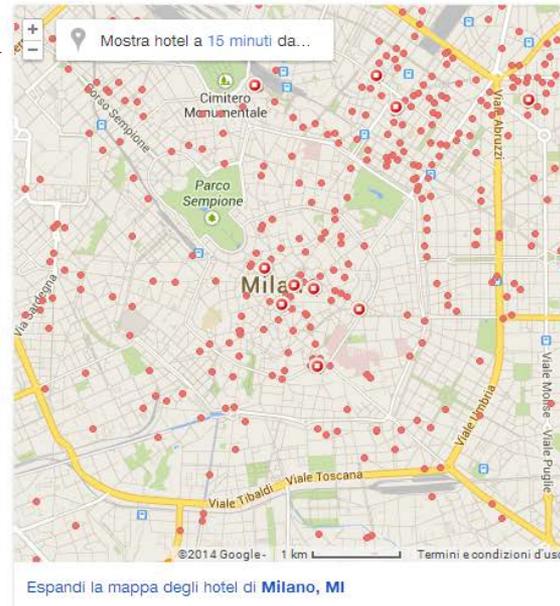
Prezzo ▾ Categoria hotel ▾ Catena alberghiera ▾ Valutazione utenti ▾ Servizi ▾ Posizione ▾

884 hotel

Risultati



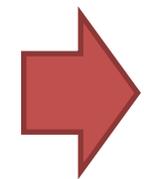
- Grand Hotel Villa Torretta Srl**
Annuncio 4,6 ★★★★★ 7 recensioni Hotel a 4 stelle **104 €** per notte
Wi-Fi gratuito · Parcheggio gratuito 
- BEST WESTERN Hotel Madison**
Annuncio 3,3 ★★★★★ 8 recensioni Hotel a 4 stelle **124 €** per notte
Colazione inclusa 
- Hotel Spadari Al Duomo**
4,3 ★★★★★ 13 recensioni Hotel a 4 stelle **240 €** per notte
Colazione inclusa 
- Hilton International Milano**
3,9 ★★★★★ 18 recensioni Hotel a 4 stelle **120 €** per notte
Just 1 block from the Central Train Station and airport shuttle buses, the Hilton Milan hotel boasts an Execu...
Colazione inclusa · Wi-Fi gratuito · ... 



Mappa

Scheda della struttura

Recensioni



Foto



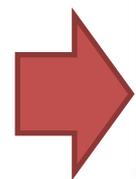
Hotel Straf

4,1 ★★★★★ 33 recensioni

Hotel a 4 stelle

★ Salva

Prenotazione



Prenota una camera

Annunci ⓘ

Booking.com 300 €

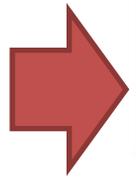
Easytobook.com 296 €

Altri prezzi ▾

I prezzi sono per notte, tasse e commissioni incluse.

Valute convertite...

Servizi



Servizi

Animali domestici ammessi

Aria condizionata

Bambini benvenuti

Bar

Colazione inclusa

Lavanderia

Palestra

Parcheggio a pagamento

Ristorante

Servizio in camera

Strutture accessibili

Wi-Fi gratuito



Recensioni

✎ Scrivi una recensione

4,1 ★★★★★ 33 recensioni

Un utente Zagat
★★★★★ un anno fa

di questo posto conosco il bar, che è molto frequentato per l'aperitivo in zona duomo. cocktail buoni ma soprattutto ambiente ottimo per socializzare, con lo spazio su marciapiedi esterno al ...

Un utente Zagat
★★★★★ un anno fa

veramente ottimo, ma rapporto qualità prezzo non adeguato



Hotel Straf

Via San Raffaele, 3, 20121
Milano

Indicazioni stradali

www.straf.it

02 805081



Sito ufficiale e numero di telefono

Quando compare il box di ricerca?

Dai test che ho effettuato il box di Google Hotel Finder compare spesso per le **ricerche più generiche** (es. *hotel milano*), meno frequentemente per le keyword long tail (es. *hotel economici a milano in luglio*)

Non compare invece per le **ricerche brandizzate** (contenenti il nome specifico della struttura ricettiva)



Motivo importante per puntare su una strategia SEO che lavori su keyword long tail (es. eventi, fiere, manifestazioni, ponti ecc.)

Inserimento in Google Hotel Finder

Come posso inserire la mia struttura in Google Hotel Finder?

- ✓ Non esiste un modulo di registrazione/inserimento
- ✓ L'inserimento avviene in modo **algoritmico**

“Google Hotel Finder utilizza diverse fonti di dati per stabilire se visualizzare o meno gli hotel nel nostro prodotto. Anche se non esistono misure specifiche che possano garantire l'inclusione, esiste una procedura che puoi svolgere per migliorare la tua presenza su Google.”



Rivendicare la scheda in Google My Business

Consigli

- 1) Crea ed ottimizza la scheda della tua struttura su **Google MyBusiness** (prestando attenzione anche alle fotografie)
- 2) Affiliati alle **OTA**: Google Hotel Finder ricava i dati quali prezzi, disponibilità, camere ecc. dai portali delle OTA
- 3) Incrementa **numero e qualità delle recensioni** (da utenti iscritti a Google+)
- 4) In ambito SEO lavorare maggiormente su **keyword long tail**
- 5) Lavora molto su **brand e reputazione**

Ottimizzazione offsite

Top 5 Ranking Factors

1. Keyword Focused [Anchor Text](#) from External Links
73% very high importance

2. [External Link](#) Popularity (quantity/quality of external links)
71% very high importance

3. Diversity of Link Sources (links from many unique [root domains](#))
67% very high importance

4. Keyword Use Anywhere in the [Title Tag](#)
66% very high importance

5. Trustworthiness of the Domain Based on Link Distance from Trusted Domains (e.g. TrustRank, Domain [mozTrust](#), etc.)
66% very high importance


Good!!
😊

[See all ranking factors](#)

Anchor Text

- L'**anchor text** è il testo che contiene un collegamento o link a un'altra pagina.
 - `Sito dell'hotel`
- Tematizza la pagina linkata
- È un fattore molto considerato dai motori di ricerca, fino a poco fa bastava avere link in ingresso con uno specifico anchor text per posizionarsi bene su una determinata parola chiave

I link che ci interessano

- Da un sito a tema (meglio se competitor diretto)
 - Da una pagina a tema (meglio se posizionata per la keyword di nostro interesse)
 - Nel corpo del testo (no widget, no footer)
 - Verso la pagina che vogliamo posizionare
 - Con anchor text ~~che corrisponde alla~~ contenente anche la keyword da posizionare
 - Naturale (inserito da altri in maniera spontanea)
- Tali link sono molto difficili da ottenere

Vacanza estiva al Sud della Sardegna: località straordinarie e prezzi convenienti

6 marzo 2015 | Sezione: Lo Stivale Inatteso | Scritto da: TurismoVacanza.net



La Sardegna è una regione straordinaria, una meta turistica perfetta per chi desidera



Un'iniziativa di Kijiji



Pochi chilometri più a Est si raggiunge inoltre Villasimius, un luogo dove sono presenti molte [case vacanza Sardegna](#) e che gode di grande interesse dal punto di vista turistico; come non ricordare, inoltre, la magnifica zona di Costa Rei, un tratto costiero piuttosto esteso che propone una spiaggia sabbiosa davvero molto ampia, ben attrezzata e molto frequentata.

Costa Rei, ricca di [hotel sul mare Sardegna](#), è la meta adatta per i giovani: i turisti "under 30", in questa zona, sono tantissimi, e le opportunità di divertimento sono numerose anche per quanto riguarda la vita notturna.

Come si possono ottenere link importanti?

- Per una struttura ricettiva i link si possono ottenere da:
 - Partner
 - Fornitori
 - Clienti
 - Portali Locali
 - Attività Locali (negozi, ristoranti, musei, locali notturni ecc.)

Partner

- Stabilisci una partnership con dei servizi cui è possibile indirizzare i tuoi clienti
 - ✓ Ristoranti
 - ✓ Musei/Mostre
 - ✓ Fiere/Manifestazioni/Eventi
 - ✓ Parchi Tematici
- Chiedi di inserire link specifici nei loro siti verso il tuo, invia direttamente tu il testo da inserire
- Offri qualcosa di utile per i loro clienti (es. 10% di sconto sulla prenotazione, stabilisci delle convenzioni)

Fornitori

- Fai loro inserire un badge «fornitore ufficiale»
- Personalizza il testo per ogni fornitore (diversifica gli anchor text), utilizza l'immagine solo come sfondo
- Verifica l'inserimento effettivo (no nofollow, no redirect)
- Meglio se il link è testuale
- Altrimenti inserisci il testo nell'attributo ALT dell'immagine
- Risulta più semplice se sei una grande struttura
- Fornisci loro l'opportunità, il privilegio...
- Fai leva sui rapporti personali/fiducia



Clienti

- Contatta i clienti che vedi **particolarmente soddisfatti** del soggiorno, soprattutto i **più giovani** per chiedere loro di citarti in un post sui loro blog personali
- Utilizza una email alcuni giorni dopo il rientro, invitandoli a citarti/linkarti
- Offri uno sconto extra per il prossimo soggiorno se inseriscono un link verso il tuo sito nel loro sito o blog. Fatti segnalare i link inseriti (ed eventualmente chiedi loro di modificarli/ottimizzarli, soprattutto se hanno siti autorevoli)

Contest

- Indici un **concorso fotografico** tra gli ospiti della tua struttura, mettendo ed esempio in palio un soggiorno per il vincitore
- La votazione deve essere fatta tramite un **bottone inserito sul sito** o like button di Facebook, i partecipanti rimanderanno con link o attività social i loro amici sulla specifica pagina per votare
- Crea un banner specifico da fare inserire sul sito/blog dei partecipanti al concorso per farsi votare

Link Baiting

- Cerca di attirare link in modo naturale fornendo risorse utili ai turisti:
 - ✓ I migliori ristoranti/trattorie della zona in cui mangiare la cucina tipica
 - ✓ I più importanti locali notturni della zona
 - ✓ 10 cose da fare quando piove
 - ✓ 10 luoghi da visitare che non trovi sulle guide turistiche
- Contatta anche i ristoranti/locali che segnali per notificargli la cosa e chiedendogli se possono fare altrettanto sul loro sito

Blog

- Scrivi delle **iniziative**, attività locali della tua zona organizzate da aziende, enti turistici, locali ecc. notifica loro che hai parlato della loro iniziativa e **chiedi di inserire un link** al tuo articolo nel loro sito/blog ufficiale
- Recensisci i migliori ristoranti dove mangiare nella tua località, i locali da non perdere, i luoghi da visitare
- **Intervista e pubblica foto** di chi soggiorna nella tua struttura, gli intervistati tenderanno a parlarne con amici/parenti ed a citare la cosa nei loro siti/profilo social

Blog

- Scrivi di argomenti particolari che possono attirare l'attenzione di specifici gruppi di persone:
 - ✓ Ristoranti dove si può mangiare vegetariano
 - ✓ Turismo religioso
 - ✓ Spiagge libere non segnalata sulle guide
 - ✓ Percorsi da fare in bicicletta
 - ✓ Escursioni in montagna
 - ✓ Spiagge attrezzate per gli animali domestici
 - ✓ Attività sportive particolari

Consigli

- Chi non inserisce link al tuo sito spesso non lo fa perché non vuole ma per **pigrizia** o perché non sa come farlo
 - Fornisci tu il **codice HTML** con cui linkarti (widget, immagine ecc.)
 - In questo modo hai anche un controllo maggiore sugli anchor text utilizzati (ricordati di variarli)
-
- Presta attenzione a cosa ti chiedono i tuoi clienti, sono ottimi spunti per fare degli articoli!
 - Segnala i contenuti scritti a siti specifici che trattano di quell'argomento!

Guida Turistica per aumentare le condivisioni

- Fornisci una guida turistica sulla località dove è situata la tua struttura da scaricare gratuitamente dal tuo sito
- Per fare il download della guida gli utenti dovranno fare un Tweet (<http://www.paywithatweet.com/>) o un +1 (<http://www.plusonetodownload.com/>)
- Realizza la **guida in formato PDF**, inserendo dei link alla tua struttura ed invita gli utenti a pubblicarla nei loro siti
- Promuovi la guida nella **sidebar** del tuo blog (con un'immagine cliccabile che invita a scaricarla gratis)



Messaggio di Benvenuto Hotel Mario's

Il vostro viaggio a Firenze sta per cominciare. Hotel Mario's è felice di darvi il più caldo dei benvenuti. Faremo tutto il possibile perché il vostro soggiorno sia oltre le migliori delle aspettative. Abbiamo preparato questo documento sperando che vi possa essere di aiuto nel muovervi meglio non solo in albergo, ma anche e soprattutto a Firenze. Se avete prenotato l'albergo senza sapere esattamente dove fosse, avrete una bella sorpresa : ci troviamo in pieno centro storico, a due passi dalla Stazione Centrale ma anche da Piazza del Duomo e da tutti i principali punti di interesse cittadini, compresi quelli per i trasporti urbani ed extraurbani (autobus, treni, taxi, navette per/da aeroporto). Questo file è la "nostra" application per aiutarvi a conoscere ancora meglio Firenze. Ovunque voi dobbiate andare, con o senza mezzi, ascoltando i nostri consigli potrete immergervi alla grande nell'atmosfera di Firenze.

La reception è aperta h24 e potete contare sulla nostra assistenza in ogni momento.

Ricordiamo che l'orario di check in è per le ore 14:00. Potete comunque passare prima a lasciare i vostri bagagli se vi può far comodo.

Analisi dei backlink

- Come posso visualizzare i siti che linkano il mio?
 - <https://ahrefs.com/>
 - <http://www.majesticseo.com/>
 - <http://www.opensiteexplorer.org/>
 - <http://www.backlinkwatch.com/>
 - Google Webmaster Tools (Traffico -> Link che rimandano al tuo sito)
- Verifica i siti che ti linkano e vedi se possono essere ottimizzati (modificando l'anchor text, link a pagine non più esistenti), contatta i titolari del sito e suggeriscigli la modifica

URL Rank ⓘ

32

Ahrefs Domain Rank ⓘ

60

Backlinks ⓘ

1.4 K

Referring Domains ⓘ

171



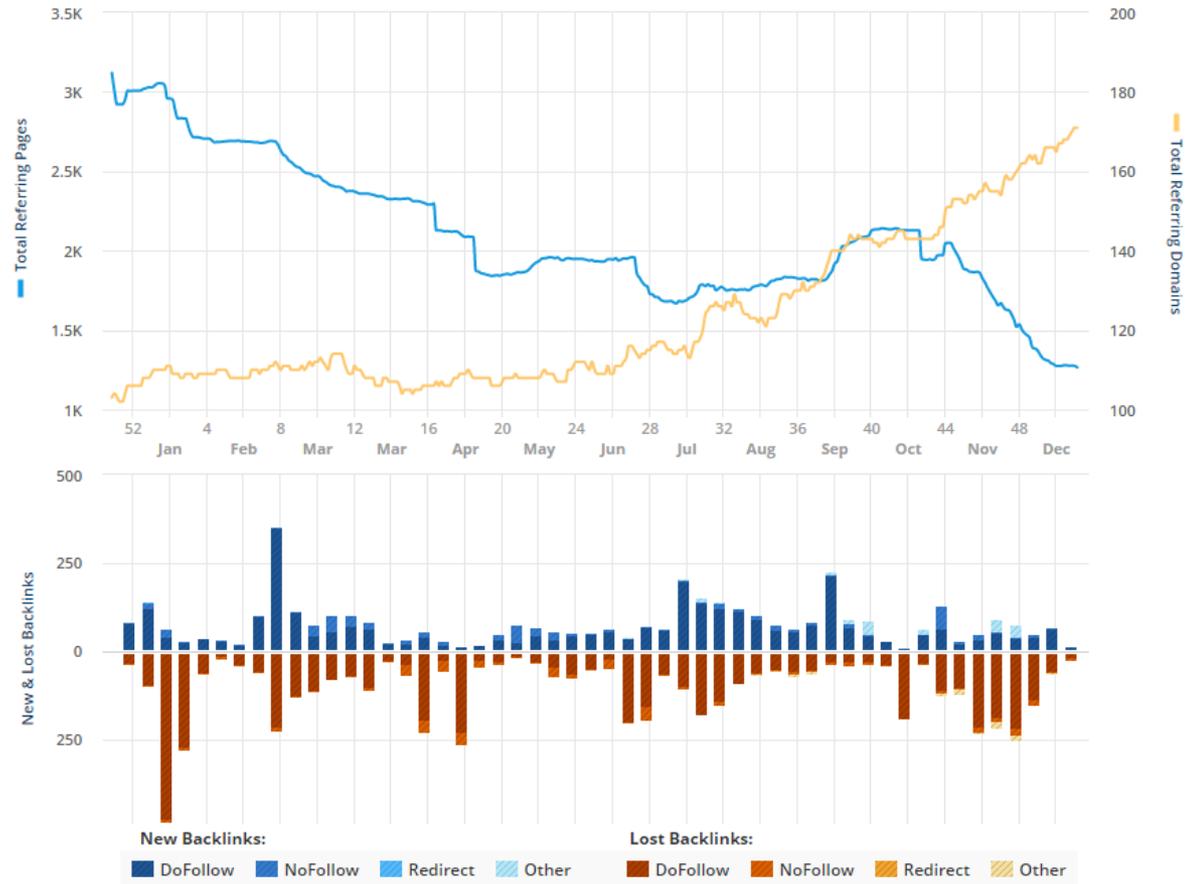
Referring Pages	1,265
Total Backlinks	1,394
Crawled Pages	0
Referring IPs	158
Referring Subnets	123
Referring Domains	171
Governmental	0
Educational	0
.com	55
.net	9
.org	5

Backlink Types:

text	1,322
dofollow	1,176
nofollow	146
sitewide	1
not sitewide	1,393
redirect	3
image	554
form	0
Governmental	0

Referring Pages ⓘ

☐ OCT ☐ NOV ☐ DEC | ALL **ONE YEAR** LAST 30 DAYS



Gli aggiornamenti di Google - Penguin

- Non utilizzare anchor text **aggressivi**, es. «hotel rimini»
- Non utilizzare anchor text **troppo simili**, es. «hotel a rimini», «hotel rimini centro» ecc.
- Utilizza degli anchor text **più lunghi**, es. «questo hotel a rimini per giugno»
- Rendi **più naturali** gli anchor text:
 - «questa pagina sul sito hotelABC.com»
 - «cercando tra le offerte presenti su hotelABC.com»
 - Prenotare un hotel a rimini con «questo»
 - «HotelABC.com»
 - «clicca qui»

It Anchor Text		It Dofollow Referring Domains	It Referring Domains		It Referring Pages	
1.	borgo santo pietro	63	66	17%	167	5%
2.	www.borgosantopietro.com	48	52	13%	129	4%
3.	borgosantopietro.com	13	15	4%	41	1%
4.	boutique hotel tuscany	11	12	3%	23	0.70%
5.	best hotels in tuscany	10	10	3%	17	0.52%
6.	five star hotel tuscany	10	10	3%	11	0.33%
7.	5 star hotel tuscany	9	9	2%	42	1%
8.	relais borgo santo pietro	9	10	3%	17	0.52%
9.	resorts in tuscany	8	8	2%	10	0.30%
10.	5-star hotel tuscany	7	8	2%	28	0.85%
11.	http://www.borgosantopietro.com/en/	7	10	3%	19	0.58%
12.	resort tuscany italy	7	7	2%	22	0.67%
13.	<a>noText	6	7	2%	20	0.61%
14.	best luxury hotels in tuscany	6	6	2%	6	0.18%
15.	borgo santo pietro(*)	6	6	2%	7	0.21%
16.	luxury hotel tuscany	6	6	2%	10	0.30%
17.	spa hotel tuscany	6	6	2%	25	0.76%
18.	best hotels tuscany	5	6	2%	10	0.30%
19.	here	5	5	1%	5	0.15%
20.	http://www.borgosantopietro.com	5	6	2%	15	0.45%
21.	luxury hotel in tuscany	5	5	1%	7	0.21%
22.	luxury hotel toscana	5	5	1%	5	0.15%
23.	website	5	5	1%	30	0.91%

Copywrting

Contenuti:

- Unici
- Di valore
- Di qualità



Contenuti

Obiettivo:

- Approfondire
- Chiarire
- Illustrare

I testi devono essere leggibili e brevi: paragrafi, grassetti, impaginazione.

Un'immagine vale di più di mille parole.

Il titolo è la parte più letta (a volte l'unica).



ULTIM'ORA

Cinema: ISIS adotta il Dogma 95 di Lars Von Trier

Home / Cronaca / Giornalista rivela: "Da anni scrivo frasi a caso, tanto 'sti stronzi leggono solo i titoli"

Giornalista rivela: "Da anni scrivo frasi a caso, tanto 'sti stronzi leggono solo i titoli"

di *Augusto Rasori* il 19-02-2015

Cacatenpetto (AO) – Ma, quando io avrò durata l'eroica fatica di trascrivere questa storia da questo dilavato e graffiato meme, e l'avrò data, come si suol dire, alla luce, si troverà poi chi duri la fatica di leggerla? Nel caso che al termine di questi 500 anni di governo almeno 4 su 5 di questi traguardi non fossero stati raggiunti, il sottoscritto si impegna formalmente a non ripresentare la propria candidatura alle successive elezioni politiche. Australia est omnis divisa in partes tres, quarum unam incolunt Canberrae, aliam Melbourni, tertiam qui ipsorum lingua Sydnae, nostra Australi appellantur. Questo mobile deve essere fissato alla parete con l'accessorio di fissaggio incluso. Pareti di materiali diversi richiedono tipi diversi di accessori di fissaggio. Usa accessori di fissaggio (venduti a parte) adatti alle pareti della tua casa. 5 ripiani inclusi. Now, Mic Kiduk did you hear about this one. Tell me, are you locked in the punch. Mic Kiduk are you goofing on Baruch? Hey, baby, are we losing touch. Zoff, Gentile, Cabrini; Oriali, Collovati, Scirea; Conti, Tardelli, Totti, Antognoni, Graziani. $S = n c_v \log\{(T)\} + n R \log\{(V)\} + \text{cost}$. Per cui...JATEVENNE A FA NGUL!!!

Riepilogo

- L'ottimizzazione **SEO on-site** è fondamentale e la diamo per scontata
- Avere **contenuti originali**, rilevanti ed interessanti è molto importante (“content is king”)
- Ma senza link in ingresso è praticamente impossibile emergere nei settori competitivi
- L'attività di **link building** risulta quindi fondamentale per avere un buon posizionamento sui motori di ricerca
- Non tutti i link sono uguali

Guide Locali

 Guide locali

Google



Benvenuto in Guide locali

Grazie per essere entrato a far parte della nostra community. Guide locali è una community di esploratori che scrivono recensioni locali su Google. Con la pubblicazione di recensioni locali, aiuti le persone a sentirsi a casa, in qualunque parte del mondo si trovino.

Da ora in poi, puoi usufruire di una serie di vantaggi disponibili alle Guide locali di 1° livello:

- Puoi accedere alla nostra newsletter mensile
- Puoi ricevere aggiornamenti continui sugli ultimi vantaggi, funzioni e novità del programma
- In alcuni Paesi, ricevi inviti a competizioni riservate ai membri

Scrivi recensioni per diventare Guida locale di 2° livello e ottenere ancora più [vantaggi](#).

Ad ogni livello, nuovi vantaggi per te



Livello 1

Accedi alla nostra newsletter mensile.

Ricevi aggiornamenti continui sugli ultimi vantaggi, funzioni e novità del programma.

In alcuni Paesi, ricevi inviti a competizioni riservate ai membri.



Livello 2

Partecipi agli Hangout con leader di tendenza, esperti e googler di tutto il mondo.

Invi i tuoi incontri di Guide locali da promuovere.

Puoi sperimentare nuovi prodotti e funzioni Google prima che vengano messi a disposizione di tutti gli utenti.



Livello 3

Puoi farti notare nell'app Google Maps con il badge di Guida locale.

Partecipi alla nostra community Google+ privata.

Puoi presentare domanda per diventare moderatore delle community Google+ delle Guide locali.

Caso di studio

Corso di Formazione Web Marketing Turistico

Terza Edizione

Corso di Formazione Strategie di Web Marketing Turistico
Bologna | 10-11 aprile 2015

Programma Docenti Location **PARTECIPA!**

Per informazioni: 045 5116534 o info@corsowebmarketinghotel.it



Bologna - Relais Bellaria Hotel & Congressi
10 e 11 aprile 2015 Per informazioni chiama: 045 5116534 **PARTECIPA**

L'Evento

Il Corso di Formazione **Strategie di Web Marketing Turistico** ti farà acquisire le conoscenze professionali fondamentali per lavorare con successo nel settore della promozione turistica online. Il corso è strutturato appositamente per venire incontro alle esigenze del settore ricettivo italiano e deriva dalla pluriennale esperienza a contatto con gestori, proprietari e responsabili marketing di **alberghi, Bed & Breakfast, resort ed agriturismi**. Il corso si terrà a Bologna **venerdì 10 e sabato 11 aprile 2015** presso il Relais Bellaria Hotel & Congressi.

<http://corsowebmarketinghotel.it/corso-web-marketing-turistico-bologna-aprile-2015/>

DIGITAL MARKETING TURISTICO

e strategie di *revenue management* per il settore ricettivo

scritto da
Armando Travaglini
Simone Puorto
Vito D'Amico
prefazione di
Rodolfo Baggio



<http://digitalmarketingturistico.it/libro/>





DIGITAL MARKETING TURISTICO

Armando Travaglini

Consulente e formatore Web Marketing Turistico

Digital Marketing Turistico

<http://digitalmarketingturistico.it>

Tel: 045 2221348

Mobile: 328 2711078

Email: armando@digitalmarketingturistico.it