



ArticleMarketingTurbo.com
AUMENTA LA POTENZA DEL TUO SITO

GUIDA ALL'ARTICLE MARKETING E AL SOCIAL BOOKMARKING!



WWW.ARTICLEMARKETINGTURBO.COM

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Copyright 2008-2009 | [Article Marketing Turbo](http://ArticleMarketingTurbo.com) è un'idea di [Marketing Seo Agency](http://MarketingSeoAgency.com) | Tutti i diritti riservati | P.Iva 10179271001

Indice generale

Article Marketing.....	
1. Article Marketing: il mezzo.....	
2. Article Marketing: gli obiettivi.....	
3. Come fare Article Marketing efficacemente.....	
4. Come NON fare Article Marketing.....	
5. I comunicati stampa.....	
6. Conclusioni e consigli utili.....	
Social Bookmarking.....	
7. Social Bookmarking: il mezzo.....	
8. Social Bookmarking: gli obiettivi.....	
9. Come fare Social Bookmarking efficacemente.....	
Aggiornamenti.....	

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Article Marketing



Ogni giorno centinaia di webmaster devono far i conti con i risultati ottenuti dai propri siti web. Alcuni li fanno con il traffico, inteso come il numero di utenti, altri ancora ragionano in base alle pagine viste dagli utenti, altri ancora fanno questi conti con le conversioni.

Una cosa però accomuna tutti gli operatori del web e consiste nel fatto che ogni giorno sono alla ricerca di nuove metodologie per aumentare traffico, pagine viste e conversioni.

Tra le varie metodologie reperibili in rete una che pian piano sta prendendo piede in Italia e di cui si sente parlare molto più spesso su siti, blog e forum è: **l'Article Marketing**.

Ma in pochi comprendono a fondo le potenzialità di tale mezzo ed è proprio per questo che abbiamo deciso di fare un telecoaching mensile riservato ai nostri clienti e di scrivere questa breve guida attraverso cui imparerai alcuni concetti basilari per svolgere la tua attività di article marketing nel migliore dei modi.

Article Marketing: il mezzo



L'Article-Marketing permette di attivare una serie di azioni di marketing nel mercato d'interesse tramite la pubblicazione di articoli su siti specializzati in tale settore.

L'article marketing si potrebbe definire una sorta di **"pubblicità a basso costo"** infatti l'unico costo che dovrai sostenere durante tale attività è il tempo che impieghi per scrivere un articolo.

I siti specializzati in AM hanno lo scopo di accogliere contenuti generati dagli utenti, secondo il rispetto del regolamento che varia da sito in sito.

Come per ogni cosa, anche l'Article Marketing ha i suoi pro e i suoi contro; infatti un'attività di questo tipo fatta alla "garibaldina" non porterà nessun beneficio anzi potrebbe causare gravi danni alla reputazione dei marchi, dei prodotti, del tuo sito e della tua azienda.

Al contrario se vi è una **chiara pianificazione, degli obiettivi e delle azioni** da intraprendere, allora i benefici che se ne possono ottenere sono:

- traffico mirato verso il tuo sito;

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

- link di tipo "one way" verso il proprio tuo sito;
- un posizionamento migliore sui motori di ricerca;
- diffusione del tuo brand;
- aumento delle conversioni;

Fai bene attenzione questi elencati sopra non sono gli obiettivi dell'AM ma sono i benefici che ne otterrai se pianificherai bene le tue operazioni durante lo svolgersi di questo tipo di attività.

Article Marketing: gli obiettivi



Il primo obiettivo che dovresti darti è quello di **dare informazioni originali e di qualità**, infatti i benefici che ne otterrai saranno direttamente proporzionali alla qualità delle informazioni che fornisci.

L'equazione del successo è molto semplice "VALORE ALTO DELLE INFORMAZIONI = RISULTATI ALTI", al contrario "VALORE BASSO DELLE INFORMAZIONI = RISULTATI BASSI".

Fatta chiarezza sull'obiettivo primario che chiunque svolga attività di Article-Marketing deve prefiggersi, vediamo ora una serie di altri obiettivi di vario tipo:

- fidelizzare il cliente;
- generare richieste di contatto da potenziali clienti;
- affermarsi come "opinion leader";
- attivare fenomeni di viral marketing;
- stimolare il mercato e analizzarne le risposte;

Questi elencati sopra sono solo alcuni dei possibili obiettivi raggiungibili grazie all'Article Marketing, infatti a seconda del mercato in cui si opera ce ne possono essere di altri tipi.

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Come fare Article Marketing efficacemente



Fatte le opportune premesse vediamo quali sono i passi da compiere per fare Article-Marketing nel modo più efficace possibile:

Passo 1) Trova dei temi d'interesse aziendali

Attraverso un brainstorming sarà possibile definire le tematiche aziendali che si vogliono "spingere" sul web. Una volta individuate tali tematiche sarà possibile fornire tali informazioni al posizionatore (SEO) che potrà procedere con il secondo passo.

Passo 2) Trova le parole chiave più attinenti alle tematiche aziendali

Una volta che i temi aziendali di maggior interesse sono stati individuati sarà cura di un posizionatore effettuare una ricerca e un'analisi delle parole chiave per cui bisognerà posizionare tale sito sui motori di ricerca.

Passo 3) Crea delle landing page sul tuo sito da linkare all'interno degli articoli

Il terzo passo consiste nel creare sul proprio sito delle landing page specifiche per ogni tematica d'interesse. Queste landing page saranno le pagine che verranno linkate all'interno degli articoli e quindi le pagine che accoglieranno il traffico che arriverà al sito.

Passo 4) Individua i siti di AM e le categorie in cui inserire gli articoli attinenti al tuo mercato

Il quarto passo consiste nell'individuazione dei siti di Article Marketing che abbiano delle categorie tematiche per gli articoli che andrai a proporre.

Passo 5) Scrivi i tuoi articoli e linka al loro interno le landing page dedicate che hai creato sul tuo sito

Il quinto passo solitamente verrà svolto dal "Content Manager". Sarà infatti sua cura quella di preparare testi ottimizzati per le chiavi fornite dal posizionatore e che diano allo stesso tempo informazioni utili, rimandando gli utenti alle varie landing page create precedentemente.

Passo 6) Invia ad ogni singolo sito un articolo specifico

Il penultimo passo da effettuare consiste nell'inviare ad ogni singolo sito di AM una versione

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

diversa dell'articolo.

Passo 7) A distanza di qualche giorno effettua una revisione per verificare che i tuoi articoli abbiano passato la fase di moderazione

Per concludere effettua un giro di revisione sui vari siti a cui hai inviato gli articoli, questo perchè la pubblicazione non avviene subito dopo l'invio ma prima di essere pubblicato un articolo passa in fase di moderazione.

Come NON fare Article Marketing



Abbiamo dunque visto come fare Article Marketing in modo vincente, ma vediamo ora come non vada fatto.

In molti in fatti credono che tale attività consista nel fare il "**copia e incolla**" di un articolo precedentemente pubblicato sul proprio blog ed inviarlo a quanti più siti possibili: **TU NON FARLO!**

Un altro errore molto comune è quello di scrivere articoli focalizzando la scrittura solo per i motori di ricerca, rischiando quindi di penalizzare la comunicazione con il

lettore che è il tuo potenziale cliente.

Infine il terzo errore è quello di inviare lo stesso articolo a due o più siti di AM senza apportare alcuna modifica all'articolo inviato.

Evita quindi di fare questo tipo di attività se:

- non hai il tempo per scrivere articoli originali e di qualità;
- non hai una buona padronanza della lingua italiana;

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

I comunicati stampa



Per quanto riguarda i comunicati stampa il discorso è totalmente differente.

Infatti per definizione il comunicato stampa è un comunicato rivolto alla stampa, quindi ai giornalisti.

L'obiettivo del comunicato stampa è quello di far scrivere alla stampa articoli riguardanti le tematiche del comunicato.

A differenza degli articoli per l'Article Marketing, un comunicato stampa è molto breve e rimanda a maggiori informazioni tramite i recapiti che è possibile inserire alla fine di ogni comunicato.

Altra differenza sostanziale con l'Article-Marketing è che **un comunicato stampa può essere inviato nella stessa versione a due o più siti specializzati in materia.**

Conclusioni e consigli utili

Concludiamo la prima parte di questa breve guida con dei consigli e con delle linee guida generali di cui molti siti di Article Marketing prevedono il loro rispetto per la pubblicazione del tuo elaborato.

- L'articolo deve essere stato scritto da te. Se provi ad inviare un articolo per conto di terzi è opportuno fare riferimento all'autore originale. Di norma non vengono accettati articoli già pubblicati da altri siti, copiati o acquisiti in altri modi.
- All'interno dell'articolo non è possibile inserire link a programmi di affiliazione o troppi link. Un buon articolo deve contenere massimo 2/3 link di uscita.
- Il tuo elaborato deve essere utile e dettagliato (circa 600 parole).
- Gli articoli non devono essere chiaramente promozionali, pubblicitari o inseriti con l'unico scopo di ricevere link verso il proprio sito.
- Ogni articolo deve essere scritto in italiano corretto. Prima di inviare un articolo è opportuno che si rispettino delle semplici regole di ortografia.
- All'interno dell'articolo bisogna rispettare una semplice regola di punteggiatura: prima dei segni di interpunzione non si deve inserire lo spazio. Lo spazio va solo dopo il segno d'interpunzione.
- Gli articoli non possono contenere materiale pornografico e devono rispettare la legislazione vigente.
- Non si deve inviare lo stesso articolo più volte a due o più siti.

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

- Dopo l'inserimento sui vari siti di Article Marketing non è possibile effettuare alcuna modifica.
- Non si devono inviare articoli con l'intento di promuovere servizi legati a numerazioni a valore aggiunto (899 e similari).
- Per l'inserimento dell'articolo in Article Marketing Turbo non bisogna copiare da Word. Ricopia prima il tuo testo dentro un file txt (usando Notepad, Ultraedit e similari). Copia quindi il contenuto di tale file txt all'interno dell'editor di Article Marketing Turbo o scrivi direttamente il tuo elaborato nell'apposito form.
- La sezione relativa all'autore non deve essere più lunga di 3 righe.

Gli articoli che non rispettano questi semplici consigli è difficile che vengano pubblicati dai relativi siti di **Article Marketing**. Ogni sito ha le proprie norme a cui bisogna attenersi per riuscire nel processo di pubblicazione.

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Social Bookmarking



Con l'avvento del web 2.0 hanno preso piede su internet una serie di metodologie "low cost" per diffondere la propria immagine su internet, una di queste è: il social bookmarking.

Nel corso degli ultimi mesi queste tipologie di sito stanno avendo un vero e proprio "BOOM" ma in pochi riescono a sfruttarne a pieno le potenzialità ottenendo benefici per il proprio sito e la propria immagine.

Se operi nel web da qualche tempo avrai sicuramente sentito parlare di siti di Editoria Sociale o News Rating, al contrario se non sai minimamente cosa siano tali siti ti invitiamo a leggere questa breve guida in cui vengono approfonditi alcuni degli aspetti base per fare social bookmarking nel migliore dei modi.

Social Bookmarking: il mezzo



Il Social-Bookmarking è un mezzo attraverso cui è possibile diffondere i propri articoli tramite la segnalazione di questi su siti specializzati in materia.

L'immagine alla tua sinistra rappresenta perfettamente tale mezzo, infatti il social-bookmarking è paragonabile ad un "antenna" che trasmette un "segnale" verso quante più "radio" riesce a raggiungere.

L'"antenna" in questo caso è Article Marketing Turbo, il "segnale" trasmesso sarà la notizia che hai scritto sul tuo sito e le "radio" sono i siti web a cui proporrai la notizia.

Ma proporre la notizia di per sé non basta per avere successo tramite questo tipo di attività; infatti tornando alla metafora di prima per vedere il tuo "pezzo passato in radio" devi far in modo che arrivino feedback positivi, che consistono in voti veri e propri, infatti ogni utente che leggerà il tuo articolo avrà modo di votarlo, sia in positivo che in negativo.

I benefici che puoi ottenere tramite questo tipo di attività sono gli stessi che abbiamo già visto per l'Article Marketing:

- traffico mirato verso il tuo sito;
- link di tipo "one way" verso il proprio tuo sito;

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

- un posizionamento migliore sui motori di ricerca;
- diffusione del tuo brand;

Social Bookmarking: gli obiettivi



L'obiettivo primario di tale attività è diffondere in rete i propri contenuti attraverso l'utilizzo di quanti più canali possibili.

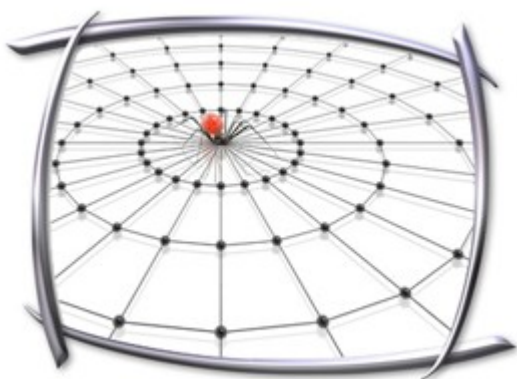
Inoltre come già detto per Article Marketing un obiettivo molto importante che dovresti darti è quello di generare contenuti di qualità.

Un altro obiettivo potrebbe essere quello di dar vita ad un fenomeno virale, sfruttando la potenza virale di questi social network.

Questi sopra sono solo alcuni dei possibili obiettivi raggiungibili grazie all'Social Bookmarking.

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Come fare Social Bookmarking efficacemente



Fatte le dovute introduzioni vediamo quali sono i passi da compiere per fare Socia-Bookmarking nel modo più utile e concreto per il raggiungimento degli obiettivi.

Passo 1) Scrivi un OTTIMO articolo sul tuo sito

Il primo passo di tale attività consiste nella scrittura di un articolo di qualità, utile e ottimizzato in qualche modo per i motori di ricerca.

Passo 2) Individua i siti di Social Bookmarking idonei ai tuoi contenuti

Il secondo passo consiste nell'individuazione dei siti di S.B. che abbiano delle categorie tematiche per gli articoli che andrai a proporre.

Passo 3) Segnala a tutti i siti individuati la tua notizia, utilizzando titolo e descrizione diversa

Questo passo è fondamentale per una buona riuscita di tale attività sui motori di ricerca, infatti puoi benissimo proporre la tua notizia agli stessi siti ma devi adottare delle giuste accortezze. Infatti quando andrai a proporre l'articolo ti verrà chiesto di inserire un titolo ed una descrizione, bene per evitare di essere visti come parte di contenuti duplicati e per posizionarsi sui motori di ricerca per altre parole chiave è bene segnalare la notizia con un titolo e una descrizione diversa da quella riportata sull'articolo. Ti ricordo che Article Marketing Turbo, permette di inviare la tua notizia con un totale di 6 titoli e altrettante descrizioni.

Passo 4) Caccia ai voti positivi

Per ottenere importanti benefici in termini di traffico sarà fondamentale prendere quanti più voti positivi possibili. Per questo è consigliato scrivere titoli accattivanti e perché no chiedere qualche favore agli amici, ad esempio, in chat su Facebook o su i vari I.M. (skype, MSN, ecc). Se riesci ad ottenere un buon numero di voti il tuo articolo all'interno dei social avrà una maggiore visibilità e di riflesso ne otterrai visite verso il tuo sito.

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Aggiornamenti

Questa guida viene aggiornata costantemente per fornirti quante più maggiori informazioni utili per fare article marketing e social bookmarking nel migliore dei modi.

Data ultimo aggiornamento:

15-09-2009

Se le informazioni che hai trovato all'interno di questa guida ti sono state utili puoi pubblicarla sul tuo blog o nei tuoi siti, a condizione di non apportare modifica alcuna e di mantenere i link attivi alla fonte.

Copyright 2008-2009 | [Article Marketing Turbo](#) è un'idea di [Marketing Seo Agency](#) | Tutti i diritti riservati | P.Iva 10179271001