

# SEMS: il motore della promozione

*Un team di specialisti del search engine marketing per creare visibilità alle aziende*

Sems nasce nel 2002 con l'obiettivo di focalizzarsi esclusivamente sul search marketing, un settore che è

sempre stato caratterizzato da un'evoluzione frenetica e che, per questo, richiede un elevato tasso di specializzazione. "Per alimentare questa nostra specializzazione investiamo ogni anno una consistente fetta del nostro fatturato in formazione, ricerca e sviluppo, così da essere costantemente aggiornati su come svolgere al meglio il nostro lavoro per portare risultati concreti e misurabili ai nostri clienti", spiega **Marco**



**Loguercio** (nella foto), amministratore unico di Sems. "Siamo così diventati uno dei punti di riferimento in Italia per quello che riguarda la promozione attraverso i motori di ricerca e a essere la prima scelta per quelle aziende che vogliono avere un ritorno concreto e misurabile dall'attività di promozione attraverso i motori".

Il Search e l'info commerce stanno crescendo fortemente in tutti gli ambiti merceologici.

"Se dobbiamo citarne uno - prosegue Loguercio - sicuramente il turismo è fra quelli che hanno mostrato una crescita di interesse rilevante.

Sono sempre di più, e sempre più spesso, gli italiani e gli stranieri che si portano infatti nei motori di ricerca per trovare informazioni utili su dove andare in vacanza e, una volta decisa la località, per trovare le migliori offerte per viaggiare e soggiornare".

D'altronde soprattutto le strutture che possono instaurare una relazione diretta con chi ha effettuato la ricerca nei motori, consentendogli di prenotare online una camera, un volo, una vettura a noleggio, una lezione di sci o di surf, vedono nel search marketing uno strumento di eccezionale efficacia, con la possibilità di misurare il ritorno sull'investimento e sapere quindi esattamente cos'abbia prodotto ogni euro investito in ottimizzazione del sito o in link sponsorizzati.

## Alta competitività

L'elevata competitività di questo settore, con nuovi player che ogni giorno cercano di affacciarsi sulla scena per conquistarsi una fetta della torta, rende però il muoversi nei motori di ricerca sempre più oneroso, con ritorni che si assottigliano sempre più. Una barriera d'ingresso che può spaventare, ma che non è impossibile da superare se si ha il supporto di un'agenzia specializzata in search engine marketing come Sems, il cui compito è quello di far rendere al massimo gli investimenti in visibilità e traffico dai motori di ricerca, lavorando su ogni dettaglio per massimizzarne l'efficacia. Fin dalla sua fondazione Sems ha avuto un occhio di riguardo per il mondo del turismo online, tanto da lanciare nel 2002 una business unit focalizzata proprio su questa industry, così da portare ai clienti il vantaggio di un'esperienza specifica.

"Ed ancora oggi l'expertise di Sems nel settore turistico non ha pari in Italia - spiega Loguercio - basti considerare che, negli ultimi anni, gli specialisti di Sems hanno seguito o stanno tuttora seguendo le attività di search marketing per colossi dell'e-commerce del calibro di Expedia, lastminute.com, hotels.com; per portali di rilievo internazionale come turismoinliguria.it, il portale ufficiale della Regione Liguria per il turismo; per progetti innovativi legati al turismo quale holimites.com e, non da ultimo, per molte strutture di rilevanza nazionale o locale che hanno voluto conquistare il proprio spazio tra i risultati di ricerca per parole chiave di interesse".

Nessuna formula magica dietro al successo di ogni progetto, bensì un team di specialisti altamente qualificato, una metodologia di lavoro fondata sullo stretto rapporto con i clienti per raggiungere e superare gli obiettivi prefissati, un supporto consulenziale per utilizzare tutte le opportunità offerte dai motori per generare traffico qualificato da convertire in cliente o per identificare quegli strumenti (ad esempio piattaforme di gestione automatizzata delle campagne di keyword advertising) che possano tornare utili per migliorare l'efficacia delle campagne ed incrementare il ritorno sull'investimento.

*in collaborazione con la direzione marketing*