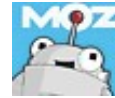


# Alla scoperta dei siti che il vostro pubblico visita - Whiteboard Friday

Di **Rand Fishkin**

4 Marzo 2016



Video originale:

**Discovering Which Sites Your Target Audience Visits - Whiteboard Friday**

<https://moz.com/blog/discovering-which-sites-your-target-audience-visits-whiteboard-friday>



Identificare il mercato di riferimento è solo un quinto della battaglia. Se si vuole vincere quella proverbiale guerra, è necessario conoscere il proprio pubblico dentro e fuori. Scoprire i siti che visitano e utilizzare questa conoscenza a proprio vantaggio è la chiave, ma le pratiche più efficaci per farlo possono risultare poco chiare. Nel Whiteboard Friday di oggi, Rand delinea un processo in cinque passi per raggiungerli con il marketing.

## Trascrizione del video

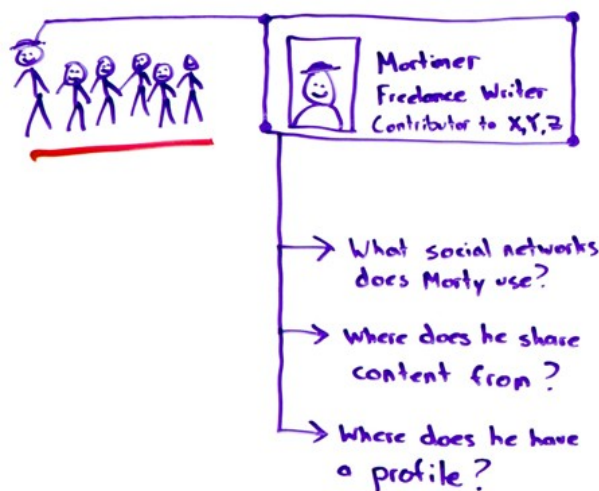
Salve fan di Moz e benvenuti a questa nuova puntata di Whiteboard Friday. Questa settimana parleremo di come trovare siti che il vostro pubblico visita, in modo che il vostro marketing li raggiunga.

Ora, questa è una tattica straordinaria da utilizzare per il link building, è fantastica per il marketing ed è eccellente per raggiungere la vostra comunità, ovunque vada nel Web, ma purtroppo non è sempre evidente come metterla in pratica e questo è esattamente ciò di cui voglio parlare con voi.

## Fase 1 - Identificare le persone che fanno parte del nostro pubblico di riferimento.

Chiunque siano quelli che stiamo cercando di raggiungere, a cui stiamo cercando di vendere, a cui cerchiamo di mirare la nostra azione di marketing, sono persone che fanno determinate ricerche sul Web, che visitano siti e scaricano e installano app. Qualunque siano le cose che fanno nel mondo digitale, vogliamo scoprirle, e per questo dobbiamo iniziare con un gruppo campione di soggetti; un insieme piccolo ma rappresentativo, composto, diciamo, da 5 a 10 persone, che si hanno realmente gli attributi del nostro pubblico. Poi in pratica, li cloneremo. Replicheremo quelle persone.

Quindi, supponiamo di iniziare con un piccolo gruppo; qui ho i miei sei tizi



Ne prendo uno e guardo gli attributi e le caratteristiche di questa persona del mio pubblico.

Si tratta di Mortimer. Come esempio per questo Whiteboard Friday, lui sarà uno scrittore freelance. Immaginiamo che sto realizzando un prodotto specifico per gli scrittori. So che Mortimer è un collaboratore di svariate pubblicazioni.

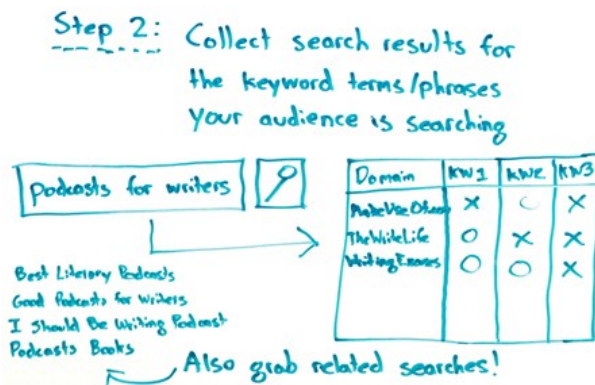
Ora che so il suo nome, un po' cose su di lui e quello che fa, il titolo, magari l'azienda dove lavora, ecc..., posso fare una ricerca: quali sono i social network che usa Mortimer? In pratica farò solo una ricerca su Google cercando: dove sono i posti sul Web dove Mortimer ha dei profili? Dal dove condivide i contenuti? Se usa Twitter, tra l'altro, questo è facilissimo da sapere, utilizzando Followerwonk [<https://moz.com/followerwonk/>]. perché posso andare sulla pagina "Followerwonk Analyze" e vedere tutti i contenuti che condivide, o meglio, l'elenco dei domini che Morty condivide più di frequente. Questa è un'informazione piuttosto preziosa. Se non usa Twitter, va bene lo stesso, possiamo farlo manualmente. Iniziamo a cercare: da dove condivide i contenuti? Di cosa parlano? Ecc... Dove ha un profilo? Quali network usa?

La prossima cosa che farò è utilizzare i dati che ho già raccolto durante la ricerca delle parole chiave [<http://www.ideawebitalia.it/seo/8472/>]. Quindi prendo le keyword che in generale questo gruppo di persone ricerca. Qui posso adottare un filtro un po' più ampio di quello che normalmente farei se cercassi keyword focalizzate sulla vendita, o qualche

altro tipo di conversione. Posso dire: "cosa so di come queste persone effettuano una ricerca, per promuovere le loro carriere, o i loro pezzi, o il loro lavoro nella mia zona?" Non deve essere una ricerca focalizzata sulla conversione. Può essere molto ampia.

## Fase 2 - Raccogliere i risultati della ricerca.

Adesso raccolgo i risultati di questa ricerca e voglio trovare i domini che presentano frequentemente un ranking elevato per un numero consistente di parole chiave.



Potrei usare parole come "podcast for writers" e poi anche delle ricerche correlate, come "best literary podcast", "good podcast for writers" (la keyword "I Should Be Writing podcast" in realtà è una ricerca correlata), o "podcast books".

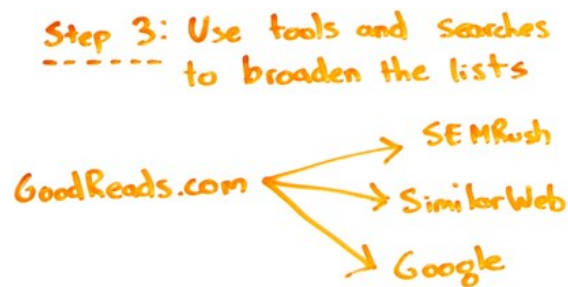
Metterò in fila le keyword di quelle ricerche e saranno le colonne della tabella e poi, sulle righe, ci metterò i domini che ho visto posizionarsi con frequenza per queste keyword: MakeUseOf.com, TheWriteLife e WritingExcuses.com.

Quei domini hanno tutti un qualche genere di ranking per alcune di queste interrogazioni.

Questo processo si può fare abbastanza agevolmente con vari strumenti. Se usate i ranking tools di Moz, potete utilizzare la funzione di esportazione. La stessa cosa, limitata all'esportazione degli URL la potete fare con Searchmetrics

[<http://www.searchmetrics.com/>], o con GetSTAT [<https://getstat.com/>], se usate STAT; oppure potreste usare SEMRush [<https://www.semrush.com/>]. Qualunque sia il software di ranking che utilizzate, potete ottenere un export. Si può fare anche manualmente, ci vuole solo un po' più di tempo.

## Fase 3 - Ampliare le liste.



Il prossimo passo: utilizzo alcuni strumenti e alcune query di ricerca, per ampliare queste liste. Quindi, se scopro che un sacco di gente e un sacco di scrittori vanno a visitare Goodreads.com per motivi evidenti, posso digitarlo in SEMRush. Da SEMRush, posso vedere tutte le parole chiave per cui quel sito si posiziona sui motori di ricerca e anche gli altri domini che più spesso si posizionano per le stesse parole chiave (*la stessa funzione si trova anche nel nuovo tool di Moz "Keyword Explorer"* [<https://moz.com/products/pro/keyword-explorer>] – n.d.t.).

Posso usare SimilarWeb per vedere siti simili: quelle persone visitano anche questi altri siti. E' una funzionalità di SimilarWeb Pro. Posso anche utilizzare Google.

**Goodreads** vs...  
versus...  
alternatives...  
sites like...  
similar sites...

Devo solo aggiungere le frasi "rispetto a", "a confronto", "alternativa", "siti come", "siti simili", alla fine di "Goodreads" o di qualsiasi altro dominio delle liste. Alla fine avrò un'altra manciata di domini da inserire nel tool di analisi dei posizionamenti.

## Fase 4 – Sondare il vostro pubblico di riferimento.

Come ultima cosa per ampliare ancora questa lista e per convalidare e verificare che ho catturato tutto il materiale giusto, potrei provare e inviare un sondaggio al mio pubblico di destinazione. Quindi, se sono in contatto con queste 6 persone e auspicabilmente, con

altre 10 o 20 altre più o meno come loro, allora posso usare Typeform per madare loro un sondaggio (mi piace davvero usare Typeform, l'ho usato qualche volta. Se mi seguite su Twitter, ho pubblicato qualche sondaggio con Typeform ultimamente. Si presenta benissimo sui dispositivi mobile. Ottengo delle percentuali di completamento elevate. mi piace quel software).

Potrei chiedere loro: "quali sono i tuoi tre siti web preferiti per le risorse di scrittura freelance?" Rapido, semplice ed efficace.

Step 4: Survey your target audience

Typeform

What are your three favorite websites for freelance writing resources:

1)  ✓

2)  ✓

3)  ✓

email

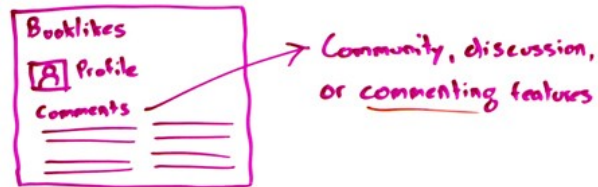
Ora, il massimo sarebbe che è se raccogliessi anche un indirizzo email, perché allora posso entrare in contatto con quelle persone e dire: "ecco i siti più popolari". Oppure metto un post sul blog che mostra cosa fanno quei siti e ora posso andare a contattare quei siti che apparivano più frequentemente nei sondaggi e dire: "indovinate un po'? Nella mia indagine vi siete quelli che vi siete presentati più spesso, e ci ho scritto sopra un post". Ottimo per il networking, costruire un rapporto e promuovere una relazione.

## Fase 5 - Identificare i siti che offrono delle opportunità di marketing per raggiungere il pubblico.

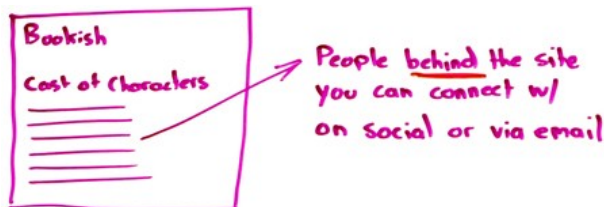
L'ultimo passo è il lavoro per identificare le opportunità di marketing. Ho tutti questi siti, una lista enorme che ho esteso e ampliato più volte. Ora posso andare a cercare per esempio un'opportunità per pubblicare degli annunci. Su Goodreads hanno una piattaforma pubblicitaria che posso usare specificamente per questo.



Posso cercare un gruppo di discussione di una comunità, o delle funzionalità per inserire dei commenti. BookLikes ha un sistema in cui posso impostare un profilo e poi iniziare a commentare e contribuire al loro forum e al loro Q&A.



Bookish ha un elenco di persone di riferimento (Cast of Characters).



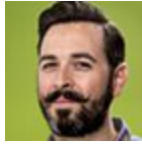
Io trovo sulla loro pagina "About" [<https://www.bookish.com/about/>]. Posso contattare le persone che stanno dietro il sito e poi connettermi con loro. Se tutti hanno un account su Twitter, li posso seguire su Twitter. Posso collegarmi con loro tramite LinkedIn. Potrei presentarmi via e-mail se ho qualcosa di specifico con cui vorrei contribuire a quel sito, nel caso in cui non veda altre opportunità, come la pubblicità o qualcos'altro.

LitReactor mette a disposizione un grande spazio dove potrei creare un account e poi iniziare a presentare il mio contenuto, proprio come YouMoz fa per Moz.com. Questa è un'occasione per fare guest posting.



Fondamentalmente sto cercando qualcosa di simile a tutto questo: delle opportunità in cui posso essere coinvolto in questi siti ed essere visibile al mio pubblico, così da iniziare a creare un rapporto con loro sperando di guadagnare il loro interesse, la loro attenzione, la loro fiducia, sperando che vengano a dare un'occhiata a quello che faccio sul mio sito web.

Bene. Non vedo l'ora di sentire i vostri suggerimenti e le vostre idee, nonché eventuali tool notevoli, o i processi che usate. Ci vedremo di nuovo la prossima settimana per un'altra puntata di Whiteboard Friday. Statemi bene.



**Rand Fishkin**

Traduzione di **Marco Dini**

*MOZ non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione. Moz fornisce i [migliori strumenti](http://moz.com/tools) [http://moz.com/tools] e [risorse](http://moz.com/blog) [http://moz.com/blog] SEO del Web.*



Questo articolo si trova qui:  
[www.ideawebitalia.it/sem/8538/](http://www.ideawebitalia.it/sem/8538/)