

La tua fonte mensile di dati e competenze sul mercato dei veicoli usati

EDIZIONE N.19

E se la vera chiave del successo nella SEO... fosse la SEA?



Pierre BERTRAND

Digital Marketing Lead

Nell'industria automobilistica in rapida evoluzione (con il suo focus su elettrico, digitale e mobilità), catturare l'attenzione del cliente al momento giusto è fondamentale. Due fattori dominano il marketing digitale: SEO e SEA. Continua a leggere per scoprire perché sono essenziali e come si completano a vicenda.

SEO: Traffico gratuito e sostenibile

Search Engine Optimization

-  Visibilità organica
-  Traffico qualificato
-  Impatto a lungo termine
-  Gratuito

SEA: Impatto a breve termine e traffico mirato

Search Engine Advertising

-  Search engine advertising
-  Traffico mirato in base alle keywords
-  Conversione rapida
-  Costo per clic

Perché combinarle?

Maggiore visibilità nei risultati di ricerca

Apparire sia organicamente che attraverso la pubblicità a pagamento per lo stesso termine di ricerca massimizza la percentuale di clic e occupa maggiore spazio rispetto ai competitors. Questo rafforza la credibilità dal punto di vista dell'utente.

Ad esempio, se un utente vede un annuncio a pagamento per un "SUV elettrico" seguito da un link SEO chiamato "Guida SUV 2025", la probabilità di ricevere clic aumenta.

Impatto sulla brand awareness

Ogni volta che un sito web compare nei risultati di ricerca (anche senza un clic), la brand awareness aumenta. Ciò consente alla pubblicità di ricerca a pagamento (SEA) di stabilire un contatto iniziale con gli utenti, che potrebbero quindi tornare sul sito web attraverso la ricerca tramite il nome del marchio. Questo avvantaggia la Search Engine Optimisation (SEO). Inoltre, gli utenti che sono stati esposti a un marchio più volte sono più inclini a effettuare un acquisto sul sito web.

La Search Engine Advertising (SEA) ti permette di testare ipotesi a breve termine e, se vengono convalidate, applicarle alla tua strategia SEO per ottenere risultati a lungo termine. Ad esempio, se una campagna SEA per una nuova gamma di veicoli genera un alto tasso di clic, è consigliabile creare un articolo SEO su quell'argomento con lo stesso titolo utilizzato nell'annuncio.

Buy Used Car

Sponsored results

 Vertu Motors
https://www.vertumotors.com
Used Cars for Sale in the UK | Second Hand Car Deals | Vertu
Find the best selection of used cars at Vertu, featuring over 35 makes. Every Vertu car is maintained by our manufacturer-standard trained technicians.
Used Cars for Sale in the UK - Buy used cars in the UK - Sell My Car - Find Your Local Dealer

 Van Monster
https://www.vanmonster.com
Affordable Used Cars For Sale | Used Cars for Sale | Van Monster
Sure To Have A Branch That Is Convenient For You. Find Your Perfect Vehicle At Van Monster. Ideal for professionals who need a quality work vehicle.

[Used Cars At Low Prices](#)

[Find a Used Car](#)

 heycar
https://www.heycar.com
Stress-Free Car Buying - Heycar: Car Buying Made Easy
Hey, view tens of thousands of cars, all under 10 years old and all from trusted dealers. We've

 pentagon-group.co.uk
https://www.pentagon-group.co.uk
Vehicles in Stock | Pentagon Group
Vehicles available from dealerships in the UK.

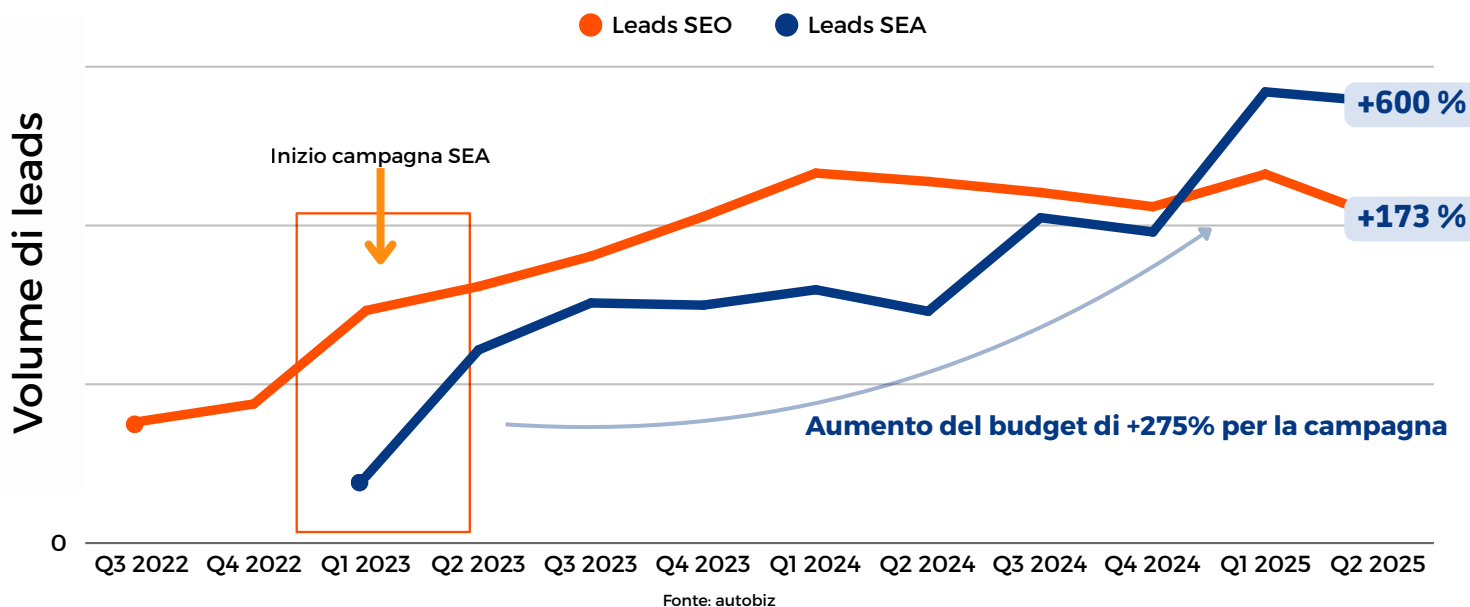
SEA Results

SEO Results

Case study: In che modo il lancio delle campagne SEA ha potenziato la SEO

Dal 2023 gestiamo le campagne SEA per uno dei nostri clienti. Come mostra il grafico sottostante, possiamo vedere un aumento dei lead SEO non appena è iniziata la campagna SEA. Dopo il successo della campagna SEA, abbiamo gradualmente incrementato il budget, aumentando così il numero di lead SEA. Abbiamo anche osservato un aumento dei lead SEO in correlazione con la crescita dei lead SEA.

Evoluzione dei lead dopo il lancio delle campagne SEA



L'investimento di budget qui è aumentato del **+275%**, riflesso diretto dell'efficacia delle campagne condotte. Questo aumento controllato si spiega con una solida performance: un tasso di conversione del **10%** e un costo per lead mantenuto per tutta la campagna al di sotto dei **2 €**.

Questi risultati confermano che un investimento strategico in SEA può generare un ritorno significativo, supportando al contempo le performance a lungo termine dell'ottimizzazione della SEO organica.

Conclusione

SEO e SEA non sono leve concorrenti, ma piuttosto i due pilastri di una strategia digitale di successo. La SEO crea una visibilità duratura e credibile, mentre la SEA offre velocità, agilità e dati preziosi con cui perfezionare le azioni di marketing. Insieme, garantiscono una presenza ottimale sui motori di ricerca, rafforzano la brand awareness e contribuiscono direttamente alla crescita.

Questo studio iniziale, condotto nel mercato francese, evidenzia l'efficacia del bilanciamento tra SEO e SEA.

Continua a seguirci per il nostro prossimo insight su un nuovo mercato europeo. E se la SEA dimostrasse il suo valore ovunque?

Per saperne di più

Pierre BERTRAND
Digital Marketing Lead

