



# Dati preziosi per il turismo

Datrix Vertical Meeting

16 Giugno 2021

---



# Sustainable AI solutions for Business Growth





# Le nostre soluzioni di AI sono sostenibili

- non intendiamo l'Intelligenza Artificiale con un ruolo sostitutivo, ma di acceleratore dell'intelligenza umana (AI come Augmented o Actionable Intelligence). Le nostre soluzioni sono innovazioni tecnologiche che esaltano le capacità e valorizzano le esperienze umane, migliorando e semplificando decisioni, azioni, risultati di business, crescita economica duratura (Umanesimo Digitale)
- amplificano efficienza, velocità, resilienza, ricavi e risparmi delle aziende di qualsiasi dimensione
- sono tutte rispettose della privacy (GDPR)
- mirano a creare un'economia circolare e inclusiva dei dati in cui ci guadagna anche chi presta il consenso all'utilizzo delle sue informazioni, i dati, i processi e il valore sono trasparenti per tutte le parti interessate (non sono "black box")
- utilizziamo infrastrutture sostenibili, agili, flessibili e scalabili come il cloud in modalità as a service e pay per use, per ottimizzare le risorse e ridurre gli sprechi
- ci impegniamo a raggiungere e far raggiungere alle aziende clienti gli obiettivi SDG promossi dall'ONU

# Clienti

Lavoriamo da sempre con grandi aziende. Ma amiamo molto anche le medie che vogliono intraprendere un percorso di trasformazione e crescita data-driven (oggi con il cloud e le nostre soluzioni ci sono le condizioni tecnologiche ed economiche per farlo).





## Perché investiamo in AI per la SEO?



### **Per dare valore al tempo**

Crediamo che il tempo di chi si occupa di marketing sia troppo importante per essere sprecato in compiti ripetitivi.



### **Per raggiungere risultati ambiziosi**

Siamo convinti che la visione ad ampio spettro che è resa possibile da un set di dati ampio sia un enorme vantaggio competitivo.







**Contesto**







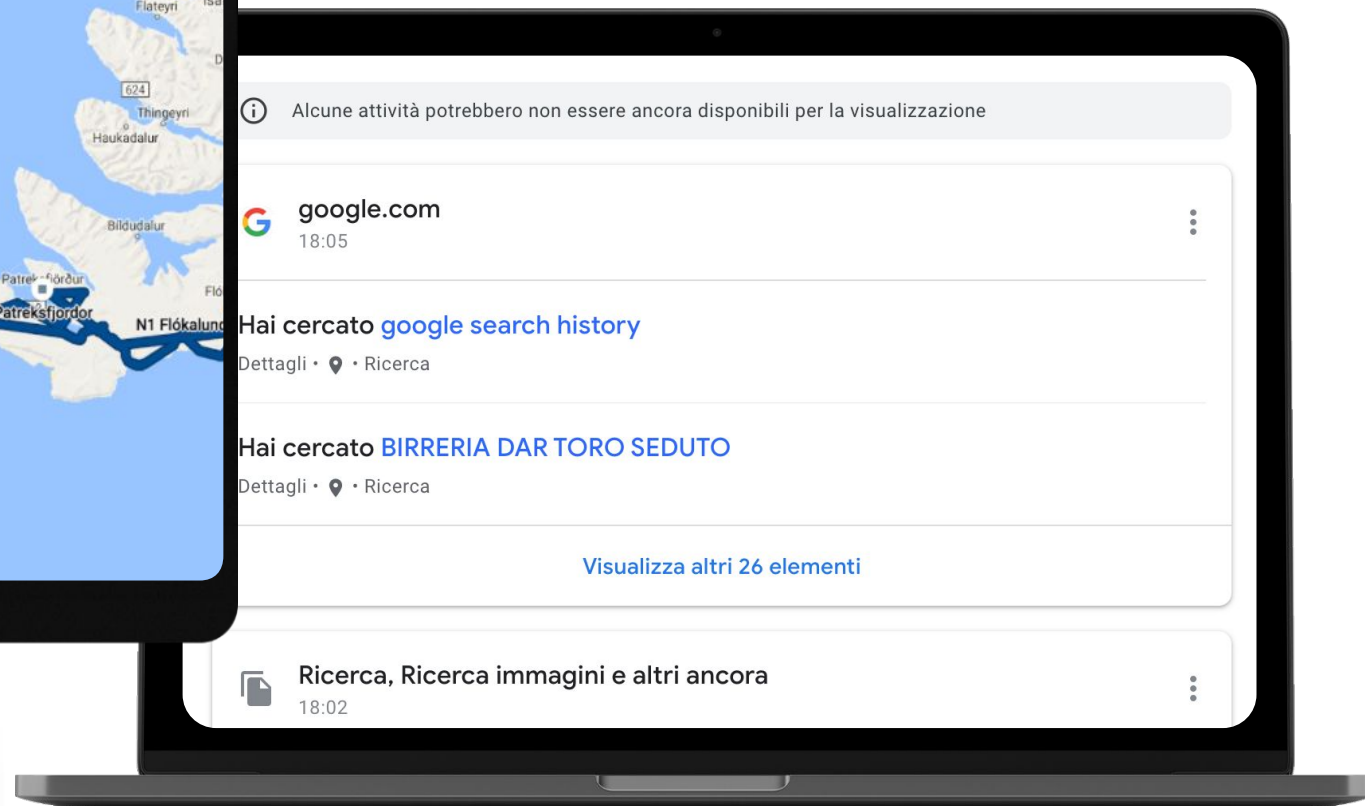
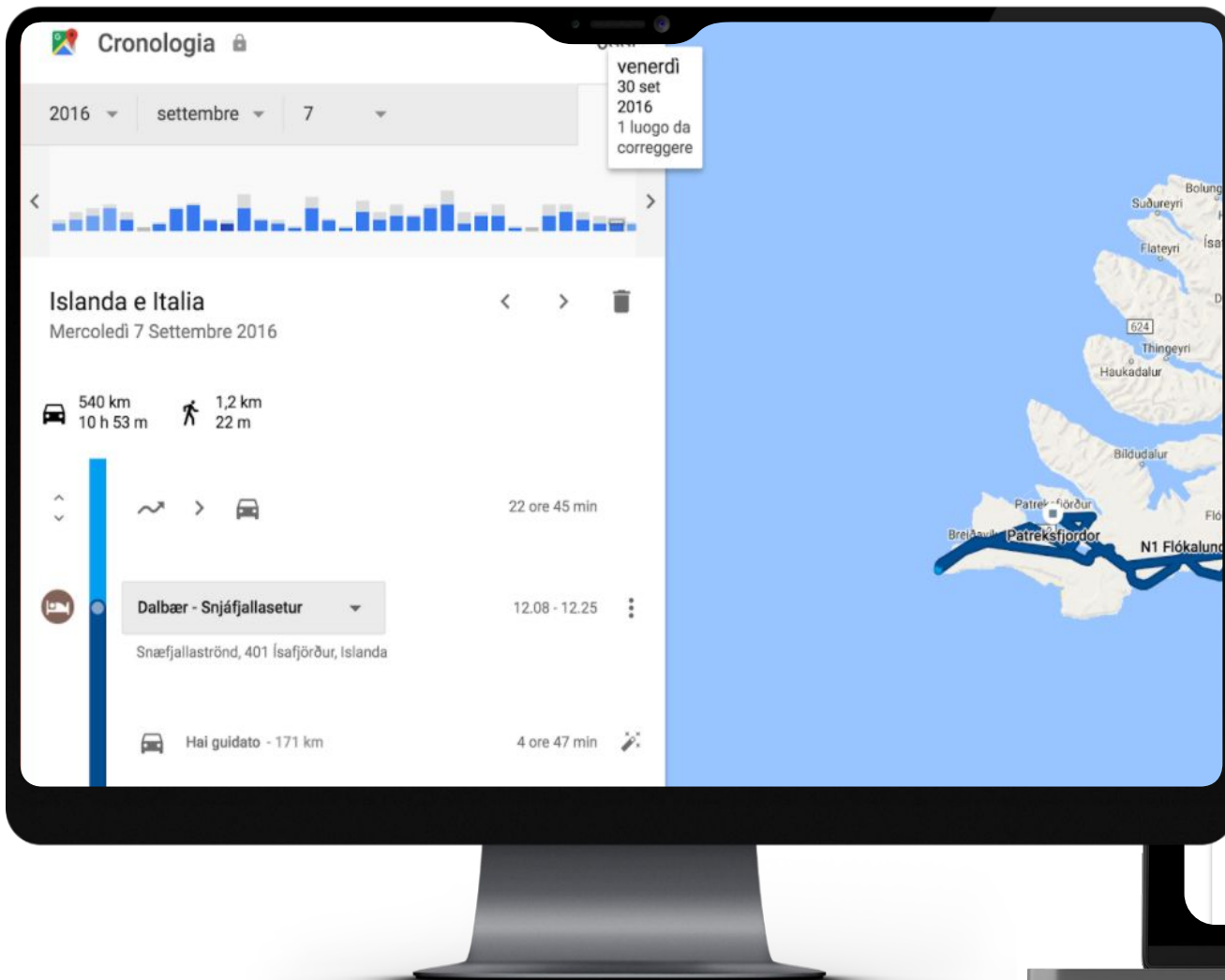












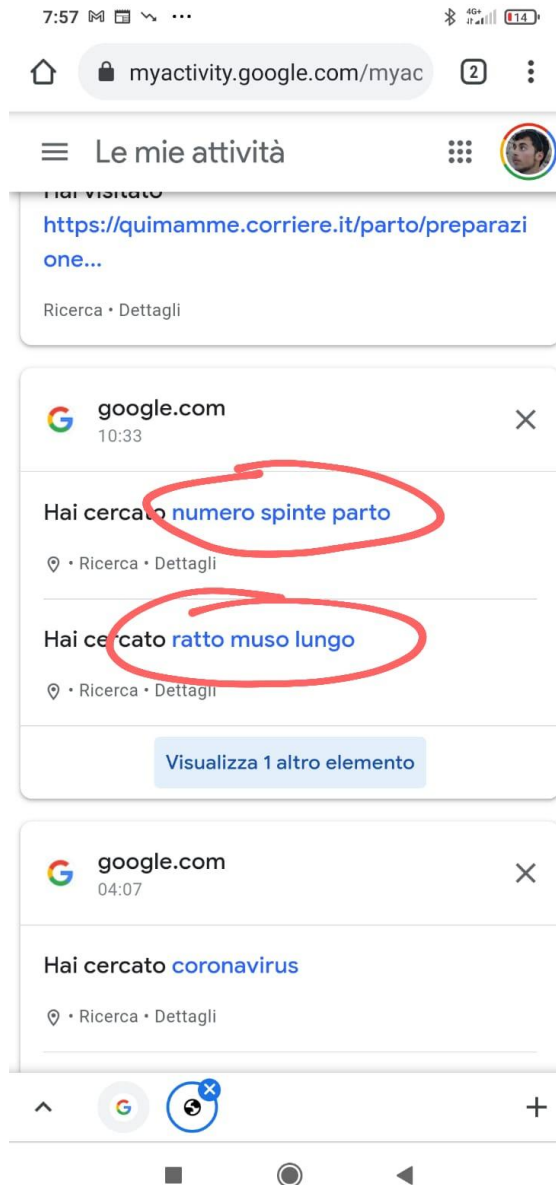
**Google è il  
confessionale del  
mondo**



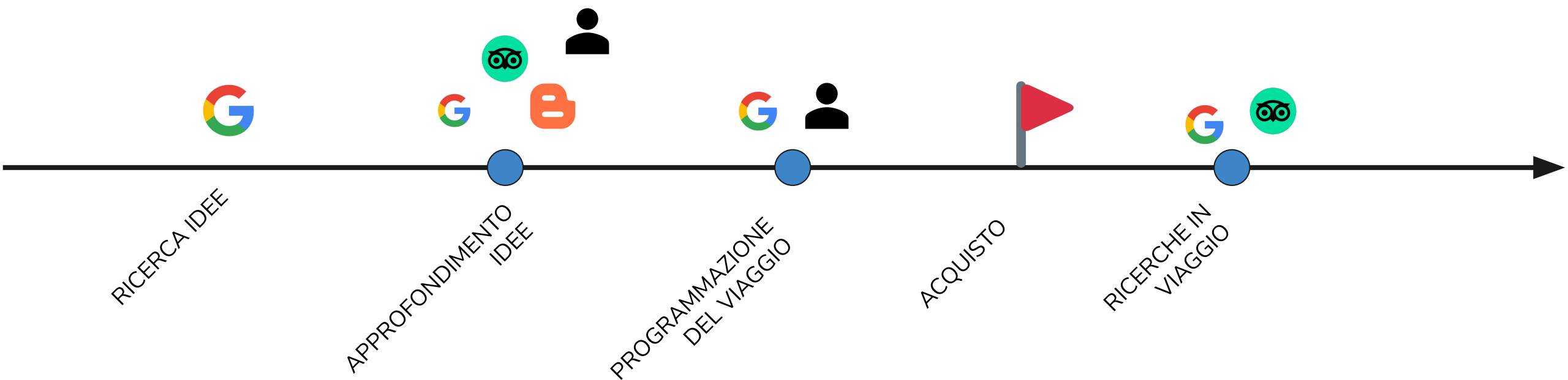


**ERA IL 30 SETTEMBRE 2020**









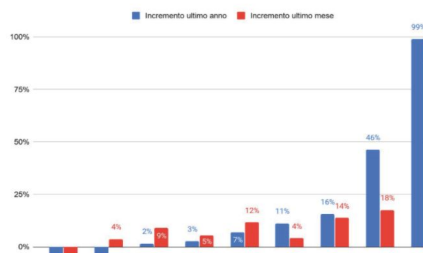
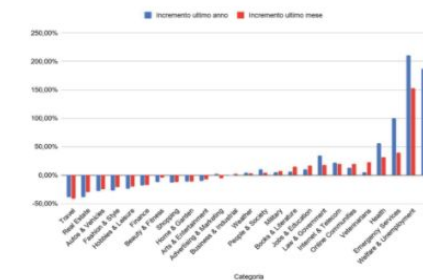




# Il modo in cui le persone cercano cambia velocemente

## L'andamento per categorie

Nella **Figura 1** sono evidenziate le variazioni percentuali (positive e negative) di tutti i settori sia nell'ultimo anno che nell'ultimo mese. Che il coronavirus abbia condizionato le ricerche online è evidente nella crescita marcata di settori come il welfare e la disoccupazione, i servizi per le emergenze e la salute e anche nelle diminuzioni, anche se meno marcate, di ricerche relativi a viaggi, settore immobiliare, auto e veicoli. È interessante notare la crescita delle categorie animali, online communities, Internet e telecomunicazioni, libri e letteratura.



## L'impatto del coronavirus sulle specifiche industry

Un'analisi tramite le ricerche degli utenti online

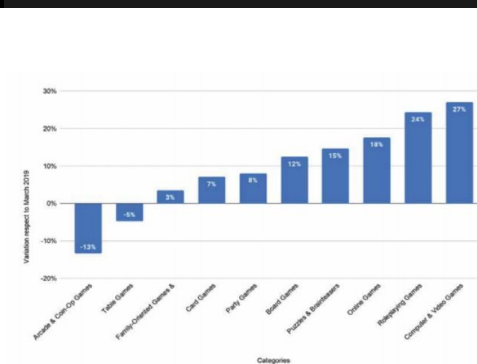


Figure 5: Variation in the online searches between March 2020 and March 2019 for "Games" categories



## La SEO è viva e vegeta

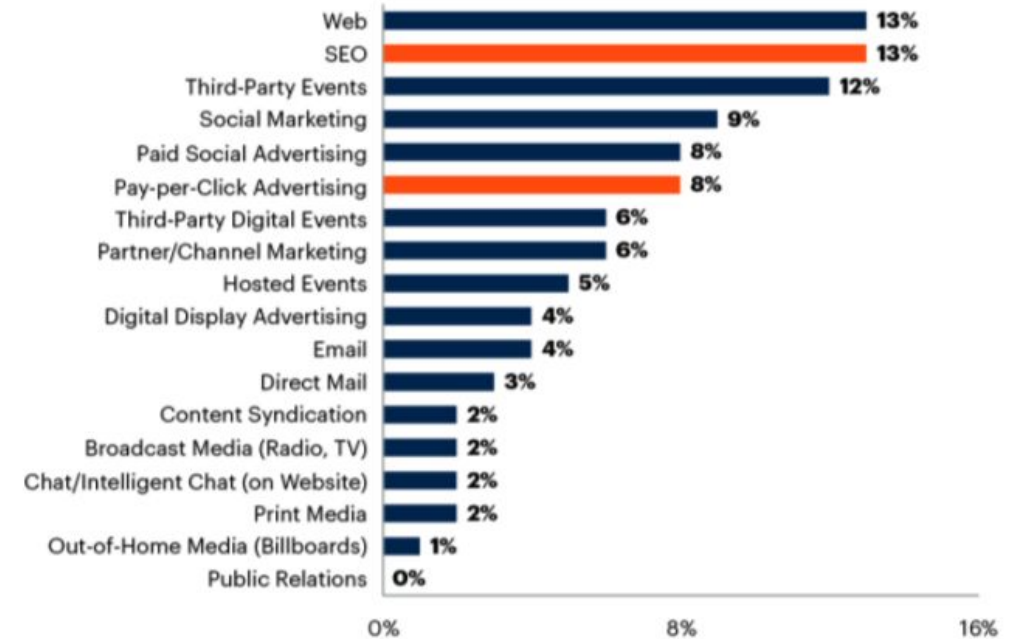
«According to Gartner's Technology Marketing Benchmarks Survey, two of the top 10 channels for driving marketing qualified leads (MQLs) are **SEO** and PPC.»

«SEO is not meant to be “set it and forget it” program, but need to be monitored, optimized and continuously nurtured»

Dalla stessa survey emerge che circa il **30%** delle aziende con fatturato sotto i \$250 mil./anno si avvalgono di partner esterni

### Top Marketing Channels for Lead Generation

Best Performing Channels (MQL Drivers), Percentage of Respondents



n = 248

Base: Respondents in organizations with less than \$250 million in revenue; marketing channels are included in marketing plan

Q: Which of those is the best-performing; specifically which generates the largest number of MQLs?

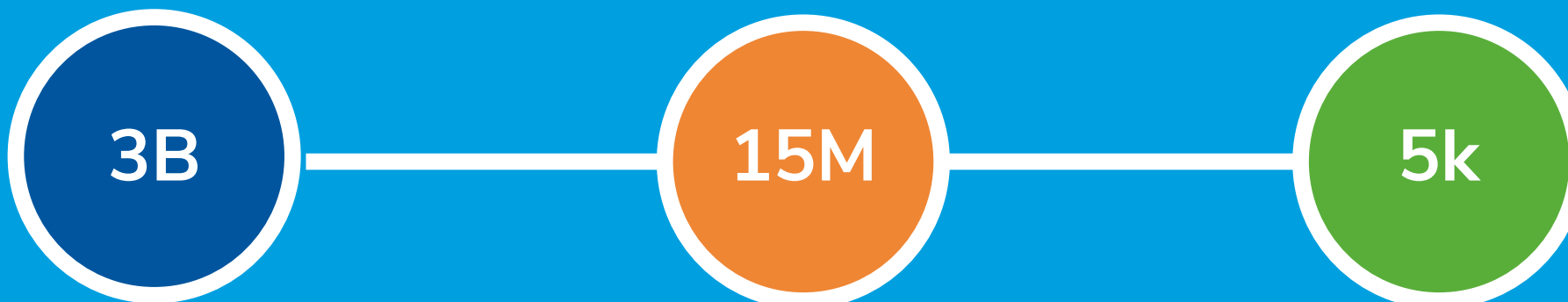
Source: 2020 Gartner's Technology Marketing Benchmarks Survey

MQL = marketing qualified lead; SEO = search engine optimization

742938\_C



## La quantità di dati a disposizione è enorme



### Ricerche su Google

Ogni mese in Italia.

Fonte: SimilarWeb



### Database Datrix

Keyword analizzate tramite i  
nostri tool proprietari



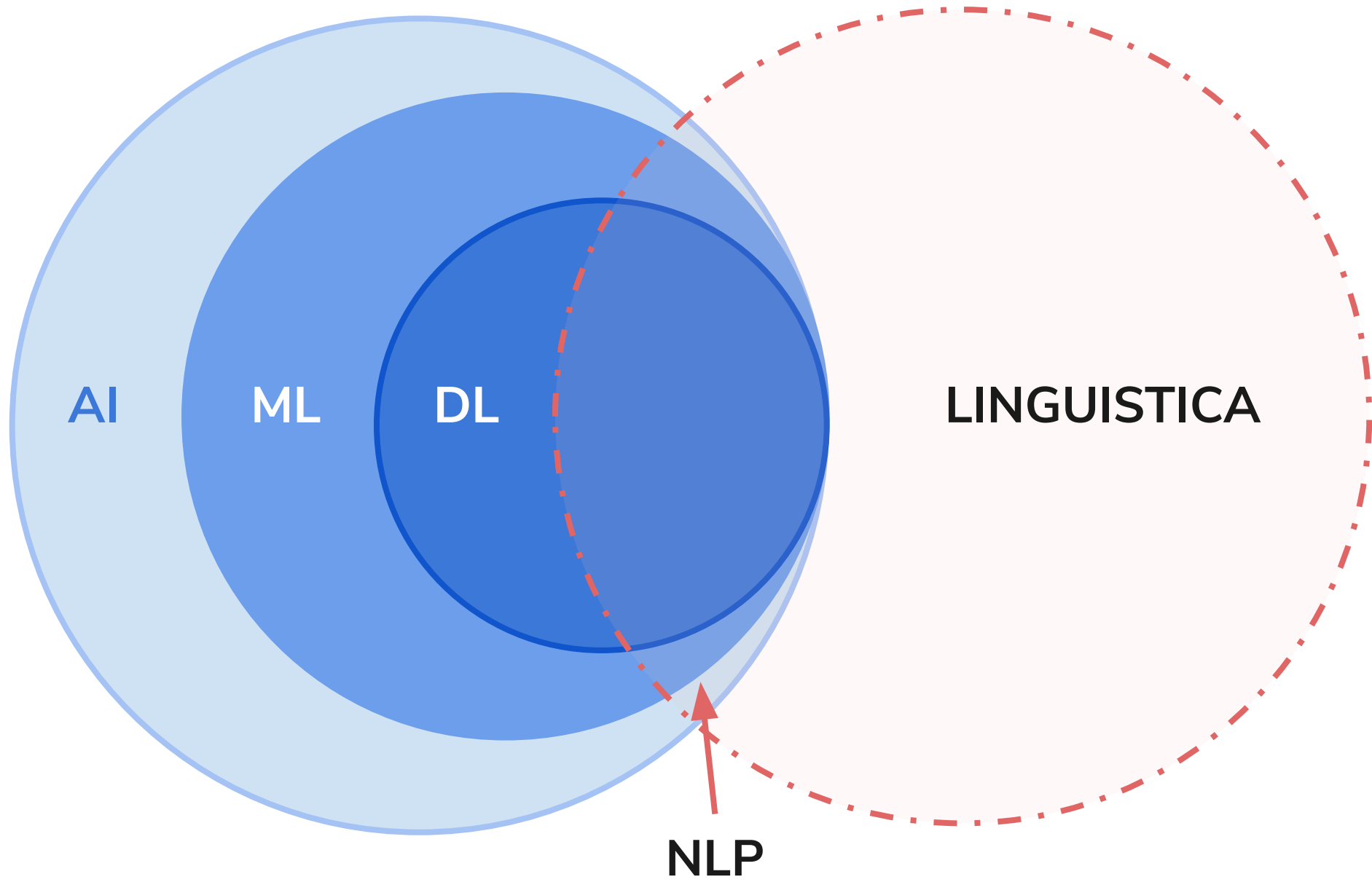
### Query da GSC

Esportabili con ogni singola  
chiamata API





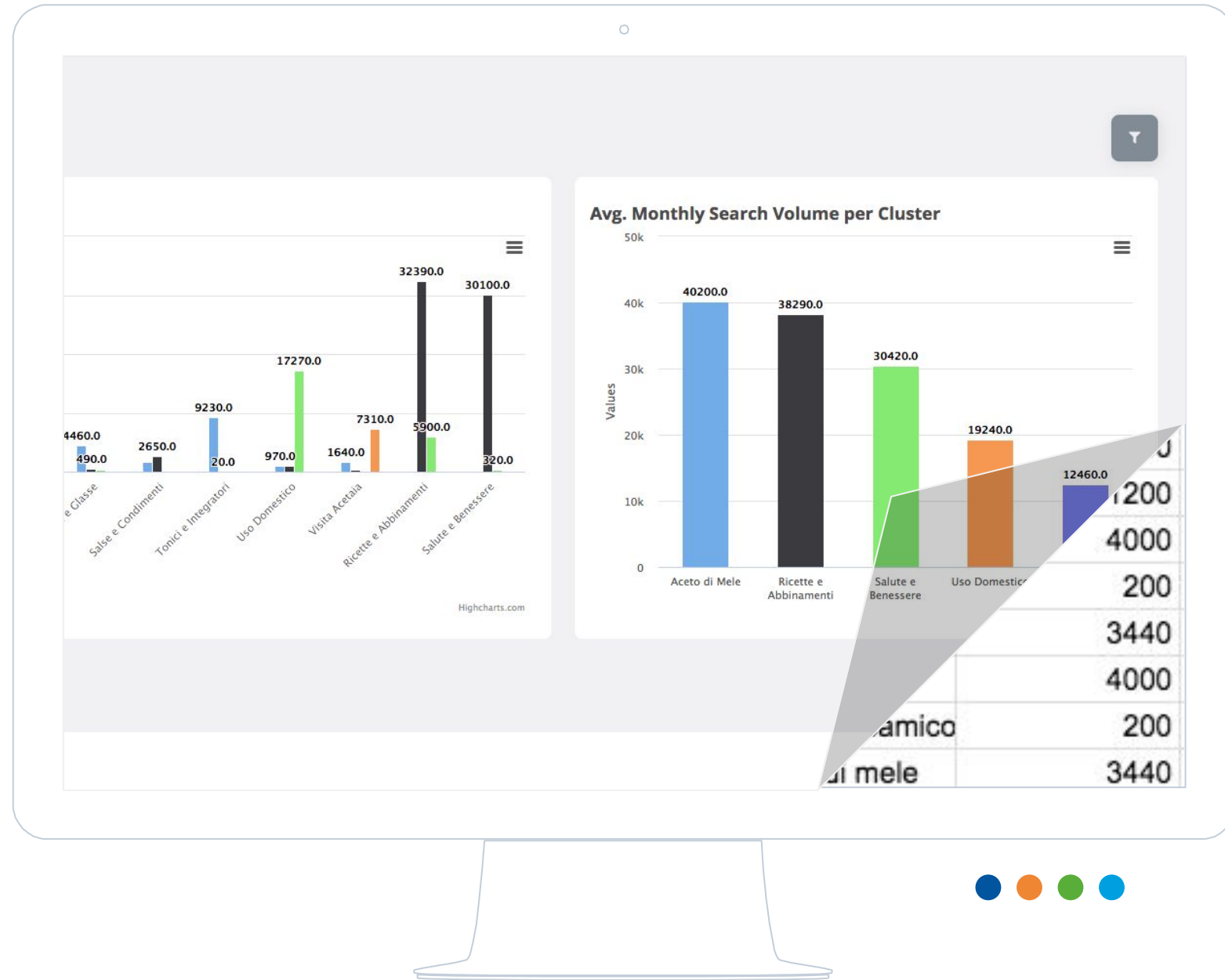
**L'AI come acceleratore di intelligenza umana SEO**





## L'AI permette di collegare strategy ed execution

L'AI abilita l'analisi aggregata di grandi quantità di dati e permette di passare dal generale al particolare, collegando la visione d'insieme alla visione di dettaglio e permettendo di passare velocemente dalla strategia all'esecuzione.





## L'AI permette di essere più veloci, guadagnando un vantaggio competitivo

9645



Classificazione Automatica

Aggiorna Search Volume

Keyword

Cat. Progetto

Micromoments

User Intent

Tipologia KW

SV

Last Update

<input type="checkbox"/>	orologio juvenus bambino offerte	orologi		I-want-to-buy	Transactional	No branded	10	17-05-2021		
<input type="checkbox"/>	gioielli di marca a poco prezzo	gioielli		I-want-to-buy	Transactional	No branded	10	17-05-2021		
<input type="checkbox"/>	costo collana perle	collane		I-want-to-buy	Transactional	No branded	20	17-05-2021		
<input type="checkbox"/>	ciondolo per donne incinta prezzo	ciondoli donna...		I-want-to-buy	Transactional	No branded	10	17-05-2021		
<input type="checkbox"/>	rosato charms argento prezzi	charm		I-want-to-buy	Transactional	No branded	10	17-05-2021		



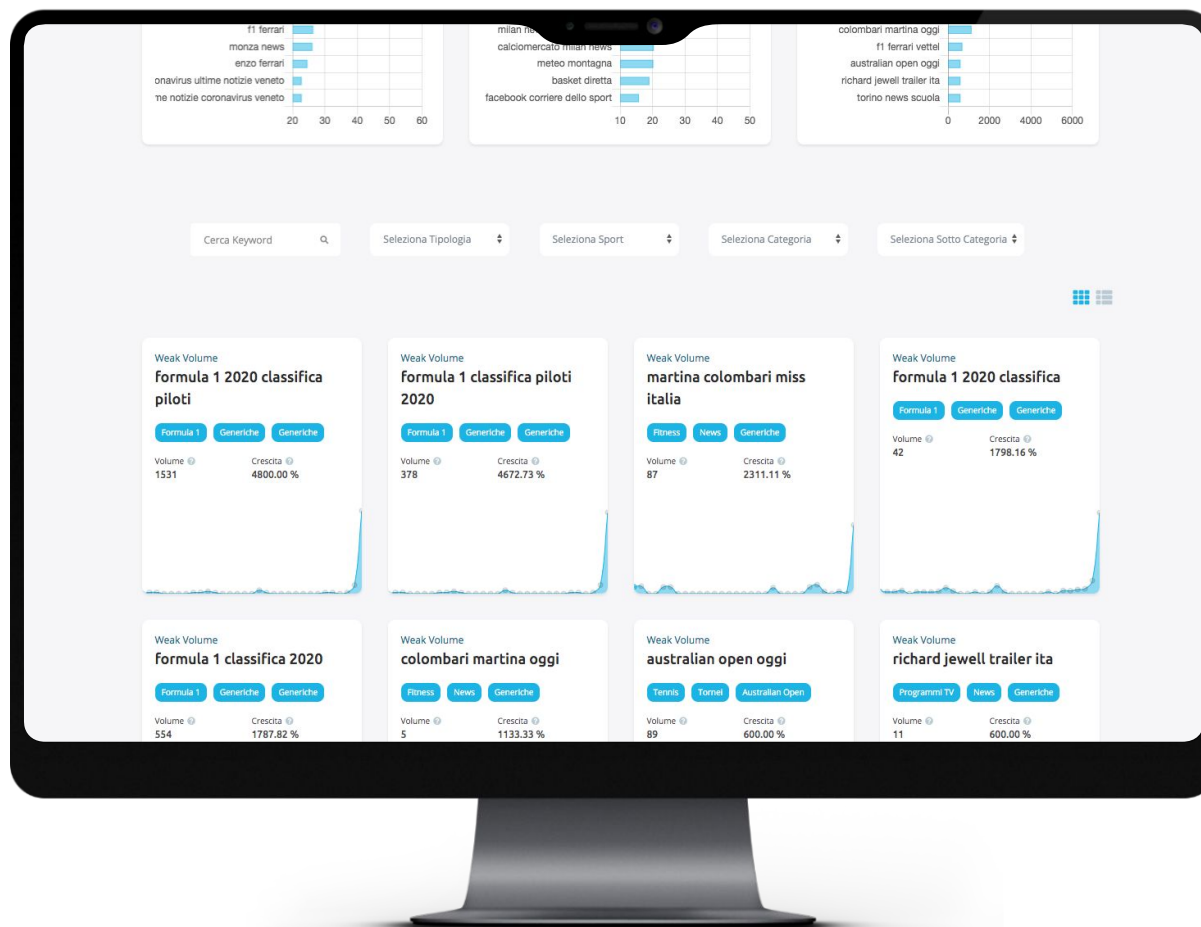


## L'AI permette di identificare country che si stanno comportando in modo simile rispetto a uno specifico tema



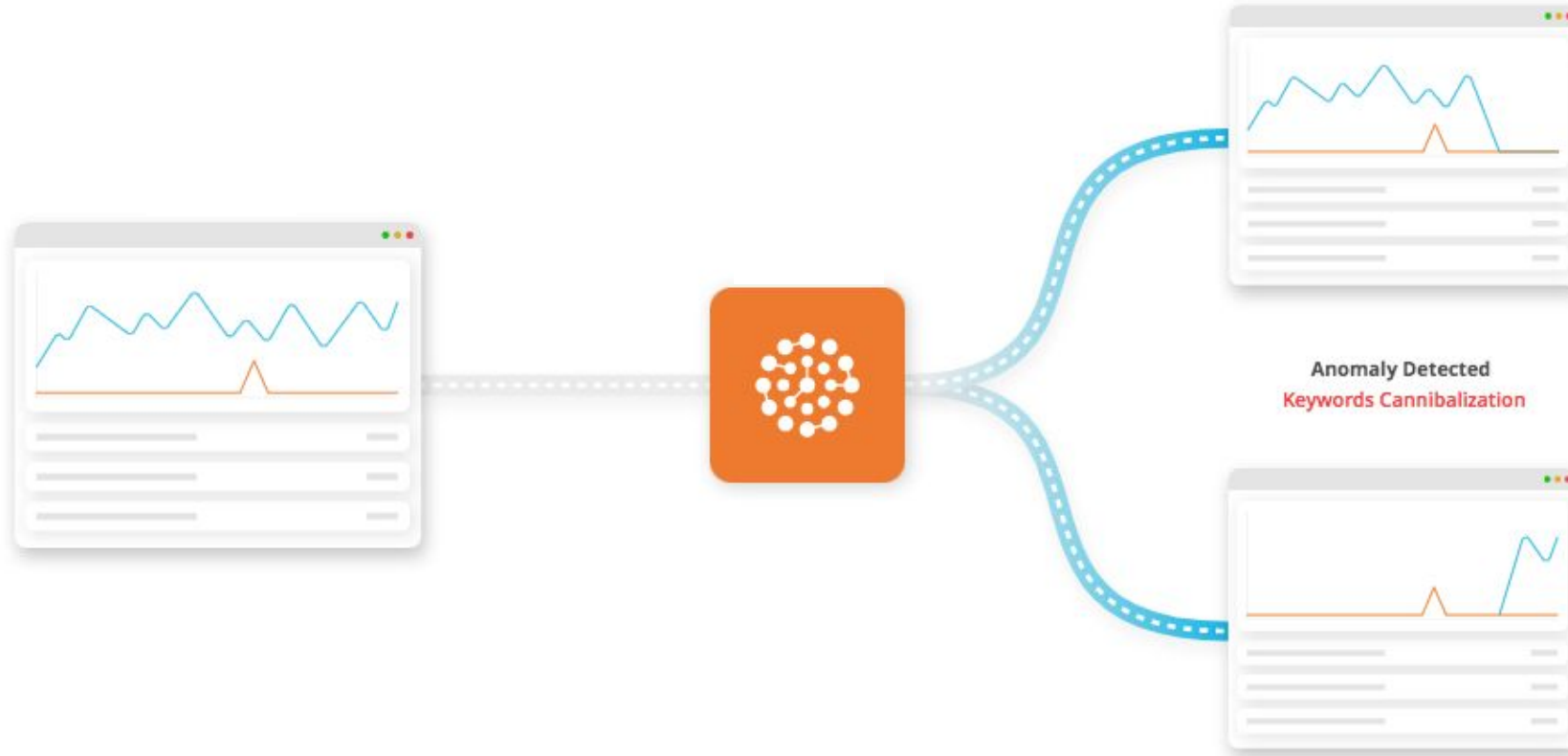


# L'AI è la base per i nostri sistemi di identificazione trend di ricerca





## L'AI permette di identificare le anomalie, anche quando sono nascoste





**Use case e casi di successo**



<https://www.wooclap.com/DBTURISMO>





# Identificare i trend prima dei competitor tramite TrendSonar

## L'esigenza

Individuare i trend emergenti su Google per fornire alla redazione nuovi argomenti da pubblicare sulle proprie testate.

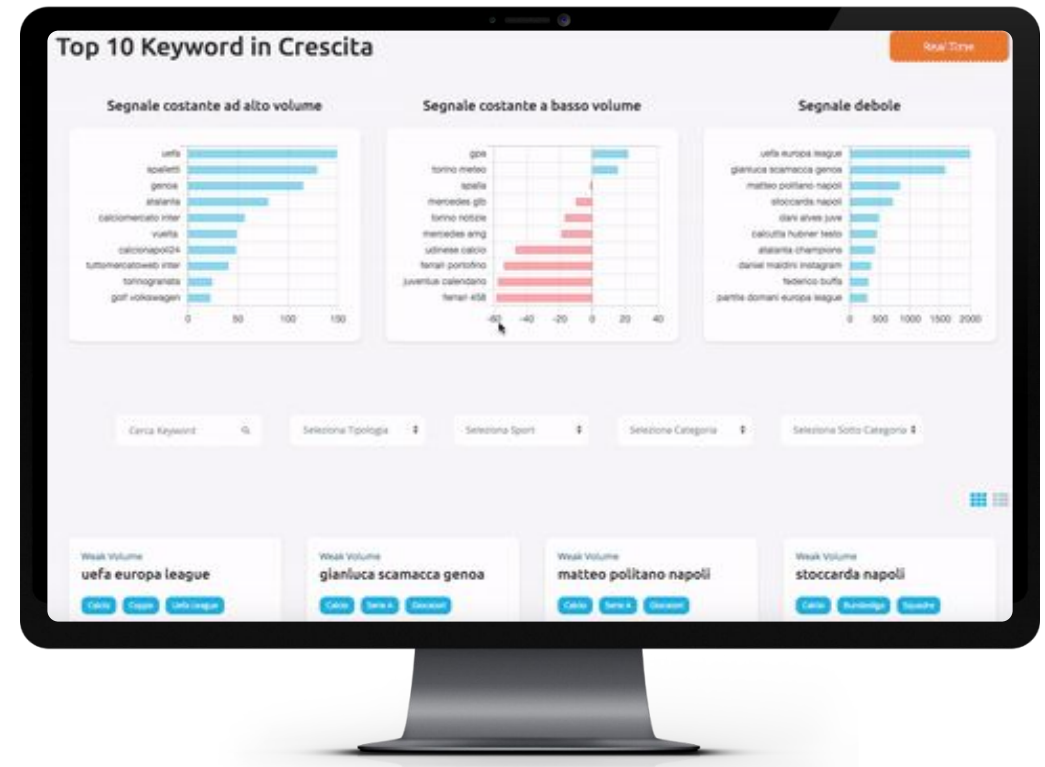
Coprire gli argomenti di maggior interesse prima dei competitor.

## La soluzione

Utilizzo del tool **TrendSonar** per ottenere **informazioni sempre aggiornate sui trend di ricerca emergenti** e quelli in crescita.

I dati costantemente aggiornati permettono l'identificazione degli argomenti su cui scrivere in modo preciso, facilitando il compito della redazione e aumentando la presenza sulle SERP.

1. **Riduzione dei tempi** di ricerca dei trend
2. **+20% di traffico organico** nel Q1 2021



Soluzione utilizzata

**TrendSonar**



# Identificazione in real time delle mete più cercate con TrendSonar

## L'esigenza

Identificare frequentemente le mete più cercate in modo da:

- prendere decisioni strategiche;
- ottimizzare la gestione delle campagne search;
- impostare la strategia editoriale in modo dinamico.

## La soluzione

Tramite TrendSonar è stata messa in osservazione una lista di oltre 200,000 destinazioni, insieme a una serie di variazioni (es. "voli per {nomeluogo}", "hotel in {nomeluogo}"), fornendo una dashboard di trend di ricerca aggiornata ogni mattina e dotata di sistemi di alerting al superamento di soglie di crescita.

1. **Enorme riduzione dei tempi di ricerca** con approccio classico su Google Trends
2. **Identificazione** di trend di ricerca prima non accessibili grazie a un forte ampliamento del campo di analisi

TEMA	CRESCITA	VOLUME
VOLI PER L'ITALIA	+400%	1,600
HOTEL A RIMINI	+230%	33,100
VACANZE IN SICILIA	+160%	4,400
CAMPEGGI IN TRENTINO	+150%	5,400

Soluzione utilizzata

IntentSonar

TrendSonar

# Presidiare i micro-moment: TrendSonar e IntentSonar

## L'esigenza

Identificare trend di ricerca emergenti in modo tale da stabilire una strategia di presidio sui diversi canali e avere indicazioni sulle strategie di prodotto da attivare.

## La soluzione

Mappare gli interessi e le domande degli utenti sui motori di ricerca rispetto alle principali tematiche di interesse aziendale e sviluppare una strategia che contempi product strategy, sviluppo di contenuti, campagne di search advertising.

1. **+70% traffico organico** su query unbranded
2. **-10% CPA** su campagne search ads
3. **+8% Conversioni** a parità di condizioni



Soluzione utilizzata

**IntentSonar**

**TrendSonar**

# Search a supporto delle decisioni: il caso Fondazione Rovati

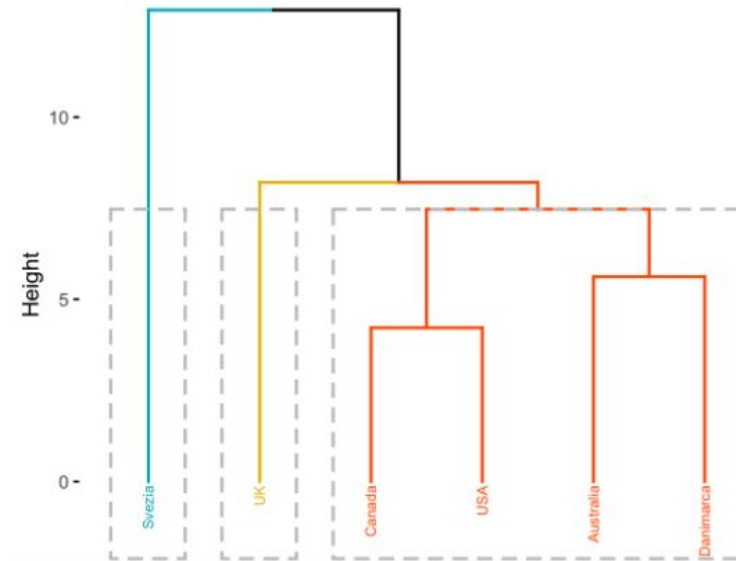
## L'esigenza

Studiare i trend di ricerca relativamente agli etruschi e ai principali complessi museali europei, con focus sugli attributi e le tematiche più spesso cercate dai visitatori. Identificare le similitudini fra paesi e i paesi più promettenti.

## La soluzione

Attraverso la definizione e l'analisi di un set di oltre 20.000 keyword per ogni paese analizzato, abbiamo identificato i trend di mercato e i cluster di paesi simili per approccio alla ricerca, fornendo indicazioni strategiche che si riverberano oggi anche sulla architettura informativa del sito web.

1. **Identificazione di 15 macro trend** catalogati per country
2. **Riduzione dell'80% dei tempi** per ottenere insight di mercato funzionali all'avvio dell'attività, rispetto a un'analisi tradizionale



Soluzione utilizzata

**IntentSonar**





# Riepilogo





**L'AI è un acceleratore che permette di arrivare prima degli altri**







## L'AI riduce gli errori







## L'AI permette di collegare i puntini





# Grazie!



**Richiedi un meeting con i nostri esperti  
per approfondire le potenzialità delle nostre soluzioni AI,  
specifiche per la SEO**

**Richiedi meeting**





# datrix

AI solutions

[datrix.it](https://datrix.it)

---



[finscience.com](https://finscience.com)



[paperlit.com](https://paperlit.com)



[3rdplace.com](https://3rdplace.com)



[bytekmarketing.it](https://bytekmarketing.it)

## Milano

Foro Buonaparte 71  
20121 Milano [\[mappa\]](#)  
Tel +39 02 76281064

## Viterbo

Via Luigi Galvani 4  
00110 Viterbo [\[mappa\]](#)  
Tel +39 02 76281064

## Roma

Viale Luca Gaurico 91/93,  
00143 Roma [\[mappa\]](#)  
Tel +39 02 76281064

## Cagliari

Largo Carlo Felice 18  
09124 Cagliari [\[mappa\]](#)  
Tel +39 02 76281064