



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?



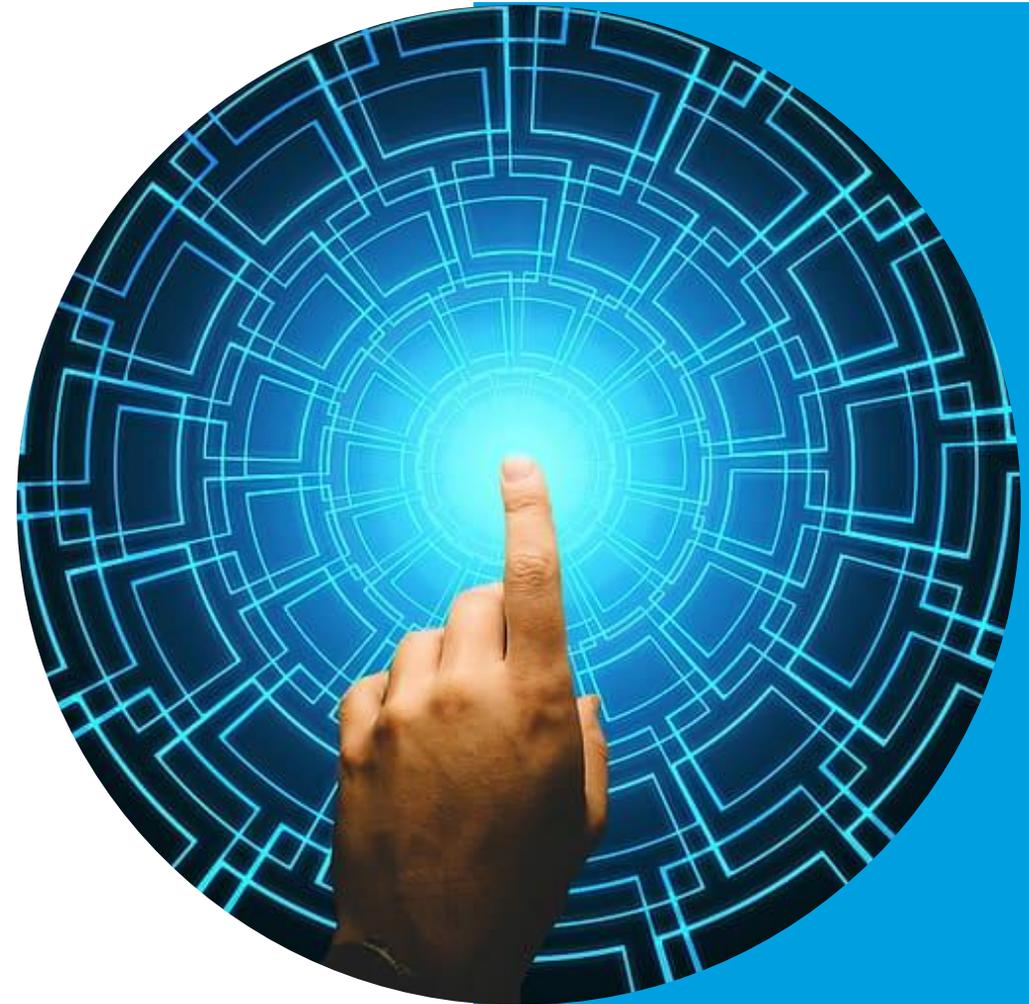
Per dare valore al tempo

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

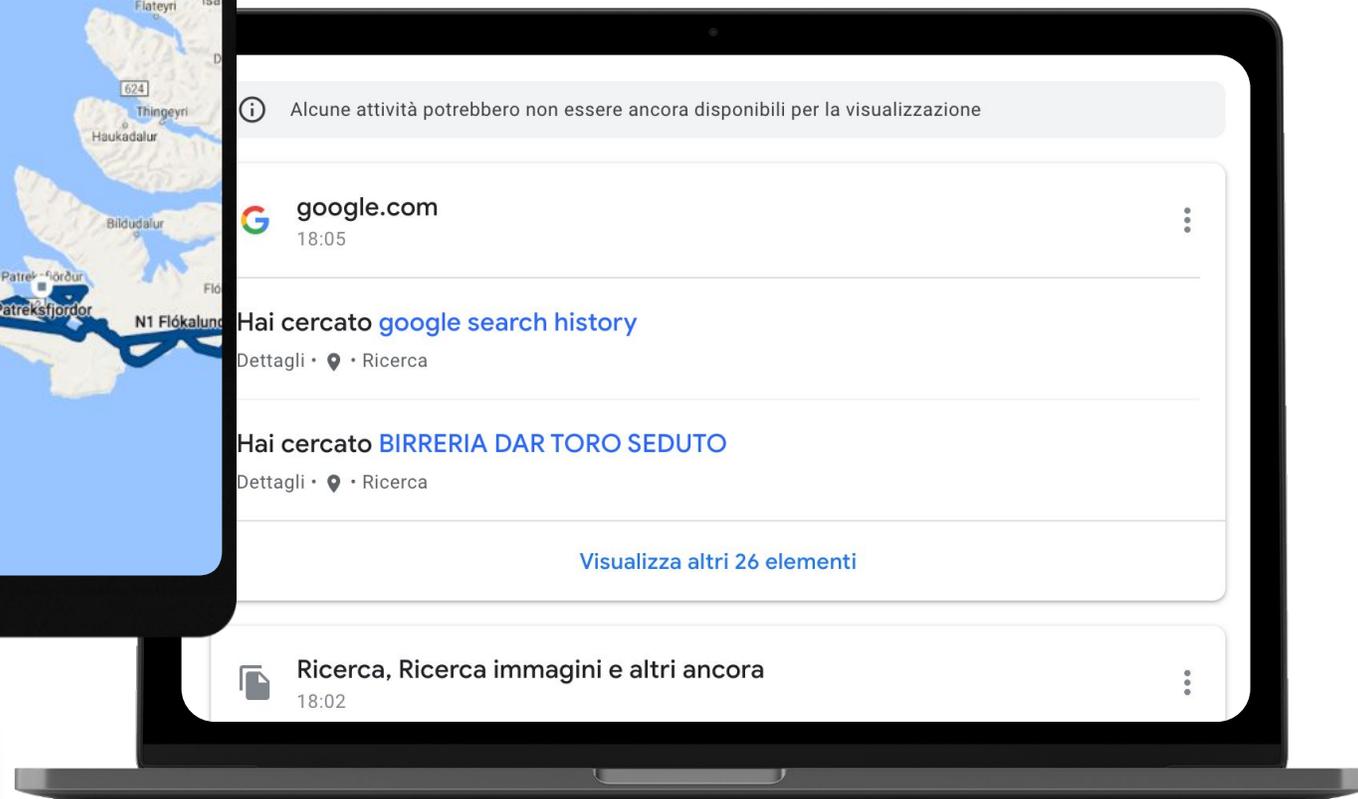
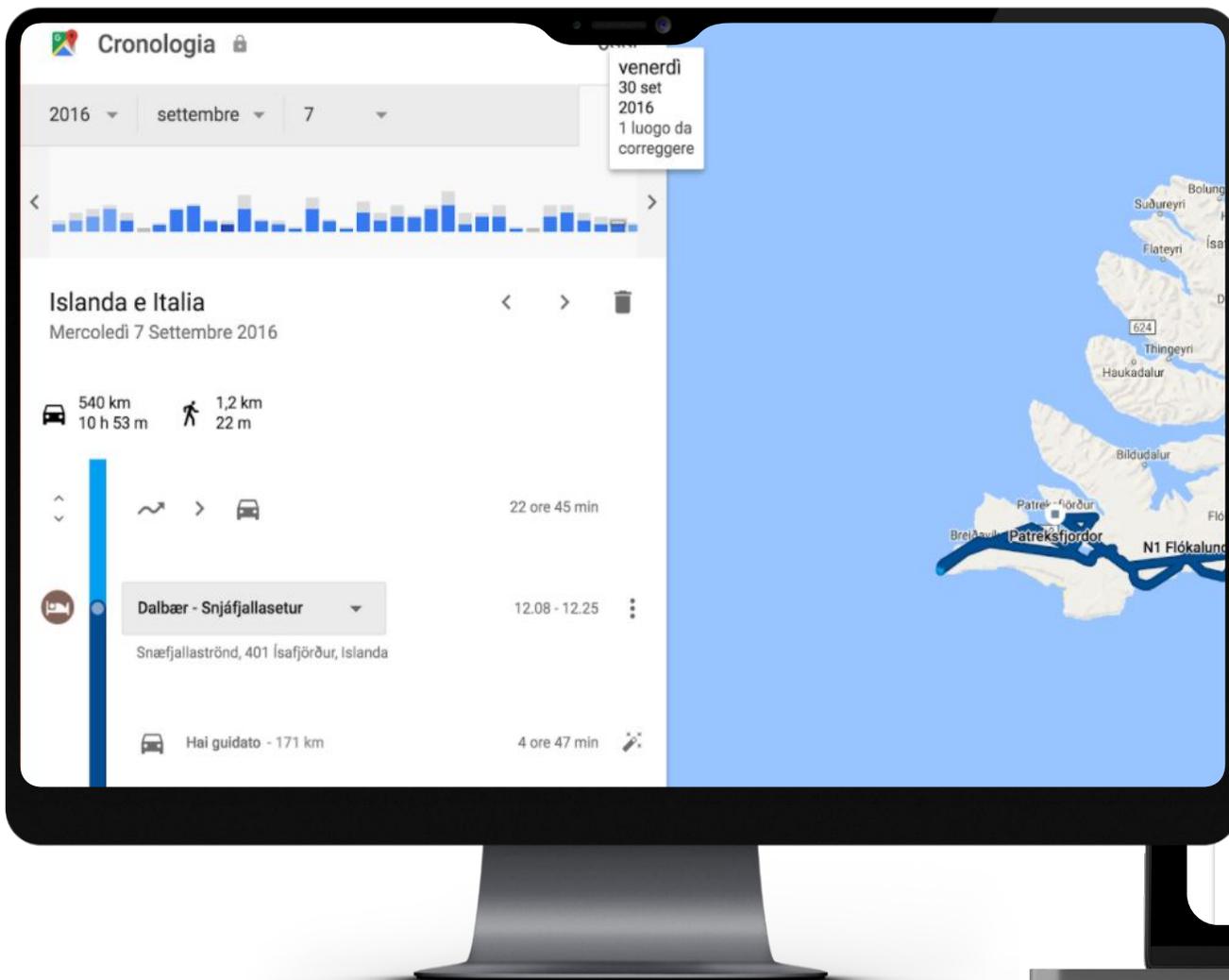










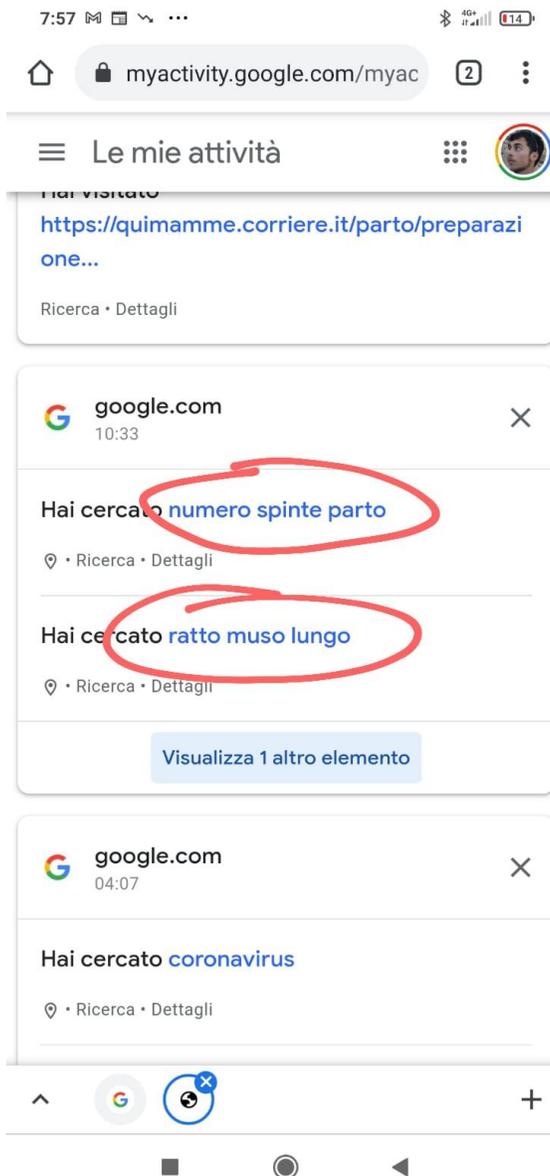


Google è il **confessionale** del mondo





ERA IL 30 SETTEMBRE 2020





RICERCA IDEE



APPROFONDIMENTO
IDEE



PROGRAMMAZIONE
DEL VIAGGIO



ACQUISTO



RICERCHE IN
VIAGGIO

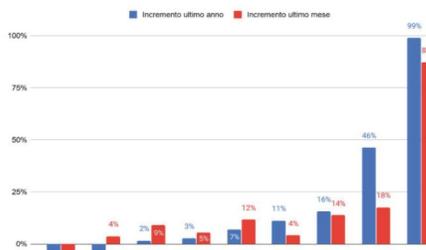
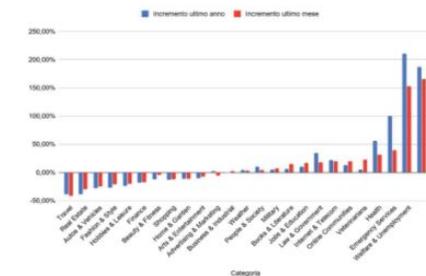




Il modo in cui le persone cercano cambia velocemente

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

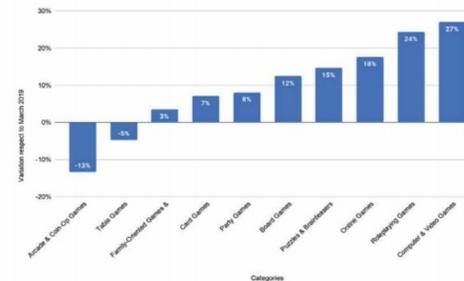


Figure 5: Variation in the online searches between March 2020 and March 2019 for "Games" categories



La SEO è viva e vegeta

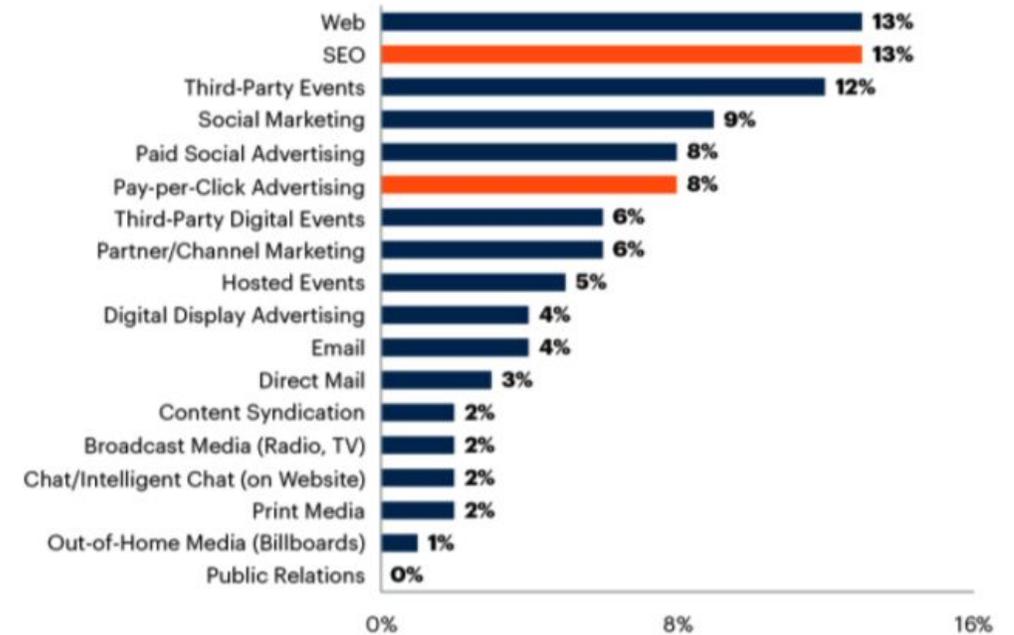
«According to Gartner's Technology Marketing Benchmarks Survey, two of the top 10 channels for driving marketing qualified leads (MQLs) are **SEO** and PPC.»

«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?

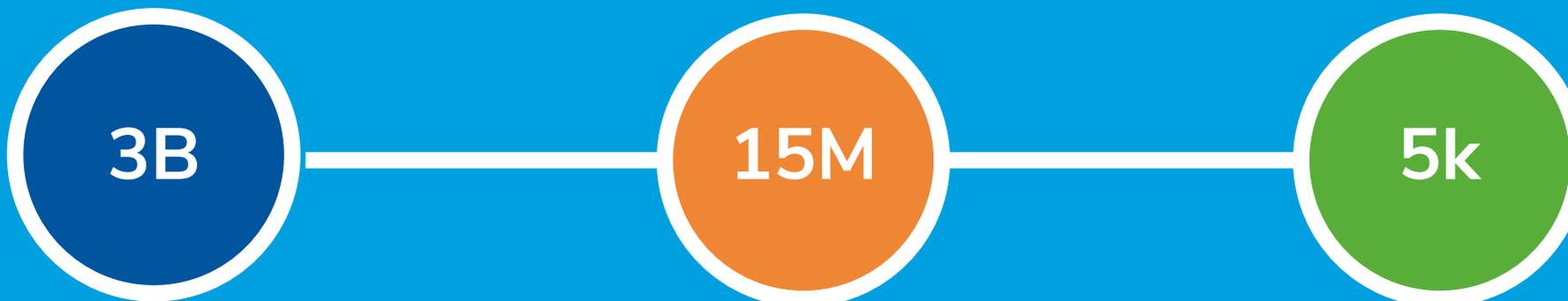
Source: 2020 Gartner's Technology Marketing Benchmarks Survey

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

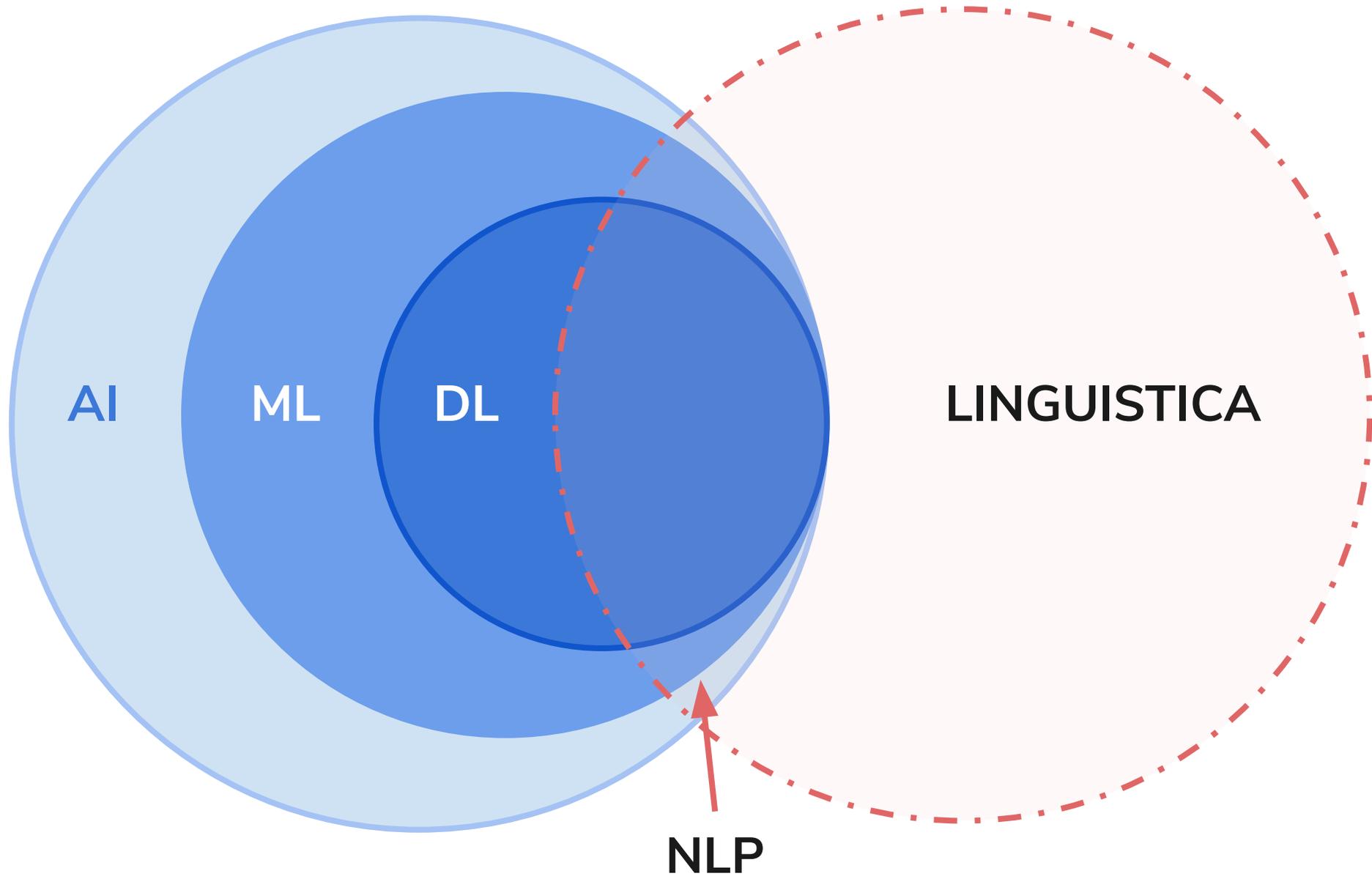


Query da GSC

Esportabili con ogni singola
chiamata API



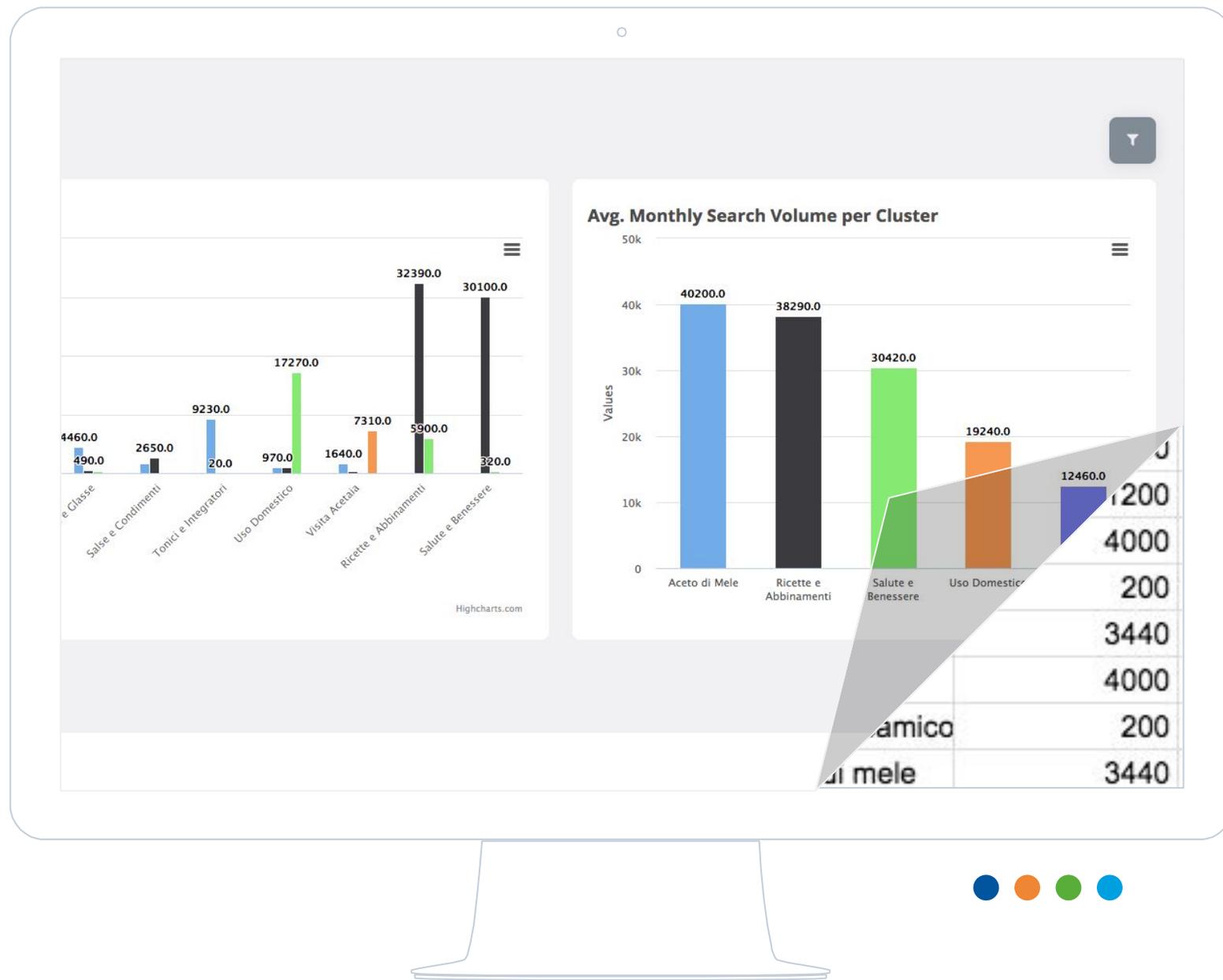
L'AI come acceleratore di intelligenza umana SEO





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		

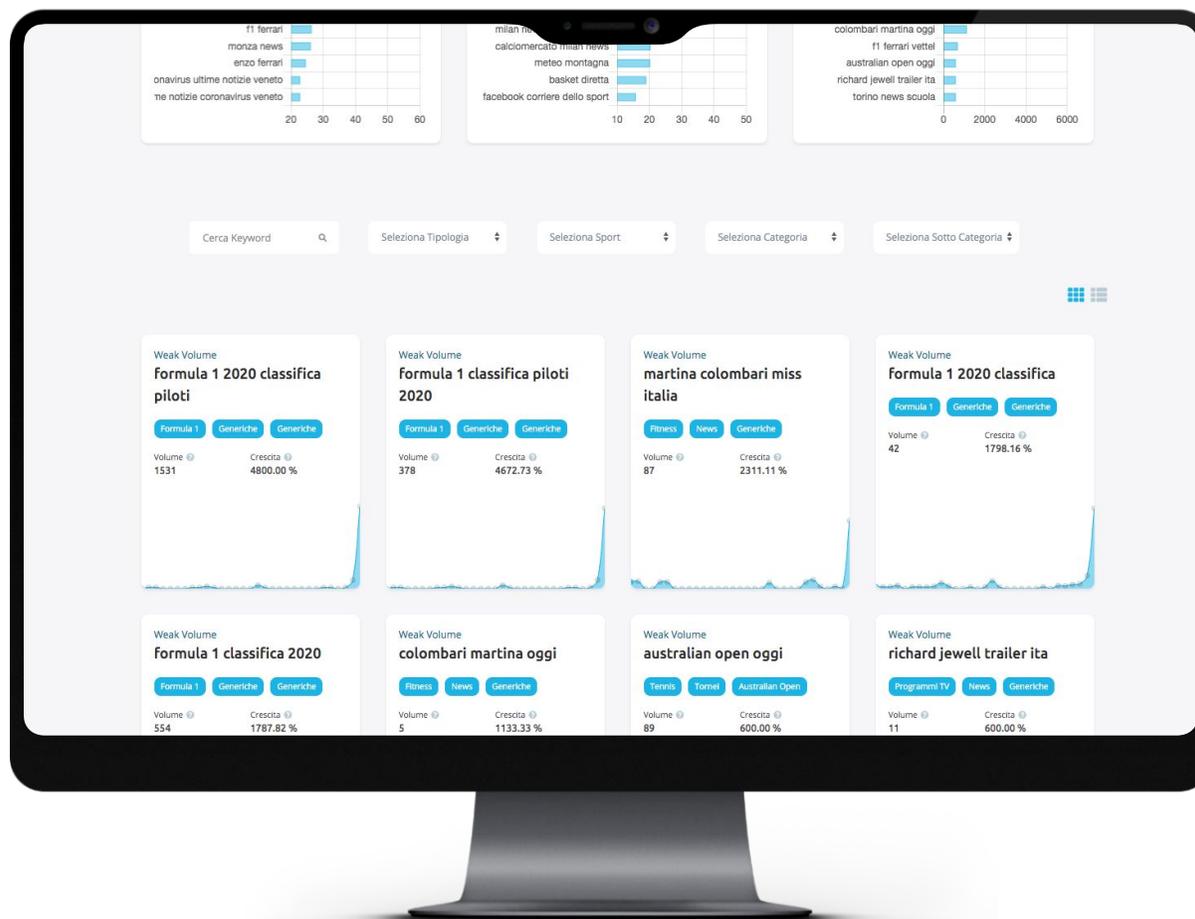


L'AI permette di identificare country che si stanno comportando in modo simile rispetto a uno specifico tema



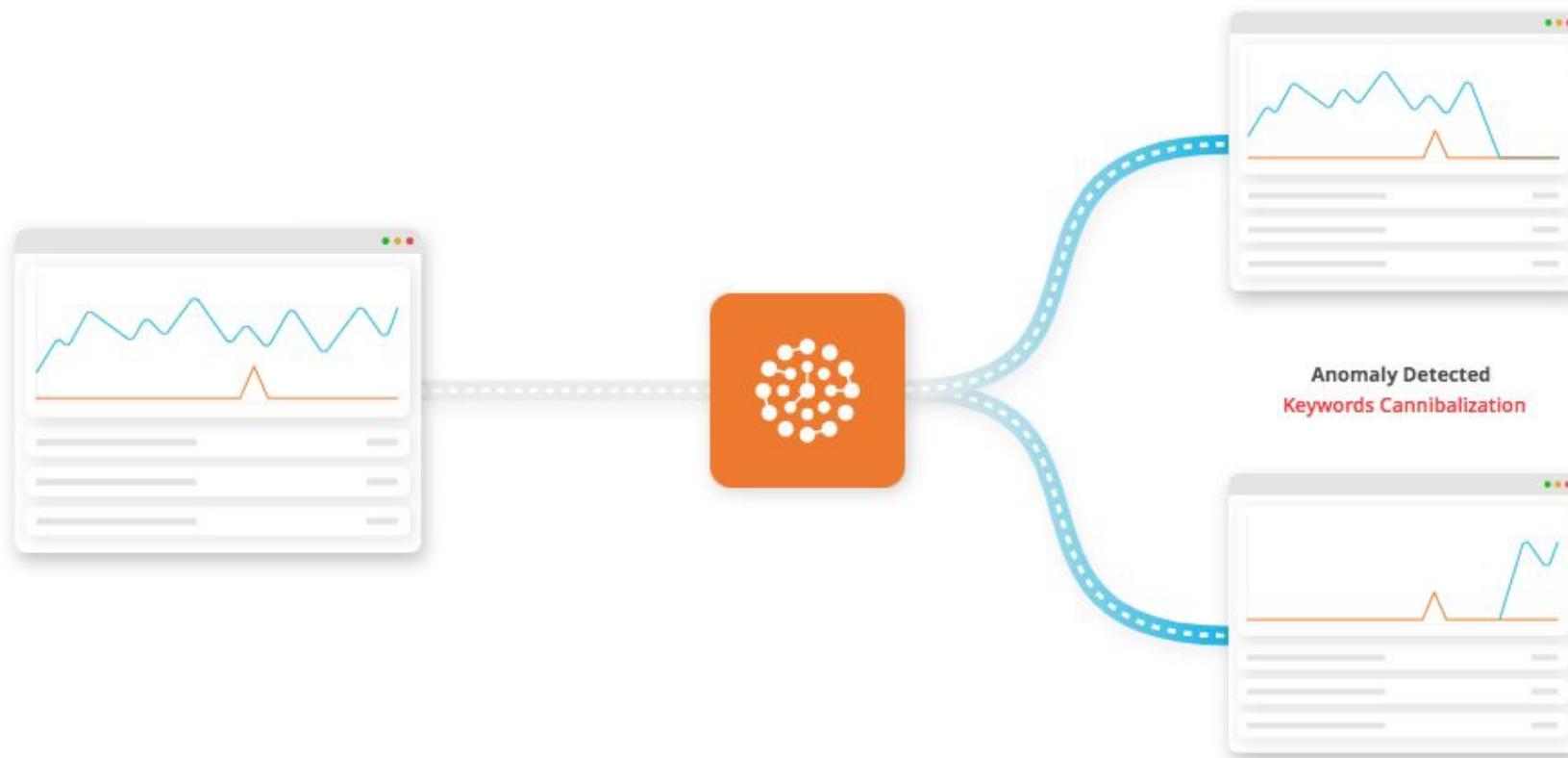


L'AI è la base per i nostri sistemi di identificazione trend di ricerca





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

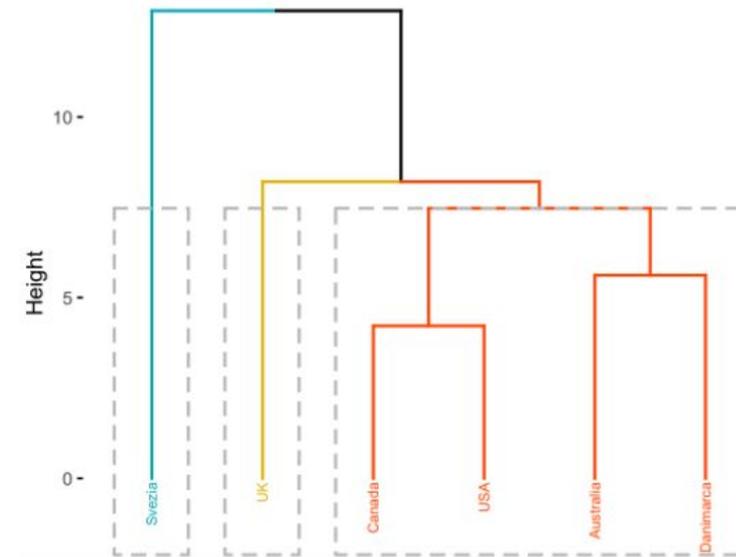
L'esigenza

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



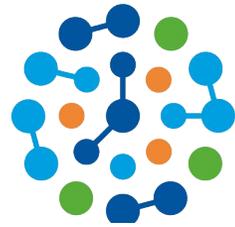


Grazie!



**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



FinScience

investment AI

finscience.com

Milano

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



PaperLit

distribution & monetization AI

paperlit.com

Viterbo

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



3rdPlace

user & customer AI

3rdplace.com

Roma

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



ByTek

performance marketing AI

bytekmarketing.it

Cagliari

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