

Webinar Asseprim 15/09/25

Domina la Search AI:

strategie pratiche per visibilità e traffico

su Google AI Overview, ChatGPT e le altre Search

BRUCE
CLAY.
EUROPE





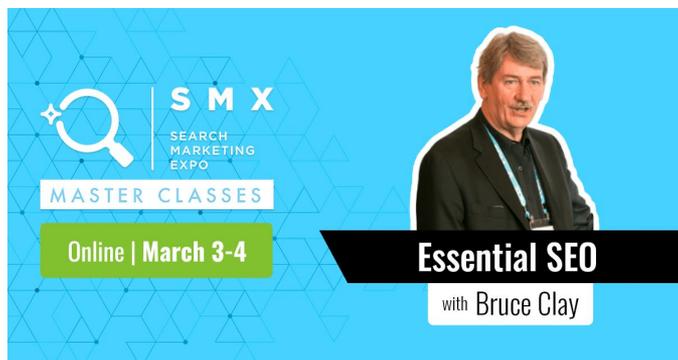
BRUCE
CLAY[®]
EUROPE

SMARTER SEARCH MARKETING dal 1996

Los Angeles, New York, Milano, Londra, Singapore, Tokyo, Sydney

Top 10 SEO Agency a livello Global

Alcune tra le news recenti e gli eventi che hanno riguardato il nostro leadership team nel 2025.



Senior Team Europe



Enrica Fantoni

Co-founder & CEO Bruce Clay Europe

Partner e CEO di Bruce Clay Europe, si occupa di marketing digitale dal 2002, iniziando come web designer freelance e collaborando con JobPilot. Successivamente è entrata in **Kelkoo e Yahoo!**, dove ha trascorso oltre 11 anni, gestendo un team di circa 10 persone. Nel 2015 ha fondato l'agenzia digitale Innovation People e ha co-fondato la startup Bags Parking. La sua esperienza spazia dalla strategia di marketing, al content marketing, all'automazione del marketing, alla strategia dei dati e all'analisi web.



Senior Team Europe



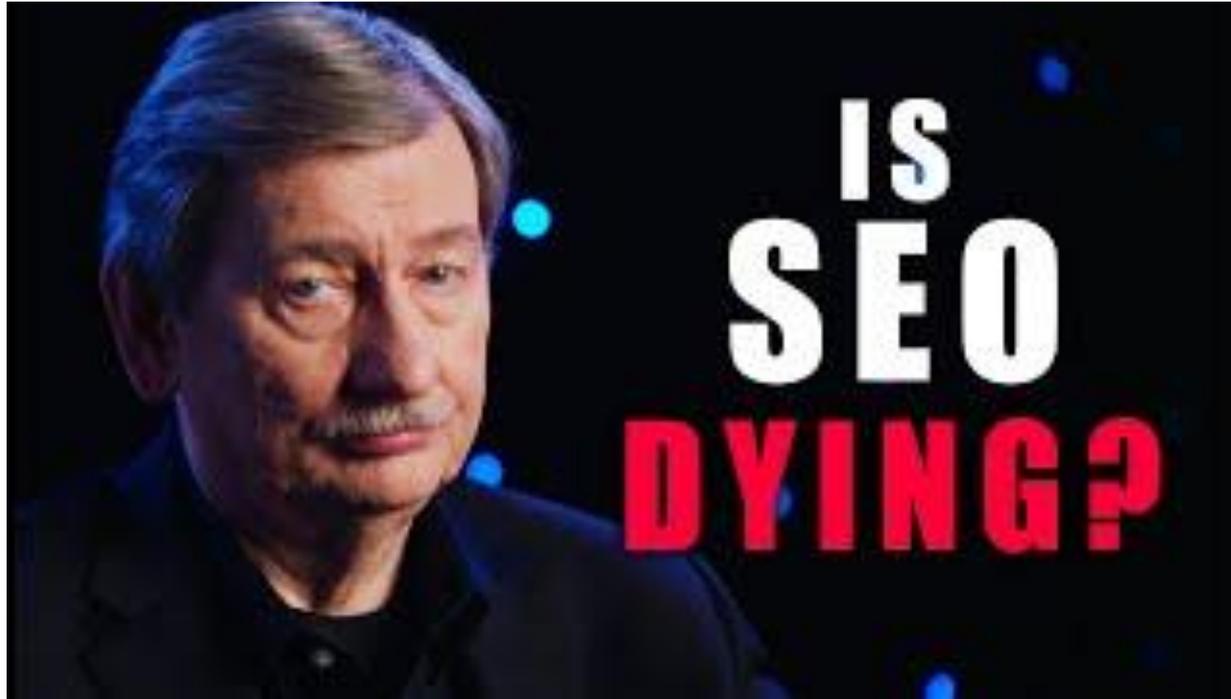
Tiziana Lattaruli

Co-founder & CMO Bruce Clay Europe

Partner e Chief Marketing di Bruce Clay Europe, specializzata in marketing e media, strategia digitale e SEO. Nella sua carriera di 25 anni, ha ricoperto ruoli chiave in Media companies pionieristiche come Lycos e Yahoo, oltre a incarichi in azienda come direttore Marketing e Digital nei settori Beauty, Fashion e Luxury. Dal 2018 nel Faculty di IED Master School, ha formato >300 studenti in ambito SEO, Data & Analytics.



Evoluzione del Search Marketing



La SEO per LLM

L'intelligenza artificiale sta rivoluzionando il modo in cui le persone cercano, trovano e interagiscono con le informazioni online. In prima linea in questa trasformazione ci sono i Large Language Model (LLM), come **ChatGPT e Perplexity**, che stanno cambiando profondamente il panorama digitale. In questo contesto, emerge un concetto fondamentale per le aziende: la **SEO per gli LLM**.

Contrariamente a quanto alcuni pensano, la SEO non è affatto morta, sta semplicemente cambiando aspetto.

I **Large Language Model (LLM)** sono algoritmi di intelligenza artificiale in grado di comprendere, generare e sintetizzare il linguaggio umano. Si basano su enormi quantità di dati e sono in grado di fornire risposte pertinenti, contestuali e spesso immediate.

Per le aziende, ciò significa che la SEO nell'era degli LLM deve evolversi per essere compatibile con questi nuovi sistemi:

- Gli LLM leggono e sintetizzano i contenuti online per rispondere direttamente agli utenti;
- Non si limitano a mostrare link ma **generano risposte**, indicano fonti e suggeriscono contenuti;
- Strumenti come ChatGPT e Perplexity si comportano come veri e propri **motori di risposta** (Answer Engine Optimization – AEO), riducendo il numero di clic tradizionali sui risultati di ricerca.

Utilizzo dell'AI in Italia

Il **28% degli utenti internet in Italia, 13 milioni di italiani**, ha utilizzato almeno un'applicazione di intelligenza artificiale generativa ad aprile (fonte Infodata, Giugno 2025).

Il tool principale è **ChatGpt**, adoperato da 11 milioni di italiani, la maggior parte nella fascia d'età tra i 15 e i 24 anni (44,5%) e di sesso femminile (51,9% del totale).

+65% Tempo e accessi. L'accesso al chatbot di OpenAI è aumentato del 65% mentre il tempo speso è più che raddoppiato (118%). In Italia, negli ultimi quattro mesi, le applicazioni di intelligenza artificiale generativa hanno raggiunto il 31% di utenti in più e incrementato del 51% il tempo speso sui relativi software.

Copilot di Microsoft fa registrare un profilo di utenti spostato sulle generazioni più mature, con il **60,8% degli utilizzatori con +45 anni** mentre sono ancora molto pochi i fruitori dell'applicazione cinese DeepSeek (308.000).

+699% Sociale e video. L'ascesa dell'IA generativa si rispecchia anche nelle attività social degli italiani. Comscore ha confrontato l'utilizzo delle parole chiave 'ChatGpt' e 'OpenAI' nelle didascalie dei post sulle principali pagine pubbliche del panorama social nazionale, registrando una crescita del +699% nelle visualizzazioni dei video legati a questo argomento nei primi tre mesi del 2025, rispetto allo stesso periodo del 2024.

Perplexity, Gemini, ChatGPT, Claude

Caratteristica	Perplexity	Google Gemini	ChatGPT	Claude
Modello di base	GPT-3.5-turbo, GPT-4 (opzione)	Proprietario (Google)	GPT-3.5, GPT-4 (a pagamento)	Proprietario (Anthropic)
Funzionalità	Ricerca dettagliata, citazioni fonti	Ricerca intuitiva, personalizzata	Generazione di contenuti, plugin	Risposte sicure, personalizzate
Interfaccia	Orientata alla ricerca	Intuitiva, rapida	Conversazionale	Conversazionale
Aggiornamenti	Collegamento con Bing	Aggiornamenti in tempo reale	Aggiornamenti in tempo reale	Aggiornamenti in tempo reale
Vantaggi	Risposte dettagliate, ben documentate	Risposte rapide, personalizzate	Risposte naturali, versatili	Risposte sicure, personalizzate
Limiti	Risposte meccaniche	Dipendenza da Google	Mancanza di trasparenza fonti	Limitata disponibilità

Branding nell'AI era

Nell'attuale scenario dove l'utilizzo dell'AI a scopi conoscitivi, di ricerca e di shopping è diffuso in tutto il Mondo e in tutte le fasce di età diventa fondamentale governare la **diffusione di segnali leggibili, non solo dal proprio target di riferimento ma anche dai bot AI.**

Adottare una strategia di comunicazione adeguata, che consideri la diffusione di segnali intercettabili anche dall'AI, consentirà di generare visibilità organica per il proprio Brand e i propri prodotti.

Media Relations e SEO tradizionali si evolvono in una nuova dimensione dove guida il contenuto professionale, sempre che sia potenziato con impostazioni tecniche adeguate al nuovo contesto.

Nuovo Scenario AI & Digital Marketing

- **Google AI Overview** è utilizzata da 1 miliardo di utenti nel mondo (dati Google marzo 2025)
- Le feature **AI Conversazionali** popolano le SERP riducendo del 30% il traffico organico (fonte interna Bruce Clay & Ahref)
- Il **traffico da LLMs è in crescita stabile** negli ultimi 12 mesi (ChatGPT ampiamente superiore a Perplexity) ma ancora limitato rispetto al traffico organico da motori di ricerca e con tassi di conversione inferiori (ricerca di Dan Taylor, maggio 2025).

Le nuove features AI dei motori di ricerca

Google

All News Images Videos Short videos Web Books More -

Tools -

AI Overview

La scelta del "migliore" investimento dipende molto dal tuo profilo di rischio, dagli obiettivi finanziari e dall'orizzonte temporale. Tuttavia, alcuni investimenti sono considerati più sicuri o promettenti nel contesto attuale. Per chi cerca sicurezza, i buoni fruttiferi postali e i conti deposito offrono rendimenti garantiti, mentre per chi cerca rendimenti più elevati, azioni, ETF e immobili possono essere opzioni interessanti, ma con un rischio maggiore.

Opzioni di investimento:

Investimenti a basso rischio:

- Buoni fruttiferi postali:** Emessi da Poste Italiane, garantiti dallo Stato, con rendimento fisso e possibilità di rimborso anticipato. Adatti a chi cerca sicurezza e semplicità.
- Conti deposito:** Offrono rendimenti fissi o variabili e sono garantiti fino a 100.000 euro per depositante. Rischio basso, ma rendimenti generalmente inferiori rispetto ad altri investimenti.
- Obbligazioni:** Prestiti a enti pubblici o privati, con interessi periodici e restituzione del capitale alla scadenza. Possono essere a tasso fisso o variabile, e il rischio varia a seconda dell'emittente.

Investimenti a rischio moderato/alto:

- Azioni:** Quote di aziende quotate in borsa, con rendimento elevato ma anche rischio maggiore. Diversificare il portafoglio per ridurre il rischio.
- ETF (Exchange Traded Funds):** Fondi che replicano l'andamento di un paniere di azioni o obbligazioni.

Dove investire oggi (maggio 2025): i consigli...
29 May 2025
CrowdFundMe

In cosa investire oggi: 7 investimenti a confronto...
Se ben studiati, gli investimenti immobiliari...
Ventuno Srl

Dove investire oggi: migliori investimenti sicu...
4 Apr 2025
Investing.com

Show all

What's the best espresso machine under \$200 that comes close to the taste of coffee in Italy?

If you're aiming to recreate the ambiance of an Italian café at home without exceeding a \$200 budget, there are several espresso machines that can deliver rich, authentic flavors. Below are some top picks that balance quality and affordability:

 <p>Versatile Choice</p> <p>De'Longhi ECP3220 Espresso Machine</p> <p>\$119.95</p> <p>De'Longhi and 9 others</p>	 <p>Compact Design</p> <p>Gevi Compact Professional Semi-Automatic Espresso...</p> <p>\$124.99</p> <p>GEVI and 3 others</p>	 <p>Best Budget Choice</p> <p>De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine</p> <p>\$99.95</p> <p>PuriLife</p>
---	--	---

ChatGPT chooses products independently. Learn more >

Top Selections Explained:

- De'Longhi ECP3220 Espresso Machine**
Versatile Choice

With adjustable controls and a self-priming operation, this machine simplifies the

Google AI Mode All Images Videos News Shopping More

AI Mode

what happens to your heart rate during deep sleep

Best Budget Choice



De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine

★★★★★ 4.3 (412)

Purchasing options

- De'Longhi \$99.95 Buy
- Walmart \$90.99 Buy
- BrandsMart USA \$89.99 Buy

Serve una nuova strategia

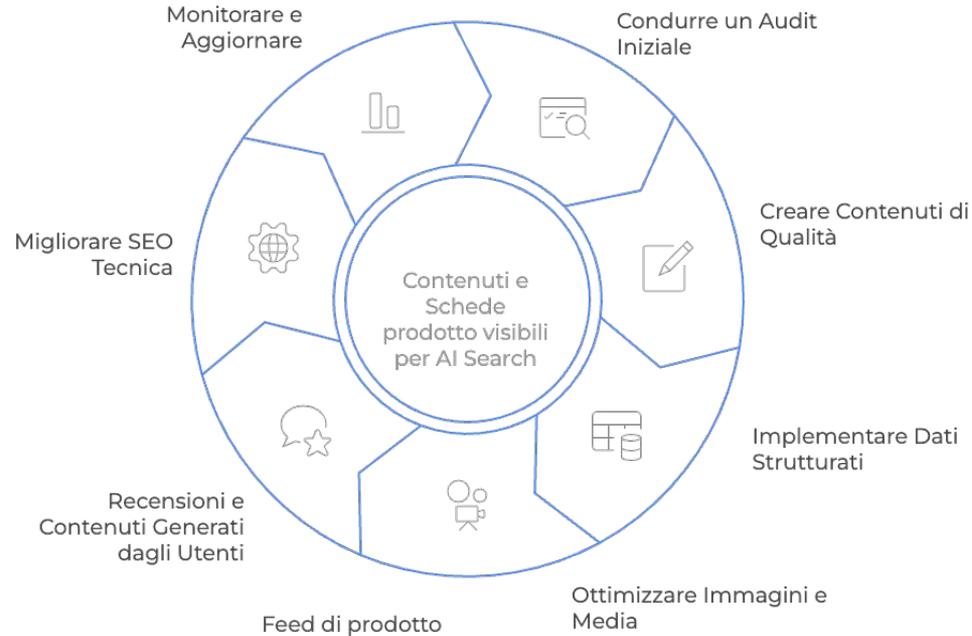
AI LEADERSHIP trasversale > ottimizzare tutte le SERP

ESPERIENZA > rispondere a DOMANDE specifiche delle tue user personas

AUTOREVOLEZZA > con contenuti originali, MENZIONI e backlinks di valore

BRANDING > ottimizza tutta la visibilità del BRAND e le ENTITÀ semantiche

Ottimizzazione AI Search



Metodologia di lavoro - SEO Audit

Siamo conosciuti per i nostri **audit SEO dettagliati** e completi di analisi e idee di ottimizzazione per ogni elemento che, secondo la nostra esperienza, ha un impatto reale sul posizionamento. La nostra metodologia di Audit è aggiornata per rilevare macro e micro segnali che impattano anche sulla **comprensione di bot AI**.

Abbiamo eseguito centinaia di ottimizzazioni SEO tecniche di successo grazie alla **tecnica del siloing** (organizzazione dei contenuti per argomenti coerenti e strategia di linking interno basata sull'ottimizzazione del PageRank) e a **strategie personalizzate** che sviluppiamo in base alle risorse dei clienti.

L'audit produce un elenco di **raccomandazioni** che valutiamo in termini di impatto, impegno, fattibilità e tempi, ottenendo una **mappa delle priorità** e un **piano d'azione** che diventano la base del nostro progetto.

Table of Contents	
SEO Audit	
1. Executive Overview	4
Executive Summary	4
Keyword and Ranking Analysis	5
Traffic Analysis	7
Bruce Clay, Inc. SEO Methodology	7
Concept of Least Imperfect	8
Topics, Themes and Internal Linking	8
On-Page and Off-Page Factors	9
Google Penalties	9
Quality and E-A-T	10
Summary of Methodology	11
2. On-Page Optimization	12
HTML Constructs	12
Title and Meta Tags	12
Body Content	16
Heading Tags	19
Alt Attributes	20
Meta Robots Tag	21
Canonical Link Element	21
Structured Data and Schema Markup	22
Social Meta Tags	23
HTML Cleanup and Enhancement	23
The Ideal Landing Page	25
On-Page Optimization for Specific Page Types	27
Homepage Optimization	27
Subpage Optimization	29
Optimization for SERP Features and Verticals	30
Video Optimization	31
Image Optimization	32
Local Optimization	33
Local Rankings	35
NAP Consistency	35
Citation Sources	35
Mobile Optimization	35
Mobile Platform	36
Mobile Traffic	37
Mobile First Compliance	37
Mobile Friendliness	38
Mobile Page Speed	39
Internal Linking	40
Content Siloing	41
URL Structures	43

Page Errors		
URL	HTTP Status	
https://www.worldfirst.com/	201	https://www
https://www.worldfirst.com/global/	200	

Recommendations

- The page should have at least H1 tag and no more than six total Heading Tags.
- There are too many words being used as Link Text in relation to your content.
- There are too many or not enough words being used in your alt attributes in relation to the text content.
- The size of this page is too large.
- This page contains too many links relative to the content.

SSL Support

✓ SSL Supported

✓ HTTP Strict Transport Security (HSTS) Supported

AMP Support

AMP Not Supported

This page does not support AMP

Page Topics

- world account
- get paid
- contact us

Condurre un Audit SEO per AI

SEO tradizionale	SEO per AI (LLM-oriented)
 Keyword stuffing	 Comprensione semantica
 Ottimizzazione di metadati	 Struttura informativa leggibile da LLM
 SERP listing e CTR	 Perplexity 
 Link building	 Completezza e autorevolezza del contenuto
 Focus su ranking	 Focus sull'utilità per modelli generativi

Audit SEO per AI

Riportiamo le principali aree di analisi di un Audit LLM:

1. Pertinenza e specificità del contenuto

Verifica del focus di ogni contenuto su un intento di ricerca specifico;

Utilizzo di parole chiave semanticamente affini come “SEO e AI”, “ottimizzazione per AI”, “contenuti LLM-friendly”;

Risposta a domande chiare, con date, dati e casi d’uso reali.

2. Struttura del contenuto

Utilizzo di titoli, H2 e H3 descrittivi;

Presenza di elenchi puntati, checklist e riepiloghi per facilitare la lettura da parte degli LLM;

Utilizzo di dati strutturati per facilitare la comprensione da parte dell’AI;

Leggibilità: paragrafi brevi e frasi dirette, evitando il superfluo.

Audit SEO per AI

3. Affidabilità del dominio e autorevolezza (EAT)

Accuratezza del profilo aziendale, dei contenuti degli autori e delle referenze;
Collegamento interno dei tuoi contenuti e citazione di fonti autorevoli;
Ottimizzazione schema markup, meta tag e sitemap per una migliore indicizzazione.

4. Freschezza e aggiornamento

Aggiornamento frequente dei contenuti con dati recenti;
Presenza di riferimenti all'anno o al trimestre a cui si riferiscono dati e analisi;
Utilizzo di articoli e risorse pubblicati entro i 12 mesi precedenti.

5. Scrivi in modo “LLM-Friendly”

Verifica del senso autonomo di ogni sezione: deve avere senso anche letta singolarmente;
Scrittura pensata sia per chi legge, sia per chi “interpreta” (i modelli AI);
Inclusione di un riepilogo dei punti chiave in ogni contenuto.

Creare Contenuti di qualità



Creare Contenuti di qualità

The screenshot shows the 'Create a Page' interface. On the left is a 'TOOLS' sidebar with options: Dashboard, Explore All, Research, Creation, and Rewriting. The main area contains a breadcrumb 'All Tools > Page Creator > Create a Page' and a prompt: 'Please provide a website and either a keyword or an outline'. Below this is a form with 'https://bruceclay.com' and 'marketing agency' entered. A 'Content outline' section lists 'Exhaustive keyword list'. A red arrow points from the 'Explore All' tool in the sidebar to the 'Explore All' tool in the 'Page Creator Detail' view on the right.

The screenshot shows the 'Page Creator Detail' interface. It features a breadcrumb 'All Tools > Page Creator > Page Creator Detail' and a prompt: 'New page, profile and FAQ based on the keyword: marketing agency'. A 'TOOLS' sidebar on the left includes 'Explore All', 'Research', 'Creation', and 'Rewriting'. The main content area has a navigation bar with 'Keywords', 'Outline', 'Page', 'Profile', 'FAQ', 'Writing Tips', and 'Link Suggestions'. The 'Page' tab is active, displaying the title 'Marketing Agencies and Their Roles' and several paragraphs of text. Below the text are sections for 'Different Types and Operational Strategies of Marketing Agencies' and 'Marketing Strategy Development'.

Metodologia di lavoro e Strumenti

In ambito SEO e sviluppo contenuti, ci avvarremo di metodologie e strumenti proprietari noti e stimati a livello internazionale: **Bruce Clay SEO ToolSet** e **Bruce Clay PreWriter**.

Abbiamo sviluppato internamente una **suite di soluzioni AI** che lavorano in ottica SEO e supportano le strategie e le operazioni SEO e Digital Marketing per:

- Identificare **USER PERSONAS** efficaci, grazie alla rielaborazione predittiva di mix di volumi e intenti di ricerca del pubblico
- Ristrutturare un website o una sezione Blog secondo tecniche di **SILOING** efficaci
- Creare **PIANI EDITORIALI** performanti pensati in ottica di crescita del traffico organico
- Creare **SINERGIE SEO, SEA e Email Marketing** con strumenti di rilevazione che consentano di **ottimizzare gli investimenti ADV**
- Monitorare **SERP, TOPIC** opportunities e **COMPETITORS**

Per massima completezza e qualità delle nostre analisi, ci avvaliamo di un elevato numero di strumenti SEO, SEA e Analytics tra cui: Semrush, Ahrefs, SE Ranking, Majestic, Screaming Frog.



Metodologia di lavoro - SEO & Contenuti

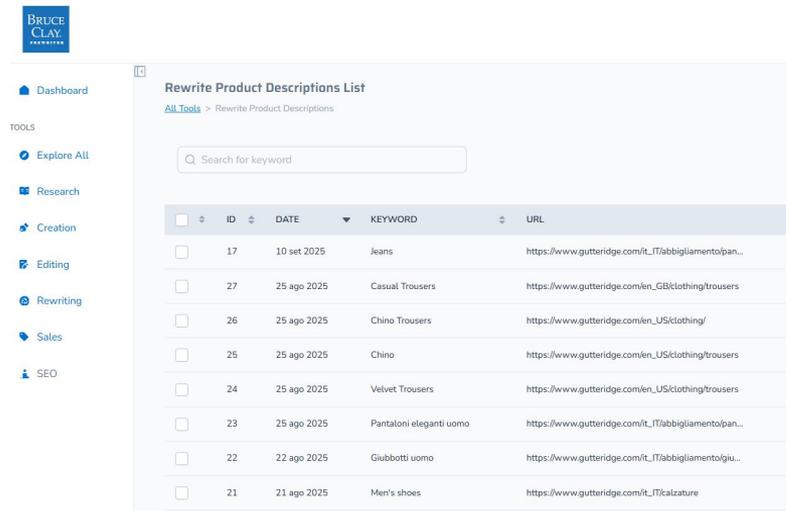
In ambito SEO il nostro **servizio “SEO mensile”** prevede:

- monitoraggio continuativo del traffico organico, dei posizionamenti organici (con focus sulle keywords target) e dei competitors
- verifica problemi di scansione SEO tecnica e configurazione generale: crawlability, indexability, velocità e performance, errori 404, redirect, duplicazioni dei contenuti, gestione di tag hreflang e canonical, il linking interno e mobile seo
- verifica compliance rispetto agli aggiornamenti degli algoritmi di Google
- supporto SEO per garantire visibilità e posizionamento di nuove sezioni, nuove pagine, schede di prodotto e pagine di business
- analisi keywords, ottimizzazione dei tag (title, meta description, tag heading, immagini, video e contenuti) e testi per i motori di ricerca in diverse lingue
- supporto SEO UX design in casi di restyling
- ottimizzazione Local SEO per Google My Business
- monitoraggio della SERP Reputation
- monitoraggio visibilità AI
- supporto per l'ottimizzazione di nuovi contenuti



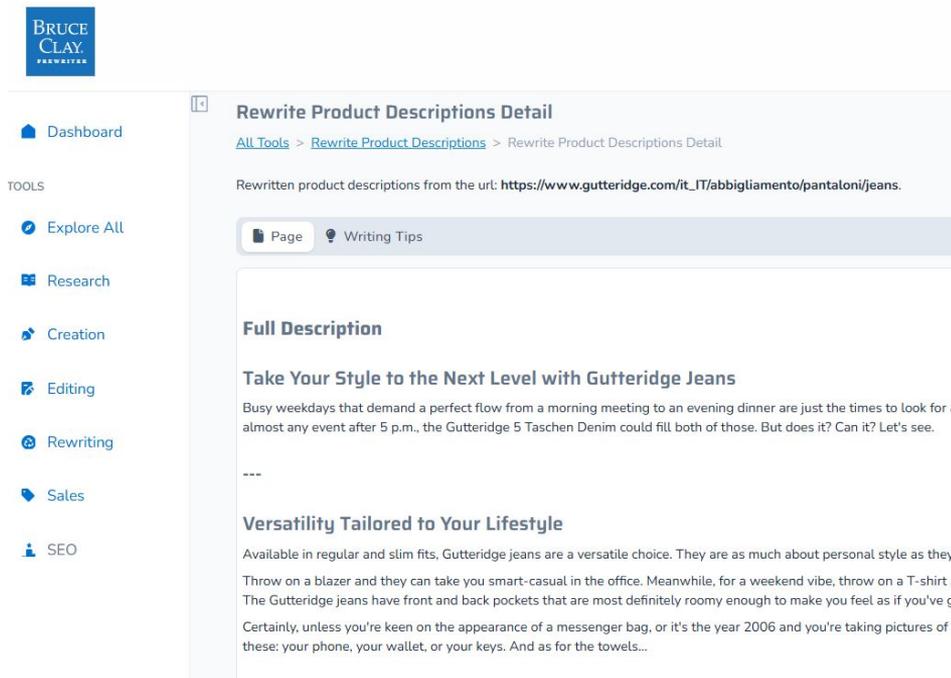
Ottimizzazione Schede Prodotto con l'AI

Bruce Clay PreWriter offre anche la funzione di riscrittura testi per schede prodotto.



The screenshot shows the 'Rewrite Product Descriptions List' interface. It includes a search bar for keywords and a table with columns for ID, DATE, KEYWORD, and URL. The table lists 10 entries for various clothing items like Jeans, Casual Trousers, Chino Trousers, Chino, Velvet Trousers, Pantaloni eleganti uomo, Giubbotti uomo, and Men's shoes.

ID	DATE	KEYWORD	URL
17	10 set 2025	Jeans	https://www.gutteridge.com/it_IT/abbigliamento/pan...
27	25 ago 2025	Casual Trousers	https://www.gutteridge.com/en_GB/clothing/trousers
26	25 ago 2025	Chino Trousers	https://www.gutteridge.com/en_US/clothing/
25	25 ago 2025	Chino	https://www.gutteridge.com/en_US/clothing/trousers
24	25 ago 2025	Velvet Trousers	https://www.gutteridge.com/en_US/clothing/trousers
23	25 ago 2025	Pantaloni eleganti uomo	https://www.gutteridge.com/it_IT/abbigliamento/pan...
22	22 ago 2025	Giubbotti uomo	https://www.gutteridge.com/it_IT/abbigliamento/giubb...
21	21 ago 2025	Men's shoes	https://www.gutteridge.com/it_IT/calzature



The screenshot shows the 'Rewrite Product Descriptions Detail' interface. It displays the URL of the original product page and a 'Full Description' section. The description text is partially visible, starting with 'Buy weekdays that demand a perfect flow from a morning meeting to an evening dinner...'

Rewrite Product Descriptions Detail

[All Tools](#) > [Rewrite Product Descriptions](#) > Rewrite Product Descriptions Detail

Rewritten product descriptions from the url: https://www.gutteridge.com/it_IT/abbigliamento/pantaloni/jeans.

Page Writing Tips

Full Description

Take Your Style to the Next Level with Gutteridge Jeans

Buy weekdays that demand a perfect flow from a morning meeting to an evening dinner are just the times to look for a almost any event after 5 p.m., the Gutteridge 5 Taschen Denim could fill both of those. But does it? Can it? Let's see.

Versatility Tailored to Your Lifestyle

Available in regular and slim fits, Gutteridge jeans are a versatile choice. They are as much about personal style as they are about functionality. Throw on a blazer and they can take you smart-casual in the office. Meanwhile, for a weekend vibe, throw on a T-shirt and they can take you to the park. The Gutteridge jeans have front and back pockets that are most definitely roomy enough to make you feel as if you've got everything you need. Certainly, unless you're keen on the appearance of a messenger bag, or it's the year 2006 and you're taking pictures of a friend. These are your phone, your wallet, or your keys. And as for the towels...

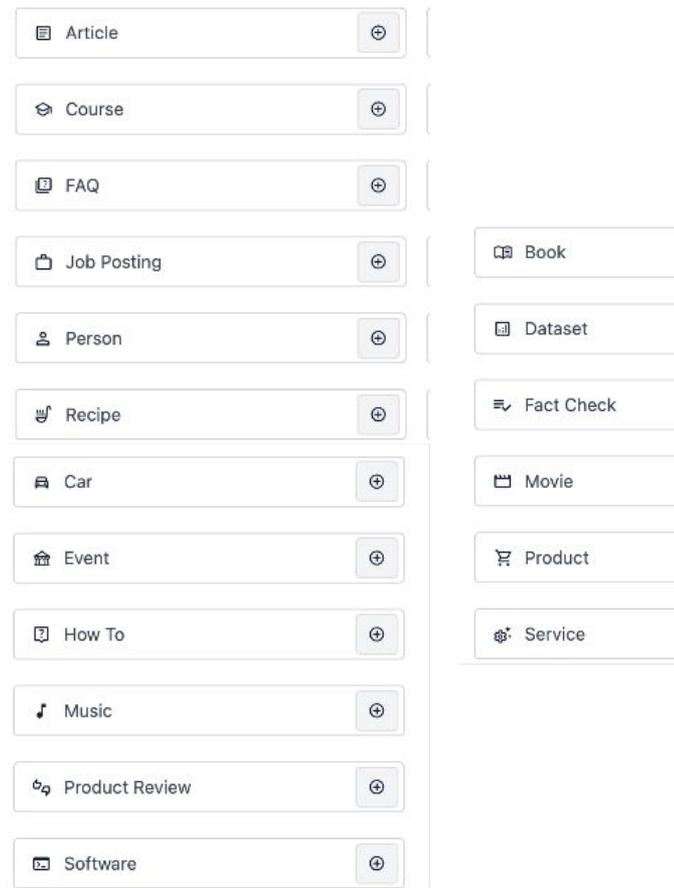
Implementare Dati Strutturati

I dati strutturati (o markup per dati strutturati) sono **un codice standardizzato** inserito nel backend di una pagina web che fornisce informazioni dettagliate e categorizzate sul suo contenuto ai motori di ricerca.

I loro principali vantaggi per la SEO sono il **miglioramento della comprensione dei contenuti da parte di Google e dei bot AI**, l'aumento della visibilità tramite l'apparizione di rich snippet (risultati di ricerca arricchiti) e un potenziale incremento del tasso di click (CTR).

La correlazione tra rich snippet e menzioni AI è molto alta e continuo oggetto di analisi da parte del nostro team tecnico.

I linguaggi più comuni per implementarli sono JSON-LD, Microdata e RDFa, con Schema.org che fornisce il vocabolario di riferimento.



Gestire Feed di Prodotto per l'Agentic Commerce

Il termine *Agentic Commerce* si riferisce all'utilizzo di agenti intelligenti (AI Agent) capaci di agire in autonomia per conto del consumatore durante il processo d'acquisto. Questi assistenti virtuali non si limitano a suggerire prodotti come fa un motore di raccomandazione tradizionale: comprendono preferenze, analizzano alternative, prendono decisioni e finalizzano l'acquisto.

Grazie all'integrazione dell'intelligenza artificiale generativa (come GPT, Claude o Gemini), gli agenti possono:

- Comprendere esigenze complesse o contestuali
- Analizzare centinaia di opzioni in tempo reale
- Ottimizzare scelte in base a criteri come prezzo, sostenibilità, brand affinity
- Automatizzare l'acquisto o proporre il *carrello perfetto*

Le azioni fondamentali per predisporre e ottimizzare un eCommerce:

1. Ottimizzare la struttura dati del proprio e-commerce: feed ben fatti, schede prodotto dettagliate, informazioni leggibili da sistemi AI.
2. Investire in contenuti semantici e informativi, utili per gli agenti intelligenti che cercano “risposte”, non solo prodotti.
3. Adottare una logica API-first, per rendere il proprio catalogo “conversabile” e integrabile con i nuovi ecosistemi AI-driven.
4. Valutare l'implementazione di agenti conversazionali personalizzati sul proprio sito, per anticipare l'esperienza del futuro.

Distribuire Segnali



BOOM! Beauty by Cindy Joseph is the first pro-age cosmetic and skin care line for women of every generation. Made with only quality ingredients, BOOM! enhances the natural beauty of every woman—in every phase of life.

Created by a makeup artist who became a silver-haired supermodel at age 49, BOOM! brings the revolutionary idea of “pro-age” to women’s cosmetics and skin care.

[SEE OUR PRODUCTS](#)



Importanza di Reddit e altre “Community”

Search Marketing > Blog

ALL THE NEWS THAT'S FIT TO BLOG



SOCIAL MEDIA MARKETING

Reddit: how it works for users and businesses



SEO

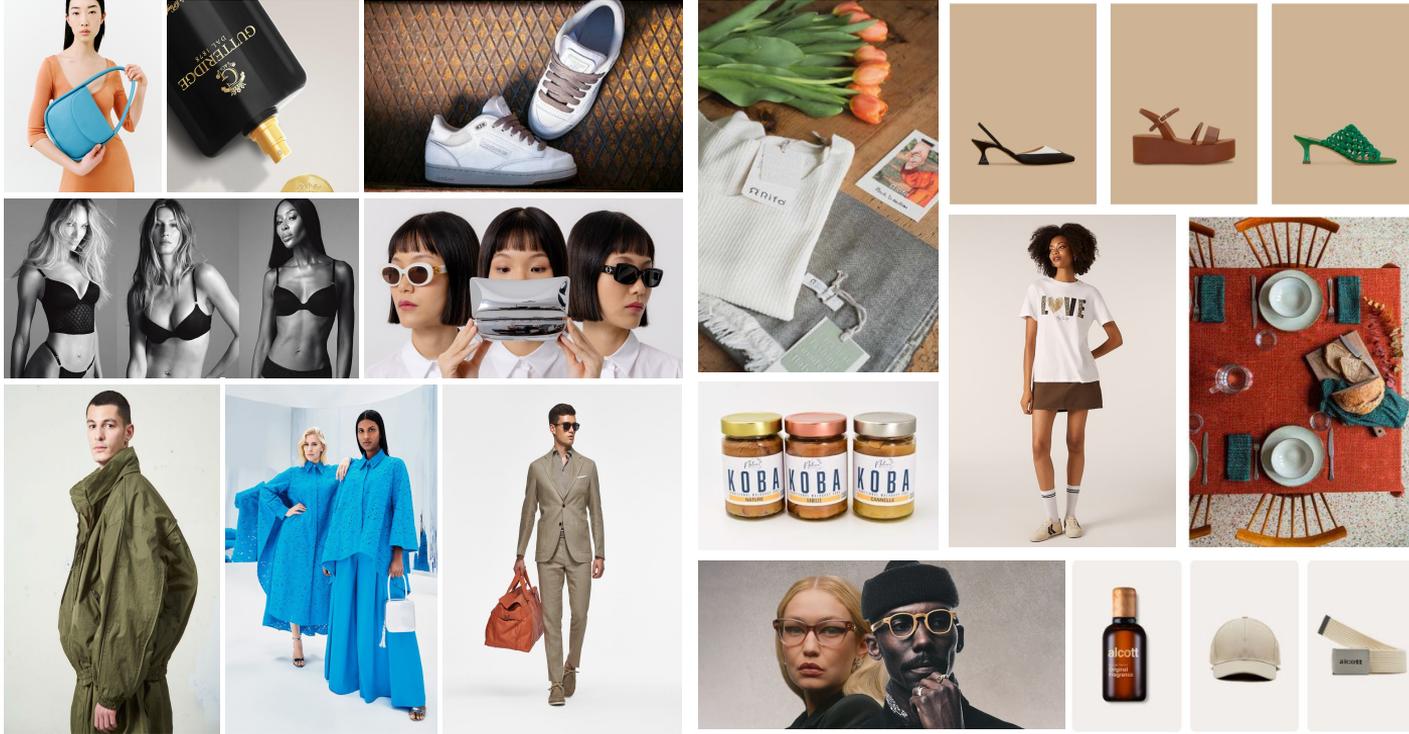
SEO in 2025: Bruce Clay redefines the rules of the game

Posted by Bruce Clay on July 21, 2025



Articolo “Reddit” sul Blog
www.bruceclay.eu/blog

Esperienza in ambito Ecommerce



Bruce Clay Europe

Pluri-premiata Agenzia di Search Marketing, fondata nel 1996 da Bruce Clay, noto come “il padre della SEO”, il primo a chiamare la sua specializzazione con l'acronimo SEO.

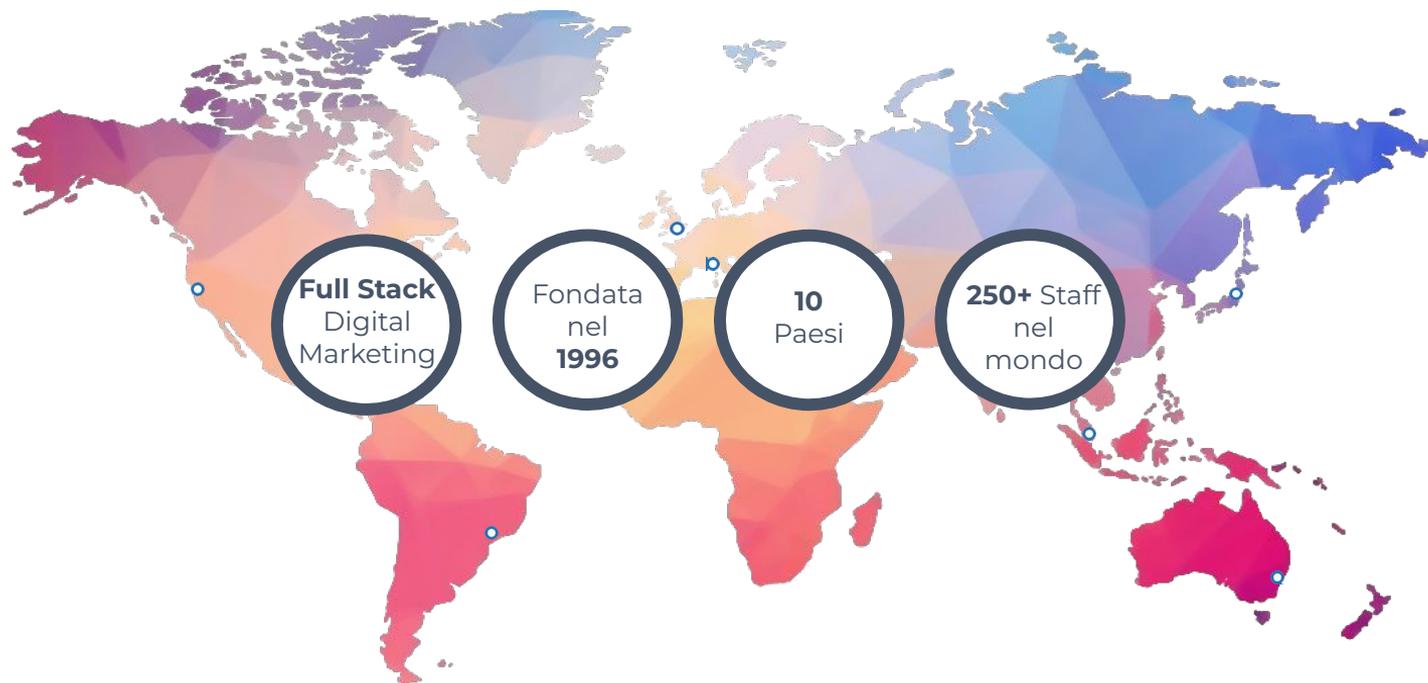
Recentemente premiata anche da Casaleggio e Associati e inserita nelle **TOP SEO Agency in Italia**. Siamo riconosciuti come Agenzia leader nel search marketing, con uffici in tutto il mondo, ed abbiamo fatto dei servizi di **consulenza SEO etica e tecnica** la nostra specialità. I nostri analisti SEO hanno in media più di 10 anni di esperienza e sono supervisionati da **esperti SEO internazionali**, tra cui lo stesso Bruce Clay, per portare il traffico organico dei siti Clienti a nuovi livelli. Aiutiamo Clienti Enterprise, aziende di media grandezza e startup, accogliendo tutte le sfide e le opportunità SEO, avendo **esperienza trasversale in tutti i settori**.

Da pionieri dell'architettura dei siti con la tecnica definita siloing, al nostro plug-in SEO per WordPress, fino allo sviluppo di **strumenti AI specifici per SEO e digital Marketing**, come il nostro LLM (large language model) proprietario “Bruce Clay PreWriter” e la nostra piattaforma di formazione SEO e Web Analytics, gli esperti di Bruce Clay sono leader in **innovazione in diverse aree del digital marketing**.

Vantiamo in Europa una forte **leadership al femminile**: CEO Enrica Fantoni e CMO Tiziana Lattaruli sono riconosciute tra le 50 manager più influenti nel digital marketing in Europa.



Full Stack SEO / AI Agency



Uffici principali

Los Angeles
New York
Rio De Janeiro
Milano
Dubai
Londra
Delhi
Hong Kong
Tokyo
Jakarta
Sydney

Bruce Clay Europe

Siamo riconosciuti in Italia e a livello internazionale per:

- Ottimizzazione del traffico organico su tutti i **motori di ricerca**, piattaforme **AI e Social**: Google, Bing, Amazon, Yandex, Baidu, Meta, Pinterest, TikTok, LinkedIn, X
- SEO tecnica e SEO per eCommerce con approccio etico
- Strategie digital marketing, sviluppo di contenuti e gestione media
- **Applicazioni AI in ambito SEO e digital marketing**
- Web Development, UX & CRO
- Data strategy & Web Analytics
- Integrazioni CRM, Email Marketing e Marketing Automation
- SEO & Digital Marketing Training (online e offline)
- Siamo autori di best seller e di riviste SEO internazionali
- Siamo speaker in eventi SEO e digital marketing internazionali

PREMIER

Google
Partner



Search
Engine
Land



Metodologia di lavoro - Approccio



Il nostro founder Bruce Clay sviluppa da anni tecniche SEO basate su un profondo studio degli algoritmi dei motori di ricerca, grazie all'osservazione di centinaia di siti web su cui l'Agenzia opera costantemente da anni.

La **retroingegnerizzazione** ha permesso a Bruce di formulare e testare diverse tecniche, che ha diffuso e insegnato nel tempo. Tra queste ricordiamo:

- la **tecnica del “meno imperfetto”**
- la strutturazione di siti e contenuti definita **“siloiing”**
- il calcolo del **pagerank**
- la **topic authority**
- l'approccio **“questions”**
- l'ottimizzazione naturale dei backlinks

Tutte le tecniche di Bruce Clay sono basate su principi etici, riassunti nella sua pubblicazione [“SEO code of ethics”](#) diffusa con l'obiettivo di far evolvere l'intero settore verso delle pratiche SEO oneste conosciute come **“white hat SEO”**.

Bruce Clay è stato **membro direttivo del SEMPO** (Search Engine Marketing Professionals Organization) e nel 2013 è stato insignito del **riconoscimento alla carriera** per l'eccellenza, l'esecuzione, la visione e l'influenza nel settore del Search Marketing.



Modello organizzativo

Il nostro metodo di lavoro si basa su principi di flessibilità e adattamento all'organizzazione dei nostri Clienti, con l'obiettivo di inserire il nostro team nelle attività in scope nella massima efficienza per tutti i team coinvolti.

I nostri PM hanno in **media 10 anni di esperienza nella gestione di progetti complessi.**

Elementi chiave del modello organizzativo:

- raccolta delle informazioni di partenza, accesso a tool e strumenti, identificazione degli interlocutori
- creazione di spazi di condivisione della documentazione (storico dati e nuovi output da Bruce Clay Europe)
- identificazione degli strumenti di tracking delle attività e di comunicazione
- presentazione del piano di lavoro di dettaglio
- definizione milestones di progetto e assegnazione di macro tasks
- design dei flussi di lavoro
- validazione dei KPIs per singola area e impostazione del monitoraggio
- design del reporting complessivo e per singola area
- organizzazione di meeting ricorrenti, SAL (stato avanzamento lavori), review trimestrali e annuali di dettaglio

Metodologia di lavoro - Reporting

Creiamo report sulla base dei KPI concordati, che possono includere:

- **Organic traffic trends** e dati per ogni paese (impressions, clicks e sessions)
- **Keywords monitoring**: andamento delle posizioni delle top keywords
- **Top pages traffic**
- **Integrazione tra le metriche** di GA, GSC e altre piattaforme specifiche per i mercati di riferimento

Realizziamo dashboard customizzate con Microsoft Power BI, Looker Studio, Tableau.



Senior Team Europe / US



Bruce Clay

Founder & President Bruce Clay Inc

Fondatore e il presidente della Bruce Clay Inc, Bruce È riconosciuto come il "padre del SEO". Ha conseguito un MBA presso la Pepperdine University e una laurea in matematica e informatica presso la Western Illinois University. Rispettato leader del settore, è relatore, autore ed educatore che presenta regolarmente alle principali conferenze e insegna marketing digitale a studenti di tutto il mondo. Le sue intuizioni sono state presentate in pubblicazioni come The Wall Street Journal, USA Today e Wired Magazine.



Senior Team Europe / UK



Fred Cornell

UK Lead Bruce Clay Europe

Client Lead per il Regno Unito di Bruce Clay Europe, lavora nel marketing digitale dal 1998, iniziando la sua carriera nelle operazioni e nella strategia. Ha trascorso più di 10 anni presso Yahoo! in ruoli senior e successivamente ha guidato iniziative di crescita presso Healthily, offrendo miglioramenti significativi nel traffico organico e nel coinvolgimento degli utenti.



Thank you!

BRUCE
CLAY®
EUROPE



Il vostro referente:

Tiziana Lattaruli, Agency co-Founder & CMO

Email: tlattaruli@bruceclay.com

Mobile: + 39 349 1802995