



Seo Sem Specialist

Dove e come lavora

Il Seo Sem Specialist/Manager si inserisce nel Reparto Digital e, nello specifico, nell'Ufficio Web di agenzie pubblicitarie e di comunicazione di qualsiasi dimensione all'interno del quale opera, sia come dipendente che come libero professionista, sotto le direttive e la supervisione del Digital Project Manager.

Cosa fa

Il Seo Sem Specialist si occupa di ottimizzare il posizionamento dei siti web nei motori di ricerca (SEO – Search Engine Optimization) e di attrarre visitatori (SEM – Search Engine Marketing). È, quindi, la figura professionale che si occupa di rendere le pagine che compongono un sito web appetibili per i motori di ricerca attraverso una serie di analisi, ricerche e attività mirate al posizionamento del sito fra i primi risultati di ricerca per parole chiave specifiche che identificano il business e che rispondono alle domande degli utenti. Si occupa, inoltre, di soddisfare il bisogno di informazioni da parte degli utenti o il loro desiderio di compiere una determinata azione (acquisto, download, comparazione prezzi...) facendo in modo che le pagine web siano facilmente fruibili e prive di elementi di disturbo (lentezza nel caricamento delle pagine, mancata formattazione del testo, eccessiva presenza di link esterni e banner pubblicitari, ecc.). Le attività svolte dal Seo Sem Specialist sono essenzialmente di due tipi: On-site, che consiste nell'ottimizzazione del codice sorgente delle pagine e dei contenuti che esse ospitano in base alle keyword individuate, nella revisione dell'architettura delle informazioni, nel miglioramento dell'usabilità del sito e del sistema di linking interno; Off-site che consiste nella creazione e gestione della link popularity attraverso l'acquisizione di link di qualità provenienti da domini autorevoli e pertinenti rispetto alla tematica principale del sito. In particolare, il Seo Sem Specialist crea contenuti editoriali utilizzando tecniche di scrittura specifiche per il web in modo che questi appaiano facilmente tra i primi risultati dei motori di ricerca, ottimizza l'uso delle parole chiave utili al posizionamento sui motori per permettere di generare traffico di potenziali clienti sul sito, quindi, monitora e verifica i risultati inerenti il posizionamento sui motori di ricerca.

Il Seo Sem Specialist lavora in stretta collaborazione con tutte le altre figure che operano nel Reparto Digital per ottimizzare il codice sorgente dei siti web, per definirne le caratteristiche strutturali e per migliorarne l'usabilità. Si relaziona, inoltre, con le figure che operano nel Reparto Creativo, in particolare con il Copywriter, per creare i contenuti dei siti web e per ottimizzare l'uso delle parole chiave utili al posizionamento sui motori di ricerca e con gli Account per capire quali sono le richieste/esigenze dei clienti.

Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un diplomato presso un istituto professionali in ambito comunicazione ma anche da un laureato in Lettere, in Informazione e sistemi editoriali, in Comunicazione, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, in Tecniche e metodi per la società dell'informazione o in Strategie di comunicazione; è, comunque, fondamentale una specializzazione (anche da autodidatta) in ambito web. Oltre ai master universitari in comunicazione digitale e multimediale esistono diverse società e scuole private che organizzano singoli moduli per formare questa figura professionale.



Competenze tecniche

Il Seo Sem Specialist deve possedere conoscenze di base delle teorie e delle tecniche pubblicitarie e, più in generale, della comunicazione veicolata sfruttando i nuovi media (web e social). In particolare, deve possedere ottime conoscenze delle logiche con cui gli algoritmi che regolano l'ordine dei risultati nelle SERP (le pagine dei risultati dei motori di ricerca) scelgono i siti da posizionare più in alto, dei principi di ottimizzazione del ranking relativi agli algoritmi attualmente utilizzati dai motori di ricerca, dei fondamenti dei linguaggi web di scripting lato server e web server (HTML, Php, Jsp, Asp, Apache, IIS), degli strumenti di pubblicazione per il web (CMS, Blog, Editor), dei principali seo tools e degli strumenti di test. Deve, quindi, essere in grado di effettuare una SEO Audit per controllare lo stato di salute di un sito web; deve saper "leggere e interpretare" le SERP, deve saper leggere ed interpretare dati derivanti dall'attività di monitoring dei flussi utilizzando Google Analytics e Google Tag Manager e, chiaramente, deve saper creare un piano editoriale per la stesura di contenuti seo friendly keyword oriented (per garantire accessi crescenti al sito tenendo d'occhio i volumi di ricerca delle parole chiave). Infine, deve conoscere le metodologie e le tecniche del web marketing, deve saper analizzare dati statistici, deve conoscere la normativa in materia di comunicazione e informazione online e la normativa in materia di proprietà intellettuale.

Competenze digitali e linguistiche

Chiaramente, per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore esperto se non da programmatore, oltretutto la conoscenza della lingua inglese dovendo utilizzare software e fonti quasi sempre in lingua inglese.

Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine ad organizzare il proprio lavoro, al lavoro di gruppo e al problem solving. Deve, inoltre, essere una persona molto precisa, con una mentalità analitica, ma comunque flessibile mentalmente e creativa. Infine, in alcuni casi (nel rispetto delle tempistiche di consegna dei progetti) deve essere disponibile a lavorare fuori orario.

Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 24/2017 "Attività e professionalità nel settore della pubblicità e della comunicazione d'impresa in Veneto".