

## COMUNICATO STAMPA

### **Il Gruppo PRISMI presenta AIDA: l'intelligenza artificiale applicata alla SEO**

Al termine di un percorso di ricerca e sviluppo durato oltre 3 anni, condotto da un team interdisciplinare di sviluppatori, data scientist e SEO specialist di Wellnet, e dopo alcuni progetti-pilota che hanno validato la bontà del progetto, il Gruppo PRISMI presenta ufficialmente AIDA: un software proprietario unico sul mercato, che sfrutta le potenzialità degli algoritmi di machine learning per applicarli nel campo della SEO e che è in grado di pensare come i motori di ricerca.

#### **Il progetto**

AIDA è un'intelligenza artificiale, ovvero un sistema informatico in grado di gestire l'ambiguità ed effettuare previsioni, elaborando grandi quantità di dati e imparando dagli errori, che fornisce, in base all'analisi di keyword e al dominio semantico di ricerche legate ad uno specifico settore di riferimento, le strategie da mettere in atto per ottimizzare e posizionare il sito, consentendo per la prima volta agli specialisti SEO di applicare criteri oggettivi e scientifici.

#### **La tecnologia di AIDA**

L'obiettivo di AIDA è creare le condizioni per permettere il posizionamento ottimale di un sito web nella SERP (la pagina dei risultati dei motori di ricerca), attraverso una visione chiara e obiettiva di quali siano gli ambiti più importanti per quello specifico cliente, che opera in uno specifico contesto competitivo dal punto di vista delle ricerche online.

Per raggiungere questo obiettivo il software analizza più di 700 fattori di ranking, che estrapola dalla SERP e dalle pagine web, e studia il contesto di riferimento del cliente: competitor, argomenti, ricerche particolari. AIDA interroga i motori di ricerca utilizzando dalle 5.000 alle 50.000 keyword tendendo conto di industry e posizione geografica dell'azienda. Per ogni progetto costruisce un database che può arrivare ad avere fino a 1.300.000 record con il quale elabora keyword, intenti di ricerca e testi delle pagine web; ciascuno di questi record viene poi arricchito di informazioni e parametri che sono determinanti per il posizionamento, come la velocità del sito, l'accessibilità, la qualità dei contenuti testuali, e molti altri.

Questo processo di analisi porta alla costruzione di 3 modelli di Machine Learning che sono alla base della caratteristica distintiva e vera innovazione del software: la capacità di effettuare previsioni accurate sul posizionamento delle pagine e di indicare gli specifici valori di soglia per ottenere risultati significativi. I modelli di Machine Learning sono in grado di:

- 1) Identificare quali URL meritino la prima pagina e per quale ragione
- 2) Identificare la Search Intent dell'utente celata dietro ogni parola chiave
- 3) Identificare quali argomenti e parole chiave siano decisivi all'interno dei contenuti testuali

Una volta stabilito il dataset, AIDA è in grado di individuare e suggerire tutte le azioni SEO da intraprendere per migliorare il posizionamento del sito. Nasce per rivoluzionare il lavoro del SEO specialist, che spesso richiede un approccio legato all'istinto e all'esperienza professionale del singolo. L'intento di AIDA è invece di abilitare un approccio data-driven, affiancando la figura del Data Scientist allo specialista che, tramite dati statistici e risultati scientifici, è in grado di fornire indicazioni precise sulle attività da intraprendere. AIDA è l'unico sistema di machine learning applicato alla SEO che è in grado di pensare come i motori di ricerca e simulare con una precisione di oltre l'85% i risultati dei principali motori di ricerca.

Al termine della sua analisi, AIDA produce un report con indicazioni precise su come migliorare il posizionamento del sito: una rivoluzione nel metodo di lavoro.

## Il report di analisi

AIDA presenta i risultati dell'analisi in una dashboard online, composta da 3 sezioni principali:

- Fattori di ranking. Illustra con un livello di granularità gerarchico (fino al singolo micro-fattore) l'impatto di ognuna delle 4 macro-aree in cui vengono raggruppati i fattori: codice html delle pagine, qualità dei contenuti, velocità di caricamento e collegamenti ipertesuali.
- Search intent. Descrive gli elementi di dettaglio delle keyword utilizzate a seconda dello scopo. È importante perché devono essere modulati correttamente a seconda degli obiettivi di business del cliente: la creazione di brand awareness richiede intenti di ricerca molto diversi rispetto alla conversione su un E-commerce.
- Topic / Content. In questa sezione è contenuta l'analisi, effettuata tramite algoritmi di Natural Language Processing, degli argomenti da trattare nei contenuti del sito.

AIDA porta nella SEO l'oggettività e l'affidabilità della statistica nel suggerire azioni ed effettuare previsioni. Inoltre, consente tempi più rapidi per lo specialista che, ora, non deve più svolgere le analisi da solo e con i propri mezzi prima di effettuare le lavorazioni sul sito, ma può contare sulla solidità dell'intelligenza artificiale e la competenza di un data scientist per dare immediatamente seguito all'applicazione delle strategie di posizionamento e ottenere risultati più rapidamente.

Maggiori informazioni e case history disponibili sul sito: [www.aidaseo.it](http://www.aidaseo.it)

*“Sono profondamente orgoglioso del “team AIDA”, che è riuscito a sviluppare una soluzione in grado di cambiare davvero le regole del gioco in ambito SEO, introducendo finalmente la possibilità di seguire criteri oggettivi e scientifici” - spiega Daniele Marconetto, Chief Commercial Officer e Board Member di Wellnet - “Il sistema oggi riesce a prevedere i risultati delle lavorazioni con un'accuratezza di oltre l'85%, un valore finora impensabile. Inoltre, siamo in grado di scendere nel minimo dettaglio per personalizzare la lavorazione sulle richieste del cliente, lavorando in modo specifico sul settore merceologico, sull'area geografica e sugli obiettivi di business. Con AIDA cambia definitivamente il modo di fare SEO.”*

*“Il Gruppo PRISMI è da sempre concentrato in particolare sulla SEO, e crediamo fortemente nella sua importanza all'interno di una strategia di online marketing. Il nostro investimento, durato oltre 3 anni, testimonia quanto AIDA sia un asset in grado di posizionare in maniera nettamente differenziata sul mercato sia Wellnet, che l'ha sviluppato, sia l'intero Gruppo, che sta già utilizzando questa tecnologia per lo sviluppo di servizi dedicati anche alle PMI.”* sottolinea Alessandro Reggiani, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo PRISMI.

Milano, 18 novembre 2020

## Il profilo di Wellnet

### WELLNET

Con sede a Milano, è l'azienda del gruppo PRISMI S.p.A. specializzata nell'offerta all'alto segmento di mercato nello sviluppo di tecnologia, di strategie di digital marketing e automation, rigorosamente data driven, per integrare e abilitare nuovi scenari di business in ogni contesto. Oltre 70 tecnici e specialisti, con competenze certificate ed esperienze pluriennali in molti settori, garantiscono una expertise unica, oltre che nel digital marketing, anche nella creatività on- e off-line.

[www.wellnet.it](http://www.wellnet.it)

**Wellnet S.r.l.**



Via Elia Lombardini, 13  
20143 Milano, Italy



Tel. +39.02.30519000  
Fax. +39.02.47921029



info@wellnet.it  
www.wellnet.it



Cap. Sociale € 41.000,00 i.v.  
P.I. | C.F. | Reg. Imp. di MI  
n. 04784670962

A company of **PRISMI**

Il presente comunicato è disponibile sul sito internet della Società [www.prismi.net](http://www.prismi.net)

PRISMI S.p.A., società quotata sul segmento AIM di Borsa Italiana, è leader nel settore del digital marketing, attiva dal 2007, che opera oggi conta oltre 350 addetti (compreso il trade) sul mercato italiano, attraverso 3 società, e anche sul mercato svizzero. Una specifica Business Unit è dedicata alla clientela con esigenze, in particolare per progetti e-commerce, più complesse e articolate. IL Gruppo PRISMI offre un'ampia gamma di servizi di web marketing che spaziano dal content marketing, alla creazione di siti web e di e-commerce, al search marketing, con una forte specializzazione nel posizionamento sui motori di ricerca (SEO), alla gestione dei social network e mobile marketing e altre soluzioni di comunicazione digitale. Attraverso una rete di consulenti, presente su tutto il territorio nazionale, si rivolge a tutte le realtà imprenditoriali, dalle PMI ai grandi gruppi industriali, offrendo loro servizi customizzati e integrati, progettati per sviluppare una presenza online di successo. La società, che è particolarmente attenta sia alla qualità dei servizi erogati che alla continua innovazione di settore, dispone di 5 sedi, gestisce circa 6.000 clienti, attivi in tutte le aree di mercato, e seguiti per ogni loro esigenza da una specifica funzione di Customer Care dedicato.

PRISMI S.p.A., sede legale Via G. Dalton n. 58 | 41122 Modena (MO), Italy | Capitale Sociale € 12.778.157,00 i.v. | R.E.A. MO-364187 | Partita Iva, Codice Fiscale, Registro Imprese di Modena n. 03162550366.

Ticker: PRM, Codice Isin: IT0004822695

| <b>Nomad<br/>EnVent Capital Markets Ltd.</b>   | <b>Investor Relations<br/>PRISMI S.p.A.</b>                                     | <b>Media Relations<br/>Ital Communications</b>  |
|--|---|---|
| 42 Berkeley Square<br>London W1J 5AW (UK)<br>Italian Branch<br>Via Barberini 95, 00187 Rome (Italy)  | Viale G. Dalton, 58<br>41122 Modena (MO), Italy                                 | Via Piave, 41<br>00187 Roma (RM), Italy   |
| +44 (0) 2035198451 / +39 06 896841<br><a href="mailto:pverna@enventcapitalmarkets.co.uk">pverna@enventcapitalmarkets.co.uk</a><br><a href="mailto:gdalessio@enventcapitalmarkets.co.uk">gdalessio@enventcapitalmarkets.co.uk</a> | +39 059 3167411<br><a href="mailto:investor@prismi.net">investor@prismi.net</a> | +39 064742709<br><a href="mailto:info@italcommunications.it">info@italcommunications.it</a> |