



I Comunicati Stampa

La via più breve e duratura per far conoscere la propria azienda



<http://www.comunicati-stampa.com/>

Versione 1.1 25/01/2006 (per Francesca, Irene e Agnese)

Fabrizio Pivari
fabrizio@pivari.com

Creative Commons Deed Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.0 Italy

You are free: to copy, distribute, display, and perform the work

Under the following conditions:

Attribution. You must give the original author credit.

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.

No Derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/it/>





Sommario

Introduzione.....	3
Internet e i media tradizionali bramano e vivono di novità.....	4
Un sito aziendale dà l'impressione di essere vivo ed aggiornato quasi esclusivamente tramite le novità.....	5
Come far conoscere un sito vivo? Briciole di internet marketing.....	7
Scrivere news aziendali, pubblicarle, veicolarle.....	8
News Aziendali: la loro gestione tramite un blog.....	10
Comunicati stampa con spot radiofonici e televisivi.....	12
Installiamo un feed reader ed un podcast reader.....	13
Allegato: esempio di un report.....	15



Introduzione

In Italia, un'azienda raramente ha *novità* di rilievo da comunicare o pensa di non averne o si concentra su altro, ma

- internet e i media tradizionali bramano e vivono di novità
- un sito aziendale dà l'impressione di *essere vivo* ed aggiornato quasi esclusivamente tramite le novità

Partendo da queste considerazioni, il seguente minilibro si propone di porre l'attenzione sull'importanza dell'utilizzo di news aziendali (comunicati stampa, interviste, articoli, ...), soprattutto in Internet.



Internet e i media tradizionali bramano e vivono di novità

I telegiornali sono sequenze di scoop, i giornali della sera sono solo titoli e quelli da meteo poco di più.

I media bramano scoop, servizi esclusivi, articoli che attirino l'attenzione e sono disposti, a volte, anche a pubblicare articoli veritieri e/o parziali (solo gli aspetti *significativi* di un evento).

Eppure, tale approccio conferisce ai media tradizionali un grosso successo (sembra che sia proprio quello che la gente vuole) e la tendenza è ad esasperare sempre più questo aspetto.

Internet è un *supermedia* e, come tale, utilizza le stesse dinamiche.

Inoltre, essendo internet per lo più fondata su siti di grosse aziende informatiche, è ovvio che dia anche grande risalto a news di grandi aziende informatiche (e non).

In internet, c'è molto spazio per la pubblicazione di scoop e news aziendali che, dai media tradizionali, vengono spesso relegate in secondo piano.

Ad esempio, l'uscita di IE 7.0 sarà sicuramente pubblicata in ogni portale internet, mentre nei media tradizionali sarà confinata in quelli attinenti al mondo informatico e poco più.

Un esempio della possibilità offerta da internet?

Le Press Release (Comunicati Stampa) in Internet riescono a passare (soprattutto se in lingua inglese) in Google News, Yahoo News, MSN News, Excite News, ...

Ovvero una news aziendale è spesso equiparata ad una news tradizionale e passa negli stessi portali (anche se in sezioni differenti).

Bisogna tenere però presente che è sempre più difficile dare ad una news aziendale *il giusto risalto* e sono necessari investimenti (anche se al momento irrisori rispetto a quelli richiesti dai media tradizionali).

Anche per internet è finita l'epoca del *tutto gratis*.



Un sito aziendale dà l'impressione di essere vivo ed aggiornato quasi esclusivamente tramite le novità

Per qualsiasi azienda, ma soprattutto per una PMI, non è semplice fornire ai propri visitatori un sito all'altezza del proprio brand reale.

Ovvero, vi sono molte PMI italiane che riescono a fare un ottimo prodotto, ad esportarlo in tutto il mondo ed ad avere un brand reale qualitativo, ma spesso quando si va a visitare i loro siti la percezione che se ne ricava non è la stessa, anzi.

Escludendo l'inutile introduzione flash dove sembra che l'azienda abbia investito tutti i propri soldi, il vero sito è spesso di poco più di 5 pagine e non è aggiornato per anni!

Una semplice domanda: perché dovrei ritornare a distanza di pochi mesi a visitare tale sito?

Questa domanda se la pone anche uno spider con la conseguenza di un posizionamento nei motori di ricerca sicuramente non significativo (su questa tematica consiglio anche la lettura della briciola [Molte pagine: importante?](#)).

Perché, soprattutto le PMI, hanno siti non all'altezza del proprio brand reale?

Io penso che la causa di tutto sia che, dopo il periodo della new economy, internet è considerato non come un mondo reale, ma come un mondo da fantascienza dove l'inverosimile è sempre possibile.

Un'azienda internet (sito, brand, prodotti, ...), come un'azienda reale, deve conquistare la propria nicchia, nel tempo, passo dopo passo, con il sudore della fronte.

L'azienda internet deve essere una costola dell'azienda reale e assieme devono crescere (così come le strategie di marketing tradizionale e di internet marketing devono essere congiunte).

Come Microsoft e Apple sono nate in un garage e nessuno si stupisce di ciò, bisogna avere l'umiltà di fare nascere anche la propria azienda internet in un garage e lavorarci quotidianamente per fare in modo che con il tempo possa diventare paragonabile a quella reale o superiore.

Il *paron* di qualsiasi PMI è in grado di ricoprire qualsiasi ruolo nella propria azienda (l'ha costruita lui), ma la propria azienda internet la affida all'amico del figlio che sa fare qualche pagina internet!

Quindi?

- adottare sistemi informatici semplici che possono permettere a *qualsiasi* persona in azienda di aggiornare il proprio sito: CMS o blog
- non dare la propria azienda internet in outsourcing o ad esperti informatici o peggio all'amico del figlio che *capisce di internét*
- partire con progetti semplici e poco ambiziosi ma prevedendo un lavoro costante nel tempo di una o più persone del core business aziendale

Una soluzione ideale di start-up? Un sito ben fatto di cinque pagine o poco più dove si presenta l'azienda, i prodotti ed il management ed un'area news *viva*, minimo dai 5 ai 10 comunicati annui, aggiornati direttamente da una segretaria di direzione dove sono previsti comunicati stampa, interviste, partnership, annunci prodotti, ...



In questo semplice modo il sito sarà un sito *vivo*, per i visitatori ed i motori di ricerca, e destinato a crescere nel tempo.



Come far conoscere un sito vivo? Briciole di internet marketing

Costruire un'azienda internet nel tempo richiede una strategia di internet marketing di medio-lungo respiro.

Questo non significa che non bisognerà utilizzare strategie di internet marketing di breve respiro, ma semplicemente che bisognerà utilizzarle come tali (una boccata di ossigeno, ma non le fondamenta della propria azienda internet).

Le più famose ed efficaci strategie di internet marketing di breve respiro sono l'utilizzo di banner e di Google AdWorks.

Sono semplici da comperare, semplici da vendere ed è semplice a fine campagna valutare l'effettivo vantaggio apportato. Ma finita la campagna, finisce il loro apporto.

Strategie efficaci nel medio-lungo periodo devono valorizzare i due veri *valori* di internet (tra loro interconnessi): i **motori di ricerca** ed i **link**.

Per quanto riguarda i link, bisogna riuscire a creare incoming links di qualità.

E' un lavoro lungo, complesso, oscuro ma mi piace pensare ad un link di qualità come qualcosa di *eterno*, in grado di dare il suo sicuro apporto annualmente.

Il posizionamento sui motori di ricerca è un lavoro delicato, che richiede un monitoraggio periodico (per fare in modo di non perdere posizioni su determinate chiavi o per potenziarne altre che si erano trascurate o ...). Ha sicuramente una resa molto elevata ma per farlo veramente bene spesso richiede la riscrittura del sito e di ogni nuova pagina in funzione della sua futura indicizzazione.

Ma in Italia chi fa strategie di internet marketing a medio-lungo termine? Pochi, molto pochi.

Posso capirlo visto che queste ultime righe, lette da non tecnico, le ho trovate fumose e astruse.

Uso Banner o Google AdWorks: pago, vedo i risultati e decido se ripagare.

Lavoro sull'indicizzazione: fino a ieri da Google mi entravano 10 visitatori con la chiave "vendita limoni", da oggi solo 1 perché da decimo sono passato undicesimo e sono andato in seconda pagina, e in ogni caso io vendo limette da unghie.

Per non parlare della complessità di far capire l'importanza dei link, della loro efficacia, del Google Page Rank, ...

C'è qualcosa che sia semplice da comprare, semplice da vendere e tale che, a fine campagna, permetta di valutare l'effettivo vantaggio apportato in modo netto, ma che a differenza di banner e Google AdWorks abbia anche un effetto a medio-lungo termine?

La risposta è sì: **la veicolazione delle news aziendali!**



Scrivere news aziendali, pubblicarle, veicolarle

In un anno, ogni azienda, per quanto piccola, ha almeno cinque eventi da poter comunicare al mondo (anche se probabilmente al mondo non interessano, ma sicuramente ad una cerchia ristretta di persone si).

Bisognerà sforzarsi di scrivere questi eventi aziendali significativi in forma di breve articolo: il *comunicato stampa*.

Il comunicato stampa può riguardare nuovi prodotti, nuovi clienti, nuove partnership, una case history, ... Per fare qualcosa di più efficace lo si può scrivere in forma di articolo o di intervista.

Potete sbizzarrirvi come preferite a seconda dell'immagine che volete dare della vostra azienda e dei benefici che ne volete trarre. In ogni caso potrete farvi aiutare da professionisti nella stesura.

L'articolo-intervista che mi ha dato maggiori soddisfazioni, (scritto durante la campagna elettorale per le provinciali e le regionali) è [Internet e Politica: intervista a Iginio Bendin](#).

Leggetelo e chiedetevi: la mia azienda ha cose meno importanti da comunicare rispetto ad Iginio?

Scritta la news aziendale, bisognerà pubblicarla.

Non penso che come Adidas vorrete fare un sito completamente dedicato ai comunicati stampa e multi lingua: <http://www.press.adidas.com/>.

Vi basterà pubblicarlo in un'area news del vostro sito e darne evidenza in home per avere un sito *vivo*. Come già accennato tenete presente che questa area del vostro sito deve essere aggiornabile semplicemente e da più persone, anche non tecniche, della vostra azienda.

In seguito descriverò i vantaggi di utilizzare per questa area un blog (senza spendere le cifre investite da Adidas).

Per veicolare le proprie news aziendali ecco alcune possibilità:

- *media tradizionali*: è molto complesso e costoso se si vuole garanzia di risultato, altrimenti si può provare ad inviare email contenenti la news aziendale alle varie redazioni. Il comunicato stampa potrà o meno essere pubblicato a secondo della sua rilevanza od originalità e non avrete garanzia che sarà pubblicato integralmente (spesso è modificato o stravolto).
- *internet*, in portali dedicati alla pubblicazione gratuita di comunicati stampa come [Comunicati Stampa](#).
E' garantita la pubblicazione integrale del comunicato stampa e nel caso di Comunicati Stampa, lo stesso comunicato sarà pubblicato in Google News Italia ed alcuni feed aggregator. Inoltre, i comunicati stampa più interessanti saranno ripubblicati da una lista di portali associati.
- *internet*, solo per comunicati stampa attinenti al mondo informatico, è possibile utilizzare servizi a valore aggiunto (con un costo irrisorio rispetto a quello dei media tradizionali), che permettono il passaggio sicuro (dopo un'attenta revisione concordata del comunicato stampa) in servizi come: Google™ News, Libero WebNews, MSN™ Newsboat, Volftp, Yahoo!, Excite, Interfree, Aziende.it, WebMasterPoint, i-dome, ...



In internet i servizi per la pubblicazione di comunicati stampa in lingua italiana non sono molti e la loro risonanza è limitata. Molto differenti sono gli effetti che si possono ottenere con comunicati stampa in lingua inglese (press release).

Il mercato internet delle press release è maturo ed esistono molti portali dedicati gratuiti e a pagamento che permettono una diffusione capillare del comunicato stampa.

E' un'attività che richiede un po' di esperienza ed è time consuming, inoltre spesso richiede micropagamenti via internet con carta di credito.

Un ulteriore problema è che per ogni comunicato non viene fornito un report dei risultati ottenuto.

Per ovviare queste problematiche, [Comunicati Stampa](#) fornisce un pacchetto a costo contenuto e ad elevato valore aggiunto, in grado di garantire il passaggio dei comunicati stampa in lingua inglese nei portali di news principali Yahoo News, MSN News, Lycos News, AskJeeves News, Feedster, Topix News, Excite News, Google News, ... ([per dettagli sul prodotto](#), in [allegato](#) un esempio di report fornito per ogni comunicato veicolato).

Le proprie news aziendali possono inoltre essere veicolate tramite una news letter (propria o di terzi) o nel caso si abbia un feed tramite feed reader o feed aggregator.



News Aziendali: la loro gestione tramite un blog

Il futuro delle news aziendali è il blog!

Costruiamone uno assieme, immettete la vostra news, poi vi spiegherò questa affermazione.

Crea un **blog** in **3** semplici passi:

- 1 Crea un account
- 2 Scegli il nome del tuo blog
- 3 Scegli un modello



Con il vostro browser andate al seguente url <http://www.blogger.com/>

selezionate, **CREA SUBITO IL TUO BLOG**

Fatto? bene.

Ora compilando i campi nei tre passi potete semplicemente configurare il vostro utente e creare il vostro primo blog.

Fatto? bene.

Ora introducete la vostra prima news aziendale.

fatto? bene.

E qual è il vantaggio oltre ad avere un nuovo sito del tipo **xxxxxxx.blogspot.com**?

1) *l'avete creato voi in due minuti, siete forse un esperto*

informatico? Pensate che la vostra segretaria non sia in grado di fare altrettanto o di mantenere il vostro blog? Avete creato in due minuti anche il vostro sito aziendale?

Ma questo non è il mio sito aziendale! Il mio ha un filmato all'inizio in cui il mio logo gira e rigira!

Blogger è utilizzato da milioni di persone ed il proprietario di Blogger è una società che si chiama Google. Forse è in grado di offrire anche altro.

Ora con l'aiuto di un tecnico andate sulla parte **Settings/Publishing** e selezionate *switch to FTP* o *SFTP* e compilate i campi con i parametri del vostro server.

2) *Se avete configurato tutto correttamente potrete utilizzare Blogger per pubblicare le vostre news aziendali nel vostro sito! Avete già un sito che vi permette via internet di aggiornare la parte news?*

Sì? Complimenti, probabilmente state utilizzando un CMS.

No? Probabilmente avete affidato il vostro sito aziendale all'amico di vostro figlio.

OK, ma cosa me ne faccio di un tool che mi gestisce le pagine news se poi le pagine news hanno uno stile che fa a cazzotti con il mio sito?

Ora avete bisogno di un vero tecnico!

Se il vostro sito è già fatto utilizzando i CSS, complimenti avete dei validi consulenti e dovrete solo copiare la parte relativa nel **Template/Edit current**.

Se il vostro sito non è fatto utilizzando i CSS, nessun problema, se siete in grado di trovare dei validi consulenti!

3) *le news ora sono gestite tramite Blogger e fanno parte del vostro sito aziendale anche dal punto di vista del look and feel.*

Penso che non vi interessi, ma se scavate potrete vedere che Blogger vi permette di aggiornare le vostre news tramite email (e negli States tramite SMS e telefono) o di permettere a terzi di aggiornarle dando solo limitati privilegi (senza la possibilità di modificare il template o le altre configurazioni).

4) *Blogger è di Google e 'stranamente' le news pubblicate sfruttano al meglio quello che Google si aspetta di trovare in una pagina ben fatta.*

5) *Come ogni blog che si rispetta, verrà automaticamente creato un feed!*



Il feed vi permetterà di soddisfare una nuova categoria di navigatori (sempre più nutrita): quelli che utilizzano il feed reader (per approfondire questi punti [Feed e feed reader: alcune considerazioni](#), [Come agevolare la lettura di feed](#), ... e fatevi i feed!). Inoltre il feed potrà permettervi di entrare nei feed aggregator e di fare ping del vostro feed (penso che su questi punti anche il vostro valido tecnico farà fatica a seguirvi, ma [scrivetemi](#) :)



Comunicati stampa con spot radiofonici e televisivi

Il blog quando si specializza nella gestione di audio si chiama *podcast* (da iPod, prodotto di culto evoluzione digitale del walkman), quando si specializza nella gestione di video si chiama *videocast*.

L'idea innovativa di Comunicati-Stampa.com è stata di creare:

- un podcast per gli spot radiofonici <http://spot-radiofonici.blogspot.com/>
- un videocast per gli spot televisivi <http://spot-televisivi.blogspot.com/>

Ma sono un normalissimo blog!

Vero se navigate ancora i blog con il browser!

La differenza tra blog, podcast e videocast è solo nel feed.

Un blog tradizionale avrà un feed tradizionale, fatto per essere navigato con un feed reader tradizionale.

Un podcast avrà un feed speciale (in grado di segnalare i contributi audio) che potrà essere navigato anche con un podcast reader il cui unico scopo è navigare e sentire i contributi audio (come fareste con un normale iPod).

Un videocast avrà un feed speciale (in grado di segnalare i contributi video) che potrà essere navigato anche con un podcast reader il cui unico scopo è navigare e vedere i contributi video (come fareste con un normale video iPod).

Inoltre i contributi audio e video saranno rintracciabili in particolari motori di ricerca specializzati in audio e video.

I ragazzi utilizzano quotidianamente podcast e videocast per vedere e sentire video, musica, interviste, registrazioni, presentazioni di videogiochi, ...

Perché non sfruttare l'opportunità che trovino, sentano e vedano spot!

Ho sentito dire: *meglio uno spot di qualità che una tele-spazzatura.*



Installiamo un feed reader ed un podcast reader

Esistono una miriade di feed reader che funzionano in ogni sistema operativo compresi i cellulari (esistono anche delle versioni che possono essere utilizzate via web).

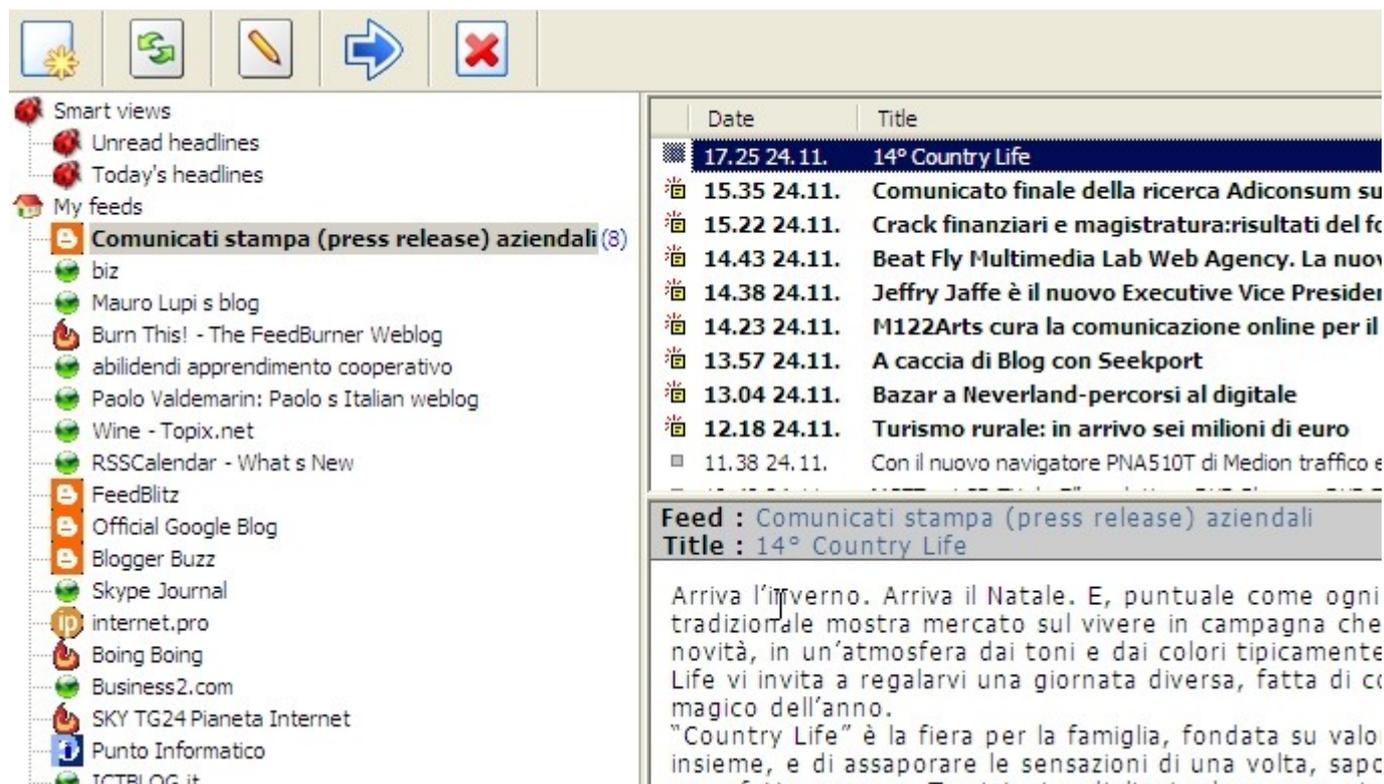
Installiamo uno dei più utilizzati in Windows: Feedreader <http://www.feedreader.com/>
Fatto?

Schiacciate sulla prima grossa icona a destra (una pagina con una stella: Add new feed)
Introducete il feed di Comunicati-Stampa.com: <http://www.comunicati-stampa.com/atom.xml>

Ora cliccate sull'icona Comunicati Stampa ... e a destra potrete navigare gli articoli
Comodo?

Ma come faccio conoscere i feed di altri siti?

Quando esistono sono solitamente evidenziati con un rettangolino arancione con scritto XML o RSS o ATOM. Cliccate sopra, copiate l'url e lo usate con Feedreader.



Date	Title
17.25 24.11.	14° Country Life
15.35 24.11.	Comunicato finale della ricerca Adiconsum su
15.22 24.11.	Crack finanziari e magistratura:risultati del fc
14.43 24.11.	Beat Fly Multimedia Lab Web Agency. La nuov
14.38 24.11.	Jeffry Jaffe è il nuovo Executive Vice Presiden
14.23 24.11.	M122Arts cura la comunicazione online per il
13.57 24.11.	A caccia di Blog con Seekport
13.04 24.11.	Bazar a Neverland-percorsi al digitale
12.18 24.11.	Turismo rurale: in arrivo sei milioni di euro
11.38 24.11.	Con il nuovo navigatore PNA510T di Medion traffico e

Feed : Comunicati stampa (press release) aziendali
Title : 14° Country Life

Arriva l'inverno. Arriva il Natale. E, puntuale come ogni tradizionale mostra mercato sul vivere in campagna che novità, in un'atmosfera dai toni e dai colori tipicamente Life vi invita a regalarvi una giornata diversa, fatta di magia magico dell'anno.
"Country Life" è la fiera per la famiglia, fondata su valo insieme, e di assaporare le sensazioni di una volta, sapp

Installiamo un podcast reader, ad esempio Juice (si chiamava iPodder ed ha recentemente cambiato nome) <http://juicereceiver.sourceforge.net/>. Juice è un *navigatore* di podcast feed (e quindi uno *scaricatore* dei file selezionati) ma avrà bisogno di un *suonatore* o *visualizzatore* (nel caso dei videocast) esterno. Su Windows solitamente si utilizza Windows Media Player (offerto gratuitamente da Microsoft), ma supporta anche iTunes e Winamp.

Installatelo e configurate il vostro suonatore/visualizzatore (File/Preferences/Player).

Ora in Subscriptions cliccate sul cerchio verde con un più "+" bianco per aggiungere un podcast ed aggiungete quello di spot radiofonic:



<http://feeds.feedburner.com/SpotRadiofonici>. Potrete navigare tra gli spot radiofonici proposti ed ascoltare quelli che preferite!

The screenshot shows a software interface with tabs for 'Downloads', 'Subscriptions', 'Podcast directory', 'Cleanup', and 'Log'. The 'Subscriptions' tab is active, displaying a table of subscriptions:

Name	State	MB	Location
Videocast di Spot Televisivi	Subscribed	7.3	feeds.feedburner.com/SpotTelevisivi
Podcast di Spot Radiofonici	Subscribed	10.7	feeds.feedburner.com/SpotRadiofonici

Below this, the 'Episodes' tab is active, showing a list of episodes with a context menu open over the episode 'La Guida Mobile alle Aziende':

Episode	State	MB	Location
Ogni anno a Pasqua vengono uccisi 2 milioni ...	Downloaded	1.1	http://www.enpa.it/it/primo_piano/Spot_...
COMUNI RICICLONI: Intervista a Claudio De ...	Downloaded	0.9	http://www.prandpr.com/mp3/comuni-ric...
Concerto per la pace "dona nobis pacem"	Downloaded	1.3	http://www.prandpr.com/mp3/CoroAvent...
La Guida Mobile alle Aziende	Downloaded	0.5	http://www.prandpr.com/mp3/Spot-audio...
Femiamo l'AIDS sul nascere	Downloaded	0.9	http://www.cesvi.org/mp3/cesvi_30Iella...
Grifo latte: nuova confezione	Downloaded	0.7	http://www.grifolatte.it/areadownload/ini...
Concerto gruppo vocale Octoironore	Downloaded	1.5	http://www.prandpr.com/mp3/DemoSicu...

The context menu for 'La Guida Mobile alle Aziende' includes the following options: 'Play episode in mediaplayer', 'Copy Location', and 'Show Notes'.

Il podcast è quindi una specie di radio in differita personalizzabile od un immenso juke-box (anche se si può ascoltare qualsiasi cosa e non solo musica).

Il videocast ha le stesse potenzialità ma con i video.

Ora che avete capito le potenzialità cosa aspettate ad utilizzare e far utilizzare ai vostri clienti il [Podcast di Spot Radiofonici](http://feeds.feedburner.com/SpotRadiofonici) e il [Videocast di Spot Televisivi](http://feeds.feedburner.com/SpotTelevisivi)?



Allegato: esempio di un report

Rovigo 24 giugno 2005

Alla cortese attenzione di
Maira Picco
Eurotech S.p.A.
m.picco@eurotech.it

Report relativo al seguente comunicato stampa:

Eurotech listed at the Italian stock exchange within the year

PR Web

In data 19 Giugno è stato pubblicato il comunicato stampa

<http://www.prweb.com/releases/2005/6/prweb252469.php>

Il servizio fornisce la conversione del comunicato in pdf reperibile al seguente url

<http://pdfserver.prweb.com/pdfdownload/252469/pr.pdf>

e Media Wire

<http://www.emediawire.com/releases/2005/6/emw252469.htm>

Il relativo annuncio in pdf

<http://pdfserver.emediawire.com/pdfdownload/252469/pr.pdf>

ClickPress

In data 17 Giugno è stato pubblicato il comunicato stampa

<http://www.clickpress.com/releases/Detailed/2114005cp.shtml>

Moreover

<http://c.moreover.com/click/here.pl?r337758451>

Prudent Press Agency

http://www.prudentpressagency.com/CENTER/articlePreview.php?Article_id=2569

ArriveNet

<http://press.arrivenet.com/tec/article.php/655923.html>

Free Press Release

<http://www.free-press-release.com/news/200506/1119460845.html>

NewsPad

<http://pressreleases.newspad.com/pr/20056/pr252469.html>

www.galandil.net



http://www.galandil.net/2005/06/19/Eurotech_Listed_At_the_Italian_Stock.html

Yahoo News

<http://search.news.yahoo.com/search/news?p=eurotech&c=>

MSN News

<http://search.msn.com/news/results.aspx?q=eurotech&FORM=QBNR3>

Lycos News

<http://search.lycos.com/default.asp?loc=searchbox&tab=news&adf=&query=eurotech>

Excite News

<http://msxml.excite.com/info.xcite/search/news/eurotech>

Google News

<http://news.google.com/news?hl=en&ned=us&q=eurotech>

Ask Javes News

<http://news.ask.com/news?q=eurotech&qsrc=28&o=0&news=true>

NewsNow

<http://www.newsnow.co.uk/cgi/NGoto/99109010?>

PRNews Now

<http://www.prnewsnow.com/PR%20News%20Releases/Business/Eurotech%20Listed%20At%20the%20Italian%20Stock%20Exchange%20Within%20the%20Year>

IntelliNews

<http://www.intelinews.com/content/10493ba2dbd-1c3e86e9fd8dc.view>

NewsIsFree

<http://www.newsisfree.com/siets/?query=eurotech&search=Search&type=search>

Dallas Mirror News

<http://www.dallasmirror.com/home.htm?s=eurotech&m=search>

Links2News

<http://www.links2news.com/direct.php?st=1&id=1122458>

Vi sono poi una molteplicità di siti che veicolano direttamente i comunicati di PRWeb. Tali comunicati verranno indicizzati e saranno rintracciabili in tutti i principali motori di ricerca.

Per avere un'impressione di questo fenomeno basterà cercare

<http://search.msn.com/results.aspx?q=%22Eurotech+listed+at+the+Italian+stock+exchange+within+the+year%22&FORM=QBHP>

<http://www.google.com/search?sourceid=navclient&ie=UTF-8&rls=GGLD,GGLD:2005-07,GGLD:en&q=%22Eurotech+listed+at+the+Italian+stock+exchange+within+the+year%22>

Per completezza aggiungiamo le statistiche fornite da PR web solo riguardo al loro sito e a siti su cui possono controllare il click through dopo **una settimana (23 giugno 2005)**:

Comunicati-Stampa.com – viale Trieste 45 – 45100 Rovigo

www.comunicati-stampa.com

Tel. 0425 21601



LETTO	68,646
ALTRI SITI LEGATI AL CIRCUITO CHE HANNO PRESO LA NOTIZIA	436
QUANTE VOLTE E' STATA STAMPATA LA NOTIZIA	11
QUANTE VOLTE E' STATO FATTO UN FORWARD	0
QUANTE VOLTE E' STATO EFFETTUATO IL DOWNLOAD	26

Va considerato che tali dati non comprendono chi legge la loro newsletter.

È stato fatto un blog dedicato ai comunicati stampa che verranno pubblicati da Pivari.com <http://eurotech-pr.blogspot.com/> che comporterà i seguenti vantaggi:

- Maggiore visibilità dei comunicati stampa anche sui motori di ricerca, nel medio lungo termine (dopo che Google avrà assegnato il Page Rank)
- L'utente cambiando il template ed utilizzando l'ftp potrà decidere di farlo diventare il suo strumento aziendale di pubblicazione comunicati stampa per creare un'area od un sito dedicato ai comunicati stampa.
- Per ogni comunicato stampa pubblicato verrà fatto un ping utilizzando [Ping-o-Matic!](#).
- Si avrà a disposizione il feed dei comunicati (nel nostro caso <http://eurotech-pr.blogspot.com//atom.xml>).