ESERCIZIO W19D4:

1. **SEO – Studio Prospect e Lead Organization della produzione dei contenuti:**

* **Bisogni degli utenti soddisfatti:** Possono includere la ricerca di fotografi professionisti per eventi speciali, servizi di editing fotografico o stampo su tela di opere d’arte.
* **Studio delle risorse e strumenti disponibili:** Valutare le risorse interne dello studio, inclusi fotografi, editori, attrezzature fotografiche e software di editing. Considerare anche la possibilità di collaborazioni esterne con artisti o altri studi fotografici.
* **Studio dei touchpoint:** Analizzare i punti di contatto con potenziali clienti, come il sito web dello studio, i social media, mostre d’arte locali e collaborazione con altre aziende del settore

1. **SEO – Studio dell’attività e integrazione dei sistemi informativi:**

* **Studio della SEO tecnica:** Approfondire la SEO specifica per i siti web di fotografia e arte, come l’ottimizzazione delle immagini, l’utilizzo di parole chiave pertinenti e la creazione di contenuti di qualità che riflettano l’identità artistica dello studio.
* **Miglioramento dell’esperienza della Pagina (UX):** Assicurarsi che il sito web offra un’esperienza utente piacevole e intuitiva, con una navigazione semplice e una presentazione accattivante delle fotografie e delle opere d’arte.
* **Studio delle Best Practice dell’Ecosistema Google:** Mantenere una conoscenza aggiornata delle linee guida di Google per garantire che il sito web dello studio sia conforme e ottimizzato per massimizzare la visibilità nei risultati di ricerca.