

# ADV e sponsorizzazioni online

---

come utilizzare il Paid Advertising  
per valorizzare le PMI



CAMERA DI COMMERCIO  
VARESE  
Futuro Impresa Territorio



punto  
impresa  
digitale



UNIONCAMERE

con il supporto di  
Google.org

*Formazione per i Lavoratori e Competenze per le Imprese, per Rafforzarsi in Digitale*

Il progetto **Eccellenze in Digitale** ha l'obiettivo di supportare l'accrescimento delle **competenze digitali** del tessuto produttivo italiano e dei suoi lavoratori.

Nasce dalla collaborazione tra **Unioncamere** e **Google** con le **Camere di Commercio**, che dal 2013 ha ininterrottamente supportato il sistema imprenditoriale e lavorativo in Italia nell'approfondire i vantaggi dell'uso degli strumenti online.

Dal 2020 grazie al supporto di Google.org, il progetto si focalizza su temi, strumenti e competenze digitali per accrescere la competitività degli individui nel mondo del lavoro e delle aziende sul mercato.

Il programma è inserito all'interno dell'attività camerale di digitalizzazione dei "Punti Impresa Digitale" e all'interno del quadro di "Italia in Digitale", l'insieme di iniziative di Google a sostegno della ripresa del paese.

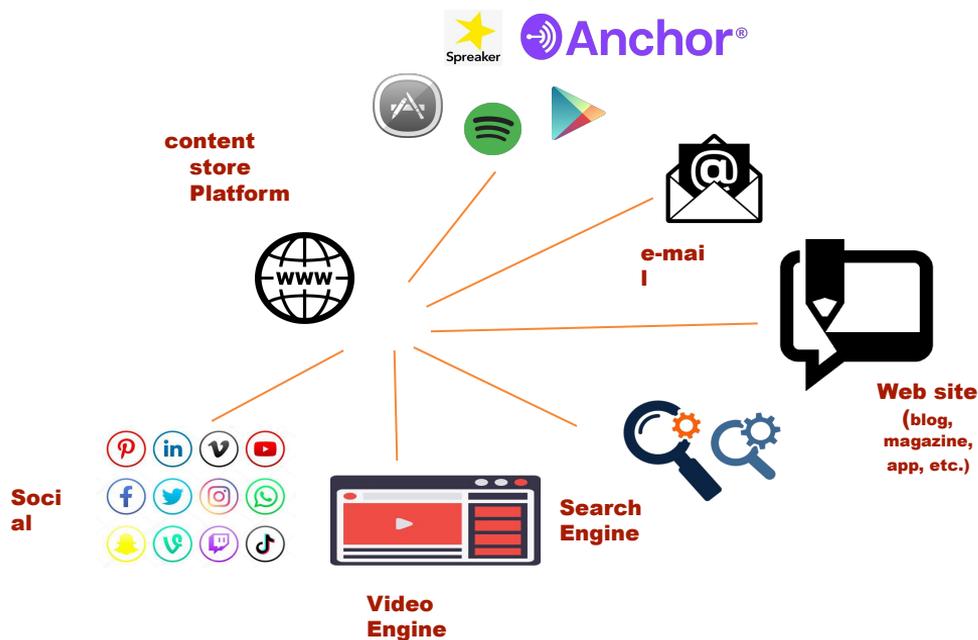
**#eid #eccellenzeindigitale #eccedigit**

@eccedigit @unioncamere @pidcamcom @google.org @google @googleitalia #italiaindigitale

@cameradicommerciodivarese

- Il ruolo del Paid Advertising a supporto del business
- SEM Overview
- Architettura di un Account Google Ads
- Setting per campagne efficaci
- Estensione annunci
- Annunci: Tipi e Best Practice
  - Tips and Tricks su come scrivere annunci di testo efficaci
- Rapporti e Tool
- Simulazione

# Il ruolo del Paid Advertising a supporto della crescita delle PMI



I canali digitali che è possibile sollecitare e coinvolgere in una strategia di Digital Content Marketing possono essere ascritti a cinque macro categorie

- Social Network
- Search & Video Engine
- Web & mobile Application
- E-mail
- Content store Platform

Tutti i canali citati consentono azioni strategiche **paid** e **unpaid**, ma sempre e comunque basate su contenuto valoriale

In una strategia di content marketing ottimale (dove ottimale spesso significa disponibilità di budget congrui) i canali digitali e i **canali tradizionali**, i cosiddetti touchpoint fisici, dovrebbero essere parte di una strategia integrata

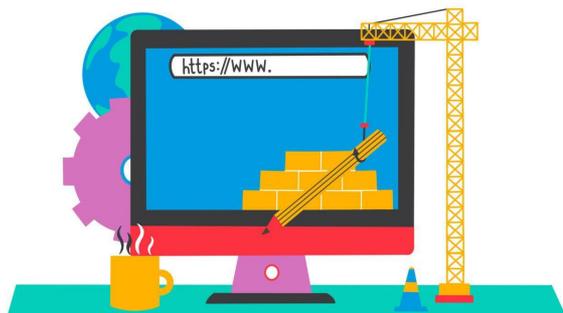
**Quasi tutti i canali digitali descritti offrono l'opportunità di sviluppare strategie di Marketing basate su 2 pillars fondamentali Profiling e Formati (paid & unpaid)**



## Chi può trarre maggiore beneficio dalla local search?

- Tutte le attività commerciali con un punto vendita, e quindi anche grandi brand con molti punti vendita
- Professionisti (avvocati, commercialisti, psicoterapeuti, ingegneri, geometri, etc.)
- Studi medici e ambulatori veterinari
- Servizi alla persona (estetica, benessere e affini)
- Servizi specialistici (idraulica, serramenti, etc)
- Ristorazione
- Servizi accoglienza (hotel, agriturismi, b&b, etc.)





Una buona strategia SEO, volta a indicizzare e poi a posizionare quante più pagine possibile tra i primi risultati della SERP non garantisce risultati immediati e stabili su tutti i prodotti e servizi che proponiamo. Il paid ci consente di presidiare la SERP in maniera mirata, su keyword strategiche per il nostro business



Dopo aver progettato e ottimizzato il nostro sito web da un punto di vista di UX e UI è bene che questo venga promosso e reso visibile presso l'audience target di riferimento, sia quando il nostro target è proattivamente alla ricerca dei nostri servizi prodotti sia perché potenzialmente interessata ad essi



Definire quali Social Network presidiare e curare le proprie pagine aziendali è fondamentale per coltivare relazioni più profonde e durature con la propria audience, ma sappiamo che gli algoritmi social non ci consentono facilmente di ottenere visibilità gratuita verso un pubblico nuovo e non ancora ingaggiato, ed è lì che una strategia paid mirata può aiutarci a raggiungere i risultati desiderati

# SEM Overview

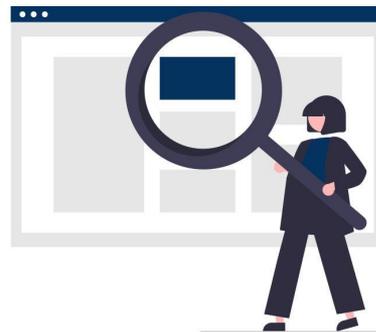
# SEM e copertura della SERP

Il **SEM** è una **leva di advertising**, dunque risponde ad **obiettivi urgenti e puntuali** che sono legati spesso ad una conversione diretta.

La conversione è l'azione che l'utente deve compiere una volta atterrato sul sito web a seguito dell'annuncio e può identificarsi con una lead, un acquisto, un'aggiunta al carrello e molto altro.

Attraverso il **SEM** è possibile essere tra le prime pagine o addirittura nelle prime posizioni della SERP con tutte le keyword strategiche per il nostro business.

Dunque il SEM consente un **presidio immediato della pagina dei risultati del motore**.



# Search Paid - come funziona?



L'utente Marco e l'utente Giulia cercano **Integratori drenanti**



Molti brand, che vendono questa tipologia di prodotto, sono intenzionati a posizionarsi nei primissimi risultati del motore solo per gli utenti che effettuano ricerche relative a "integratori drenanti", in quanto si ha la certezza di raggiungere un target interessato



Gli advertiser acquistano dunque per il cliente la keyword "integratori drenanti" e tutto l'universo semantico attinente



Il Motore restituisce all'utente Marco e all'utente Giulia risultati assolutamente attinenti alla loro ricerca ma diversi tra loro perché basati sulle caratteristiche personali di ciascuno



Annuncio · <https://www.goovi.com/> ▾ 800 087 573

## Integratore drenante Linfa Donna Goovi

Linea concepita con una visione completa delle necessità fisiche e mentali della donna. Senza glutine, senza lattosio, adatti ai vegani, prodotti in Italia su filiera controllata. Consegna Gratis da 39,90€. Sconti Cofanetti Regalo. Scrub Corpo e Viso.  
Integratori Alimentari · Set Prodotti Idee Regalo · Make Up Michelle Hunziker  
Set Prodotti Cellulite - 31,35 € - Combo Integratore e Crema · Altro ▾

Annuncio · <https://www.angelica.it/> ▾ 800 313 128

## Integratori drenanti - Sgonfia e drena i liquidi

L'Angelica Ventre Piatto plus favorisce l'eliminazione dei gas e il drenaggio dei liquidi. Principi attivi: Finocchio, Curcuma, Carciofo, Cardo mariano, Tè verde, Centella, Ginepro.  
★★★★★ Valutazione per angelica.it: 4,7 - 289 recensioni  
Linea per la forma fisica · Offerta Remise en Forme · Linea ImmunoAdvance · Box e regali

Marco non ha mai prima di questo momento mostrato interesse sul tema



Giulia è un acquirente ricorrente di integratori e compra spesso online.

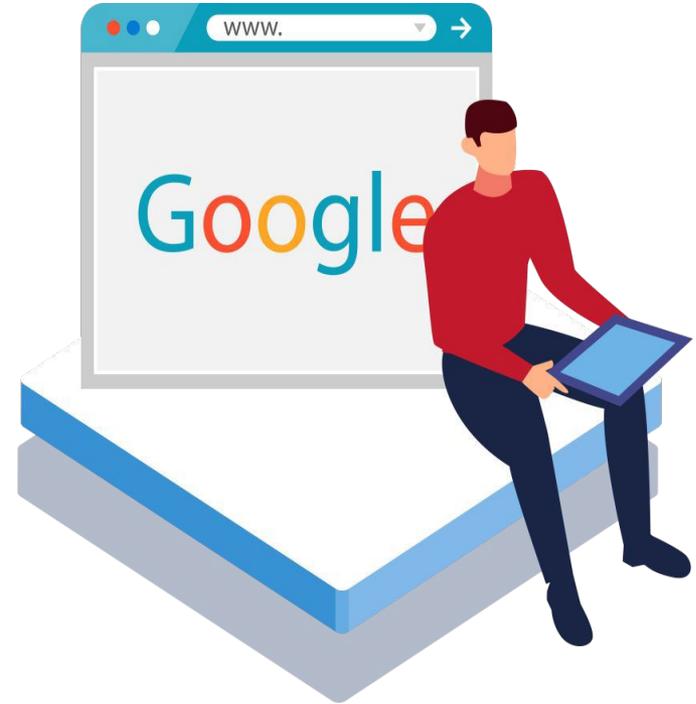
L'utente, attraverso una ricerca effettuata mediante una parola chiave, richiama a sé il messaggio.

Gli utenti, quindi, esprimono chiaramente un loro bisogno.

**Autoprofilazione dell'utenza:** si ha la certezza di raggiungere un target interessato.

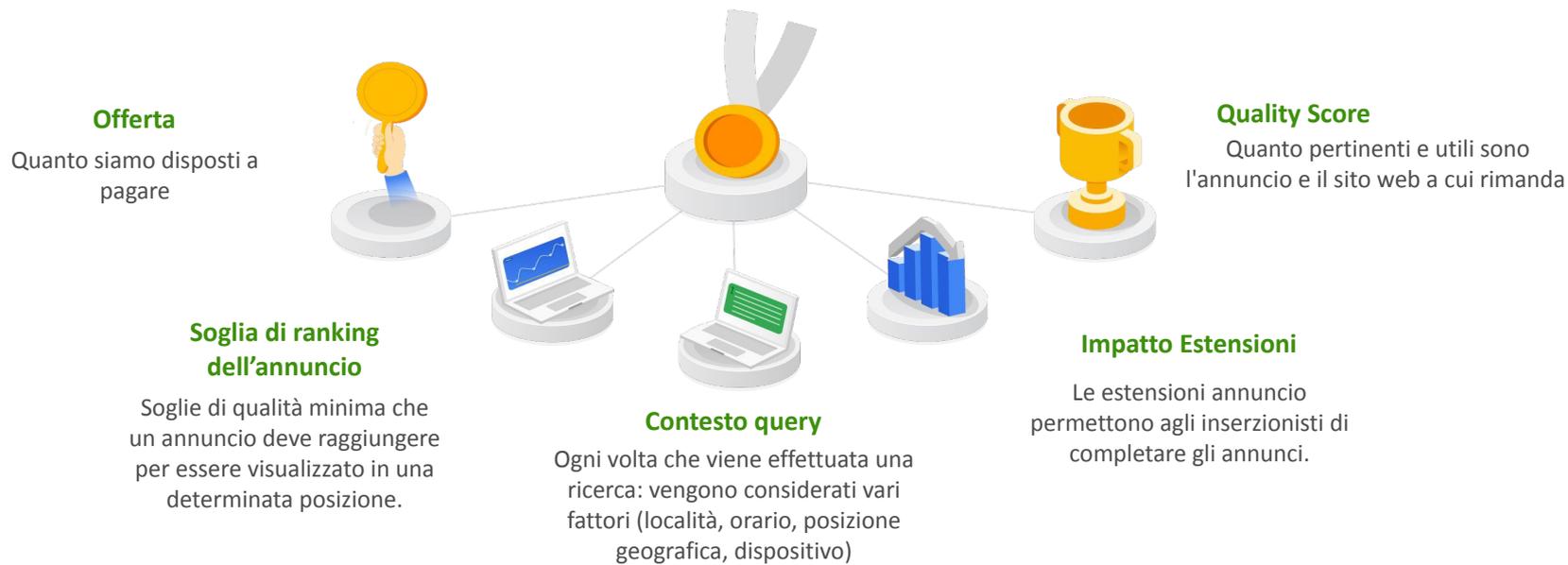
**Contestualità:** il rapporto con i risultati di ricerca è vissuto positivamente in quanto quest'ultimi sono contestuali agli argomenti cercati e pertanto non vengono percepiti come invasivi.

**“Pay-per-click”, ossia “paga per click”:** addebito costo adv quando l'utente clicca sul link.



# Come vengono pubblicati gli annunci?

Ogni volta che un annuncio è idoneo a essere pubblicato per una ricerca, partecipa all'**asta dell'annuncio**. L'**asta** determina se l'annuncio viene effettivamente pubblicato e in quale posizione sulla pagina. Il ranking dell'annuncio dipende da **fattori** come:



# Come vengono pubblicati gli annunci?



## **Non è un'asta Pura, la qualità conta quanto se non più dell'offerta**

Il fattore più importante da ricordare è che, anche se la concorrenza fa offerte più elevate della nostra, si può comunque ottenere una posizione migliore a un prezzo inferiore utilizzando parole chiave e annunci particolarmente pertinenti.

- risultati organici
- link sponsorizzati

Google  X

Tutti Immagini Shopping Maps Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 69.000.000 risultati (0,56 secondi)

**Annuncio** - [www.manca.it](#) - 06 225 2552  
**Cucina Su Misura Roma - Cucine Al Centimetro Roma**  
 Componi la Tua Cucina Su Misura In Base Agli Spazi Disponibili. Scopri Subito Le Offerte. Affidati Agli Esperti Dell'Arredamento di Interni Per La Tua Cucina. Contattaci Ora.

**Dove Siamo**  
 Scopri Dove Sono I Nostri Due Punti Vendita di Roma. Vieni a Trovarci.

**Offerte del Mese**  
 Scopri Le Promozioni di Man Casa Ogni Mese Offerte Esclusive Per Te

**Annuncio** - [www.harte.it/consulenza/online](#) -  
**Harte Promozione Riapertura - Scopri gli Sconti Fino al 50%**  
 Dal 18 Maggio Ti Aspettiamo con Sconti Fino al 50% e Prima Rata Dopo 4 Mesi a Tasso Zero!

**Annuncio** - [www.febalcazagregorisestimo.it](#) - 06 6858 6645  
**Roma - Cucine Su Misura in Offerta - -2.000€ su Tutte**  
 Vieni a scoprire le Offerte del Febalca più Grande d'Italia. In questa pagina puoi vedere...

**Annuncio** - [www.lifecucine.com/](#) -  
**Crea la tua cucina ideale - Richiedi un progetto gratuito**  
 Progettiamo gratis insieme a te la cucina che sogni. Contattaci subito. Occasioni EXPO.

**Annunci - Guarda cucina su m...**

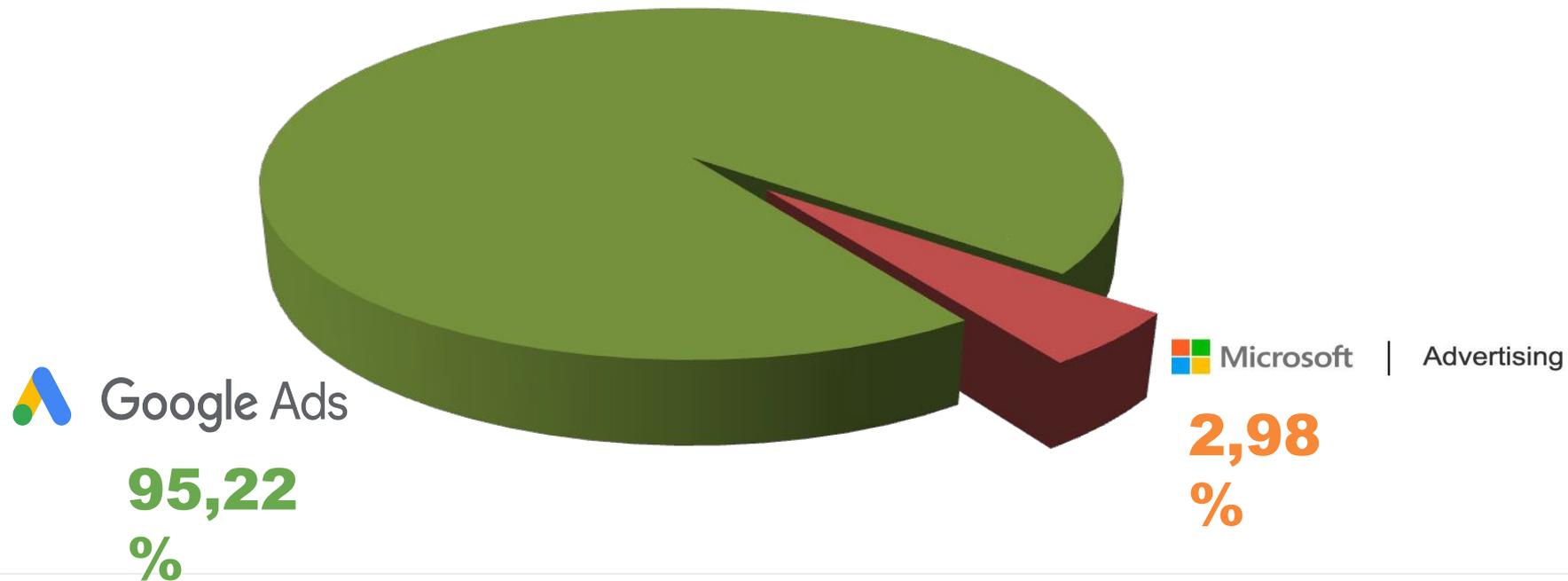
**www.falegnameriaconca.it** > cucine-su-misura-roma ▾  
**Cucine su Misura Roma | Mobili Cucina in Legno a Prezzi di ...**  
 Cucine su misura Roma: La nostra fabbrica è in grado di realizzare la cucina dei tuoi sogni in legno al 100% e in ogni stile a prezzi ottimi! Chiama subito!

**www.falegnameriedesign.it** > cucine-su-misura-roma ▾  
**Realizzazioni cucine su misura - Falegnamerie Design - Roma**  
 Realizziamo Cucine in legno su misura per tutte le vostre esigenze e con il vostro stile, moderno, industrial, classico e rustico.

**Annuncio** - [www.romaarredamenti.it/](#) ▾  
**Cucine Su Misura a Roma - Materiali Pregiati e Qualità'**  
 cucine su misura per te in 24 rate a tasso zero. Detrazioni Fiscali 50% progetto 3D gratuito. preventivi online. Tipi: armadio angolare, armadio a ponte, armadio componibile, armadio su misura.  
 Via del Casale di San Basilio, 12, Roma - 06 4568 3983 - Orari e servizi potrebbero variare



## Ripartizione degli investimenti



# Il Mercato del SEM

Piattaforme self service SEM

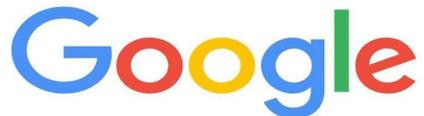


Google Ads



Microsoft

| Advertising



Microsoft

Il SEM punta al breve periodo. Chi si occupa di questa attività lavora sul tempo presente, cercando di migliorare costantemente i risultati ottenuti.

Inoltre, attivare campagne sulla rete di ricerca risulta essenziale **quando il tempo è il vincolo più importante**, sia nel caso in cui si debba raggiungere determinati risultati urgentemente sia quando occorre presidiare la SERP in periodi strategici.

Questi periodi corrispondono, infatti, a periodi di picchi di ricerche su un determinato topic.

Il SEM ci consente di avere **visibilità immediata** in questi particolari momenti e occasioni (Natale, San Valentino ecc.)



# I vantaggi delle piattaforme Self Service



## Pertinenza

Entrare in contatto con gli utenti giusti, al momento giusto e con il messaggio più adatto. Gli annunci possono essere pubblicati sulla rete di Ricerca Google, YouTube e non solo, proprio mentre gli utenti cercano prodotti o servizi come quelli che offri.



## Controllo

Controllo completo del budget e della spesa che si vorrà sostenere. Infatti, è l'inserzionista a stabilire quanto spendere, impostando un budget giornaliero per ogni campagna.



## Risultati

L'inserzionista sosterrà dei costi solo quando otterrà risultati specifici, come i clic sull'annuncio o le chiamate all'attività.

Gli strumenti di misurazione consentono di controllare facilmente il rendimento delle campagne.

Prima di proporre qualsiasi tipologia di rete e campagna definiamo gli obiettivi



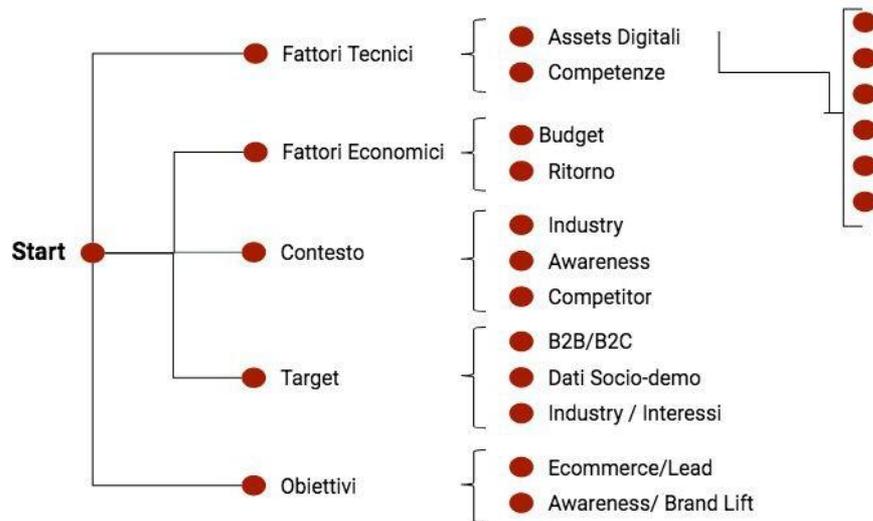
## Definire se abbiamo uno o più obiettivi da perseguire

Ogni campagna ha un obiettivo che dovrebbe essere in linea con ciò che si desidera ottenere o incentivare, ad esempio le vendite, le visite in negozio o il traffico sul sito web.

## Reti e tipi di campagne

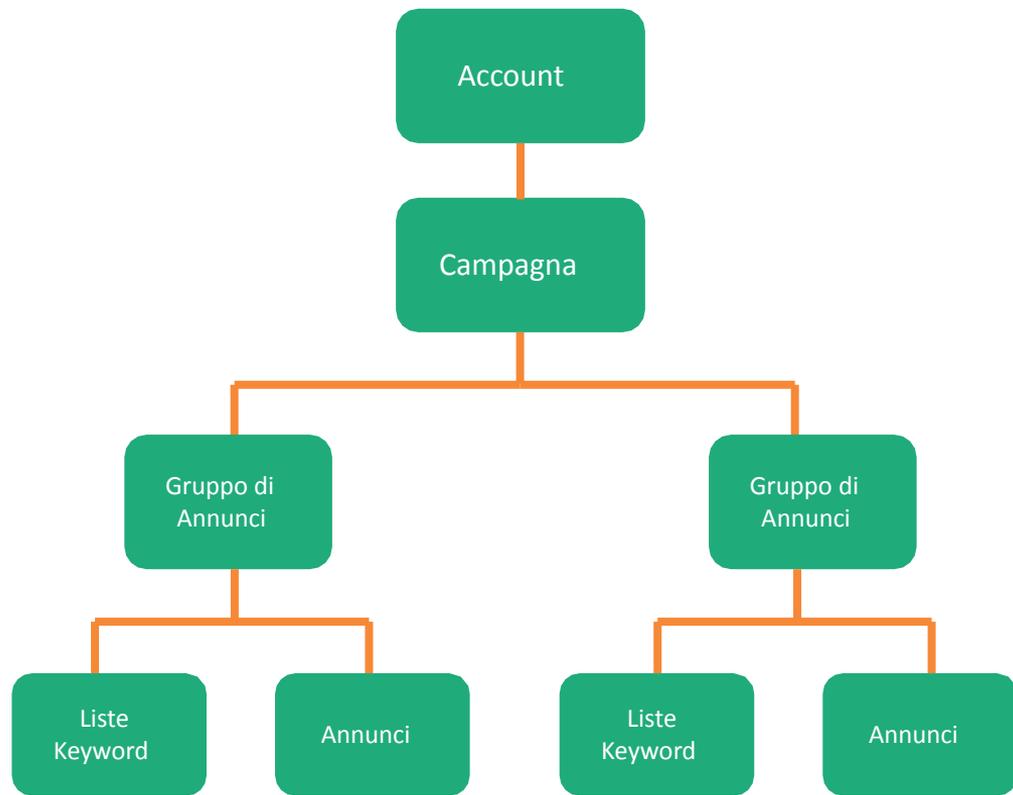


Il tipo di campagna determina dove i clienti visualizzeranno gli annunci, nonché le impostazioni e le opzioni a nostra disposizione.



# Architettura di un account Google Ads

Un account Google Ads è strutturato in **tre livelli** (Account, Campagna, Gruppo di Annunci). Comprendere la relazione tra i vari livelli dell'account aiuterà a organizzare gli annunci, le parole chiave e i gruppi di annunci in campagne efficaci indirizzate ai clienti giusti.



## Raggiungi tutti i tuoi obiettivi in un unico posto

Google Ads ti aiuta a scoprire ciò che conta di più per la tua attività per consentirti di scegliere soluzioni che producano risultati.

Scegli il tuo obiettivo

Genera lead

Vendite online

Vendite offline

Notorietà del brand

App

**Genera più lead e aumenta le conversioni**

Genera nuovi lead, aumenta le conversioni e tieni tutto sotto controllo con Google Ads.



**Inizia con un esperto di Google Ads**

Parla con uno dei nostri esperti e ti aiuteremo a muovere i primi passi per avviare la tua campagna.

Inizia oggi



## Genera lead di alta qualità su larga scala



Campagna sulla rete di ricerca

Raggiungi le persone mentre cercano i prodotti e i servizi che offri su Google e incrementa le vendite, i lead o il traffico verso il tuo sito web.

Scopri di più



Performance Max

Accedi a tutto l'inventario pubblicitario di Google con una sola campagna per trovare clienti che effettuano conversazioni e per ottimizzare il rendimento con Smart Bidding.

Scopri di più



Campagne discovery

Incrementa il coinvolgimento e le azioni delle persone mentre scorrono i contenuti relativi ai loro interessi preferiti.

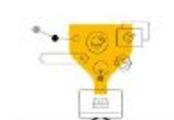
Scopri di più

## Scopri in che modo Google Ads può generare più lead



Guida pratica per la generazione di lead

Scopri di più



3 modi in cui Sleep Number ha completato il balzo verso i lead online

Scopri di più



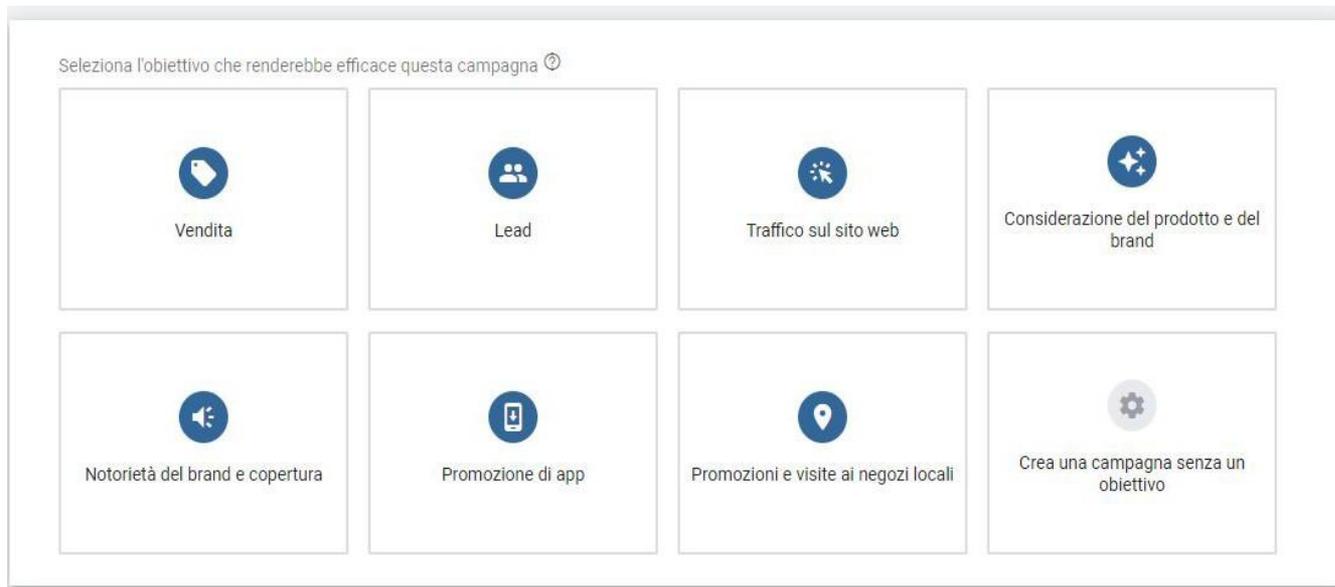
Scopri come Jaguar Land Rover genera lead di elevata qualità

Scopri di più

# Ad ogni obiettivo una campagna dedicata

Google Ads  
Platform è  
focalizzata sugli  
obiettivi.

Selezionare un  
obiettivo in base  
alle azioni che si  
vorrà far effettuare  
ai customer target.



## Seleziona un tipo di campagna



### Cerca

Fatti trovare al momento giusto nella Ricerca Google dai clienti con un'intenzione di acquisto elevata



### Performance Max

Raggiungi i segmenti di pubblico su tutti i canali di Google con una singola campagna. [Come funziona](#)



### Display

Raggiungi i clienti con creatività coinvolgenti su tre milioni di siti e app



### Shopping

Metti in evidenza i tuoi prodotti e mostrali agli acquirenti che fanno ricerche



### Video

Raggiungi gli spettatori su YouTube e ottieni conversioni



### App

Incoraggia i download e aumenta il coinvolgimento per la tua app



### Intelligente

Raggiungi i clienti con un'unica soluzione completa pensata per le piccole imprese



### Discovery

Pubblica annunci su YouTube, Gmail, Discover e altri prodotti

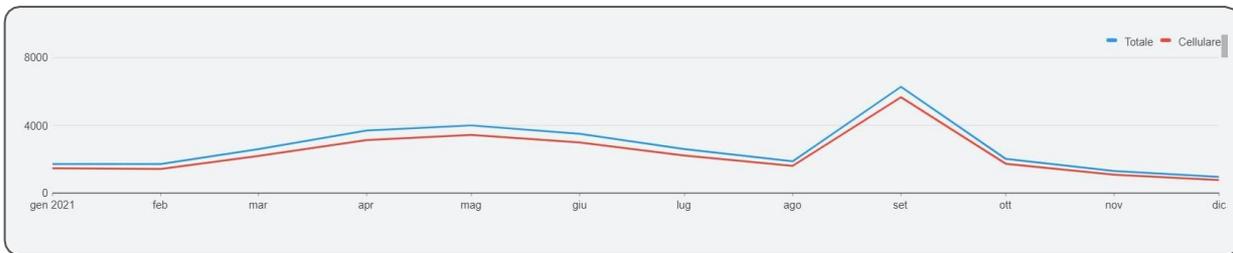
La creazione della lista keyword è una fase fondamentale perché consente di selezionare le parole chiave attraverso cui essere trovati dagli utenti



Si analizza la struttura e i contenuti del sito per individuare i temi rilevanti per le campagne i gruppi di annunci e le keyword

- quello che gli utenti **realmente** cercano (*parole normalmente utilizzate nel linguaggio comune, misspelling, brand specifici*).
- calibrare un giusto mix tra **keyword generiche e keyword specifiche**.

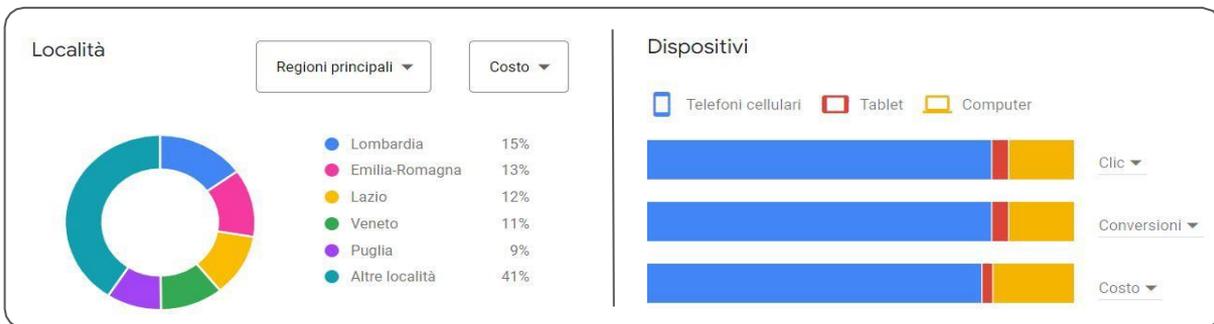
## Strumento di pianificazione delle parole chiave Google Ads



Il tool restituisce una serie di dati quantitativi relativi alla keyword oggetto della ricerca e ai termini correlati.

L'analisi si può svolgere a livello di:

- trend del volume di ricerca
- trend dei dispositivi mobili
- analisi per località
- rispetto alla concorrenza



**N.B.** è importante notare la differenza esistente tra questi dati e quelli forniti da Google Trends:

- i dati di **Google Trends** rappresentano il trend delle variazioni percentuali dei volumi di ricerca
- i dati forniti dallo **Strumento di pianificazione delle parole chiave** rappresentano il trend dei volumi assoluti di ricerca

# Tipologie di campagna: Reti

L'impostazione Reti indica dove vuoi pubblicare il tuo annuncio in base al tipo di campagna selezionato.

Con la rete di ricerca di Google il tuo annuncio può essere pubblicato sui siti di Ricerca Google e anche nei risultati di ricerca su Google Play, Google Shopping, Youtube e Google Maps (inclusa l'app Maps).

**Partner di ricerca:** Siti della rete di ricerca che collaborano con Google per pubblicare annunci. I partner di ricerca estendono la copertura degli annunci della rete di ricerca a centinaia di siti web non Google.

Sui siti partner di ricerca, i tuoi annunci possono essere pubblicati nelle pagine dei risultati di ricerca, nelle pagine delle directory dei siti o in altre pagine correlate alla ricerca dell'utente.



Con Google Ads impostiamo il **budget giornaliero**, che stabilisce il limite massimo di spesa giornaliero e rassicura soprattutto i clienti al loro primo test sulla piattaforma.



**Ricordare:** nella pubblicazione standard il budget viene spalmato nel corso delle 24 ore in modo uniforme.

*Questo significa che, se il budget risultasse insufficiente, registreremo una quota impression mancata, ma saremo comunque in campagna per tutto l'arco della giornata.*

# Definire Budget congrui

Bozza del piano  
Piano per il giorno feb 10, 2023, 12 PM, GMT+01:00 ✎

Strategia di offerta  
Massimizza le conversioni ▼

Appena salvato | [Crea campagna](#)

📍 Italia 🇮🇹 Italiano 🔍 Google 📅 1 apr - 30 giu 2023 ▼

Il tuo piano può generare **123 conversioni** per **14000 €** con un budget giornaliero medio di **160 €** ⓘ

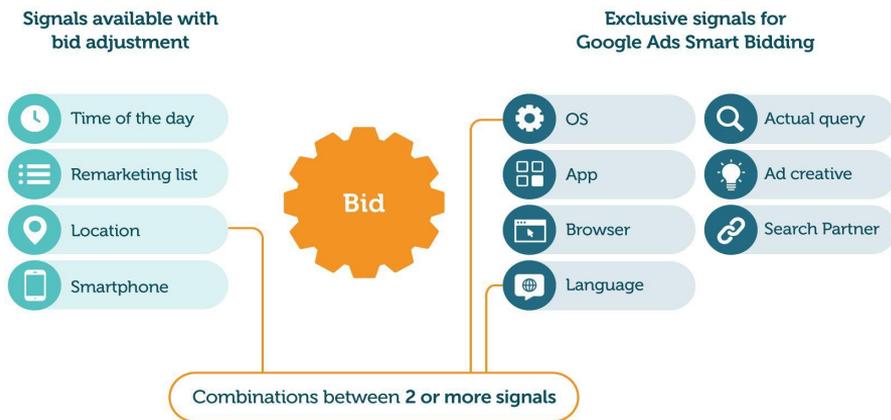
Tasso di conversione: 2,62%, valore per conversione: 8,52 €

Massimizza le conversioni ottimizza le offerte per ottenere il maggior numero di conversioni possibile in base al tuo budget giornaliero [Modifica](#) [Scopri di più](#)

Conversioni	CPA medio	Valore conversione	Ritorno su spesa pubblicitaria	Clic	Impressioni	Costo
123	120 €	1000 €	0,0726	4688	23044	14000

Google Ads offre diverse strategie di offerta a seconda degli obiettivi di marketing, nello specifico è possibile scegliere fra:

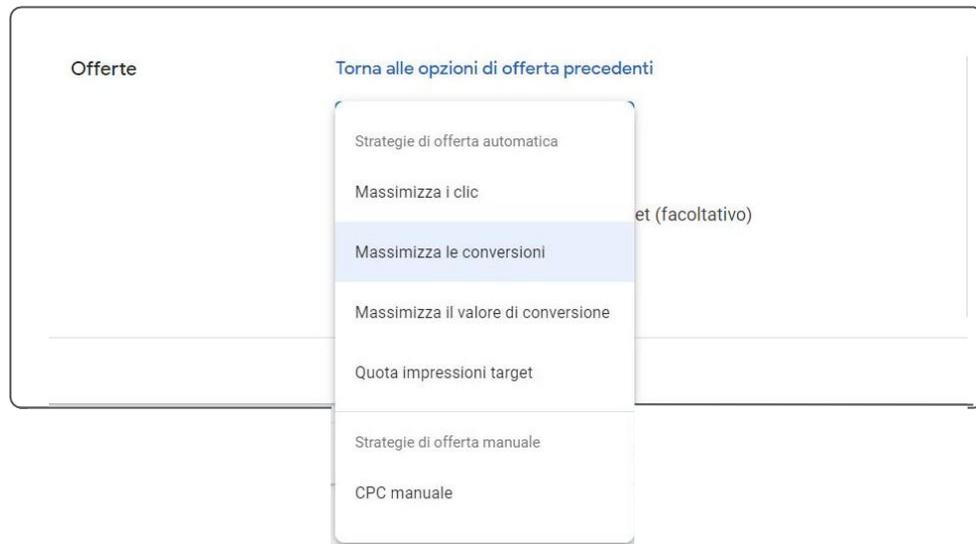
**Offerte manuali:** metodo di offerta che permette di impostare manualmente il costo per clic (CPC) massimo per i nostri annunci.



Riuscire ad impostare l'offerta più adeguata, per intercettare l'utente giusto al momento giusto, è fondamentale per raggiungere i propri obiettivi di marketing.

In particolare, le offerte automatiche:

- consentono di **risparmiare tempo** e diminuire la pressione sulle **risorse** di marketing.
- usano il **machine learning** per determinare l'offerta più adeguata per **ciascuna asta**.
- consentono una differenziazione delle offerte in base alle **opportunità di conversione** di ciascuna asta.
- consentono di prendere in considerazione un'**ampia gamma di indicatori** che tengono presente le intenzioni degli utenti.



## Vanity Bidding Strategy

### **OBIETTIVO NOTORIETA'**

È utile per aumentare la notorietà e la visibilità del brand e delle campagne che includono termini correlati al brand.

### **Quota impressioni target**

**(automatizzata):** consente ai nostri annunci di raggiungere una determinata soglia di quota impressioni per una posizione specifica sulla pagina dei risultati di ricerca (ovunque, parte superiore o superiore assoluta della pagina).

### **CONSIDERAZIONE**

È utile per generare il maggior numero possibile di clic per un determinato livello di spesa.

**Massimizza i clic (automatizzata):** imposta le offerte in modo da generare il maggior numero possibile di clic entro i limiti dell'importo di spesa target da noi scelto.

## Azioni

**Massimizza le conversioni:** genera il maggior numero possibile di conversioni in base al nostro budget. Non dobbiamo specificare un particolare costo per clic (CPC), costo per acquisizione (CPA) o ritorno sulla spesa pubblicitaria (ROAS) target.

**Costo per acquisizione target (tCPA):** questa strategia imposta automaticamente le offerte per aiutarci a incrementare le conversioni e al contempo raggiungere il nostro obiettivo di costo per acquisizione medio.

**Costo per CPC Ottimizzato (CPCO):** questa strategia aumenta o diminuisce automaticamente l'offerta manuale in base alle probabilità di ciascun clic di generare una conversione.

## Entrate

**Massimizza il valore di conversione:** imposta automaticamente le offerte per aiutare l'inserzionista ad ottenere il valore di conversione più alto possibile per la campagna entro i limiti di spesa del budget. Massimizza i valori di conversione mettendo in evidenza ciò che si vuole massimizzare, ma limita la spesa al budget specificato.

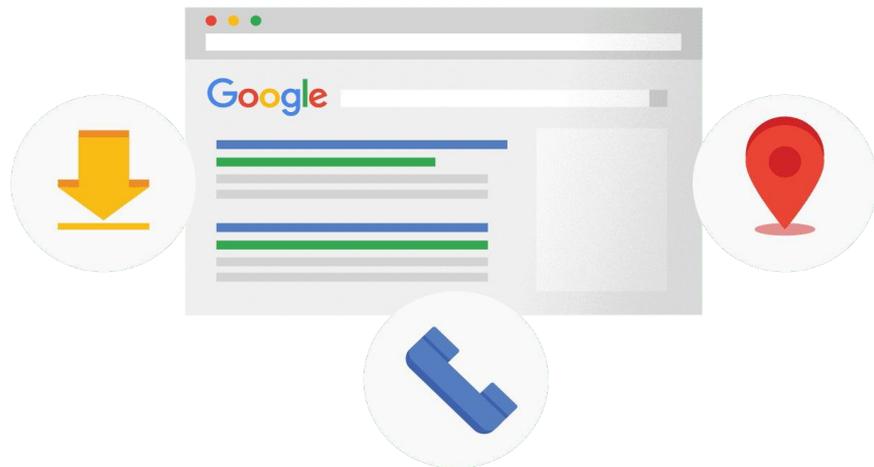
**Ritorno sulla spesa pubblicitaria target (ROAS target):** imposta automaticamente le offerte in modo da ottenere il maggior valore di conversione possibile con il ritorno sulla spesa pubblicitaria (ROAS) target da noi impostato.

# Estensioni Annunci

# Estensioni annuncio

Le estensioni sono elementi testuali che "estendono" gli annunci di testo.

Tendono a migliorare la visibilità dell'annuncio e possono contribuire ad aumentare la percentuale di clic (CTR).



Si distinguono in:

**estensioni manuali:** devono essere selezionate manualmente dall'inserzionista in fase di setting delle impostazioni di campagna (sono comunque facoltative)

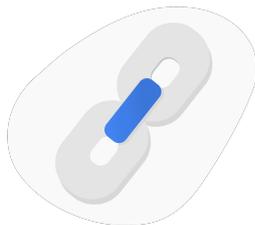
**estensioni automatiche:** vengono aggiunte all'annuncio automaticamente da Google quando lo ritiene opportuno (sono comunque disattivabili)

# Estensioni: perché è importante per gli utenti?



## Migliore qualità degli annunci

I formati degli annunci incidono sul relativo ranking. Nel calcolare l'impatto previsto dei formati, prendiamo in esame fattori quali la pertinenza, la percentuale di clic e l'evidenza del formato dell'annuncio.



## Maggiore coinvolgimento

Utilizzare estensioni annuncio significative aumenta le probabilità di adattarsi in maniera ottimale al particolare momento di un utente e agli indicatori che lo riguardano, quali intenzione, dispositivo, interesse, località e così via. Ciò significa che i tuoi annunci saranno più pertinenti e genereranno un coinvolgimento maggiore.



## Lead più qualificati

Offrire agli utenti fin da subito le informazioni pertinenti spesso consente di ottenere un numero maggiore di lead qualificati. Poiché gli utenti sanno già cosa aspettarsi quando arrivano sul tuo sito web, le probabilità che intraprendano l'azione promossa dall'annuncio sono infatti più elevate.

## Località

Annuncio · [www.midas.it/](http://www.midas.it/) ▾

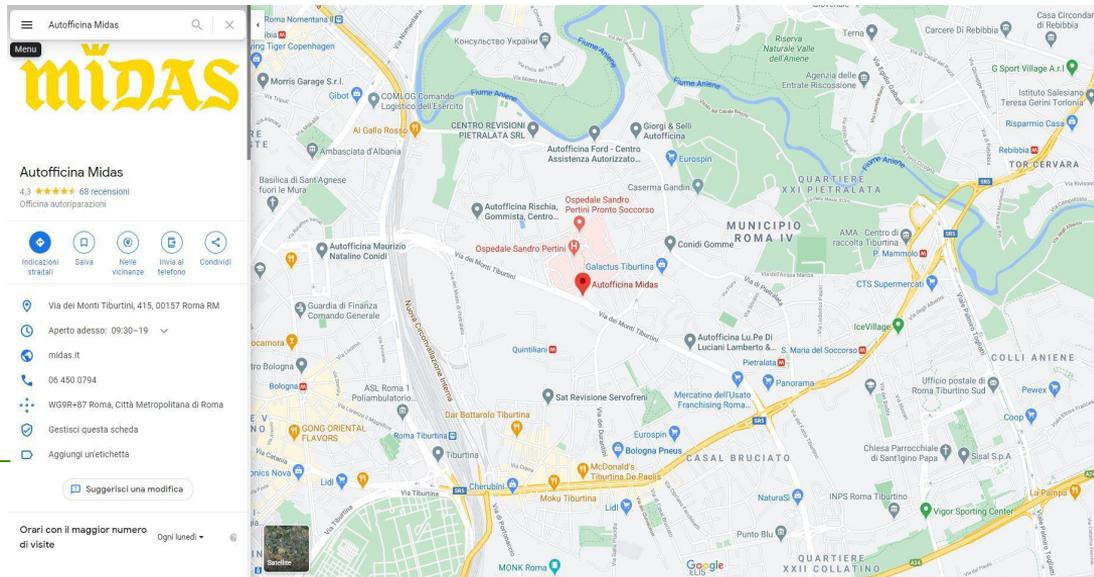
**Prenota subito il cambio gomme - Rivolgiti al centro più vicino**

Dalle migliori marche fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Dalle marche premium fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Tenor2.

Fai un preventivo · Promozioni · Prestazioni cambio gomme · Cerca il tuo Centro

Runway - a partire da 39,90 € - 175/65 R14 · Altro ▾

📍 Via dei Monti Tiburtini 415, Roma - 06 450 0794 - Orari e servizi potrebbero variare



**Google Business Profile** è uno strumento gratuito e facile da usare che permette ad attività e organizzazioni di gestire la propria presenza online su Google, compresi Ricerca e Maps.

Attraverso Google Business Profile è possibile:

## Gestire le informazioni dell'attività

Quando gli utenti trovano l'attività su Google Maps e Ricerca, possono visualizzare informazioni come orario di apertura, sito web, indirizzo modifiche ai servizi.

## Interagire con i clienti

È possibile leggere e rispondere alle recensioni dei clienti, e pubblicare foto dell'attività.

## Interpretare ed espandere la presenza online

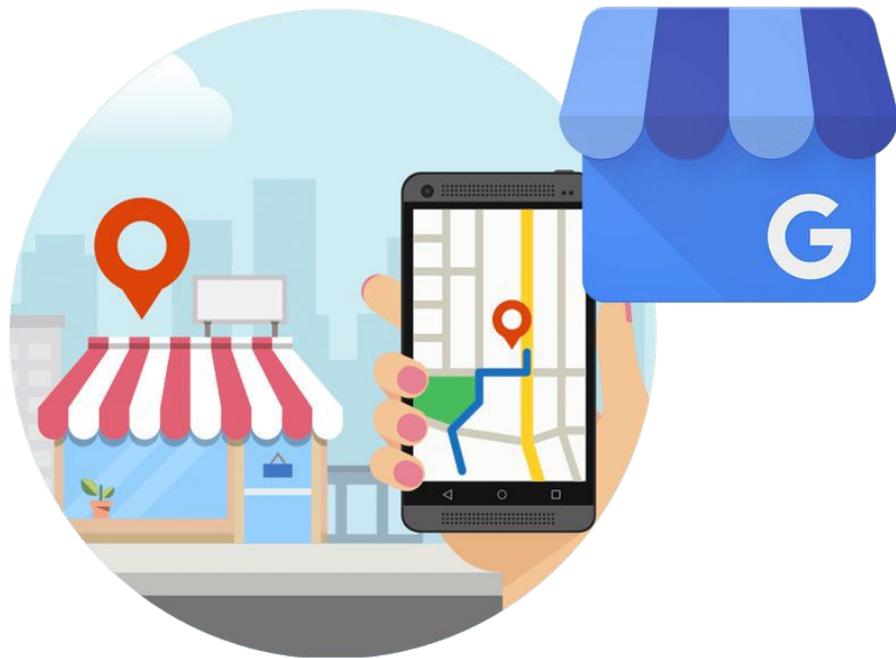
Trovare approfondimenti per capire in che modo i clienti cercano l'attività, come interagiscono con la scheda dell'attività e da dove provengono. È possibile, ad esempio, scoprire quante persone chiamano l'attività direttamente dal numero di telefono visualizzato nei risultati di ricerca su Maps e nella Ricerca.



Attraverso Google Ads, è possibile **associare agli annunci la sede della propria attività presente su Google Business Profile**, collegando tale account in fase di creazione dell'Estensione di Località.

In seguito, dal proprio Google Business Profile sarà sufficiente accettare la richiesta di collegamento giunta dall'account Google Ads.

In questo modo, sarà possibile mostrare direttamente la sede della propria attività, con indicazioni stradali utili agli utenti, numero di telefono e la distanza dalla sede stessa (solo sui dispositivi mobili).



## Sitelink

Annuncio · [www.dentalpro.it/](http://www.dentalpro.it/) ▾ 800 326 326

### Dentista A Roma - Prenota il Tuo Appuntamento - DentalPro.it

La Prevenzione e la Cura Dei Denti in Sicurezza Sono Diritti che Spettano a Tutti. Aperti in Sicurezza. I Nostri Centri Proseguono Regolarmente l'Attività anche nel Weekend. Qualità DentalPro. Tecniche all'avanguardia. Rispondiamo in 24h o meno. Pagamento dilazionato.

📍 Roma · 10 luoghi nelle vicinanze

#### Le Nostre Convenzioni

Fondi, assicurazioni e convenzioni  
Scopri le Nostre Convenzioni Attive

#### Sbiancamento Dentale

Riscopri il Tuo Sorriso con i  
Nostri Servizi di Estetica Dentale

## App

Annuncio · [www.booking.com/alberghi](http://www.booking.com/alberghi) ⓘ

### Booking.com - Sito Ufficiale

Il sito ufficiale di Booking.com! Offerte e Hotel di ogni categoria. Ricevi subito la conferma. Cancellazione gratuita. Case Vacanze. Ville.

Valutazione per booking.com

4,9 ★★★★★ (826)

Case, appartamenti

Prenota un appartamento

Prenota per Stasera

Prenota per Domani

 Visualizza i risultati nell'app

## Chiamata

**Annuncio** · [www.monsignordellacasa.com/](http://www.monsignordellacasa.com/) ⓘ

### Hotel Spa Toscana 5 Stelle - Country Resort & Spa Tuscany

Hotel Appartamenti Suites Spa Bikes Tennis 4  
Piscine Ristorante Enoteca. Miglior Prezzo  
Garantito. Prenota ora. Servizi: WI-FI free,  
Parcheggio auto privato, Ristorante & Wine Bar,  
Spa & Centro Benessere, Trattamenti benessere.

[Sito Ufficiale](#)

[Benessere & Spa](#)

[Ristorante ec](#)



Chiama 055 840821

## Estensione di prezzo

**Annuncio** · [bottegasolidale.medicisenzafrontiere.it/Bombonier...](http://bottegasolidale.medicisenzafrontiere.it/Bombonier...) ⓘ

### Bomboniere Solidali MSF | Scegli un Regalo Solidale

Con una Donazione di Soli 4 € Vaccineremo 12 Bambini  
Contro il Morbillo. Scegli una Bomboniera Solidale. Scegli  
di Sostenere i Medici Senza Frontiere!

Scatolina Fiore Rossa

4,50 €

Con Intaglio Floreale

Aeroplanino Giallo

4,50 €

Porta-Confetti

Scato

Con Ape

## Callout

Annuncio · businessschool.luiss.it/Executive/MBA ▾

### Master Executive MBA | Scegli la Formazione Luiss

Scegli il Master Luiss Executive MBA in lingua italiana: 19 mesi di Formazione Part-Time.

Rafforzerai le tue Competenze e darai una Spinta alla tua Carriera: Scopri il Programma **Project**

**Work. Learning Lab. Individual Coaching. Attività di Networking** Corsi: Financial Accounting, Strategia d'impresa, Controllo di gestione, Project management, Finanza aziendale, Sviluppo...

#### Programma Didattico

Scopri tutti i Moduli e le  
Opportunità del Corso EMBA!

#### Sessione di Orientamento

Prenota la tua Sessione di  
Orientamento con lo staff MBA.

#### Borse di Studio

Scopri tutte le Agevolazioni  
e le Borse di Studio disponibili

#### Profile Assessment

Ottieni una Valutazione  
del tuo Profilo

## Snippet Strutturati

Annuncio · www.scuolaholden.it/ 

### ScuolaHolden.it - I Corsi di Scuola Holden - La sera o nel week end

Online, in streaming o dal vivo. Scegli tu quando: una sera a settimana o nel weekend. Tanti corsi, una sola passione. Scegli cosa, dove, quando e con chi. Scopri i nuovi corsi. **Corsi di studio: Scrittura, Cinema, Storytelling.**

Corsi in partenza

Classi-fy, Corsi Online

Over 30, 8 weekend

## Promozione

**Annuncio** · [www.fabricatore.it/](http://www.fabricatore.it/) ▾

### Fabricatore© Ufficiale - Fino al 70% di Sconto

Studiati per garantirti il miglior riposo: memory & watercell, traspiranti, antiacaro. Kit Aloe in Omaggio e Pagamento a Rate. A partire da 179€. Consegna Gratuita. 100% Made in Italy.

★★★★★ Rating for fabricatore.it: 4,4 - 107 reviews

**Saldi autunnali: 60% di sconto su Materasso Fisiorelax**

## Immagine

**Annuncio** · [businessschool.luiss.it/healthcare/management](https://businessschool.luiss.it/healthcare/management)

### Luiss Business School | Executive Master EMPHA | Formula Weekend

Scopri il Corso Luiss in Management  
Farmaceutico: 12 Mesi in Formula  
Weekend. Laboratori, Incontri, Coaching  
e Borse di Studio: Scegli la Formazione...



[Iscriviti](#)

[Programma Didattico](#)

[Download Brochure](#)

Le estensioni immagine sono estensioni annuncio che consentono di caricare immagini pertinenti e coinvolgenti da integrare negli annunci di testo esistenti. Grazie a immagini accattivanti di prodotti o servizi che migliorano il messaggio dell'annuncio di testo, le estensioni immagine possono incrementarne il rendimento.

## Estensione per lead

Annuncio · [www.talentgarden.org/](http://www.talentgarden.org/)

### Digital Marketing Master - Talent Garden

Vuoi lavorare nel Digital Marketing? Scegli il Master di Talent Garden. 9 settimane di lezioni online + 12 settimane di career boost. Stage Garantito. Corsi Part Time/Full Time.

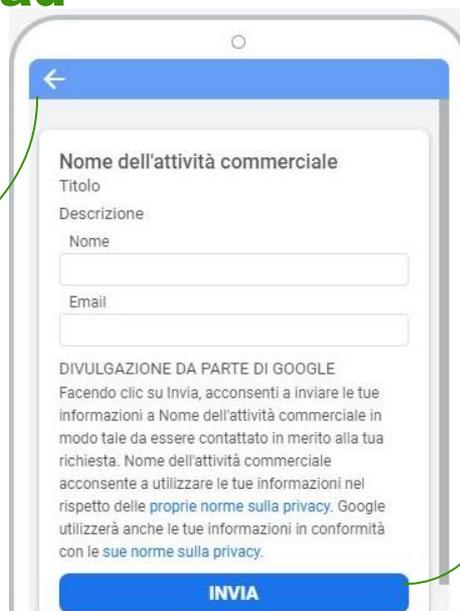
Digital Marketing Master

Digital HR Master



Iscriviti

Accedi alle selezioni



Nome dell'attività commerciale

Titolo

Descrizione

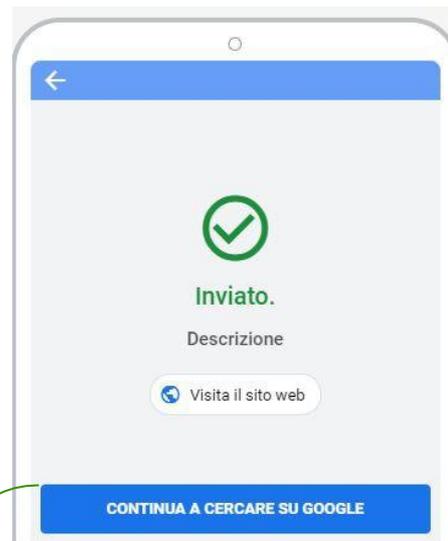
Nome

Email

DIVULGAZIONE DA PARTE DI GOOGLE

Facendo clic su Invia, accetti di inviare le tue informazioni a Nome dell'attività commerciale in modo tale da essere contattato in merito alla tua richiesta. Nome dell'attività commerciale acconsente a utilizzare le tue informazioni nel rispetto delle proprie norme sulla privacy. Google utilizzerà anche le tue informazioni in conformità con le sue norme sulla privacy.

**INVIA**





**Inviato.**

Descrizione

 [Visita il sito web](#)

**CONTINUA A CERCARE SU GOOGLE**

- [Informazioni riguardanti le estensioni modulo per lead:](#) Per scaricare e gestire i lead è possibile creare un webhook, che collega il modulo per i lead al sistema di gestione dei rapporti con i clienti (CRM) e consente di ricevere lead in tempo reale.
- [Impostare l'integrazione webhook per un'estensione modulo per i lead della rete di ricerca.](#)
- Se si utilizza Zapier, si possono seguire [le linee guida per l'integrazione dell'estensione modulo per i lead](#) per collegare l'estensione modulo per i lead al CRM.

# Estensioni di annuncio automatiche

## Estensione di Chiamata

Donazioni Coronavirus | Aiutaci a portare Cure Mediche

Sostieni il nostro intervento in Italia e nel mondo. Uniti possiamo fermare il Covid-19! Oggi il nostro impegno per fermare il Coronavirus è anche in altri 70 Paesi. Sostienici.

MSF nelle Emergenze

Hai visto lo Spot in TV?

Domande sulla Pandemia

 Chiama 800 913 146

## Estensioni di località

L'angolo del gelato - Gelati cremosi artigianali

**Annuncio** [www.example.com](http://www.example.com)

Pistacchio e uva sultanina sempre disponibili. Biscotti appena sfornati.

 Via Leopardi 100, Perugia

## Callout dinamici

ACME Auto Shop - [acmeautoshopca.com](http://acmeautoshopca.com)

**Ad** [www.acmeautoshopca.com](http://www.acmeautoshopca.com)

Save 20% on all car repair services. Family owned & operated.

25 years of experience · Book online · Certified technicians

## Valutazioni del venditore

Calzature di design Carla

**Annuncio** [www.example.com](http://www.example.com)

Valutazione 4.0 ★★★★★ per calzature-carla.com

Spedizione gratuita, resi gratis su un grande assortimento di calzature firmate.

## Sitelink dinamici

Panetteria per cani da Luigi

**Annuncio** [www.example.com](http://www.example.com)

Biscotti e torte artigianali. Il tuo cane se li merita tutti!

Specialità · Chi siamo · Biscotti · Dieta sana

## Snippet strutturati dinamici

Elettronica ACME - Negozio di computer chiavi in mano

**Annuncio** [www.example.com](http://www.example.com)

Presso Elettronica ACME troverai laptop, smartphone, videogame e altro ancora!

Servizi: Assist. tecn., Riciclo rifiuti RAEE, Riparaz. computer, Programmazione

Esistono tre estensioni di cui tutti i professionisti del marketing dovrebbero servirsi per migliorare gli annunci di testo:



**Sitelink: indirizzano a sezioni specifiche del sito web**

I sitelink sono link aggiuntivi che gli utenti visualizzano sotto il testo dei tuoi annunci della rete di ricerca e che indirizzano a pagine specifiche del tuo sito web.



**Estensioni callout: metti in evidenza gli attributi a valore aggiunto**

Le estensioni callout sono snippet di testo brevi e specifici (25 caratteri) che possono essere utilizzati per mettere in evidenza informazioni sugli attributi a valore aggiunto dell'attività, dei prodotti o dei servizi.



**Snippet strutturati: dai un'idea del contenuto della tua offerta**

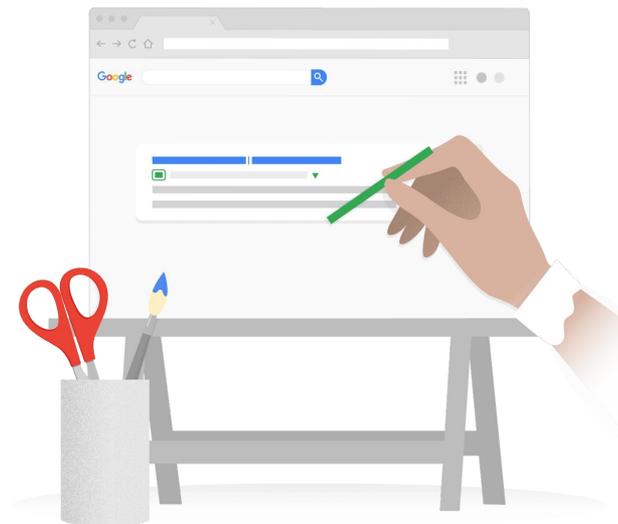
Gli snippet strutturati consentono di descrivere le funzionalità di un prodotto specifico oppure di una gamma di prodotti o servizi offerti dalla tua attività prima che gli utenti facciano clic sull'annuncio.

# Annunci: Tipi e Best Practice

## La struttura di un annuncio

Gli annunci di testo sono semplicemente **annunci composti da testo**. Sono un modo semplice ma efficace per presentare la tua attività alle persone che cercano prodotti o servizi simili ai tuoi nella rete di ricerca di Google.

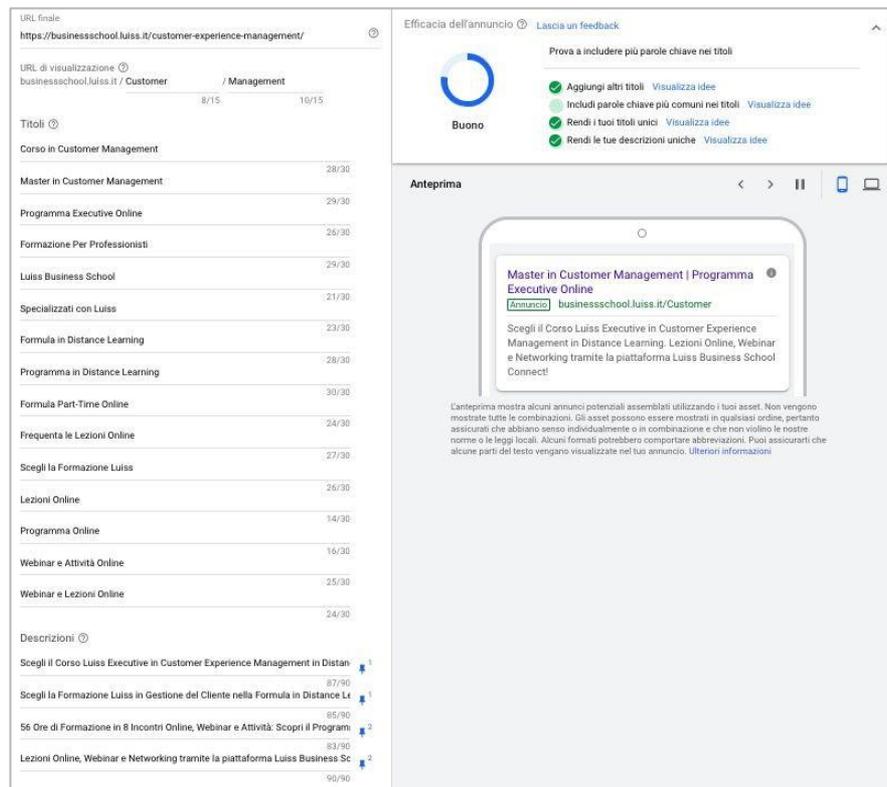
Per raggiungere con efficacia i potenziali clienti, i tuoi annunci di testo devono essere **informativi, pertinenti e coinvolgenti**. Gli annunci di testo danno alle persone un'idea generale sulla tua attività, perciò è fondamentale mostrare il messaggio adeguato al cliente giusto.



## La struttura di un annuncio standard



# Annunci di testo adattabili della rete di ricerca



URL finale  
https://businessschool.luiss.it/customer-experience-management/

URL di visualizzazione  
businessschool.luiss.it / Customer

Titoli

Corso in Customer Management

Master in Customer Management 28/30

Programma Executive Online 29/30

Formazione Per Professionisti 26/30

Luiss Business School 29/30

Specializzati con Luiss 21/30

Formula in Distance Learning 23/30

Programma in Distance Learning 28/30

Formula Part-Time Online 30/30

Frequenta le Lezioni Online 24/30

Scegli la Formazione Luiss 27/30

Lezioni Online 26/30

Programma Online 14/30

Webinar e Attività Online 16/30

Webinar e Lezioni Online 25/30

Descrizioni

Scegli il Corso Luiss Executive in Customer Experience Management in Distanza 87/90

Scegli la Formazione Luiss in Gestione del Cliente nella Formula in Distance Learning 85/90

56 Ore di Formazione in 8 Incontri Online, Webinar e Attività: Scopri il Programma 83/90

Lezioni Online, Webinar e Networking tramite la piattaforma Luiss Business School Connect! 90/90

Efficacia dell'annuncio [Lascia un feedback](#)

Prova a includere più parole chiave nei titoli

Aggiungi altri titoli [Visualizza idee](#)

Includi parole chiave più comuni nei titoli [Visualizza idee](#)

Rendi i tuoi titoli unici [Visualizza idee](#)

Rendi le tue descrizioni uniche [Visualizza idee](#)

Anteprima

Master in Customer Management | Programma Executive Online

businessschool.luiss.it/Customer

Scegli il Corso Luiss Executive in Customer Experience Management in Distance Learning. Lezioni Online, Webinar e Networking tramite la piattaforma Luiss Business School Connect!

L'anteprima mostra alcuni annunci potenziali assemblati utilizzando i tuoi asset. Non vengono mostrate tutte le combinazioni. Gli asset possono essere mostrati in qualsiasi ordine, pertanto assicurarsi che abbiano senso individualmente o in combinazione e che non violino le nostre norme o le leggi locali. Alcuni formati potrebbero comportare abbreviazioni. Puoi assicurarti che alcune parti del testo vengano visualizzate nel tuo annuncio. Ulteriori informazioni

Si tratta di una tipologia di annunci che cambia in modo da mostrare ai clienti messaggi più pertinenti.

Google Ads assemblerà tutti gli asset forniti in più combinazioni.

Si possono impostare **fino a 15 titoli e 4 descrizioni per un singolo annuncio** adattabile della rete di ricerca. In seguito, all'interno di un determinato annuncio, verranno selezionati un massimo di 3 titoli e 2 descrizioni da mostrare in diversi ordini e combinazioni.

Nel tempo, Google Ads provando le combinazioni di annunci più promettenti, scoprirà quali sono le più pertinenti per query diverse e le più performanti.

Gli asset possono essere mostrati in qualsiasi ordine, per cui occorre essere certi che abbiano senso individualmente o in combinazione tra loro.

Per essere certi che le varie combinazioni abbiano senso si possono creare delle tabelle in un foglio di calcolo per avere contezza delle varie combinazioni.

Annunci adattabili													
Headline 1	max30	Headline 2	max30	Headline 3	max30	Description 1	max90	Description 2	max90	Percorso 1	max15	Percorso 2	max15
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0		0		0
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0		0		0
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0		0		0
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0		0		0
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0				
	0		0		0		0		0				

URL di visualizzazione ⓘ  
 www.veleggiandocilento.it / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 0/15 0/15

Titoli ⓘ

Nuovo titolo \_\_\_\_\_ 0/30

[AGGIUNGI TITOLO](#)

Descrizioni ⓘ

Nuova descrizione \_\_\_\_\_ 0/90

Nuova descrizione \_\_\_\_\_ 0/90

[AGGIUNGI DESCRIZIONE](#)

# Annuncio adattabile: vantaggi

Gli annunci adattabili della rete di ricerca consentono di creare un annuncio che cambia in modo da mostrare ai clienti testi e messaggi più pertinenti.

I contenuti dell'annuncio vengono adattati in modo da corrispondere meglio ai termini di ricerca dei potenziali clienti e garantire così un miglior rendimento della campagna.



**Flessibilità**



**Pertinenza**



**Copertura**



**Rendimento**

## Dynamic keyword insertion tool

Consente di modificare dinamicamente il testo dell'annuncio in base alle query di ricerca dell'utente.

La sintassi **{Keyword}** indica al sistema di inserire in automatico la parola cercata dall'utente che ha attivato la visualizzazione dell'annuncio, tra quelle presenti nel gruppo associato all'annuncio (es. *stivali invernali, scarpe invernali, etc.*).

La **keyword di default** (ossia la parola dopo i due punti) viene visualizzata nel caso la query dell'utente superi i 30 caratteri (limite max. consentito per il titolo).

### Vantaggi:

elevata **pertinenza** con ricerca utente

elevato **CTR**

maggiore **Quality Score**

**{Keyword:Stivali Invernali}** | Oltre 100 modelli | Nuovi arrivi ogni giorno

**[Annuncio]** [lacasadellascarpa.it/stivali/invernali](https://lacasadellascarpa.it/stivali/invernali)

Vasta selezione di Caldi Stivali Invernali. Sconti fino al 50%. Acquista ora! Rimborso facile e veloce.  
Ampia selezione di Brand. Spedizione rapida.

## Conto alla rovescia

Consente di inserire dinamicamente nel testo dell'annuncio un conto alla rovescia ad un determinato evento/scadenza.

Titolo 1

1/30

Inserimento parola chiave

Inserisci la parola chiave che attiva la pubblicazione del tuo annuncio

28/30

Conto alla rovescia

Inserisci un timer che esegua il conto alla rovescia fino a un evento

23/30

Funzione IF

Inserisci il testo quando una condizione è soddisfatta

Sintassi: `{=COUNTDOWN("yyyy/MM/dd HH:mm:ss","lingua",giorniPrima)}` ?

Il conto alla rovescia termina ?   (ora in formato 24 ore)

Il conto alla rovescia inizia ?  giorno/i prima della data di fine del conto alla rovescia

**Avanzato**

Fuso orario  Fuso orario dell'account (GMT+02:00) Roma  Fuso orario del visualizzatore dell'annuncio

Lingua ?  ↕

Esempi: 3 giorni/5 ore/10 min.

**Imposta**

**3 giorni - All'inizio dei saldi**

**Annuncio** [www.zalando.it/donna/stivali](http://www.zalando.it/donna/stivali)

Sconti fino al 60%. Restituzione gratuita e veloce. Spedizione Gratis. Acquista!

## Inserimento della località per gli annunci adattabili della rete di ricerca

L'inserimento della località consente di personalizzare il testo dell'annuncio adattabile della rete di ricerca in base alla posizione degli utenti, alla loro posizione abituale o alle località di loro interesse. Questa funzione mette in evidenza nel testo dell'annuncio il luogo in cui viene offerto il prodotto o servizio. Ad esempio, è possibile creare titoli come "Hotel di Firenze", "Hotel di Napoli" o "Idraulici a domicilio a Bologna" per personalizzare gli annunci in base alla posizione degli utenti, alla loro posizione abituale o alle località di loro interesse.

Supponiamo di gestire un servizio che effettua consegne a domicilio nella provincia di Roma.

Invece di scrivere singoli titoli per ogni città, è possibile utilizzare un codice di inserimento della località nel titolo dell'annuncio per scegliere come target la provincia di Roma:

Codice titolo: Consegniamo a {LOCATION(City)}

21/30

```
{
```

**Inserimento parola chiave**  
Inserisci la parola chiave che attiva la pubblicazione del tuo annuncio

**Conto alla rovescia**  
Inserisci un timer che esegue il conto alla rovescia per un evento

**Inserimento della località**  
Inserisci la località che attiva la pubblicazione del tuo annuncio

Consegniamo a {LOCATION(City)}

Sintassi: {LOCATION(Livello):testo predefinito}  
Vengono utilizzate le località del targeting per località della campagna [Scopri di più](#)

**Formato località**

- Città (Esempio: Mountain View)
- Stato (Esempio: California)
- Paese (Esempio: Stati Uniti d'America)

Testo predefinito  
Consegna a Roma e Provincia

Applica

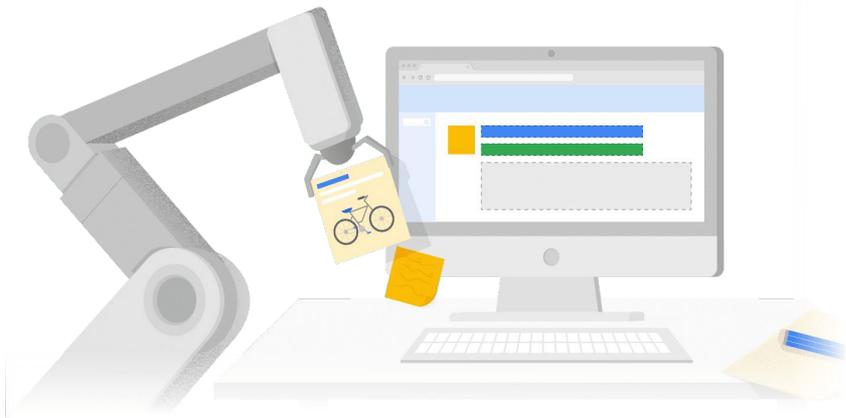
# Tips and Tricks su come scrivere annunci di testo efficaci



# Annunci dinamici

Gli annunci dinamici della rete di ricerca consentono di utilizzare i contenuti del sito web come targeting degli annunci.

**Il testo e le pagine di destinazione degli annunci vengono generati automaticamente dalla piattaforma sulla base dei contenuti del sito web.**



1. Aiutano a colmare i vuoti delle parole chiave che non sono state inserite manualmente.
2. Sono particolarmente utili se si ha un inventario prodotti molti esteso e siti web molto strutturati.
3. Consentono di risparmiare tempo poiché non è necessario associare parole chiave, offerte e testo dell'annuncio a ogni prodotto del sito web.

Gli annunci dinamici della rete di ricerca utilizzano i contenuti delle pagine di destinazione del sito web per scegliere come target degli annunci le ricerche degli utenti e, dunque, associare le query pertinenti alla campagna.

A tal fine, **utilizzano l'indice delle ricerche organiche di Google del sito web** per stabilire quali sono le ricerche più pertinenti ai prodotti e ai servizi offerti.

# Come scrivere annunci efficaci

Per attrarre i potenziali clienti, gli annunci di testo devono essere ricchi di informazioni, pertinenti, interessanti e coinvolgenti.



**Mettere in evidenza i punti di forza e unicità.** Si offre la spedizione gratuita? Assistenza clienti h24? Includere questi elementi negli annunci può aiutare ad attirare i potenziali clienti e a distinguersi dalla concorrenza.



**Includere prezzi, promozioni e offerte esclusive.** Mettere in risalto questi elementi può attrarre i potenziali clienti e convincerli a cliccare sul proprio annuncio anziché su quello di un competitor.



**Includere inviti all'azione.** Inviti all'azione come Acquista, Chiama oggi, Ordina, Registrati o Richiedi un preventivo indicano chiaramente quali sono i passaggi successivi da seguire.

## Come scrivere annunci efficaci



**Includere parole chiave negli annunci.** Le parole chiave nel testo dell'annuncio rendono l'annuncio pertinente con quello che cercano gli utenti e migliorano il punteggio di qualità della campagna.



**Utilizzare pagina di destinazione coerenti con l'annuncio.** È importante che le promozioni o i prodotti citati nell'annuncio siano inclusi nella landing page. Gli utenti potrebbero uscire dal sito web se non trovano quello che stanno cercando.



**Sperimentare.** È utile creare tre o quattro annunci per ciascun gruppo di annunci e utilizzare messaggi diversi per ognuno di essi così da individuare quello con il miglior rendimento.



**Verificare la presenza di errori comuni nel testo dell'annuncio.** Ogni annuncio deve soddisfare determinati standard professionali ed editoriali. Ad esempio, non è consentito l'uso di spazi aggiuntivi, uTiLiZZo iNuSuAIE DeLLe MAIUSCOLE o URL poco chiare.

# Rapporti e tool

Dopo avere lanciato una campagna, è necessario valutarne il rendimento. Se il nostro obiettivo è aumentare le vendite, le lead o il traffico verso il nostro sito web, è bene porsi le seguenti domande:

- Quali parole chiave generano la maggior parte dei clic sui tuoi annunci?
- I tuoi clienti da quali località e da quali dispositivi eseguono le ricerche?
- In quali giorni e in quali orari realizzi la maggior parte delle vendite?
- Che età hanno e quale fascia demografica converte meglio?



<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Età ↑	Stato	Agg. offerta	Clic	Impr.	CTR	CPC medio	Costo	Conversioni
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	18 - 24	Campagna in pausa	—	240	2.518	9,53%	0,50 €	120,81 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	25 - 34	Campagna in pausa	—	964	9.280	10,39%	0,48 €	465,25 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	35 - 44	Campagna in pausa	— ✎	1.150	10.649	10,80%	0,47 €	544,76 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	45 - 54	Campagna in pausa	—	1.115	9.141	12,20%	0,48 €	533,20 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	55 - 64	Campagna in pausa	—	836	6.251	13,37%	0,46 €	387,22 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	>65	Campagna in pausa	—	864	6.934	12,46%	0,45 €	392,62 €	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Sconosciuto	Campagna in pausa	—	2.010	21.010	9,57%	0,46 €	934,12 €	1,00



E' possibile utilizzare i **segmenti** per suddividere i dati in base ai criteri che si ritengono più importanti.

La segmentazione dei dati facilita la consultazione perché isola con precisione le informazioni desiderate

Segmenti disponibili:

- tipo click
- conversioni
- dispositivo
- esperimenti
- parola chiave/posizionamenti
- rete
- rete (con partner di ricerca)
- tipi di corrisp. dei termini di ricerca
- categoria speciale
- tempo
- in alto/altro

Campagna	Budget	Stato	Tipo di strategia di offerta	Tipo di campagna	Impr.	Interazio	Conversioni
Totale: tutte le campagne tranne quelle rimosse							
Scarpe24	100,00 U...	Idonea	CPC (ottimiz...	Ricerca	0		
Scarpe23	340,00 U...	Idonea	CPC manuale	Ricerca	0		
Scarpe oggi	100,00 U...	Idonea	CPC manuale	Ricerca	0		
Scarpe eserc	200,00 U...	Idonea	CPC (ottimiz...	Ricerca	0	0	0,00 USD
scarpe donna	904,00 US...	Idonea	Massimizza L...	Ricerca	0	0	0,00 USD
Scarpe 7	100,00 U...	Idonea	CPC manuale	Ricerca	0	0	0,00 USD
Scarpe 34	100,00 U...	Terminata	CPC manuale	Ricerca	0	0	0,00 USD
Scarpe 22	190,00 U...	Idonea	CPC (ottimiz...	Ricerca	0	0	0,00 USD
Scarpe	100,00 U...	Idonea	CPC manuale	Ricerca	0	0	0,00 USD
Ricerca-46	100,00 US...	Idonea	Massimizza L...	Ricerca	0	0	0,00 USD

Dominio dell'URL di visualizzazione	↓ Quota impressioni	Posizione media	Percentuale di sovrapposizione	Tasso di posizionamento superiore	Tasso parte superiore della pagina	Quota superamento target
Tu	17,88%	1,8	—	—	85,41%	—
competitor	< 10%	1,8	16,94%	58,33%	94,04%	16,11%
competitor	< 10%	2,7	7,29%	41,94%	92,91%	17,33%
competitor	< 10%	2,3	12,00%	45,10%	83,41%	16,91%
competitor	< 10%	2,3	10,82%	34,78%	92,67%	17,21%
competitor	< 10%	2,4	12,94%	38,18%	86,84%	17,00%

## Rapporto informativo aste

permette di confrontare il rendimento con quello degli altri inserzionisti che partecipano alle stesse aste

(valido solo per campagne search e shopping)

## Rapporto risultati organici e a pagamento

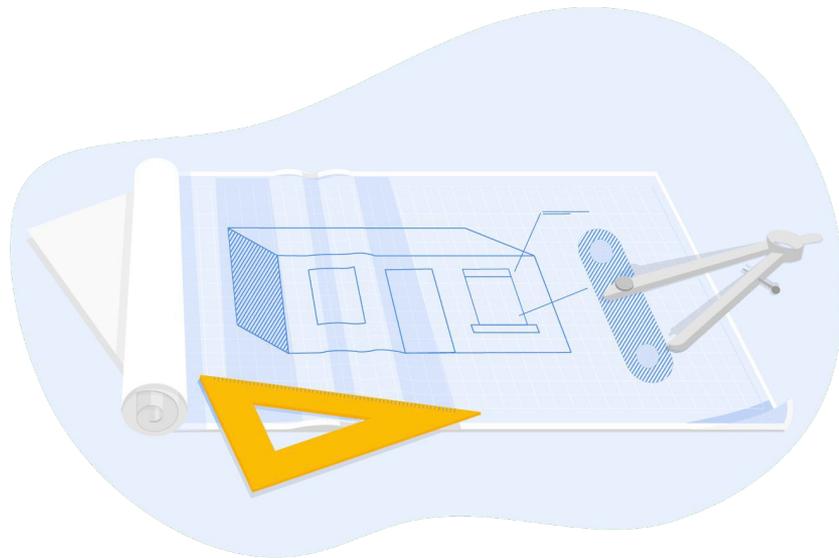
consente di conoscere, direttamente sulla piattaforma Google Ads, se per un determinato termine di ricerca gli utenti raggiungono il sito web tramite annunci a pagamento o risultati di ricerca organici (valido solo per campagne search e shopping)

Termine di ricerca	Tipo di risultato di ricerca	Campagna	Gruppo di annunci	Parola chiave per la rete di ricerca	↓ Clic	Impressioni	CTR	CPC medio	Costo
italian cheese	Mostrato solo annuncio	Categories	Italian Cheese	italian cheeses	758	17.019	4,45%	0,59 USD	446,80 USD
italian cheeses	Mostrato solo annuncio	Categories	Italian Cheese	italian cheeses	657	10.617	6,19%	0,51 USD	338,22 USD
buy cheese online	Mostrato solo annuncio	Categories	Cheese gen (Exact)	buy cheese online	500	3.927	12,73%	0,74 USD	367,58 USD
white truffle	Mostrato solo annuncio	Categories	fresh Truffles	buy white truffles	401	10.119	3,96%	1,14 USD	457,80 USD
bottarga	Mostrato solo annuncio	Categories	Bottarga	bottarga	347	27.420	1,27%	1,80 USD	623,70 USD

Lo **strumento di Pianificazione del rendimento** consente di creare piani per la tua spesa pubblicitaria e scoprire in che modo le **modifiche alle campagne** potrebbero influire sulle metriche chiave e sul rendimento complessivo.

Con la **Pianificazione del rendimento** è possibile:

- Creare un piano per vedere le previsioni per tue campagne.
- Esaminare le previsioni modificando le varie impostazioni delle campagne.
- Implementare rapidamente le modifiche richieste dal piano.



## Strumento di Pianificazione del rendimento: Come funziona?

Per fornire le **previsioni più accurate** possibili, la Pianificazione del rendimento tiene conto di miliardi di query di ricerca e solitamente viene aggiornata ogni 24 ore.



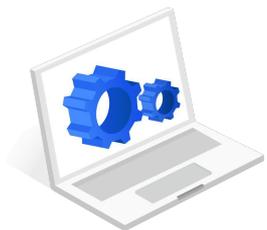
### Previsioni

Le aste degli annunci della rete di ricerca, composte da miliardi di ricerche ogni settimana, alimentano il nostro motore di previsione.



### Simulazione

Il motore di previsione simula le aste degli annunci pertinenti, con variabili a livello di query, tra cui stagionalità, percentuale di clic, concorrenti, pagina di destinazione ed ora del giorno.



### Machine Learning

Utilizziamo il machine learning per affinare le previsioni e ottenere un livello superiore di precisione.



### Convalida

Misuriamo l'accuratezza, avanti e indietro nel tempo, per migliaia di campioni di campagne, su periodi di uno, sette, trenta e novanta giorni.

## Punteggio di ottimizzazione

L'ottimizzazione delle campagne sulla rete di ricerca può essere un compito impegnativo, perché ci sono molti modi per migliorare il rendimento e il **ROI** di ciascuna campagna. Per semplificare questo processo, Google Ads ha ideato il **punteggio di ottimizzazione**.



Si trova nella **pagina Consigli** di Google Ads, stima quale dovrebbe essere il rendimento delle tue campagne sulla rete di ricerca. Il punteggio va da **0%** a **100%**. Se il punteggio è molto alto, significa che il tuo account è vicino a raggiungere il suo pieno potenziale.

Insieme al punteggio, visualizzerai un elenco di consigli di ottimizzazione mirati a incrementare il rendimento delle campagne e migliorare il tuo punteggio.

## Punteggio di ottimizzazione: vantaggi

Il punteggio di ottimizzazione si basa su un **algoritmo** che esamina gli aspetti principali degli account, tra cui statistiche, impostazioni e tendenze del settore, per determinare se le campagne sono completamente ottimizzate. Quando viene rilevata una possibilità di ottimizzazione, il sistema fornisce consigli utili per attuarla.

**Esempio:** se un account ottiene un punteggio dell'80%, significa che, adottando i consigli proposti, può migliorare il rendimento del 20%.



Viene utilizzata una combinazione di **modelli statistici, simulazioni e machine learning** per assegnare punti a ciascun consiglio in base alla sua probabilità di migliorare il rendimento dell'account. Se un consiglio può avere un impatto maggiore, gli viene assegnato più peso all'interno del punteggio complessivo.

## Punteggio di ottimizzazione: vantaggi

**Istantaneo:** grazie al punteggio di ottimizzazione, si ottengono stime in tempo reale sul rendimento degli account e delle campagne. Puoi anche apportare miglioramenti istantanei accettando i consigli.

**Personalizzato:** il punteggio di ottimizzazione utilizza vari metodi, tra cui la modellazione statistica, per offrire consigli su misura per il rendimento del tuo account.



**Scalabile:** è possibile ricevere punteggi e consigli su campagne, account e sulla maggior parte degli account amministratore (Centro clienti). In questo modo, vi è la possibilità di implementare i consigli su più livelli della strategia pubblicitaria.

# Alcuni dati



- L'**83%** dei consumatori locali effettua ricerche online ogni giorno.
- il **74%** dei consumatori locali utilizza spesso Google Search/Maps per trovare informazioni sulle aziende della propria zona.
- **Oltre la metà degli utenti** che effettuano ricerche hanno poi acquistato entro 72 ore dalla ricerca locale di un'azienda, prodotto o servizio.
- Il **65%** delle informazioni più cercate a livello locale è l'indirizzo/indicazioni stradali dell'azienda. Seguono le recensioni (56%), gli orari di apertura (54%) e il sito web (54%).



Fonte: 2022 Local Search Consumer Behavior Study - Rio SEO

66%

dei consumatori che effettuano una ricerca sono disposti a percorrere fino a **10 km** per visitare un negozio fisico quando cercano un prodotto o servizio di un'azienda locale



Fonte: 2022 Local Search Consumer Behavior Study - Rio SEO

Siete i proprietari di un negozio fisico di biciclette aperto da una decina di anni e piuttosto famoso in centro Varese. La vostra attività sta andando abbastanza bene a livello di vendite e vi siete fatti conoscere durante questi anni per la qualità dei vostri prodotti da gara. Non avete un e-commerce nè un'app. Però avete un sito Web che avete fatto creare ed è ben ottimizzato per la SEO a livello organico perciò ha già un buon livello di traffico.

I prodotti che vendete sono: e-bike, biciclette muscolari e anche bici da città. Vendete bici da uomo, da donna, ma il vostro target è sempre stato perlopiù quello "sportivo". Ora avete deciso che volete aprirvi ad un nuovo mercato.

Per questo avete deciso di iniziare a commerciare anche bici a bilanciamento per bimbi. Da quando avete iniziato, però, vi siete accorti che questo prodotto non sta andando particolarmente, perché in pochi sanno che ora avete anche questo genere di bici.

Quindi avete deciso di utilizzare Google ADS per lanciare questo nuovo prodotto, attirare il target adatto e, **successivamente**, incrementare le vendite di questo tipo di "biciclettine".



1. Quali dei vantaggi di Google ADS potrebbe aiutarti maggiormente a raggiungere il tuo obiettivo?\*

- Controllo. Poter scegliere quanto spendere ogni giorno e in ogni asta dell'annuncio.
- **Pertinenza. Raggiungere i clienti giusti al momento giusto, ad esempio quando qualcuno cerca i tuoi prodotti.**
- Risultati. Comprendere il rendimento delle tue campagne grazie agli strumenti di misurazione di Google ADS.

2. Qual è l'obiettivo più adatto a questo caso?\*

- Generare lead: incrementa le conversioni incoraggiando gli utenti a intraprendere un'azione.
- Incentivare le visite al sito web: attira gli utenti sul tuo sito web.
- Incrementare le vendite: aumenta le vendite online, nell'App, di persona e al telefono.
- **Influenzare la considerazione: incoraggia gli utenti a scoprire i prodotti e i servizi che offri.**
- Creare awareness: raggiungi un vasto pubblico e massimizza l'esposizione.
- Promuovere la tua App: aumenta le installazioni e le interazioni con la tua App.

3. Qual è il target più idoneo a cui ci si può rivolgere?\*

**I target più idonei sono: tutti i genitori con un figlio di età compresa tra 1 e 3 anni che abitano o si trovano in zona Varese al momento dell'acquisto, nonni o parenti di bambini piccoli, persone che cercano un regalo per bambini da 1 a 3 anni.**

BICICLETTE SENZA PEDALI  
BICI BAMBINO SENZA PEDALI BICICLETTA SENZA PEDALI  
REGALO PER BAMBINI BABY BIKE BICI 1-4 ANNI BICICLETTA BAMBINO  
BICI PICCOLA **BICICLETTINA** VARESE MINI BICI  
BICI BIMBI SENZA PEDALI BICI BAMBINO GIOCO BAMBINI BICI PER BAMBINI  
BICICLETTINE PER BIMBI BALANCE BIKE VARESE MINI BIKE  
BICI SENZA PEDALI BICICLETTA PER BAMBINI

# Questions & Answers

# Digital Marketing

10.30 - 12.00

**4**  
**OTTOBRE**  
2023

**Profilazione e Geo-targeting:**  
raggiungere l'utenza su Google



**11**  
**OTTOBRE**  
2023

**Social e ADS:**  
perché e quando intraprendere  
campagne a pagamento

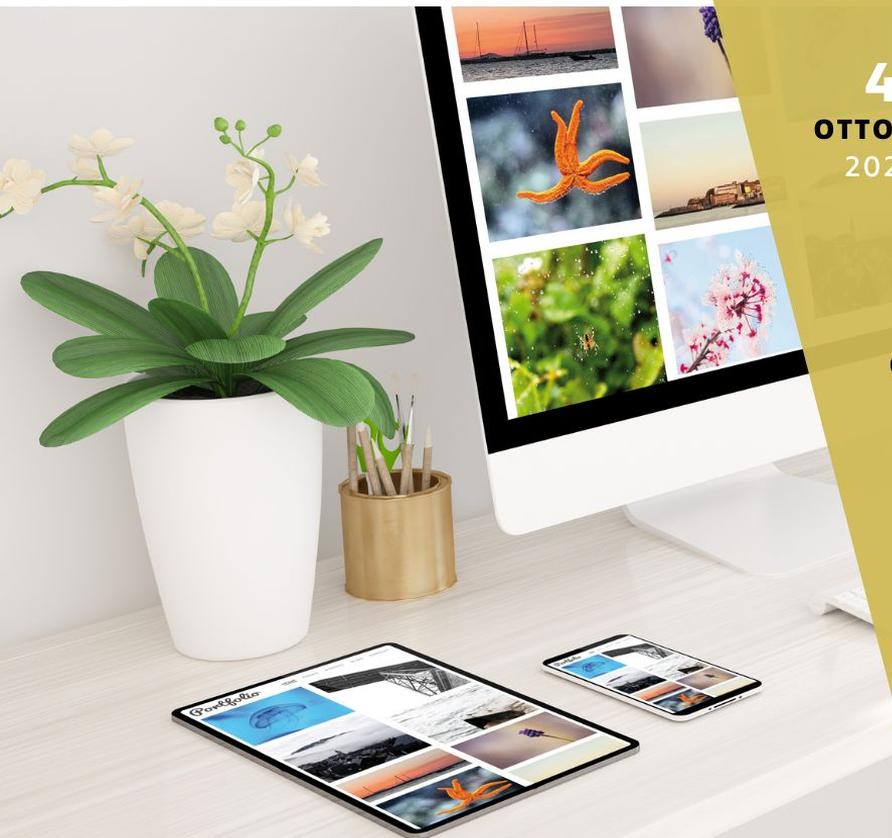


**18**  
**OTTOBRE**  
2023

**Instagram e Facebook:**  
strumenti e strategie di Paid  
Advertising



Webinar online a partecipazione gratuita  
**CLICCA PER ISCRIVERTI**



## Vuoi sapere quanto sei digitale? Scopri lo con gli strumenti gratuiti del PID:

### DIGITAL SKILL VOYAGER

Il nuovo strumento a disposizione di imprenditori, lavoratori, studenti e cittadini per scoprire il livello di conoscenza del mondo digitale attraverso un viaggio nella storia. Registrati, fai il test e ricevi il report sulle tue competenze digitali.

[FAI IL TEST](#)

### SELF 4.0

Un modello di self-assessment per effettuare, in circa 15 minuti, la mappatura delle competenze digitali della tua impresa. Il test fornisce un report sintetico che riassume i livelli di digitalizzazione raggiunti in ciascuna area oggetto di valutazione e un'analisi di benchmark con le imprese dello stesso settore.

[FAI IL TEST](#)

Link diretto alla sezione [PID - Punto Impresa Digitale](#)  
del sito della Camera di Commercio di Varese



CAMERA DI COMMERCIO  
VARESE  
Futuro Impresa Territorio



LombardiaPoint  
Rete per l'internazionalizzazione delle imprese

INTERNAZIONALIZZAZIONE

# L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E CHAT GPT PER IL DIGITAL EXPORT: STRATEGIE DI DIGITAL MARKETING



Giovedì 28 settembre 2023



9.30

Webinar sull'uso dell'**Intelligenza Artificiale** e di **Chat GPT** nell'ambito del marketing digitale internazionale. Spunti e **strumenti concreti** per migliorare l'efficacia e l'efficienza delle strategie di digital export.



AVV. MICHELE LENOCI

**ISCRIZIONI ONLINE**

[www.va.camcom.it](http://www.va.camcom.it)

## PID - Punto Impresa Digitale

Camera di Commercio di Varese - Piazza Monte Grappa, 5 Varese

E-mail: [pid@va.camcom.it](mailto:pid@va.camcom.it)

Tel: 0332.295137

*Formazione per i Lavoratori e Competenze per le Imprese, per Rafforzarsi in Digitale*

 **Eccellenze**  
in Digitale



UNIONCAMERE

con il supporto di  
 Google.org



CAMERA DI COMMERCIO  
VARESE  
Futuro Impresa Territorio



UNIONCAMERE

supportato da  
 Google.org