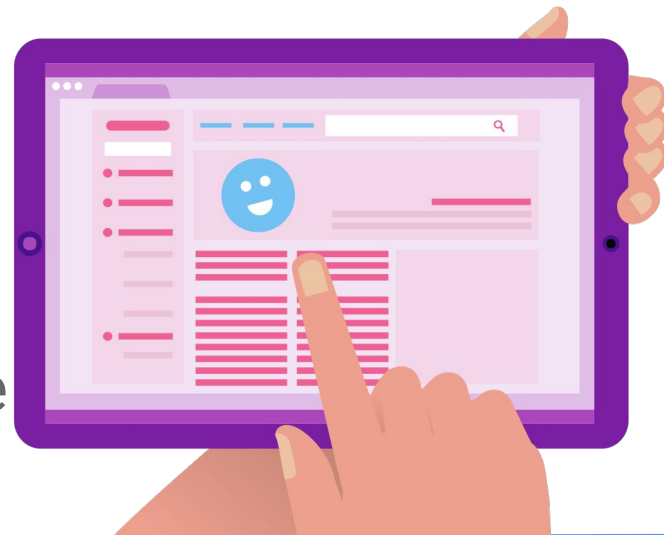


Materiale condiviso per uso esclusivamente interno tra I referenti del progetto.  
Non è consentita copia/riproduzione, di proprietà esclusiva di Eccellenze in Digitale.

# La pubblicità online: principi chiave e strategie

Alberto Borzì - Tutor Eccellenze in Digitale



ECCELLENZE  
IN DIGITALE

2013



2014



2015



22-25 ottobre 2015  
SCOPRI | USA | CREA | SOGNA  
MANIFATTURA DIGITALE. OCCASIONE PER LA CRESCITA

2016



ISTITUTO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

per la promozione  
della cultura economica

Fondazione di Unioncamere

2017

Imprenditore

# Obiettivi

Contenuti di questa sezione:

- Importanza del SEM per le aziende che desiderano promuovere il proprio business online
- Principi generali di funzionamento di SEM
- Principi chiave per un utilizzo efficace del SEM
- Metodi di utilizzo della segmentazione nel SEM
- Modalità di funzionamento di Google AdWords



A close-up shot of a camel's head, looking slightly to the right. The camel has a thick, light-brown coat and a long, shaggy neck. In the background, a person wearing a white long-sleeved shirt and a green beanie is visible, though out of focus. The setting appears to be a desert with sandy dunes under a bright sky. The overall tone is warm and natural.

I get all the world to come stay in one place.

Domanda latente

VS

Domanda consapevole





## Indice

- Cosa si intende per SEM?
- Principi chiave del SEM
- Utilizzo efficace del SEM



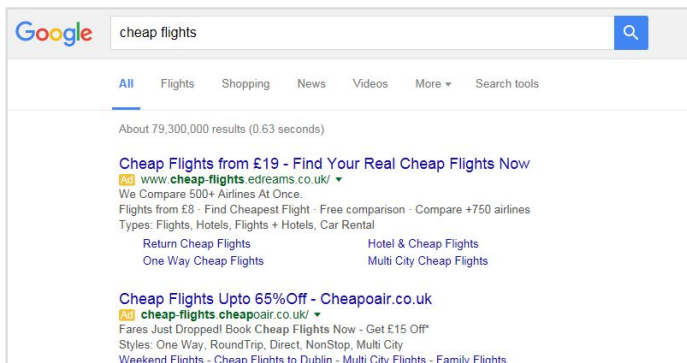
# Cosa si intende per SEM?

# Cosa si intende per SEM?

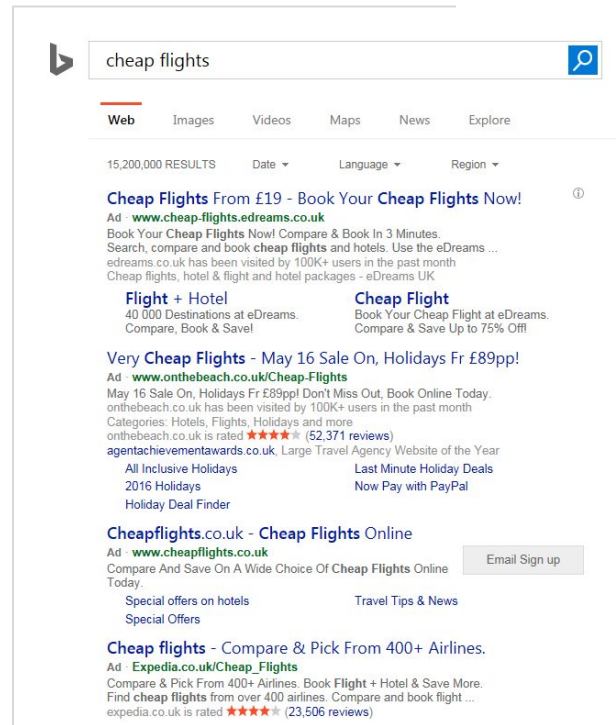
Forma di pubblicità su Internet che promuove i siti web facendoli comparire nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca.

La SEO ("Search Engine Optimisation", vale a dire l'ottimizzazione per i motori di ricerca) promuove il ranking di un sito web nei risultati di ricerca organici.

Il SEM consente di pubblicare i link pagando una tariffa.



Google search for "cheap flights". The search bar shows "cheap flights" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "All", "Flights", "Shopping", "News", "Videos", "More", and "Search tools". The search results show "About 79,300,000 results (0.63 seconds)". The first result is "Cheap Flights from £19 - Find Your Real Cheap Flights Now" from [www.cheap-flights.edreams.co.uk/](http://www.cheap-flights.edreams.co.uk/). The second result is "Cheap Flights Upto 65%Off - Cheapair.co.uk" from [cheap-flights.cheapair.co.uk/](http://cheap-flights.cheapair.co.uk/).



Bing search for "cheap flights". The search bar shows "cheap flights" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Images", "Videos", "Maps", "News", and "Explore". The search results show "15,200,000 RESULTS". The first result is "Cheap Flights From £19 - Book Your Cheap Flights Now!" from [www.cheap-flights.edreams.co.uk](http://www.cheap-flights.edreams.co.uk). The second result is "Very Cheap Flights - May 16 Sale On, Holidays Fr £89pp!" from [www.onthebeach.co.uk/Cheap-Flights](http://www.onthebeach.co.uk/Cheap-Flights). The third result is "Cheapflights.co.uk - Cheap Flights Online" from [www.cheapflights.co.uk](http://www.cheapflights.co.uk). The fourth result is "Cheap flights - Compare & Pick From 400+ Airlines." from [Expedia.co.uk/Cheap\\_Flights](http://Expedia.co.uk/Cheap_Flights).

# Piattaforme SEM

Google AdWords

 Bing ads

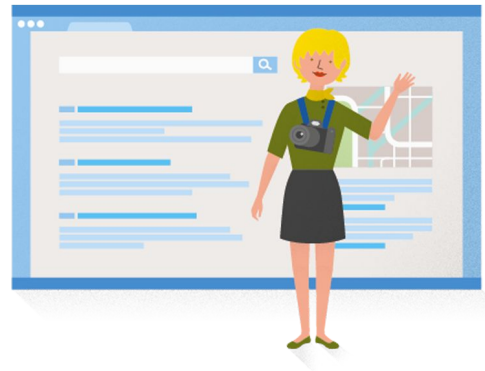
Yandex

Baidu 百度

# Il tuo punto di vista

Anna è una fotografa di matrimoni. Desidera utilizzare il Search Engine Marketing per intensificare il traffico sul suo sito web.

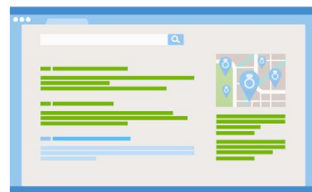
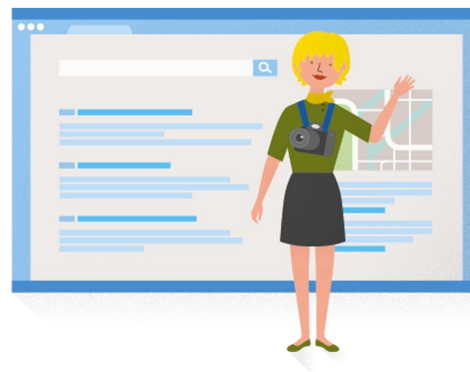
Dove comparirà il sito di Anna in caso di utilizzo di AdWords per il Search Engine Marketing?



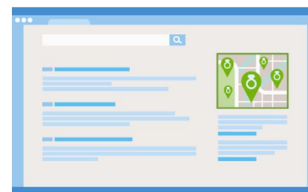
# Il tuo punto di vista

Anna è una fotografa di matrimoni. Desidera utilizzare il Search Engine Marketing per intensificare il traffico sul suo sito web.

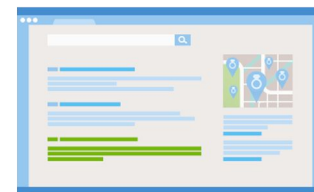
Dove comparirà il sito di Anna in caso di utilizzo di AdWords per il Search Engine Marketing?



In alto a sinistra



Sulla mappa



In basso a sinistra

# Principi chiave del SEM

## Principio 1:

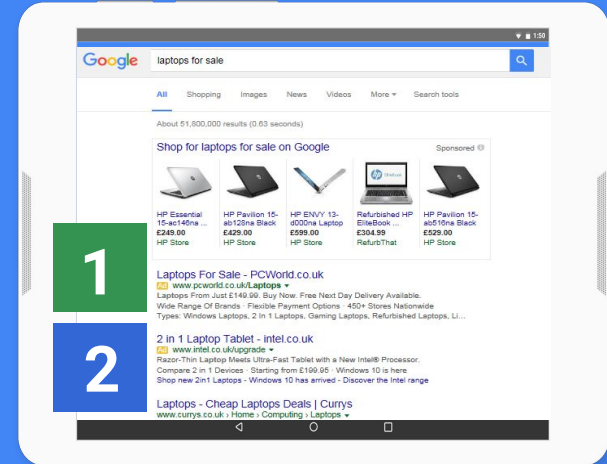
il SEM in genere consiste nel presentare un'offerta per far pubblicare il proprio annuncio anziché quello degli altri. Si consiglia di non investire cifre eccessivamente elevate durante questa fase.



# Il processo di offerta

- Gli inserzionisti identificano le parole chiave per le quali desiderano presentare la propria offerta e indicano l'importo da investire (costo per clic)
- Un utente ricerca un contenuto
- Se uno o più inserzionisti presentano la propria offerta relativa alle parole chiave, viene indetta un'asta per la visualizzazione di un annuncio con i risultati di ricerca organici
- Viene specificata la parola chiave più rilevante dell'account dell'inserzionista con l'indicazione dell'offerta massima
- Gli annunci degli inserzionisti che si sono aggiudicati l'asta vengono visualizzati nella giusta posizione

Avg. CPC ?
£1.08
£1.14
£1.09





## Principio 2: il potere della segmentazione

Per massimizzare l'investimento, è necessario attuare una strategia di search marketing mirata.

A questo punto, sarà possibile incentrare la campagna di marketing direttamente sul pubblico di riferimento.



# Principio 3: riflettere attentamente sui propri obiettivi





Pensare alle strategie di targeting per la campagna SEM.

Per ricercare la pagina bisogna utilizzare parole chiave generiche o informazioni specifiche sul prodotto?

Se per una campagna relativa all'articolo Toshiba Qosmio X70 si scelgono parole chiave generiche, come ad esempio **“computer portatile”**, la ricerca produrrà numerose impressioni ma allo stesso tempo un'elevata concorrenza,

come si evince da questo screenshot:

Shop for Laptop computer on Google Sponsored

 HP Essential 15-ac146na ... £249.00 HP Store	 HP Pavilion Gaming 15- ... £719.00 HP Store	 HP Essential 15-ac145na ... £249.00 HP Store	 HP ENVY 13-d008na Full- ... £649.00 HP Store ★★★★★ (3)
---	--	---	--

About 277,000,000 results (0.74 seconds)

**The new MacBook**  
**Ad** [www.apple.com/uk](http://www.apple.com/uk) ▼  
It's the future of the notebook. Learn more and shop now.  
Now in rose gold - In-store pickup - Fast, free shipping  
MacBook Pro Compare Mac models  
Buy now OS X El Capitan

**The New YOGA 900 - lenovo.com**  
**Ad** [shop.lenovo.com/GB/Yoga\\_900](http://shop.lenovo.com/GB/Yoga_900) ▼  
4.0 ★★★★★ rating for lenovo.com  
Works Like A Laptop & Tablet!. Yoga 900 - 6th Gen Intel Core i7.  
Work & Play · Watchband hinge · Super thin. Super Light - Ultimate 2-in-1 PC  
The Gamers choice - Great power & performance

**Laptops From Just £149.99 - Currys.co.uk**  
**Ad** [www.currys.co.uk/Laptops](http://www.currys.co.uk/Laptops) ▼  
4.2 ★★★★★ rating for currys.co.uk







# Principio 3: riflettere attentamente sui propri obiettivi


Per ricercare la pagina bisogna utilizzare parole chiave più mirate?

Ad esempio, se si utilizzano i termini di ricerca **“computer portatile Toshiba”**, la ricerca produrrà meno concorrenza e condurrà l'utente più vicino alla pagina delle offerte relative all'articolo Toshiba Qosmio X70.

About 15,200,000 results (0.95 seconds)

Shop for toshiba laptop on Google Sponsored

 Satellite C50-B, 15.6-inch ... £279.00 Tesco Direct ★★★★★ (42)	 Toshiba Satellite P50-... £467.99 europc.co.uk	 Toshiba Satellite L50-... £274.99 Co-operative...	 Toshiba Satellite C55-... £328.97 Currys	 Toshiba Satellite C55D £349.95 John Lewis ★★★★★ (4)	 Toshiba Intel CB30-B-103 ... £199.97 Currys In store
--	---	--	---	---	--

Toshiba Laptop on eBay - ebay.co.uk  
 www.ebay.co.uk/  
Great Value Electronics. Money Back Guarantee - Buy on eBay!  
Daily Deals · Huge Selection · Featured Collections · Free Shipping Available

Laptops | Tablets | Notebooks | PCs - Toshiba UK - Toshiba  
www.toshiba.co.uk/laptops/  
View the full range of home and business laptops, tablets, notebooks and PCs along with accessories and service from Toshiba. Visit the site today.  
Latest laptops - Toshiba laptops - Business Solutions - Satellite

TOSHIBA Laptops - Best TOSHIBA Laptops Offers | PC World  
www.peworld.co.uk > Home > Computing > Laptops  
Results 1 - 8 of 8 - TOSHIBA Satellite C55-C-184 15.6" Laptop - Black, ... TOSHIBA Satellite L50-C-22L 15.6" Laptop - White. Intel® Core™ i5-5200U Processor.

Toshiba Laptops and cheap Toshiba Laptop deals - Laptops Direct  
www.laptopsdirect.co.uk > Laptops & Netbooks > Laptops  
Toshiba Satellite Pro Series. If you're looking for an affordable multimedia laptop that's been built to last then take a look at the Toshiba Satellite Pro Series. ... Refurbished Grade A1 TOSHIBA Satellite L50-C-1FQ Intel Pentium N3700 8GB 1TB DVDSM 15.6 Inch Windows 8 Laptop - White ...

Images for toshiba laptop Report images

# Principio 3: riflettere attentamente sui propri obiettivi

Per ricercare la pagina bisogna utilizzare parole chiave ancora più mirate?

Ad esempio, utilizzando i termini di ricerca **“Toshiba Qosmio X70”**, l’utente potrebbe essere reindirizzato direttamente alla pagina delle offerte relative all’articolo Toshiba Qosmio X70.



## Offerta speciale Toshiba Qosmio X70

[www.fredcomputers.com/Toshiba/Toshiba Qosmio X70](http://www.fredcomputers.com/Toshiba/Toshiba Qosmio X70)

★4★ Valutazioni Fredcomputers

**Ad** Riformiate € 150 sull’acquisto del computer portatile Toshiba Qosmio X70-B-10T con consegna gratuita in un giorno

📍 [55 Clarence Place](#), Londra W4 5DY - 0998 430 0000 - 9:00 - 17:30

[Qosmio X70-A-12W - Toshiba](#)

[www.toshiba.co.uk/discontinued-products/qosmio-x70-a-12w/](http://www.toshiba.co.uk/discontinued-products/qosmio-x70-a-12w/)

Qosmio X70-A-12W. Part number: PSPLTE-098052EN. Windows 8.1 64-bit (pre-installed). 4th generation Intel® Core™ i7-4700MQ processor with Intel® Turbo ...

[Qosmio X70-B-10T - Toshiba](#)

[www.toshiba.co.uk/laptops/qosmio/x70-b/qosmio-x70-b-10/](http://www.toshiba.co.uk/laptops/qosmio/x70-b/qosmio-x70-b-10/)

Qosmio X70-B-10T. Part number: PSPPNE-07G00TEN. TTPP £ 1,199.99 (inc VAT).

# Il segreto per una campagna SEM di successo

- Definire chiaramente il prodotto/servizio che si desidera pubblicizzare
- Definire i clienti: profili, posizione, lingua
- Individuare le parole chiave adatte a questi profili
- Ripartire il budget disponibile tra varie tipologie di campagne
- Definire le migliori strategie pubblicitarie
- Ottimizzare la campagna nel tempo



# SEM: concetti di base

- **Impressioni:** numero di occorrenze di un annuncio pubblicitario in una pagina di risultati di ricerca
- **Click:** numero di accessi a un sito web mediante un annuncio pubblicitario
- **CTR:** rapporto tra clic e impressioni (Click/Impressioni)
- **CPC:** costo per clic di un annuncio pubblicitario
- **Posizione:** posizionamento di un annuncio pubblicitario
- **Conversioni:** numero di volte in cui viene raggiunto l'obiettivo di una campagna


IMPRESSIONS  
CONVERSIONS  
CLICKS  
POSITION  
CPC  
CTR

# Quando è necessario utilizzare il SEM?

# Motivi alla base dell'utilizzo del SEM

- Si paga solo se gli utenti cliccano
- Traffico di qualità
- L'annuncio viene messo in evidenza nei motori di ricerca
- Ottima strategia per sbaragliare la concorrenza
- La visualizzazione delle pagine rispecchia le esigenze dell'inserzionista. I canali dell'inserzionista compaiono per primi per impedire che i contenuti relativi al sito provengano da fonti meno attendibili
- Il SEM consente di pubblicare istantaneamente il messaggio
- Il SEM integra la SEO in quanto consente di visualizzare i termini di ricerca utilizzati dagli utenti

Perché  
utilizzare il  
SEM?





Le campagne pubblicitarie basate sul SEM aiutano a gestire efficacemente gli investimenti in termini di marketing

È possibile decidere autonomamente quanto investire.

Si pagano solo le visite generate.

I costi delle vendite sono trasparenti.

Le campagne pubblicitarie sono mirate.

Le campagne pay-per-click garantiscono **potere e controllo**.

È possibile calcolare la **redditività del capitale investito (ROI)** grazie al monitoraggio dei valori di conversione rispetto all'investimento.

La redditività del capitale investito ("Return On Investment", ROI) indica il rapporto tra la redditività finanziaria e i costi espresso in percentuale (per es. 100% per una redditività pari al doppio dell'investimento).



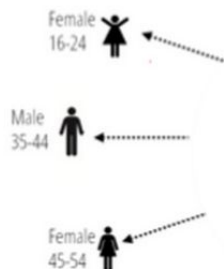
# Utilizzo di Google AdWords

**Genere:** Maschio

**Età:** 25-35

**Nazionalità:** Italiano

**Residenza:** Padova



**Chi  
sono**



COSA  
VOGLIO

COMPORAMENTO  
ONLINE



7:00pm // **Watches Video**

*Allenamento Palestra*



2:15pm // **reads articles/reviews**

*Escursioni in Norvegia*



12:30pm // **Map Search**

*Indirizzo Pub Live Football*



10:00 am // **Google Search**

*Notizie Startup/Tech*



8:30am // **Checks Email**

*subject: Strumenti Digital Marketing*

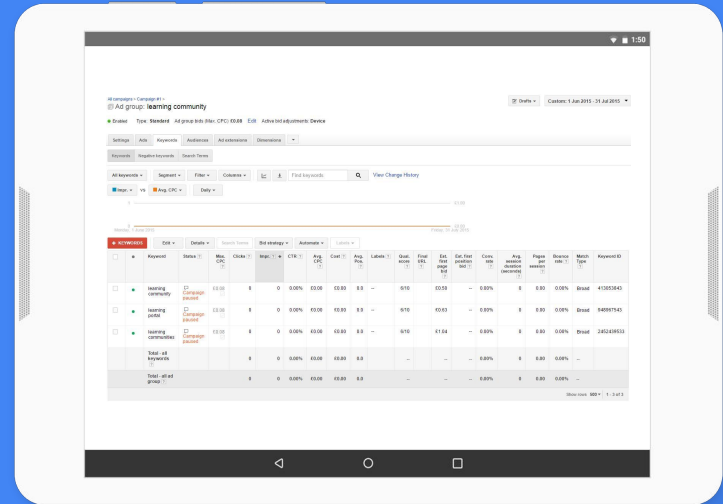
# Utilizzo di Google AdWords

Cos'è Google AdWords?

Dove compaiono gli annunci pubblicitari?

Perché utilizzare Google AdWords?

Come funziona Google AdWords?



The screenshot displays the Google AdWords interface on a tablet. At the top, it shows the account name 'learning community' and the date '1 Jun 2015 - 11 Jun 2015'. Below this, there are navigation tabs for 'Keywords', 'Ad extensions', and 'Dimensions'. A search bar is visible with the text 'Find keywords'. The main part of the screen is a table with columns for 'Keywords', 'Status', 'Max. CPC', 'Clicks', 'Imp.', 'CTR', 'Avg. CPC', 'Cost', 'Imp. per Ad', 'Quality Score', 'Ad Rank', 'Imp. per Ad', 'Clicks per Ad', 'Cost per Ad', 'Page per Ad', 'Imp. per Ad', 'Clicks per Ad', 'Cost per Ad', 'Page per Ad', 'Imp. per Ad', 'Clicks per Ad', 'Cost per Ad', 'Page per Ad'. The table contains three rows of data for different keywords: 'learning community', 'learning center', and 'learning community'. The total for all keywords is also shown at the bottom of the table.

Keywords	Status	Max. CPC	Clicks	Imp.	CTR	Avg. CPC	Cost	Imp. per Ad	Quality Score	Ad Rank	Imp. per Ad	Clicks per Ad	Cost per Ad	Page per Ad	Imp. per Ad	Clicks per Ad	Cost per Ad	Page per Ad
learning community	On	0.00	0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	510	0.00	0	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	0	0.00
learning center	On	0.00	0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	510	0.00	0	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	0	0.00
learning community	On	0.00	0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	510	0.00	0	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	0	0.00
<b>Total: All keywords</b>			0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	—	—	—	—	0.00%	0	0.00	0.00%	—	—
<b>Total: All ad groups</b>			0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	—	—	—	—	0.00%	0	0.00	0.00%	—	—

# Cos'è Google AdWords?

Una piattaforma che consente di condurre campagne pubblicitarie su Google Search e Display Network. Il pagamento del servizio è previsto solo nel caso in cui i clienti cliccano sugli annunci.

Vantaggi offerti da AdWords:

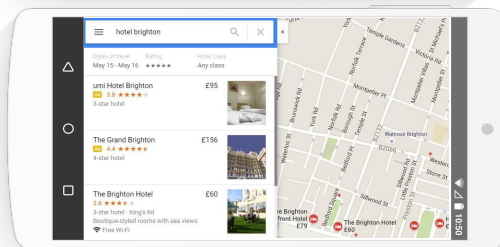
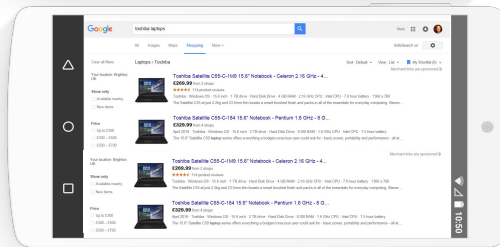
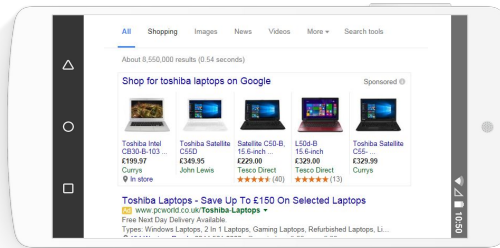
- Visualizzazione di un'attività tra i risultati di Google
- Individuazione del pubblico interessato all'attività
- Quantificazione dei risultati

Name	Status	Max. CPC	Clicks	Cost	Avg. CPC	Imp.	Labels	Cost per click	Cost per impression	Cost per view	Page per impression	Quality score	Conversion rate	Match type	Keyword ID
Learning campaign	On	0.00	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	0.00	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	Broad	41052041
Learning label	On	0.00	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	0.00	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	Broad	04907047
Learning adwords	On	0.00	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	0.00	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	Broad	24524953
Total all keywords	0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	0.0	0.00%	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	-	-
Total all ad groups	0	0	0.00%	0.00	0.00	0.0	0.0	0.00%	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%	-	-

# Conduzione di campagne pubblicitarie su Google Search

AdWords offre l'opportunità di gestire campagne pubblicitarie sui risultati di ricerca di Google attraverso un sistema di offerte per la visualizzazione degli annunci in:

- Google Search
- Google Shopping
- Google Maps

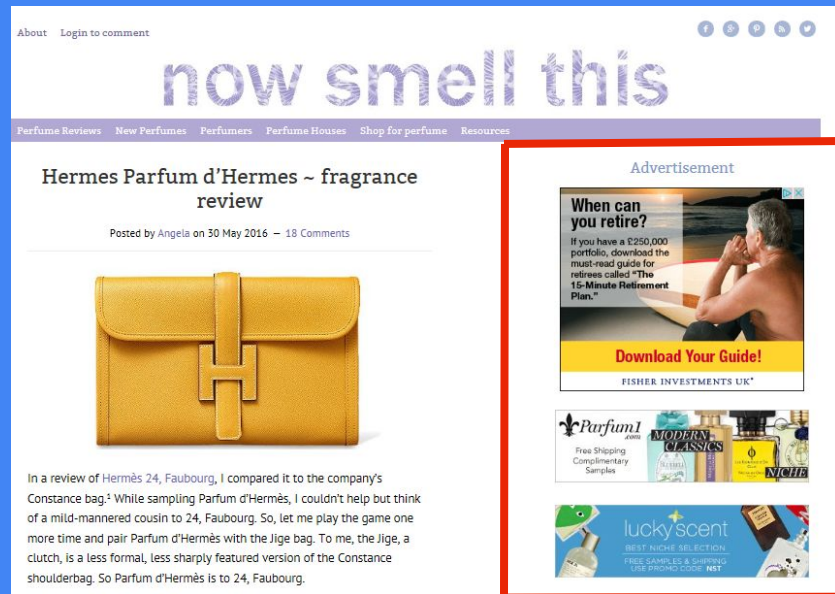


# Campagne pubblicitarie su Google Display Network

Google Display Network consente di pubblicare annunci pubblicitari su numerosi siti di notizie, blog e altri spazi di nicchia disponibili su Internet.

È possibile ottenere un posizionamento automatico degli annunci su pagine di partner correlate ai prodotti di riferimento o specificare manualmente i siti di destinazione.

L'inserzionista dovrà selezionare la strategia di offerta desiderata e impostare il budget della campagna.



The image shows a screenshot of a perfume review article on the website "now smell this". The article title is "Hermès Parfum d'Hermès - fragrance review" and it was posted by Angela on 30 May 2016. The main image is a yellow Hermès bag. Below the image is a short review text. Overlaid on the right side of the screenshot is a red-bordered advertisement for Fisher Investments UK, featuring a man looking thoughtful and text about retirement planning. Below the advertisement are two smaller promotional banners for "Parfum1" and "lucky scent".

Advertisement

**When can you retire?**  
If you have a £250,000 portfolio, download the must-read guide for retirees called "The 15-Minute Retirement Plan."  
**Download Your Guide!**  
FISHER INVESTMENTS UK\*

Parfum1  
Free Shipping  
Complimentary Samples

MODERN CLASSICS  
NICHE

lucky scent  
BEST NICHE SELECTION  
FREE SAMPLES & SHIPPING  
FOR PRODUCT OF THE BEST



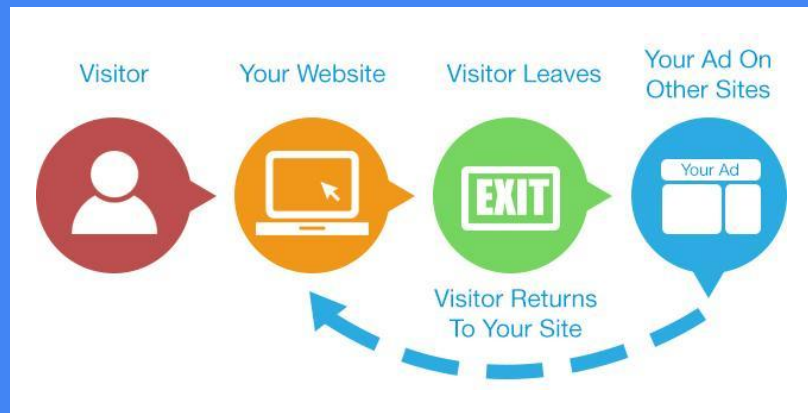
# Esempio di annuncio visualizzato in Google Display Network

The screenshot displays the homepage of L'Automobile magazine. At the top, there is a red navigation bar with the magazine's logo and several menu items: 'ACCESS BY BRANDS', 'ACCESS PAR THÉMATIQUES', and 'INNOVATION & TECHNOLOGIE'. A search bar is located on the right side of this bar. Below the navigation bar, there is a large banner for 'AramisAuto.com' with the text 'ACHETEZ VOTRE VOITURE D'OCCASION CONTRÔLÉE' and an image of a silver car. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a vertical list of car models: Peugeot 3008 Hybrid4 2019, Nouvelle Audi A5, Prix Renault Mégane 4 Estate, Future Citroën C3, and Future Volkswagen Polo. The central part of the page features a large image of the Audi A5 headlight with the text 'Nouveau regard sur la future Audi A5' and '#NowThatsACoupé'. To the right of this image is a 'Mondial de L'Automobile Paris' event announcement for October 1st to 16th, 2016. Below the main content, there is a 'LES ACTUALITÉS' section with a featured article about the Renault Grand Scénic 2016, titled 'Plus de dynamisme pour le nouveau Grand Scénic'. The article includes a small image of the car and a brief description. To the right of the Renault article is a 'MYCAMPING-CGM' advertisement for a holiday reservation, featuring a car and the text 'En route pour les vacances ?' and 'RÉSERVER'. The bottom of the page shows a small image of a Peugeot 3008 with the text 'Nouveau Peugeot 3008 Le nouveau 3008 dévoile tout'.

# Campagne pubblicitarie su Google Display Network

## Remarketing

Implementare una campagna di remarketing che consente a un cliente che ha appena visitato un sito di trovare un annuncio rilevante su altri siti in grado di reindirizzarlo a quello di partenza.



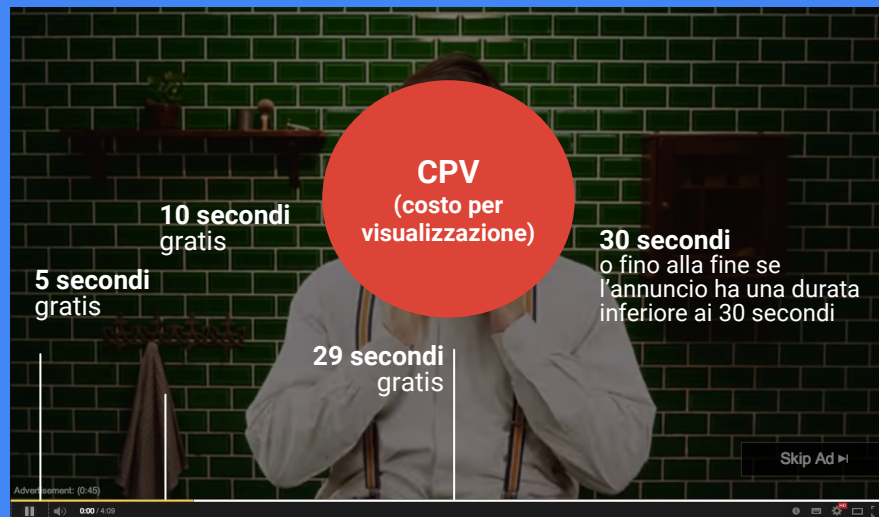
# Campagne pubblicitarie con YouTube TrueView

YouTube offre agli utenti la possibilità di visualizzare o di saltare gli annunci pubblicitari dopo 5 secondi.

Il servizio diventa a pagamento se l'utente decide di visionarli interamente o per un minimo di 30 secondi.

Libertà totale in termini di formati, durata e capacità di interazione con il pubblico di riferimento.

Le campagne YouTube utilizzano l'interfaccia AdWords.



# Come funziona Google AdWords?

Google laptops for sale

All Shopping Images News Videos More Search tools

About 51,800,000 results (0.63 seconds)

Shop for laptops for sale on Google

Sponsored

HP Essential 15- ad140na ... £249.00 HP Store	HP Pavilion 15- ab120na Black £429.00 HP Store	HP ENVY 13- d000na Laptop £599.00 HP Store	Refurbished HP EliteBook ... £304.99 RefurbThat	HP Pavilion 15- ab510na Black £529.00 HP Store

1 Laptops For Sale - PCWorld.co.uk  
www.pcworld.co.uk/Laptops  
Laptops From Just £149.99. Buy Now. Free Next Day Delivery Available.  
Wide Range Of Brands - Flexible Payment Options - 450+ Stores Nationwide  
Types: Windows Laptops, 2 in 1 Laptops, Gaming Laptops, Refurbished Laptops, Li...

2 2 in 1 Laptop Tablet - intel.co.uk  
www.intel.co.uk/upgrade  
Razor-Thin Laptop Meets Ultra-Fast Tablet with a New Intel® Processor.  
Compare 2 in 1 Devices - Starting from £199.95 - Windows 10 is here  
Shop new 2in1 Laptops - Windows 10 has arrived - Discover the Intel range

Laptops - Cheap Laptops Deals | Currys  
www.currys.co.uk > Home > Computing > Laptops

# Come funziona Google AdWords?

## Determinazione della Posizione dell'annuncio

Google considera le offerte e la qualità dell'annuncio.

Più efficacia = meno costi

Più efficacia = ranking migliore



# Come funziona Google AdWords? Calcolo del ranking dell'annuncio



# Come funziona Google AdWords?

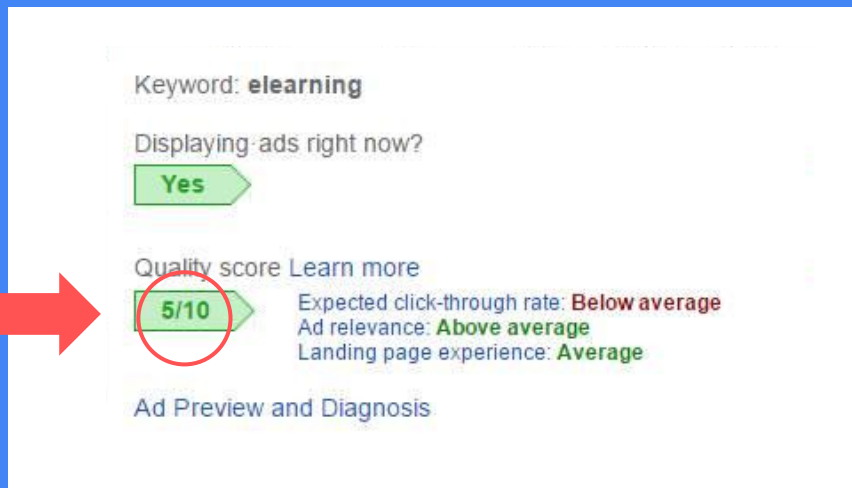
## L'importanza del punteggio di qualità per il ranking dell'annuncio

Il punteggio di qualità è l'unità di misura utilizzata da Google per la valutazione degli annunci.

Il calcolo prevede una serie di componenti:

- Rilevanza dell'annuncio
- Esperienza della pagina di destinazione
- Click Through Rate atteso

Un punteggio di qualità elevato determina solitamente un ranking migliore e una riduzione del costo per clic.



The screenshot shows the Google AdWords interface for a specific keyword. A red arrow points from the text on the left to the 'Quality score' section. The 'Quality score' is displayed as '5/10' in a green arrow, which is circled in red. To the right of the score, there are three performance metrics: 'Expected click-through rate: Below average' (in red), 'Ad relevance: Above average' (in green), and 'Landing page experience: Average' (in green). The interface also shows 'Displaying ads right now?' with a green 'Yes' button and a link for 'Ad Preview and Diagnosis'.

Keyword: **elearning**

Displaying ads right now?  
**Yes**

Quality score [Learn more](#)  
**5/10** Expected click-through rate: **Below average**  
Ad relevance: **Above average**  
Landing page experience: **Average**

[Ad Preview and Diagnosis](#)

# Come funziona Google AdWords?

## Calcolo del ranking dell'annuncio

Il costo per clic e la posizione dipendono dalla rilevanza rispetto alle ricerche dell'utente in base al ranking dell'annuncio.

*Ranking  
dell'annuncio:*

*CPC massimo*

*X punteggio di  
qualità*



# Come funziona Google AdWords?

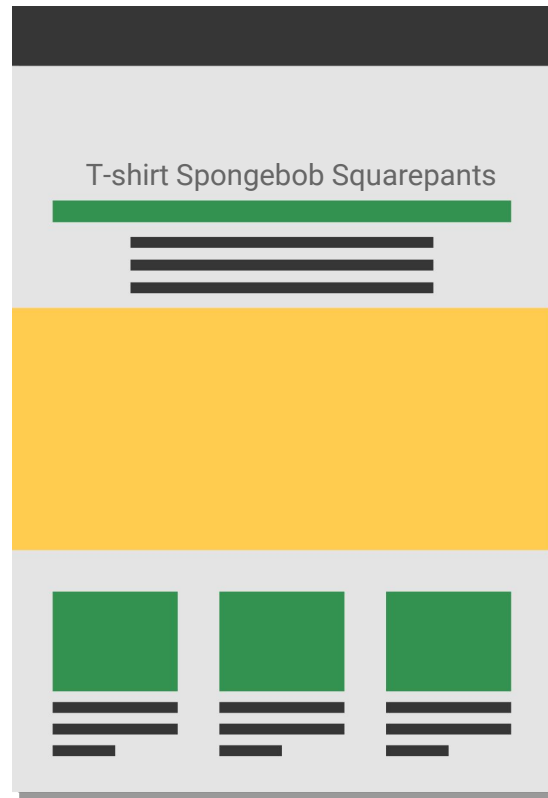
Utilizzare le parole chiare in modo coerente

**Parole chiave dell'utente:** per es. T-shirt Spongebob Squarepants

	Keyword	Status ?	Max. CPC ?
●	spongebob squarepants t-shirts	Eligible	£0.99

**Da inserire nell'annuncio:** "T-shirt Spongebob Squarepants"

**e nella pagina di destinazione:** T-shirt Spongebob Squarepants

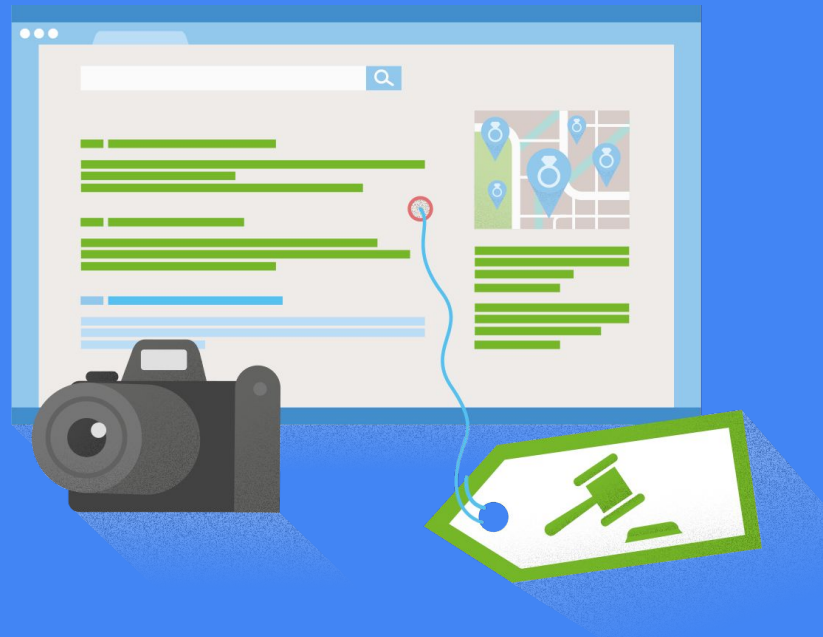


# Il tuo punto di vista

Michela ha creato alcuni annunci per promuovere la sua attività di fotografie per matrimoni nella propria città (Roma). Poiché ha deciso di offrire uno sconto del 25%, desidera allineare gli annunci con le parole chiave “fotografa di matrimoni Roma sconto”.

Ordina le intestazioni dell’annuncio dalla peggiore alla migliore in termini di qualità (considerando l’allineamento con le parole chiave)

- A. Fotografa di matrimoni a Roma – sconto del 25%
- B. Foto di matrimonio
- C. Sconti matrimonio
- D. Fotografa di matrimoni a Roma
- E. Fotografa di matrimoni – offerta del giorno: 25% di sconto.



# Utilizzo efficace del SEM

# Utilizzo efficace del SEM

## Segmentazione

# Il potere della segmentazione

Il SEM offre numerosi criteri di targeting:

Area geografica

Lingua

Rete

Tempo

Dispositivi

Dati demografici **NEW**

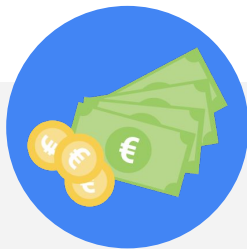
Per es. “Roma in italiano, per utenti tra i 25-34 anni che utilizzano dispositivi mobili, la sera”



# Il potere della segmentazione



Ricerca utenti il cui profilo è adatto alle caratteristiche del prodotto



Ridurre i costi



Mostrare gli annunci nel momento in cui il prodotto registra l'impatto maggiore



Utilizzare la lingua degli utenti

# Segmentazione geografica

## A cosa serve?

Consente di aggiungere o rimuovere aree geografiche per mostrare annunci mirati agli utenti che si trovano nell'area di riferimento.

## Come funziona?

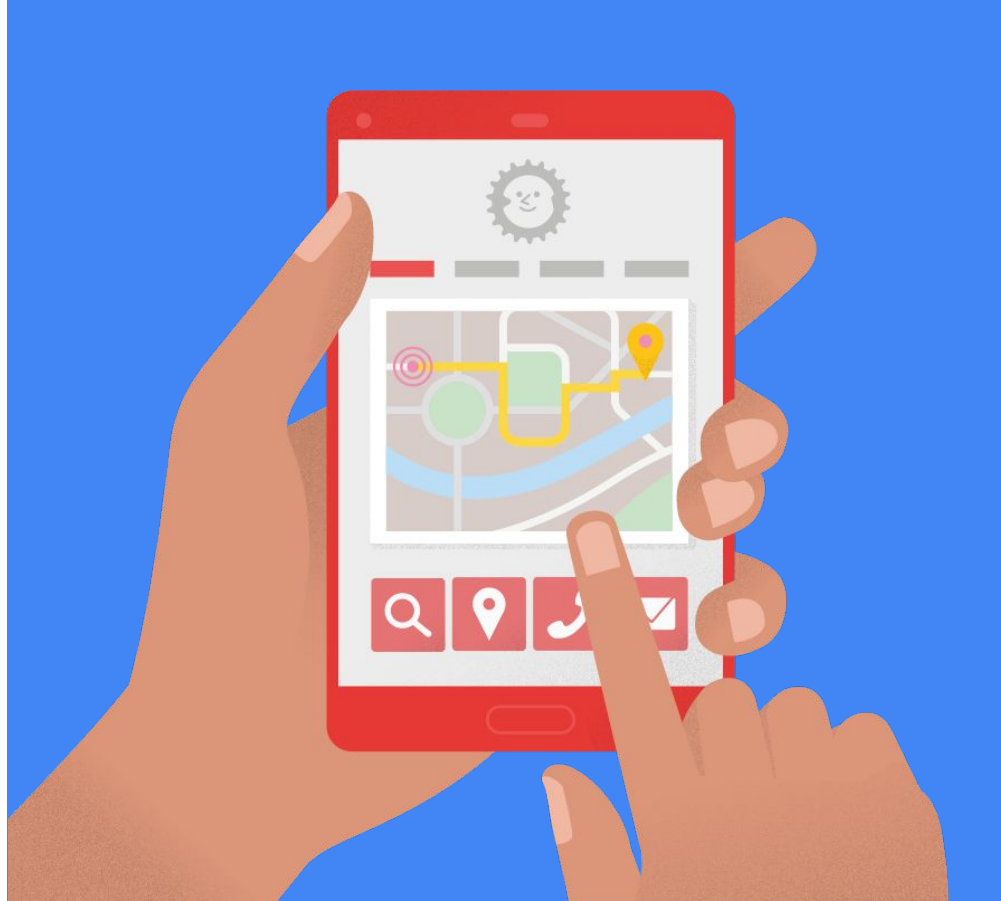
Il sistema rileva l'IP della rete e ne indica la posizione con un livello di precisione non assoluto.



# Utilizzo della segmentazione geografica locale

A luoghi diversi è possibile assegnare offerte diverse. Ad esempio, se un utente ricerca un ristorante, potrà visualizzare risultati relativi all'area geografica di riferimento.

Nell'ambito di una campagna è possibile utilizzare strumenti di segmentazione geografica. Ad esempio, il Babson College negli Stati Uniti ha utilizzato 14 annunci diversi per 14 campagne diverse in aree geografiche mirate ottenendo un abbattimento del 67% dei costi per conversione.





# Decathlon indirizza il traffico verso i propri punti vendita utilizzando il metodo del “radius targeting”

1

Annunci basati sulla geolocalizzazione intorno ai punti vendita



2

Focus sui giorni che precedono il weekend

Lunedì
Martedì
Mercoledì
<b>Giovedì</b>
<b>Venerdì</b>
<b>Sabato</b>
Domenica

3

Dynamic Display offre informazioni sui prezzi e sull'indirizzo memorizzato



# Segmentazione linguistica

## A cosa serve?

Consente agli utenti di visualizzare gli annunci nella propria lingua.

## Come funziona?

Il sistema rileva le impostazioni degli utenti e del motore di ricerca (google.it, google.fr) mostrando gli annunci nella lingua corretta.

## Perché utilizzarla?

Per lanciare campagne multilingue in vari paesi o rivolgersi a specifici segmenti (spagnoli in Europa, tedeschi in Spagna, ecc.)

## Cosa occorre ricordare?

Fare revisionare gli annunci da un madrelingua prima di attivarli.

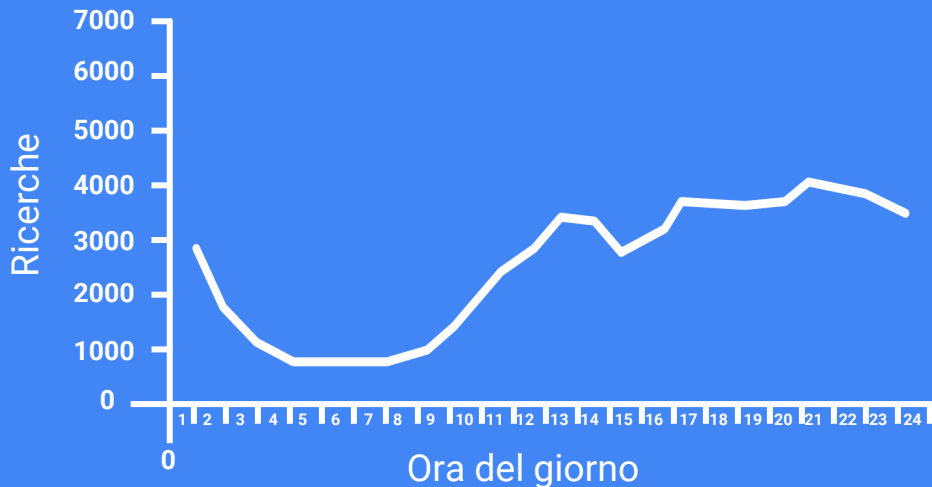


# Segmentazione temporale

L'utilità di questo strumento consiste nella possibilità di impostare un limite di budget, ottimizzare il CTR e rispondere alle esigenze degli utenti.

È possibile definire i giorni, le ore e la frequenza di una campagna.

Le campagne pubblicitarie basate sul SEM business-to-business rappresentano un ottimo esempio di utilizzo di questo strumento. La segmentazione temporale viene tipicamente impostata per orari specifici durante la settimana lavorativa.



# Momenti della giornata



8:00  
Voglio vedere

12:00  
Voglio sapere

20:00  
Voglio comprare

8:00   

9:00   

11:00   

14:00   

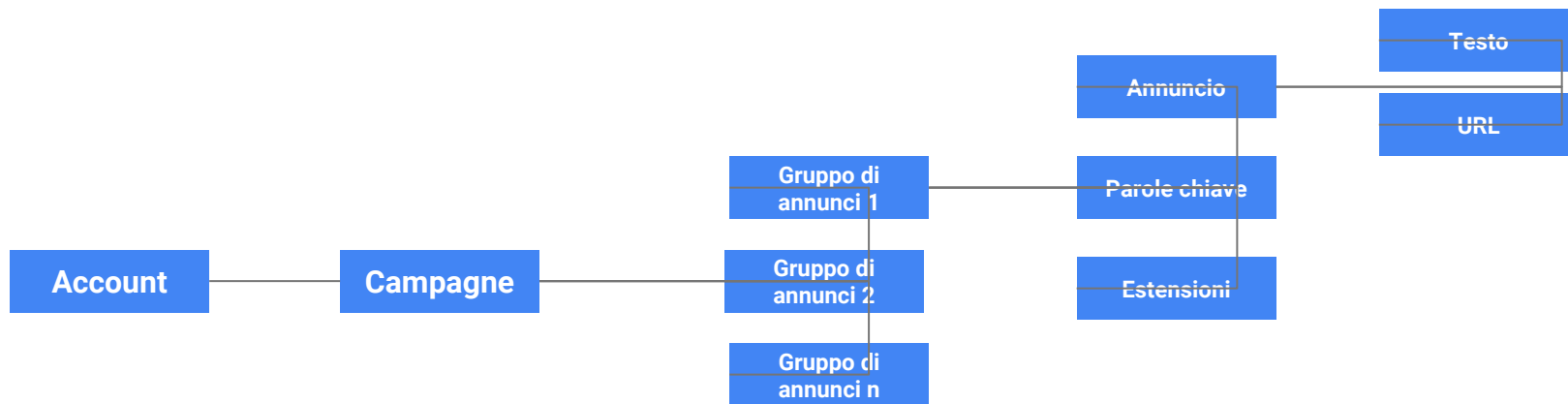
# Utilizzo efficace del SEM

## Strutturazione degli account

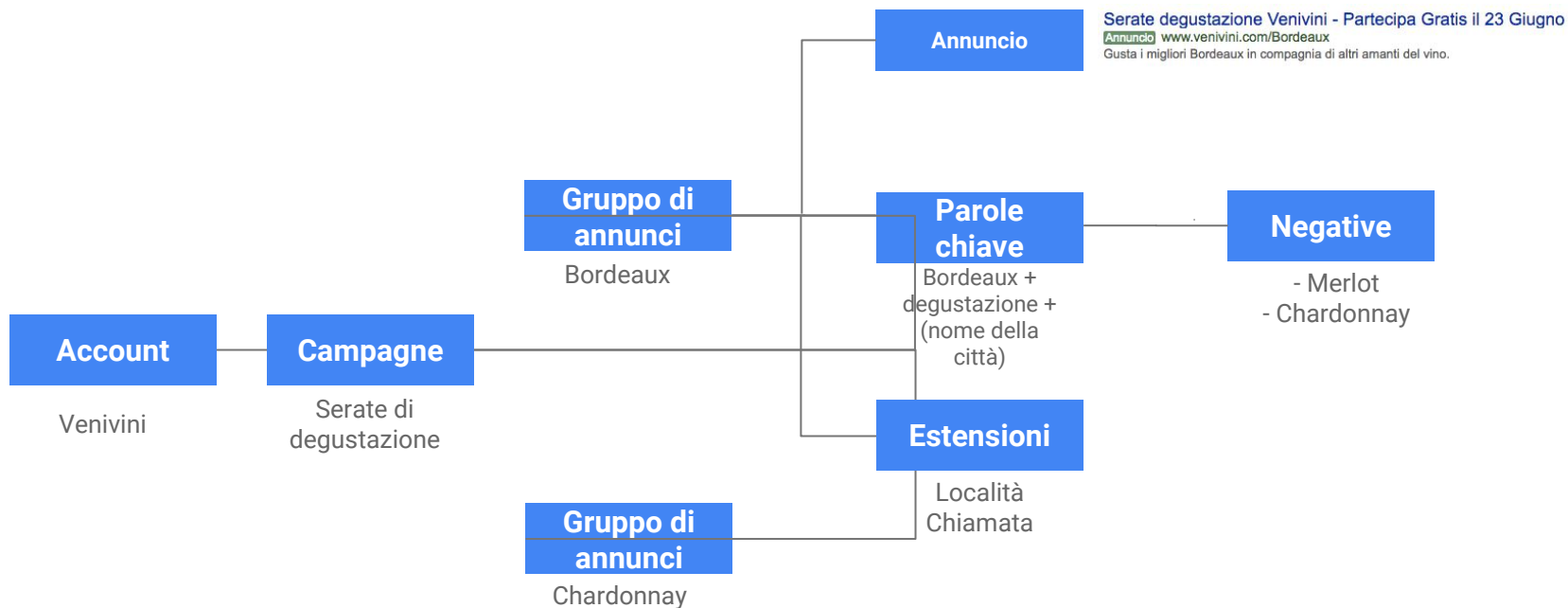
# Strutturazione di un account pubblicitario

Suddividere l'account in base al contenuto del prodotto/servizio che si desidera pubblicizzare:

- Mostrare al cliente un messaggio adattato alla ricerca
- Indirizzare il traffico verso un punto che corrisponde al proprio obiettivo



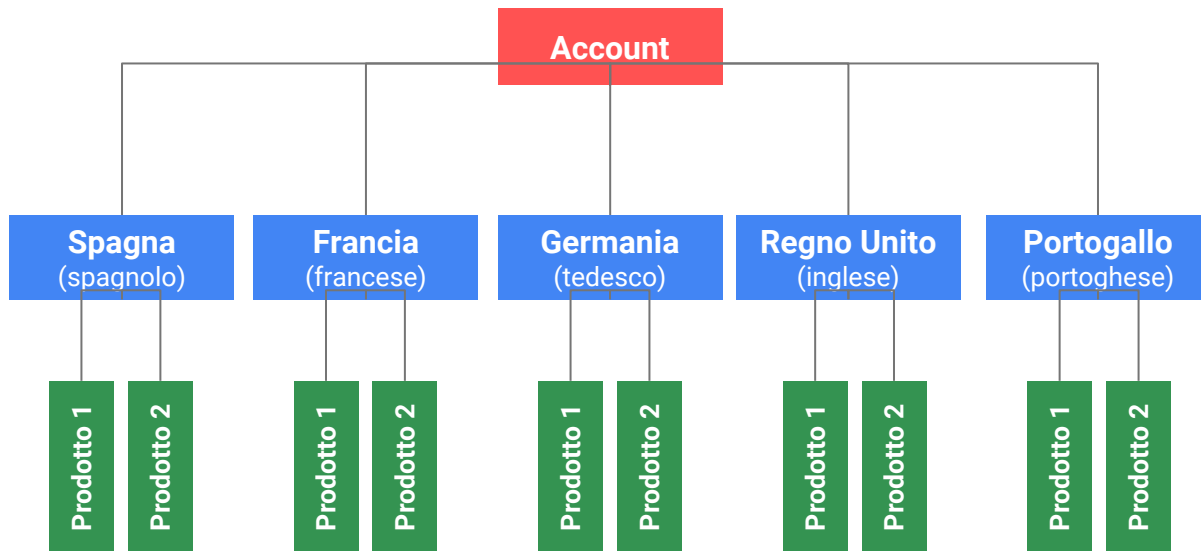
# Esempio di strutturazione di un account pubblicitario



# Strutturazione di un account pubblicitario

Se una campagna viene lanciata in varie lingue o in vari paesi, è possibile adottare il metodo illustrato di seguito.

Ad esempio, in caso di lancio di un prodotto in Europa, si potrebbe utilizzare la seguente struttura:





# Strutturazione di un account pubblicitario

La strutturazione consente di:

Eeguire la segmentazione di un account in base ai contenuti e agli obiettivi

Aumentare il click-through-rate (CTR) e migliorare il punteggio di qualità generale

Massimizzare le entrate e ridurre gli investimenti, in altre parole, migliorare la redditività del capitale investito (ROI).



# Utilizzo efficace del SEM

## Parole chiave

# Scelta delle parole chiave

Dove è possibile reperire le informazioni?

**Proprie fonti:** parole chiave, posizione, ecc.

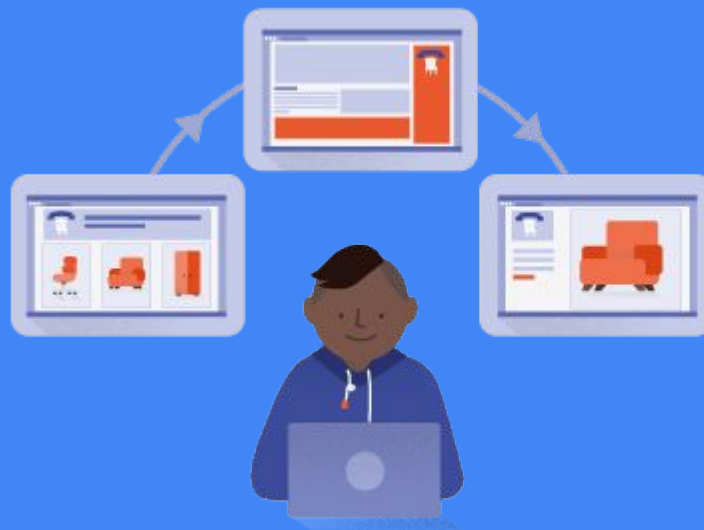
**Sistemi analitici:** Google Analytics, Adobe Analytics, ecc.

**Tendenze di ricerca:** Google Trends

<http://www.google.com/trends/>

**Strumenti per parole chiave:** Keyword Planner Tool  
(strumento di pianificazione delle parole chiave)

<http://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home>



# Keyword Planner (strumento di pianificazione delle parole chiave)

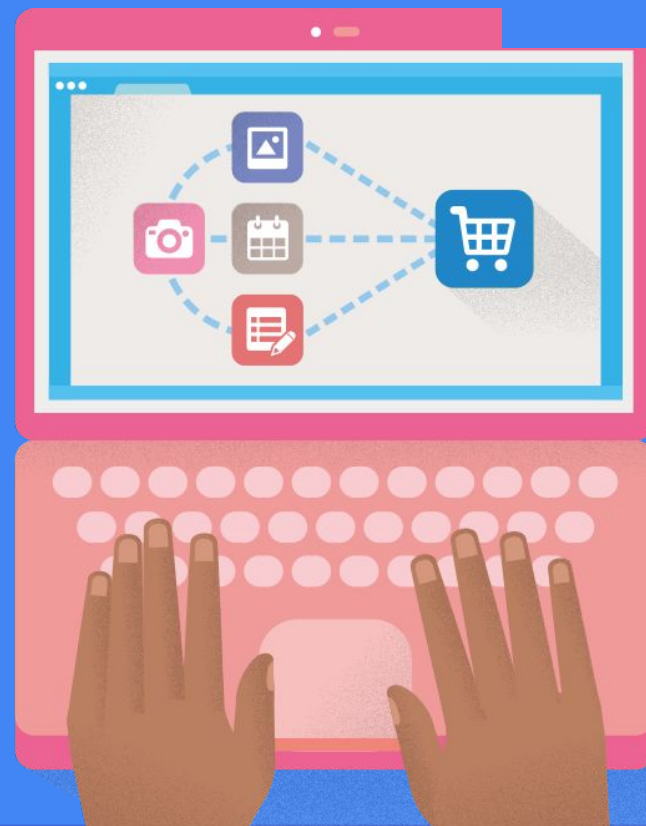
In AdWords questa opzione, disponibile nel menu Strumenti, consente all'utente di:

ricercare il volume delle ricerche stimato

calcolare una stima del numero di clic e del costo di una parola chiave

aggiungere parole nelle campagne

Stazione radio (per verbanasca)	Precedente ad una parola proprietaria	Competizione	Prezzo suggerito	Percentuale di programmazione del prodotto	Abilita al post
Stazione rural abruzzo	5,00	1.300 Alta	0,25 €	0%	☐
Radio turismo rural	5,00	400 Alta	0,28 €	0%	☐
Stazione rural genes	5,00	1.300 Alta	0,26 €	0%	☐
Stazione rural italiana	5,00	720 Media	0,23 €	0%	☐
Stazione rural strategia	5,00	3.600 Alta	0,63 €	0%	☐
Stazione rural portogal	5,00	1.300 Alta	0,62 €	0%	☐
Stazione rural gallica	5,00	1.600 Alta	0,23 €	0%	☐
genes turismo rural	5,00	210 Media	0,21 €	0%	☐



# Identificazione del traffico di qualità

Le seguenti attività consentono di migliorare la qualità del traffico:

Ricerca di parole chiave

Classificazione di parole chiave (per es. generiche o nome del prodotto)

Assegnazione di pagine interne

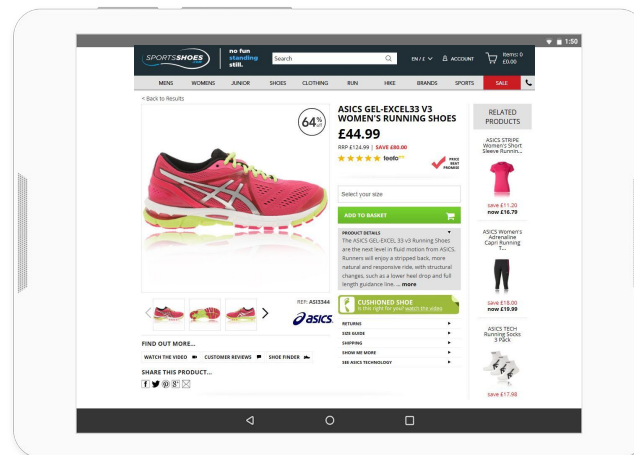
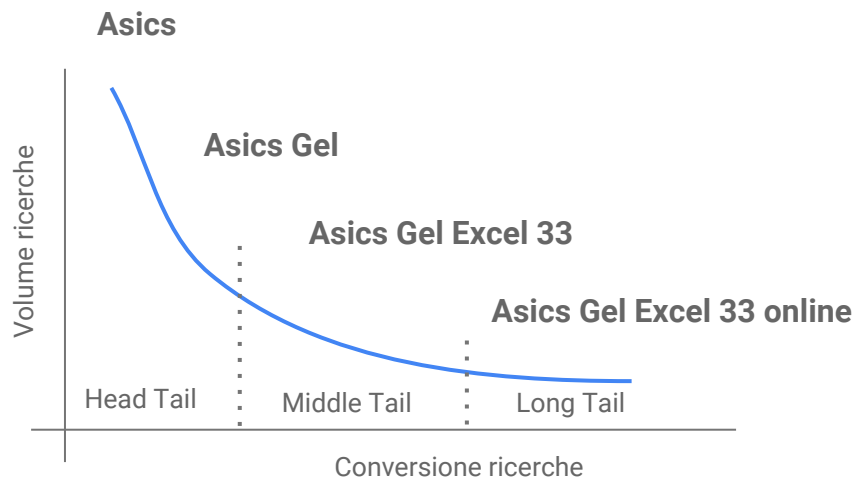
Analisi del traffico e delle vendite

Feedback



# Identificazione del traffico di qualità

Principio della “coda lunga”



La conversione per una “coda lunga” risulta solitamente elevata, ma complessa, in quanto la long tail è infinita.

# Il tuo punto di vista

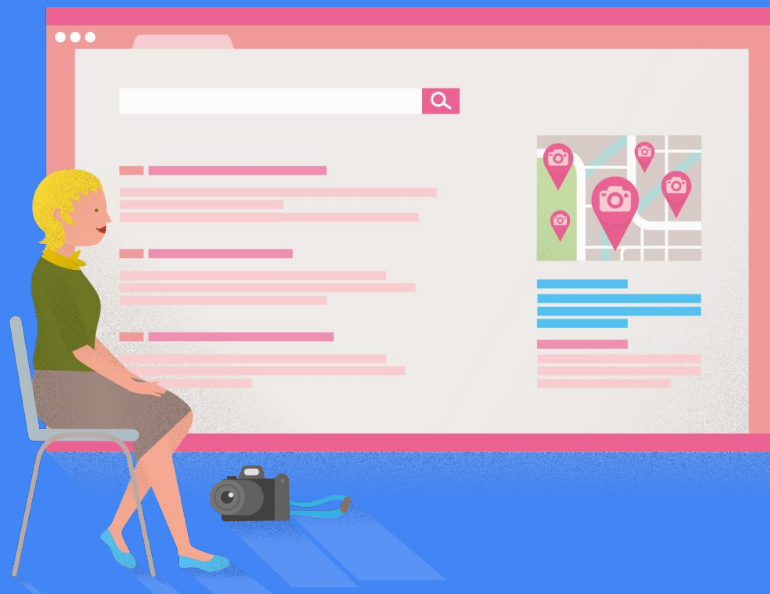
Anna è la titolare di uno studio fotografico specializzato in ritratti.

Per poter individuare al meglio i suoi potenziali clienti, decide di occuparsi dell'ottimizzazione delle parole chiave.

Quali tra queste parole chiave le consentiranno di individuare al meglio i suoi potenziali clienti?

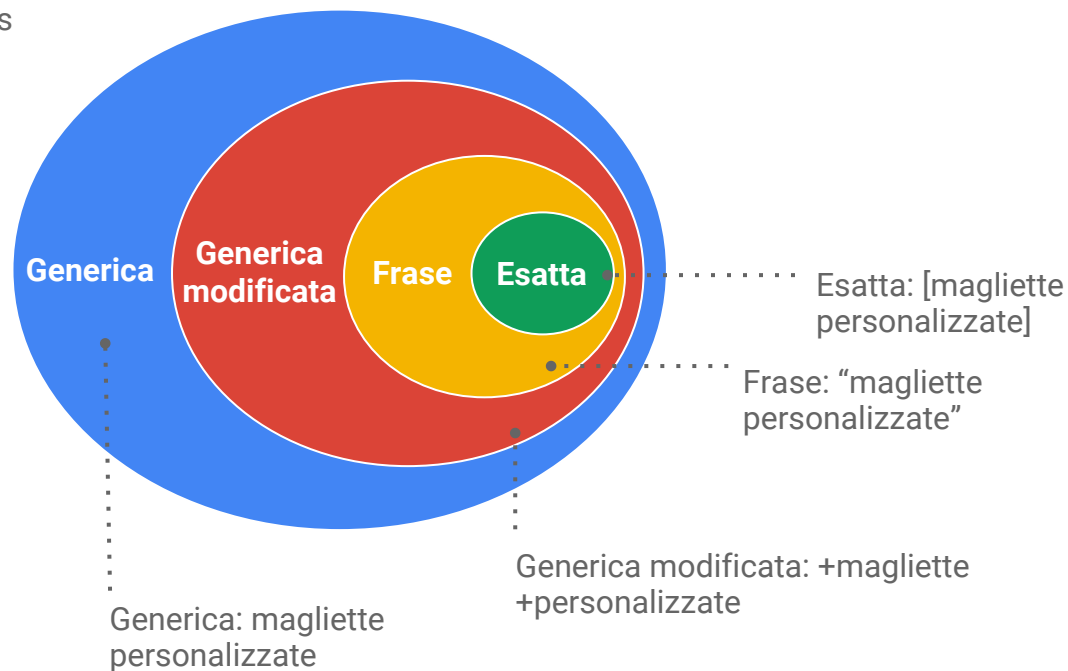
**A** - *Fotografia ritratti*

**B** - *[Ritratto fotografico a tema economico]*



# Corrispondenza di parole chiave

Corrispondenze in Google AdWords





# Corrispondenza di parole chiave

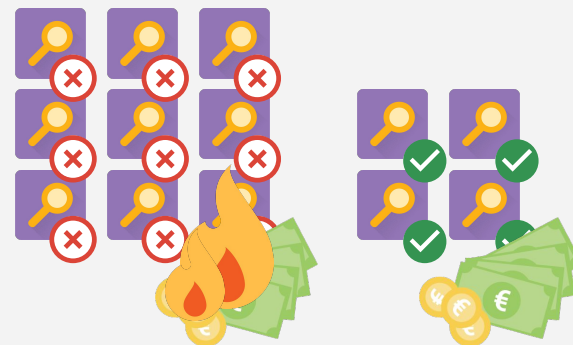
## **Corrispondenza generica:** parola chiave

Consente di visualizzare l'annuncio tra i risultati relativi agli stessi termini di ricerca o variazioni.

Include:

- Errori ortografici
- Abbreviazioni e acronimi
- Variazioni relative a genere e numero
- Parole con una radice comune ("libro" e "libreria")
- Sinonimi ("rapido" e "veloce")
- Ricerche correlate ("fiori" e "tulipani")

Garantisce un aumento del traffico, ma solo alcune parole chiave corrisponderanno ai profili dei clienti ricercati



## **Corrispondenza a frase:** "parola chiave"

Consente di visualizzare l'annuncio tra i risultati di ricerca che corrispondono alla frase esatta.

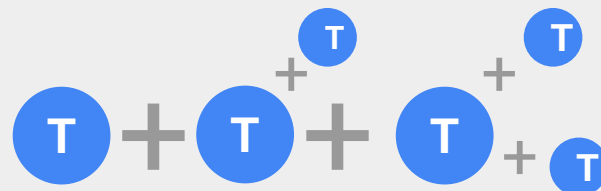
Determina una riduzione del traffico, ma tutte le parole chiave corrisponderanno ai profili dei clienti ricercati



# Corrispondenza di parole chiave

## **Corrispondenza mista:** +parola +chiave

Consente di visualizzare l'annuncio tra i risultati di ricerca che corrispondono alla somma di alcune corrispondenze generiche, ma prevede un numero limitato di variazioni.



## **Corrispondenza esatta:** [parola chiave].

Consente di visualizzare l'annuncio tra i risultati di ricerca che corrispondono esclusivamente alla frase esatta.



## **Corrispondenza negativa:** chiave -parola.

Consente di rimuovere l'annuncio dai risultati di ricerca che includono il termine in questione.



# Corrispondenza di parole chiave

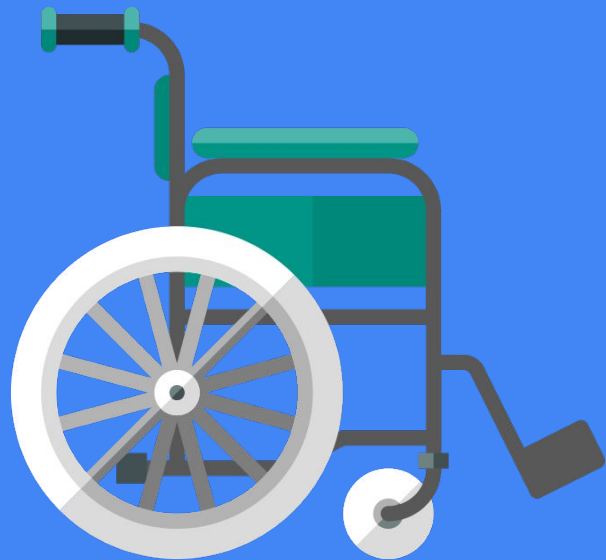
Parole chiave assegnate	Cosa succede nella ricerca
Esportare vino negli Stati Uniti	Esportare Vino Stati Uniti
"Esportazione di vino"	Esportazione di vino negli Stati Uniti <b>MA NON</b> Esportare vino negli Stati Uniti.
[Esportazione di vino]	<b>SOLO</b> Esportazione di vino
+Esportare +vino +Stati Uniti	<b>NON</b> "Esportare vino" e "Esportare vini negli Stati Uniti"

# Studio di un caso concreto online nel settore dell'ortopedia

In questa sessione verrà analizzato un esempio di SEM reale. Cosa non ha funzionato in questo caso?

Il negozio è specializzato nella vendita di sedie a rotelle nuove. Lo strumento utilizzato per pubblicizzare l'attività è AdWords: le offerte relative alle ricerche si basavano sul termine "Sedia a rotelle" e sulla città di riferimento.

Qual è il motivo per cui, a fronte di un totale di 12.000 clic e di un investimento pari a € 6.000, si è assistito a una conversione di tre soli clic e a una vendita praticamente nulla?



# Studio di un caso concreto online nel settore dell'ortopedia

Il problema principale consisteva nel fatto che il negozio offriva esclusivamente la VENDITA di nuove sedie a rotelle e non servizi di noleggio o vendita di prodotti "di seconda mano".

Di conseguenza, l'attività si è aggiudicata offerte relative a ricerche che includevano il termine "noleggio" e "seconda mano".



# Studio di un caso concreto online nel settore dell'ortopedia

12.000 clic e un investimento pari a € 6.000 ma solo tre conversioni.

Se fossero state utilizzate parole chiave negative per "noleggio" e "seconda mano", sicuramente il negozio non avrebbe perso così tanti soldi.

Costo: € 3.688

Conversioni: 1



Termini di ricerca che includevano "noleggio"

Termini: 3.306

Impressioni: 25.594

Clic: 7.462

Costo € 3.688

Conversioni: 1

Costo: € 2.199

Conversioni: 2



Termini di ricerca che includevano "seconda mano"

Termini: 1.841

Impressioni: 17.884

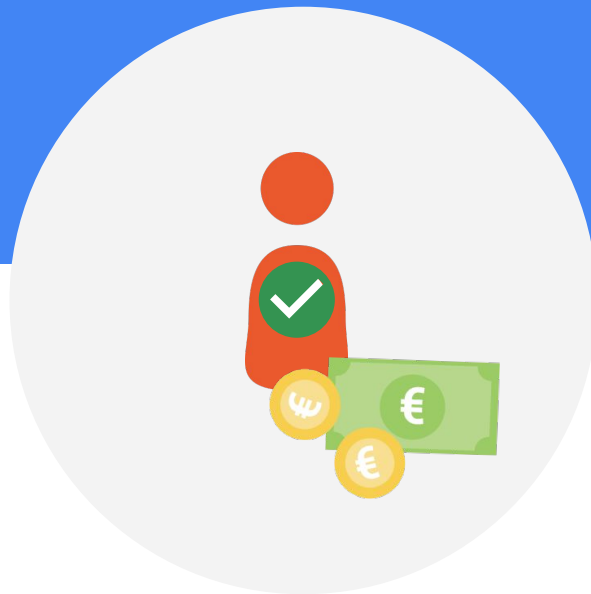
Clic: 4.245

Costo € 2.199

Conversioni: 2

# Corrispondenza di parole chiave

Evita di investire in ricerche che generano traffico indesiderato.



# Il tuo punto di vista

Anna ha di recente avviato una campagna SEM per aumentare il traffico sul proprio sito di servizi fotografici.

Per essere sicura che i suoi annunci non vengano visualizzati da chiunque, ha deciso di utilizzare parole chiave negative.

Quali tra quelli forniti di seguito rappresentano esempi di parole chiave negative efficaci?

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| 1. Fotografa        | 5. Acquerello            |
| 2. Ritratto         | 6. Fotografia di animali |
| 3. Paesaggio        | 7. Studio                |
| 4. Foto di famiglia |                          |





# E l'annuncio?

Il contenuto e la qualità dell'annuncio sono chiaramente due elementi cruciali in quanto rappresentano ciò che verrà visualizzato dagli utenti.

Ciò significa che il messaggio presenta un duplice obiettivo:



**Attirare l'attenzione dell'utente:** la scelta dei termini sia negli annunci che nelle parole chiave rappresenta una fase estremamente importante.



**Veicolare il messaggio corretto:** tale aspetto dipende in larga misura da una corretta segmentazione. È importante dare peso agli elementi che attirano maggiormente l'attenzione degli utenti nei risultati di ricerca.

# Il tuo punto di vista

Michela desidera creare un annuncio per la sua attività di fotografie di matrimonio che sia in grado di attirare l'attenzione dei potenziali clienti. Quali tra quelli forniti di seguito rappresentano esempi di annunci efficaci?

- A. **Fotografie di matrimonio Roma**  
25% di sconto sul primo acquisto. Prenota subito.
- B. **Fotografa di matrimonio**  
Fotografa di Roma specializzata in matrimoni all'aperto e location scenografiche. Esperienza pluriennale.
- C. **Foto di matrimoni italiani**  
Se desiderate un album di matrimonio da sogno, rivolgetevi a Michela, una fotografa di Roma.



# Utilizzo efficace del SEM Estensioni

# Estensioni degli annunci

## Perché utilizzarle?

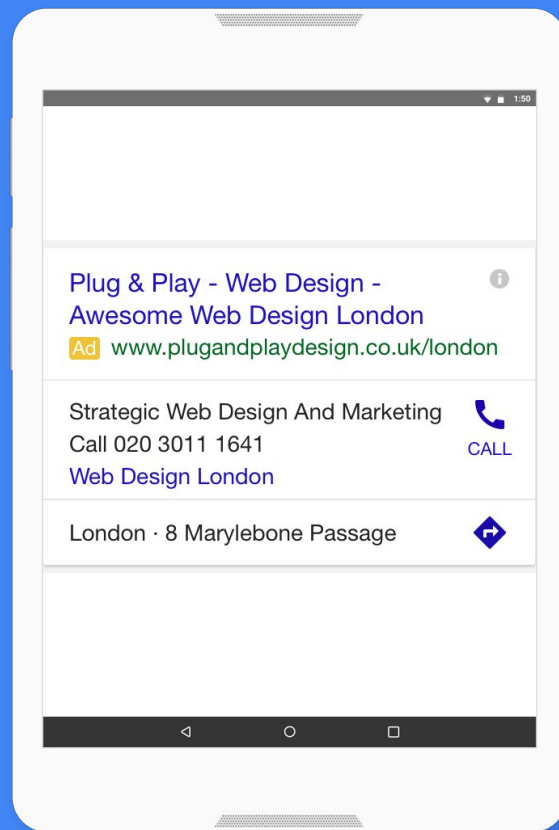
Consentono di inserire informazioni aggiuntive nell'annuncio.

Aiutano ad acquisire maggiore visibilità e aumentare il CTR a costi inferiori.

Consentono di utilizzare le posizioni 2 e 3 come metodi di ottimizzazione standard.

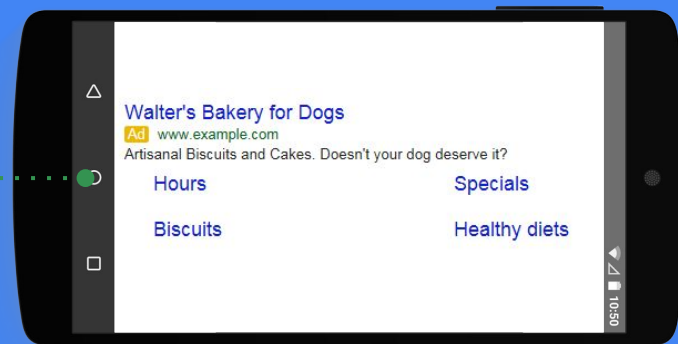
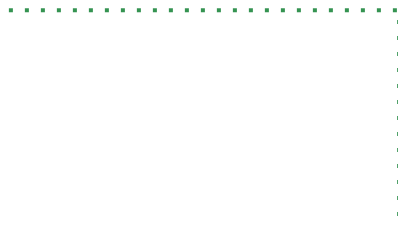
## Come funzionano?

Nella scheda Estensioni dell'annuncio sono disponibili link, prodotti e indirizzi.



# Estensioni degli annunci

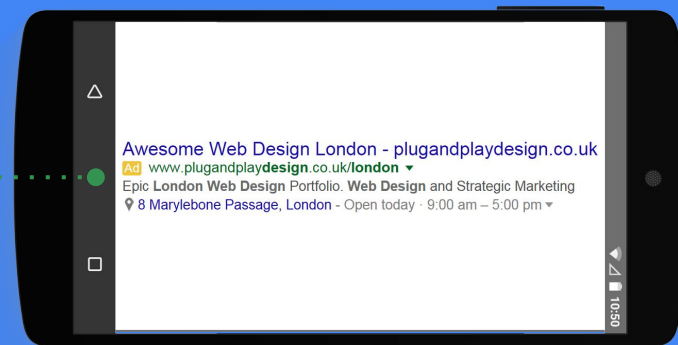
Estensioni sitelink



# Estensioni degli annunci

Estensioni di località

Estensioni di chiamata

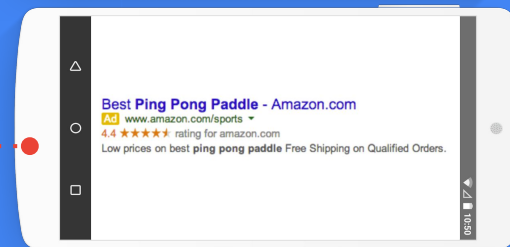
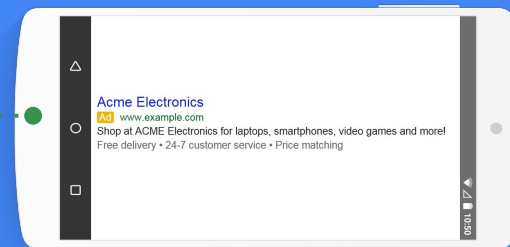


# Estensioni degli annunci

Estensioni callout

Estensioni di recensione

Estensioni per applicazioni



# Utilizzo efficace del SEM

## Raccomandazioni



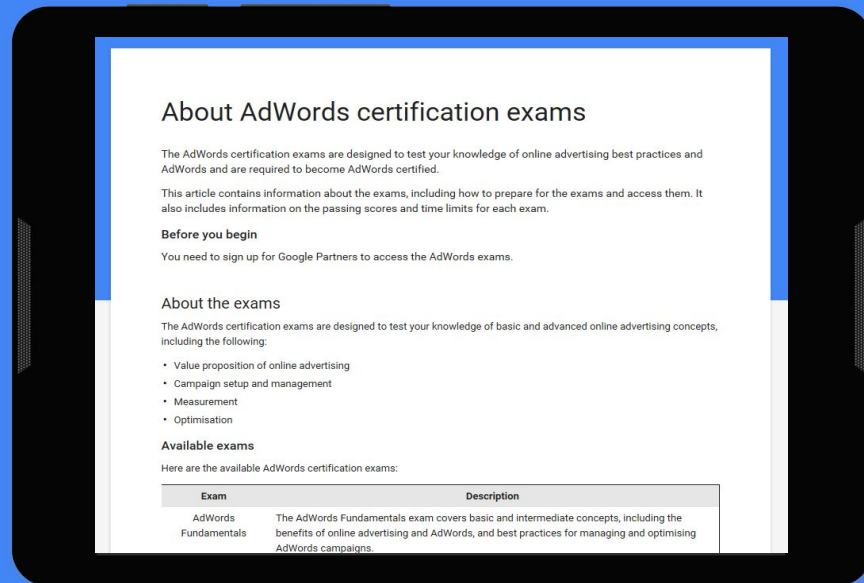
# Raccomandazioni finali

- Punta a un traffico di qualità mediante l'utilizzo della segmentazione (per es. area geografica, lingua, ecc.)
- Scegli il volume di traffico appropriato attraverso un uso attento delle parole chiave (corrispondenza generica, corrispondenza generica modificata, corrispondenza a frase, corrispondenza esatta)
- Attira l'attenzione dei potenziali clienti e veicola un messaggio chiaro e rilevante nell'annuncio
- Utilizza le estensioni degli annunci per inserire ulteriori informazioni e fornire link utili



# Per ottenere la certificazione di Google AdWords:

<https://www.google.com/partners/>





# Domande?