

1. INTRO

Lead Generation & Google AdWords



1. INTRO

LEAD GENERATION



1. INTRO

Che cos'è un *“lead”*?

Un contatto potenzialmente remunerativo.



1. INTRO

Che cos'è la *“lead generation”*?

Uno sforzo di comunicazione da parte dell'impresa che ha l'obiettivo di suscitare un interesse, in un potenziale cliente, per i propri prodotti servizi.



1. INTRO

Che cos'è la *“lead generation”*?



INPUT



INTERESSE



CONTATTO

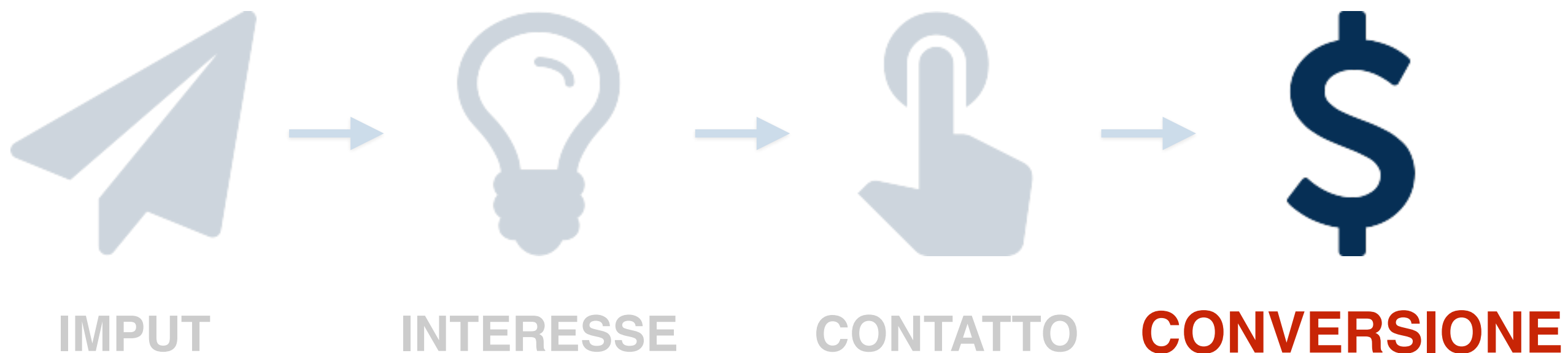


CONVERSIONE



1. INTRO

Che cos'è la *“lead generation”*?



1. INTRO

Che cos'è una conversione?

Si ottiene una conversione ogni volta che l'utente compie una determinata azione in risposta agli stimoli trasmessi.



1. INTRO

In due parole, che cos'è il web marketing?

**Creare un lead affinché l'utente
compia una conversione.**



1. INTRO

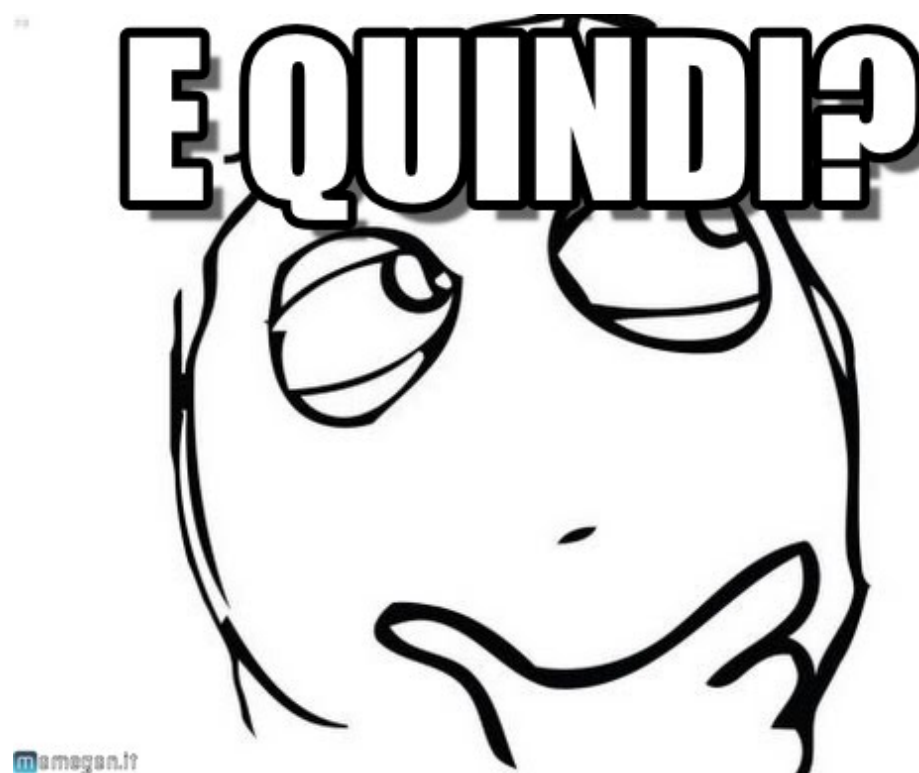
Quando lo sto facendo bene?

Quando il mio CPA è sostenibile.



1. INTRO

Quando lo sto facendo bene?
Quando il mio CPA è sostenibile.



Cost Per Action

Quanto ho speso per una conversione.

1. INTRO

Esempio banale. Vendo un paio di scarpe:



1. INTRO

Esempio banale. Vendo un paio di scarpe:



20€
Tasse

50€
Prodotto

10€
Shipping



1. INTRO

Esempio banale. Vendo un paio di scarpe:



20€
Tasse

50€
Prodotto

10€
Shipping

20€
Margine lordo



Quanti di questi **20€** sono disposto a spendere in ADV per vendere un prodotto?

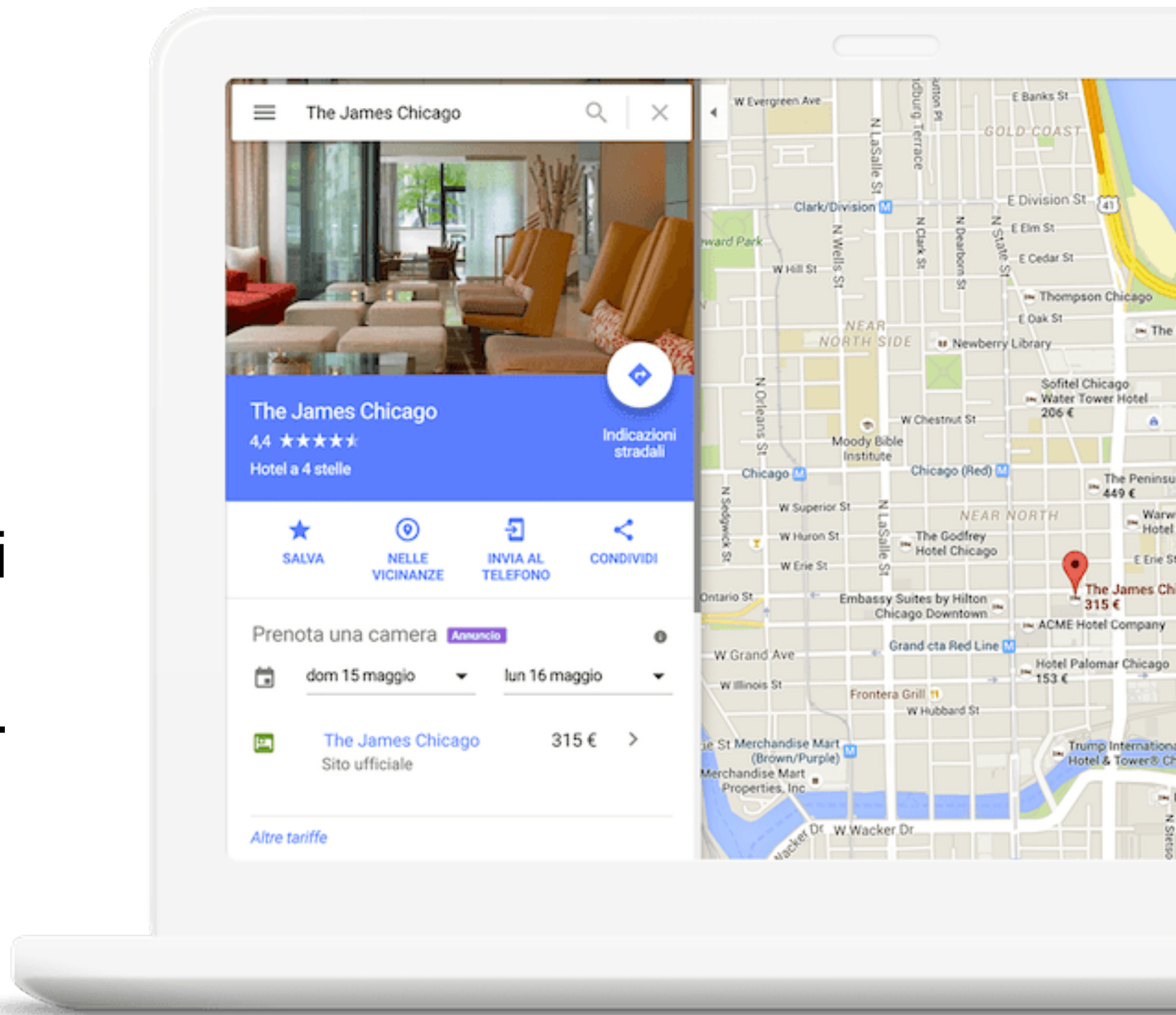
10€

**Quando il mio CPA sarà inferiore a 10€,
lo sto facendo bene.**

1. INTRO

Un esempio turistico,
Google Hotel Ads.

Piattaforma di annunci
per hotel con modello
PPC o a commissione.



1. INTRO

Google Hotel Ads. Partner in lingua italiana.



1. INTRO

CPA di una prenotazione singola.

$PV - CPOR = \text{margine lordo}$

$$100 - 70 = \mathbf{30}$$

Quanti di questi **30€** sono disposto a spendere in ADV per una singola prenotazione?

10€

CPOR: Total Rooms Departments Cost / Number of Rooms Sold.



1. INTRO

ROI singola unità camera, esempio **Google Hotel Ads**.

$CPA = CPC \times (\text{media click per transazione})$

$$CPA = 0,50 \times 15 = 7,5$$

$$7,5 < 10$$

CPOR: Total Rooms Departments Cost / Number of Rooms Sold.



1. INTRO

ROI singola unità camera, esempio **Google Hotel Ads**.

$CPA = CPC \times (\text{media click per transazione})$

$$CPA = 0,50 \times 15 = 7,5$$

7,5 < 10



CPOR: Total Rooms Departments Cost / Number of Rooms Sold.



1. INTRO

Ma come si crea l'input che da inizio a tutto questo?



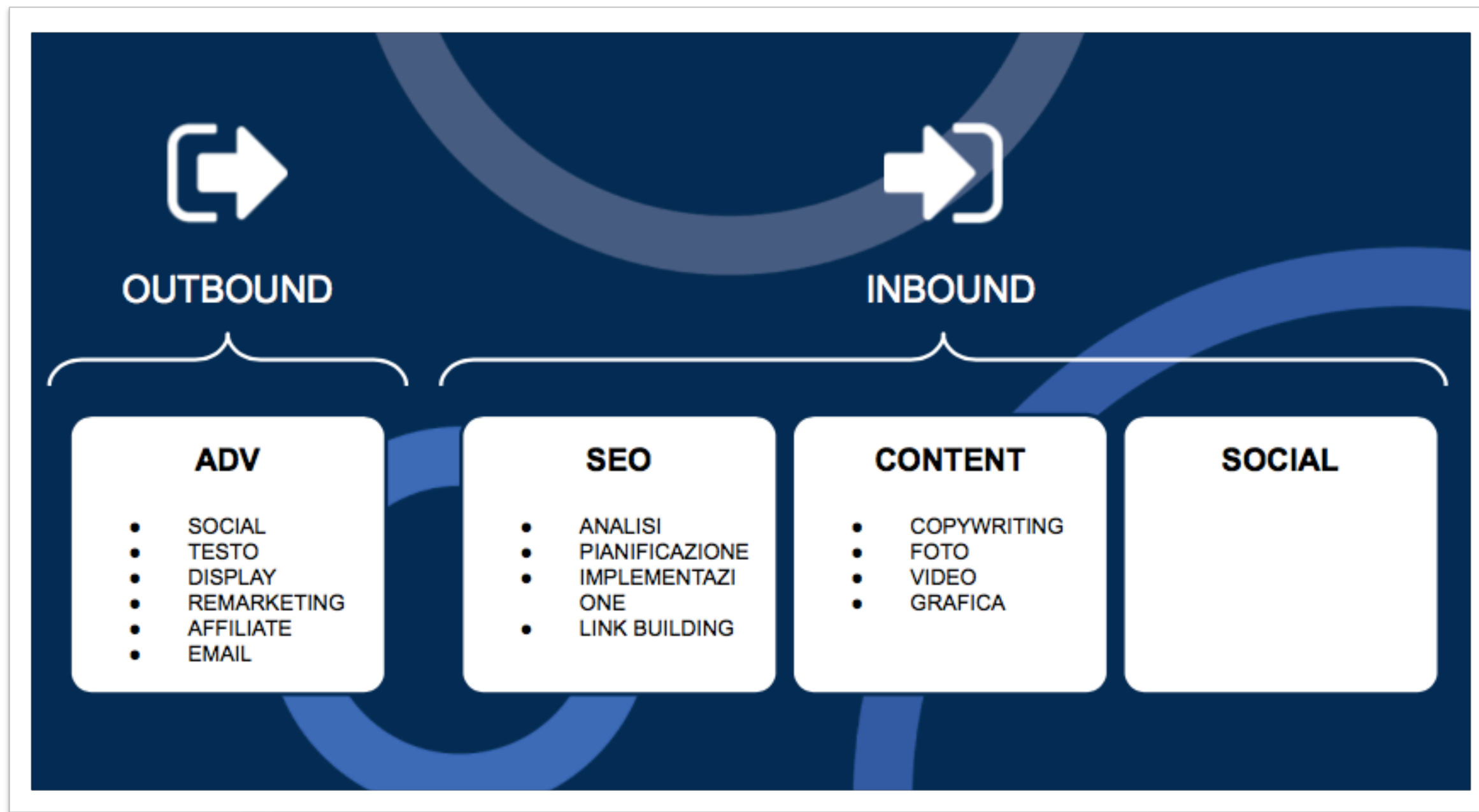
INPUT



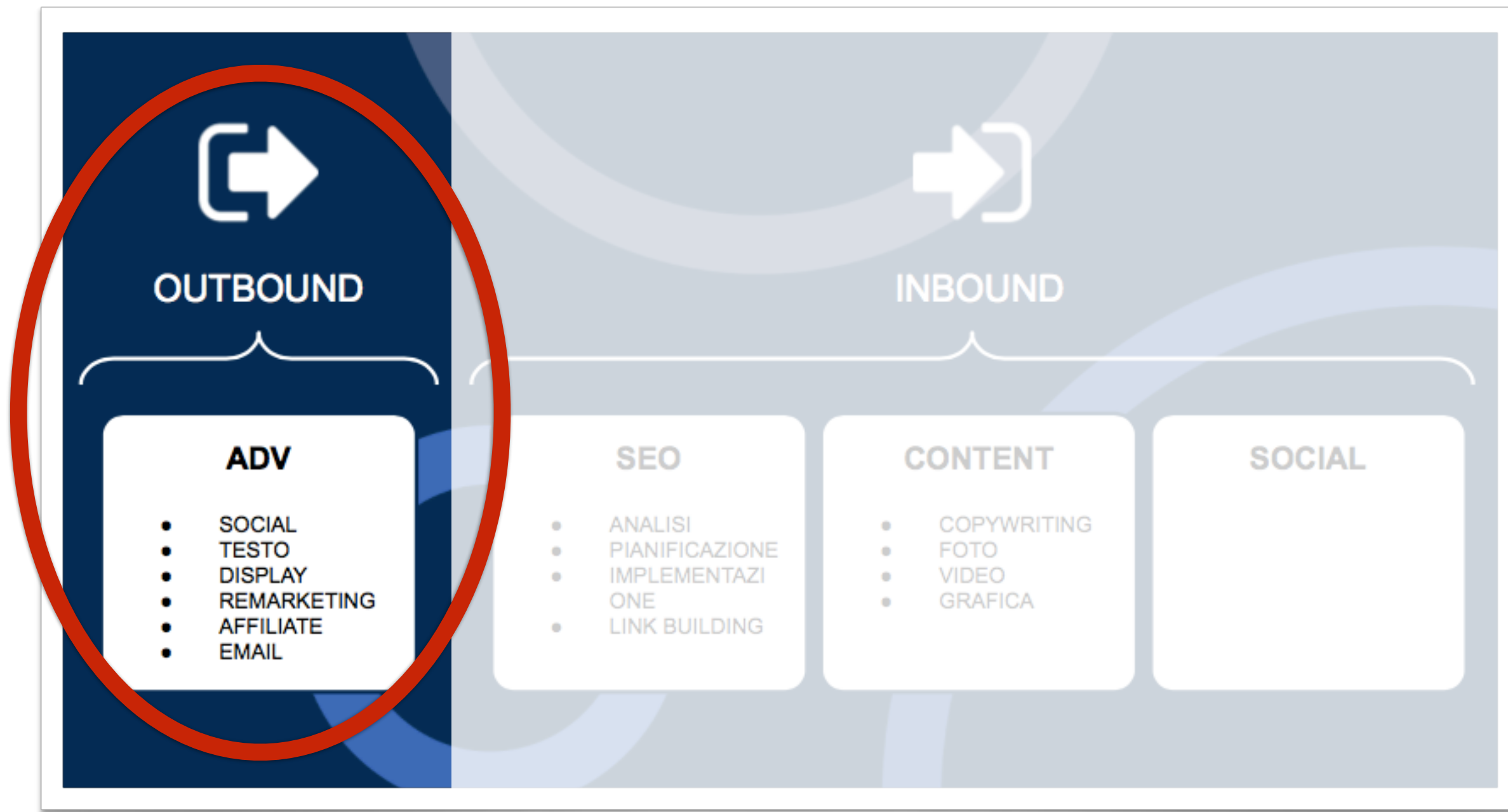
CONVERSIONE



1. INTRO



1. INTRO



1. INTRO

OUTBOUND

Pratiche

ADV SOCIAL

REMARKETING

ADWORDS

EMAIL

AFFILIATE

CONTEXTUAL

Ottimizzazione

MISURAZIONE

GESTIONE

LANDING



1. INTRO

OUTBOUND

Pratiche

ADV SOCIAL

REMARKETING

ADWORDS

EMAIL

AFFILIATE

CONTEXTUAL

Ottimizzazione

MISURAZIONE

GESTIONE

LANDING



2. AdWords

Google AdWords



2. AdWords



1. Rete di ricerca



2. Rete Display



3. Shopping



4. Video



2. AdWords

1. Rete di ricerca

Fino a 4 top ads

Tutti Maps Shopping Immagini Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 828.000 risultati (0,90 secondi)

Hotel degli Orafi Firenze - Hotel di Lusso 4 Stelle - hoteldegliorafi.it
 (Ann.) www.hoteldegliorafi.it/ ▼
 Camere con vista sul Centro Storico d Firenze. Prenota Online!
 Centro Storico Firenze · Sito Ufficiale · Hotel centro storico · Hotel zona Uffici · I Migliori Prezzi
 Tipologie: Classica, Executive, Junior Suite, Fiaba, Sogno...
 Offerte Speciali Gallery
 Chiedi Informazioni

Hotel a Firenze centro - Hotel charme Orto De Medici - ortodeimedici.it
 (Ann.) www.ortodeimedici.it/ViaSanGallo ▼
 Prenota la tua camera in centro a Firenze a € 169.00 notte. Offerte tutto l'anno.
 Giardino · Suite con vista panorama · Wi-Fi Gratis · Terrazza all'aperto · Vicino Duomo e Accademia
 Camere & Suite · Dove Siamo · Più Musei, meno stress · Scopri le Offerte
 Via S. Gallo, 30, Firenze - 055 483427 - Oggi aperto · Aperto 24 ore su 24 ▼

Hotel a Firenze Centro - Miglior prezzo garantito - booking.com
 (Ann.) www.booking.com/Firenze/Centro-Hotel ▼
 Prenota un Hotel a Firenze Centro. Assistenza Clienti - tutti i giorni 24h.

Parcheggi coperti a Firenze - Prenotazione Sicura OnLine
 (Ann.) www.firparking.com/ ▼
 Con noi parcheggi dentro al Centro Storico, Stazione, Aeroporto o fuori ZTL

Fino a 3 bottom ads

Firenze Number Nine Hotel
 (Ann.) www.firenzenumbnine.com/ ▼
 charme hotel con spa a Firenze nel cuore del centro storico

b&b L'Argentiere, Firenze - Parking, wifi colazione gratis
 (Ann.) www.largentiere.it/bed&breakfast ▼ 335 528 3741
 Prenota direttamente
 Wi-Fi Disponibile · Parcheggio Interno · Terrazza Panoramica

Lavori in centro a Firenze ? - Parcheggia da noi di Park2Go
 (Ann.) www.park2go.eu/ ▼
 Ricasoli 18 Firenze - La tua auto a due passi dal tuo posto di lavoro - Chiamaci
 Via Ricasoli, 18, Firenze - Oggi aperto · 07:00-01:00 ▼

Ricerche correlate a hotel firenze centro garage piscina

hotel firenze con piscina interna	hotel con piscina firenze e provincia
hotel con piscina firenze centro	villa tolomei hotel & resort firenze
hotel con piscina riscaldata firenze	piscina coperta firenze
hotel firenze con piscina in camera	hotel firenze con spa

Gooooooooooooo**gle** >
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Avanti



2. AdWords



2. Rete Display

The screenshot shows the homepage of ilmeteo.it. At the top, there's a navigation bar with links like Home, Previsioni, Situazione, Video, News, Viabilità, Venti e Mari, Estate, Mappe, Mobile, Community, Business, and Contatti. Below this is a search bar with the text 'Cerca località...'. The main content area features several advertisements: a banner for TANNICO wine, a large SEMRUSH banner with the text 'Scopri la magia della Ricerca keyword illimitata', a weather forecast section with a map of Italy, and a depositphotos banner for stock images. Red boxes highlight these specific ads, and arrows point from them to the text 'Annunci illustrati Rete Display di AdWords'.

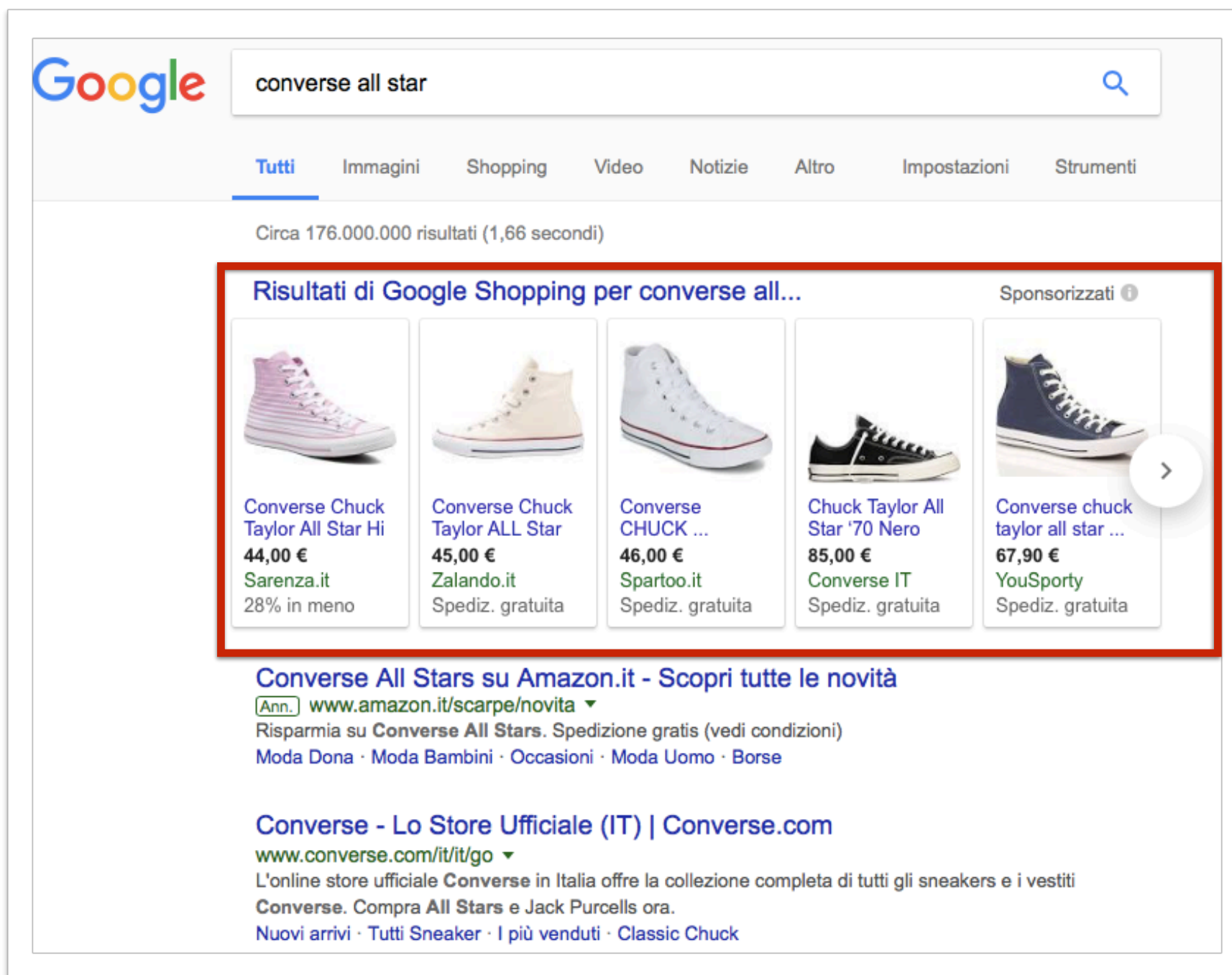
**Annunci illustrati
Rete Display
di AdWords**



2. AdWords



3. Shopping



The screenshot shows a Google search for "converse all star". The "Shopping" tab is selected. Below the search bar, it says "Circa 176.000.000 risultati (1,66 secondi)". A red box highlights the "Risultati di Google Shopping per converse all...". Inside this box, there are five product listings:

Image	Product Name	Price	Store	Shipping
	Converse Chuck Taylor All Star Hi	44,00 €	Sarenza.it	28% in meno
	Converse Chuck Taylor ALL Star	45,00 €	Zalando.it	Spediz. gratuita
	Converse CHUCK ...	46,00 €	Spartoo.it	Spediz. gratuita
	Chuck Taylor All Star '70 Nero	85,00 €	Converse IT	Spediz. gratuita
	Converse chuck taylor all star ...	67,90 €	YouSporty	Spediz. gratuita

Below the red box, there are two text-based ads:

Converse All Stars su Amazon.it - Scopri tutte le novità
[Ann.](#) www.amazon.it/scarpe/novita
Risparmia su **Converse All Stars**. Spedizione gratis (vedi condizioni)
[Moda Dona](#) · [Moda Bambini](#) · [Occasioni](#) · [Moda Uomo](#) · [Borse](#)

Converse - Lo Store Ufficiale (IT) | Converse.com
www.converse.com/it/it/go
L'online store ufficiale **Converse** in Italia offre la collezione completa di tutti gli sneakers e i vestiti **Converse**. Compra **All Stars** e Jack Purcells ora.
[Nuovi arrivi](#) · [Tutti Sneaker](#) · [I più venduti](#) · [Classic Chuck](#)



2. AdWords



4. Video



The screenshot shows a YouTube interface with a search bar containing "florence hotels". The main video player displays a Wix.com advertisement with the text "Crea il tuo incredibile sito web oggi stesso. È facile e gratuito!" and a button "INIZIA ORA". Below the ad, the video "Barcelona in 4K" by "Around The World 4K" is playing, with 445,380 views. The video description states it was published on Feb 29, 2016, and provides a link to license the footage. On the right, a sidebar shows recommended videos, including "Barcelona - Spain 4K" and "Monaco in 4K".



2. AdWords

Quando e come?



Rete di ricerca



Shopping



Vendita / Lead generation



Rete Display



Video



Branding - Stimolo push

(poche ricerche o elevata concorrenza)



2. AdWords

Rete di ricerca



Glossario al volo.

- **SERP**: Search Engine Result Page.
- **CPC**: Costo per Click.
- **Query**: ciò che l'utente scrive nella search box.
- **Keyword**: parola chiave che attiva l'annuncio.
- **Landing page**: pagina di atterraggio.

3. Rete di ricerca

Query / Keyword: capiamo bene da subito.

Query

hotel firenze garage
hotel piscina firenze
firenze centro hotel
hotel firenze toscana
hotel storico firenze

Keyword

hotel firenze



 3. Rete di ricerca

Da dove iniziare?

1. Analisi marketing

- Dettaglio del prodotto servizio
- Analisi del target
- Selezione dei messaggi





2. Brainstorming keywords

- Chi cerca cosa?
- Esistono degli utenti che effettuano ricerche su Google la cui risposta è il mio prodotto/servizio?
- Come esprimono le proprie ricerche?



3. Analisi keywords

Alcuni esempi:

 Google Trends

Trends

Strumenti Google
open source.

 Google
AdWords

Keyword Planner

Strumenti AdWords

 SERPs

Serps

Strumenti di analisi
di terze parti
(free o premium)

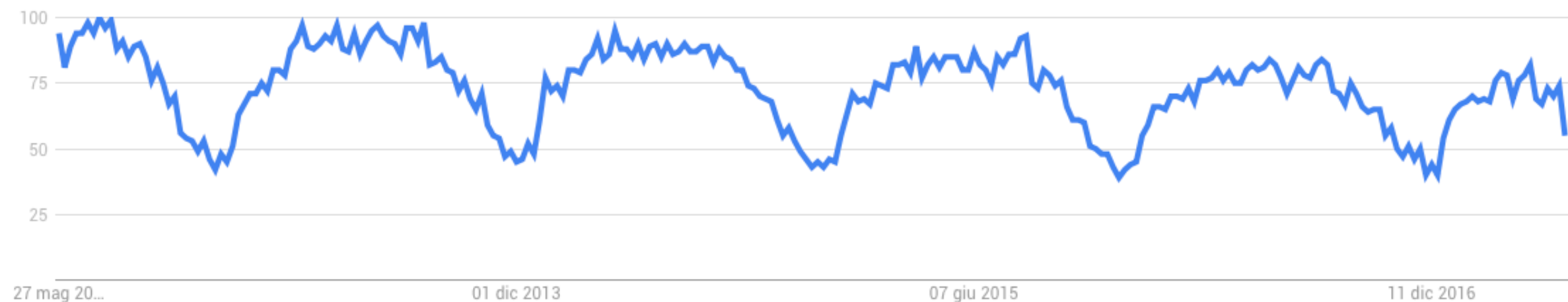


3. Rete di ricerca

Google Trends

● **hotel florence**
Termine di ricerca

Interesse nel tempo ?



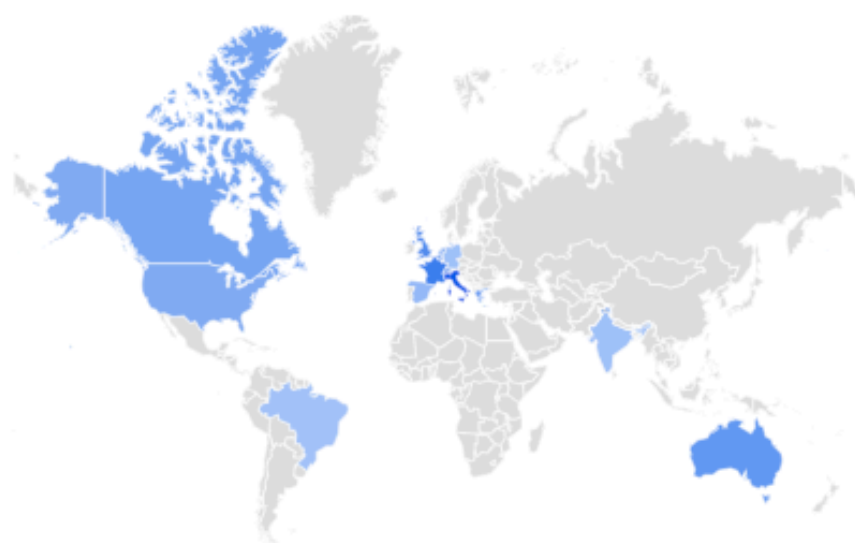
3. Rete di ricerca

Google Trends

● **hotel florence**
Termine di ricerca

Interessi per area geografica ?

Regione ▼ ↗



1	Italia	100	
2	Francia	67	
3	Svizzera	62	
4	Regno Unito	54	
5	Belgio	52	
6	Australia	44	



3. Rete di ricerca

Google Trends

● hotel florence
Termine di ricerca

Query associate ?

Più cercate ▼ ➔

1 hotel florence italy

100 

2 florence italy

100 

3 italy

100 

4 hotel in florence

95 

5 rome

55 

6 hotel florence firenze

55 



3. Rete di ricerca

Google Trends

● hotel florence

Termine di ricerca

● hotel in florence

Termine di ricerca

Interesse nel tempo ?



3. Rete di ricerca

SERPs

SEARCH DATABASE

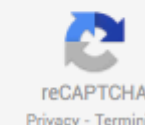
Keyword Research Database

[Tool Instructions](#)

hotel florence

Search

☐ Non sono un robot



Keyword Search Results

Keyword	▼Volume	CPC	Value		
☐ filter keyword				+	x
☐ hotel-florence	880	\$3.08	\$2,710.40	+	x
☐ hotel florence sc	880	\$4.03	\$3,546.40	+	x
☐ hotel florence	880	\$4.30	\$3,784.00	+	x
☐ hotel - florence	880	\$4.30	\$3,784.00	+	x
☐ florence hotel	480	\$5.28	\$2,534.40	+	x
☐ hotel florence bellagio	390	\$1.46	\$569.40	+	x
☐ four seasons hotel firenze florence italy	260	\$1.31	\$340.60	+	x

Saved Results List

☐ Saved Keywords Volume CPC x





3. Rete di ricerca

Keyword Planner: trova idee.

Trova nuove parole chiave e ottieni i dati relativi al volume di ricerca

▼ Cerca nuove parole chiave utilizzando una frase, un sito web o una categoria

Inserisci una o più delle seguenti opzioni:

Il tuo prodotto o servizio

Ad esempio, fiori o auto usate

La tua pagina di destinazione

www.example.com/pagina

La tua categoria di prodotto

Inserisci o seleziona una categoria di prodotto

Targeting ?

Italia

Italiano

Google

Parole chiave a corrispondenza inversa

Intervallo di date ?

Mostra la media delle ricerche mensili per: ultimi 12 mesi

Personalizza la ricerca ?

Filtri per le parole chiave

Opzioni per le parole chiave

Mostra idee non strettamente correlate

Nascondi le parole chiave del mio account

Nascondi le parole chiave del mio piano

Parole chiave da includere

Trova idee



Trova nuove parole chiave e ottieni i dati relativi al volume di ricerca

▼ Cerca nuove parole chiave utilizzando una frase, un sito web o una categoria

Inserisci una o più delle seguenti opzioni:

Il tuo prodotto o servizio

Hotels in florence

La tua pagina di destinazione

http://www.apartmentsinflorence.net/it/

La tua categoria di prodotto

Hotel

Targeting ?

Stati Uniti

Italiano, Inglese

Google

Parole chiave a corrispondenza inversa

Intervallo di date ?

Mostra la media delle ricerche mensili per: ultimi 12 mesi

Personalizza la ricerca ?

Filtri per le parole chiave

Opzioni per le parole chiave

Mostra idee non strettamente correlate

Nascondi le parole chiave del mio account

Nascondi le parole chiave del mio piano

Parole chiave da includere

Trova idee





3. Rete di ricerca

Keyword Planner: trova idee.

Il tuo prodotto o servizio

La tua pagina di destinazione

La tua categoria di prodotto

Hotels in florence

http://www.apartmentsinflorence.net

Hotel

Trova idee

Modifica ricerca

Italiano

Inglese

In questa pagina sono visualizzati gli intervalli dei volumi di ricerca. Per informazioni più dettagliate, imposta e pubblica una campagna. [Ignora](#)

Media delle ricerche mensili per tutte le idee.
1.000 - 10.000

Idee per i gruppi di annunci

Idee per le parole chiave

Colonne ▾

↓ Scarica

Aggiungi tutti (105)

Si è verificato un problema durante il recupero delle idee, riprova.

Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili ?	Concorrenza ?	Offerta consigliata ?	Quota impressioni annuncio ?	Aggiungi al piano
appartamenti firenze	10 - 100	Media	2,73 €	—	»
case vacanze salento	10 - 100	Bassa	—	—	»
casa vacanze firenze	10 - 100	—	—	—	»
appartamenti a firenze	10 - 100	Media	1,00 €	—	»
casa vacanza firenze	10 - 100	—	—	—	»



3. Rete di ricerca

Keyword Planner: prevedi il rendimento.



Nuove parole chiave > **Previsioni sul rendimento** Previsioni giornaliere in base al pe

Inserisci un'offerta Inserisci budget giornaliero

Stati Uniti Italiano, Inglese Google Parole chiave a corrispondenza inversa:

Gruppo di annunci Parola chiave Dispositivo Località: Stato

Previsioni giornaliere Qualità: ■ ■ ■

Clic 13,6 - 16,6	Impressioni 625 - 763	Costo 45,00 € - 50,00 €	Tutte le conv. -	Pos. media 3,11 - 3,8
---------------------	--------------------------	----------------------------	---------------------	--------------------------

Clic (Fai clic sul grafico per modificare l'offerta complessiva)

Non puoi ottenere molti clic e impressioni per le offerte nella sezione ombreggiata a causa del tuo budget limitato. Per ottenere un maggior numero di clic e di impressioni, ti consigliamo di aumentare il budget o di ridurre l'offerta.



3. Rete di ricerca

Keyword Planner: prevedi il rendimento.



☐ Parola chiave	Gruppo di annunci	CPC max	Clic ↓	Impr.	Costo	CTR	CPC medio	Posiz. media
☐ hotels	Florence Hotels	5,00 €	8,86	351,92	29,10 €	2,5%	3,28 €	3,09
☐ cheap hotels	Florence Hotels	5,00 €	1,16	63,94	3,76 €	1,8%	3,25 €	4,16
☐ las vegas hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,76	41,03	2,21 €	1,8%	2,92 €	3,59
☐ boston hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,61	14,82	2,03 €	4,1%	3,30 €	4,12
☐ pet friendly hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,57	21,14	2,15 €	2,7%	3,78 €	2,78
☐ new york hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,29	16,85	0,88 €	1,7%	3,04 €	3,90
☐ orlando hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,24	14,19	0,82 €	1,7%	3,46 €	3,47
☐ gatlinburg hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,22	5,98	0,81 €	3,7%	3,69 €	3,00
☐ san francisco hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,20	19,29	0,75 €	1,0%	3,69 €	4,08
☐ hawaii hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,19	3,40	0,68 €	5,6%	3,60 €	2,63
☐ chicago hotels	Florence Hotels	5,00 €	0,15	20,01	0,56 €	0,8%	3,66 €	3,69
☐ hotels in orlando	Florence Hotels	5,00 €	0,14	7,07	0,50 €	2,0%	3,60 €	3,46



 3. Rete di ricerca

4. Le basi per creare una campagna.

- Quality score
- Aste AdWords



 3. Rete di ricerca

Quality Score

Il “quality score” è la stima del livello qualitativo di: annunci, keyword e landing page.

Si misura da 1 a 10 e impatta direttamente su costo e posizionamento.



Quality Score

In particolare:

- CTR storico keyword/annuncio
- Pertinenza keyword/testo annuncio
- Performance storica account
- Qualità della landing page (testi originali, page speed, navigabilità, bounce rate)

3. Rete di ricerca

Quality Score

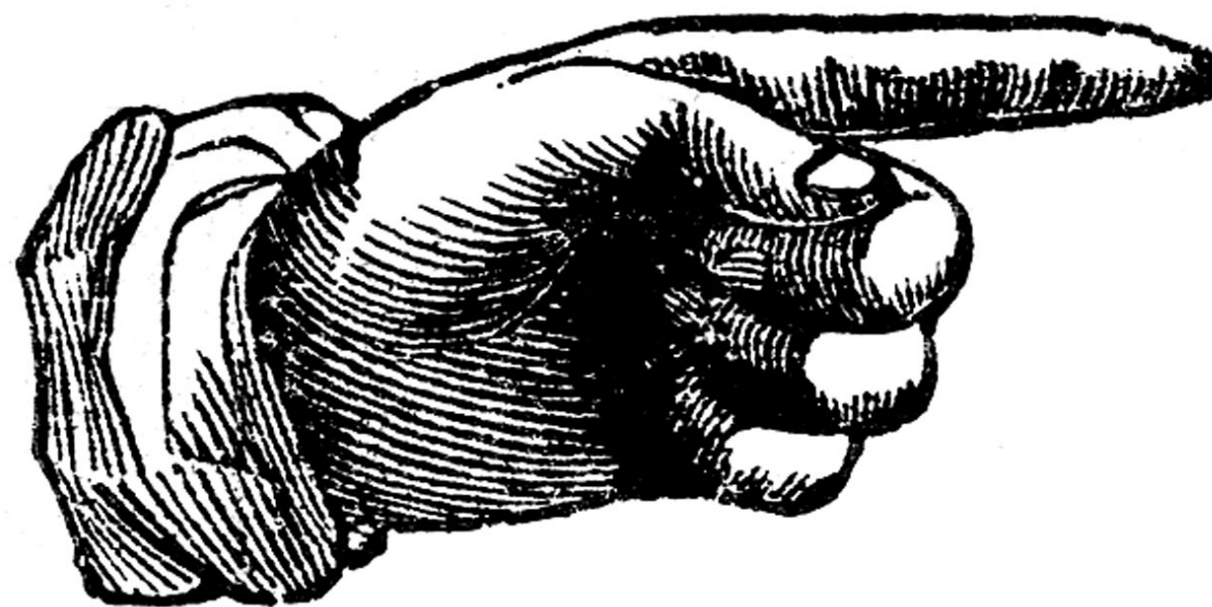
☐	●	Parola chiave	Stato ?	CPC max ?	Punt. ↓ qual. ?	Clic ?	Impr. ?	CTR ?	CPC medio ?	Costo ?
☐	●		Campagna in pausa	3,00 € (ottimizzata)	7/10	0	5	0,00%	0,00 €	0,00 €
☐	●		Campagna in pausa	3,00 € (ottimizzata)	6/10	0	1	0,00%	0,00 €	0,00 €
☐	●		Campagna in pausa	3,00 € (ottimizzata)	5/10	1	12	8,33%	1,41 €	1,41 €
☐	●		Campagna in pausa	3,00 € (ottimizzata)	5/10	2	12	16,67%	2,54 €	5,09 €
☐	●		Campagna in pausa	3,00 € (ottimizzata)	5/10	1	4	25,00%	2,71 €	2,71 €

3. Rete di ricerca

Aste Adwords

Qui attenti.

Please Notice This



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX	Quality Score	AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €				
Annuncio 2	3,00 €				
Annuncio 3	4,00 €				
Annuncio 4	1,00 €				



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX	Quality Score	AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €	8			
Annuncio 2	3,00 €	5			
Annuncio 3	4,00 €	3			
Annuncio 4	1,00 €	3			



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX		Quality Score		AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €	X	8	=	16		
Annuncio 2	3,00 €	X	5	=	15		
Annuncio 3	4,00 €	X	3	=	12		
Annuncio 4	1,00 €	X	3	=	3		



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX	Quality Score	AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €	8	16 →	1	
Annuncio 2	3,00 €	5	15 →	2	
Annuncio 3	4,00 €	3	12 →	3	
Annuncio 4	1,00 €	3	3 →	4	



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX	Quality Score	AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €	8	16	1	$15/8 = 1,87 \text{ €}$
Annuncio 2	3,00 €	5	15	2	
Annuncio 3	4,00 €	3	12	3	
Annuncio 4	1,00 €	3	3	4	



3. Rete di ricerca

Aste Adwords

	CPC MAX	Quality Score	AD Rank	Posizione	CPC
Annuncio 1	2,00 €	8	16	1	$15/8 = 1,87$ €
Annuncio 2	3,00 €	5	15	2	$12/5 = 2,40$ €
Annuncio 3	4,00 €	3	12	3	$8/3 = 2,66$ €
Annuncio 4	1,00 €	8	8	4	



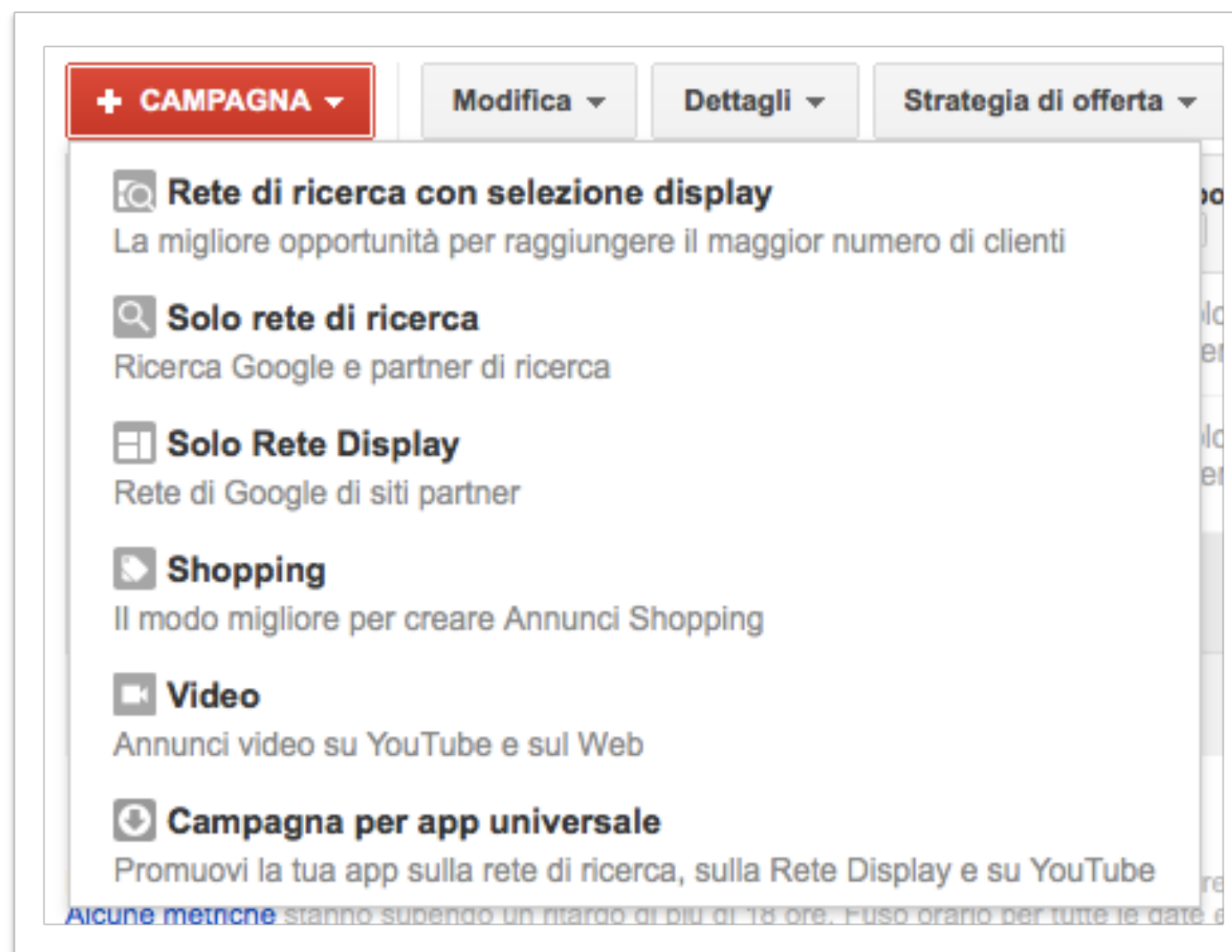
5. Creare una campagna.

1. Scegliere
2. Organizzare
3. Keywords
4. Scrivere
5. Misurare



3. Rete di ricerca

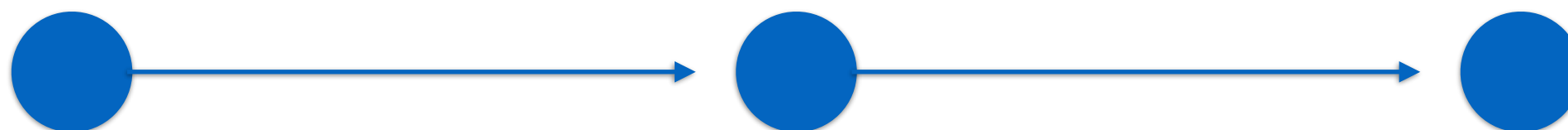
1. Scegliere: selezionare la tipologia di campagna e definire le impostazioni.





3. Rete di ricerca

2. Organizzare.



Campagna:

- area geografica,
- lingua,
- tipologia.

Gruppi di annunci:

- parole chiave.

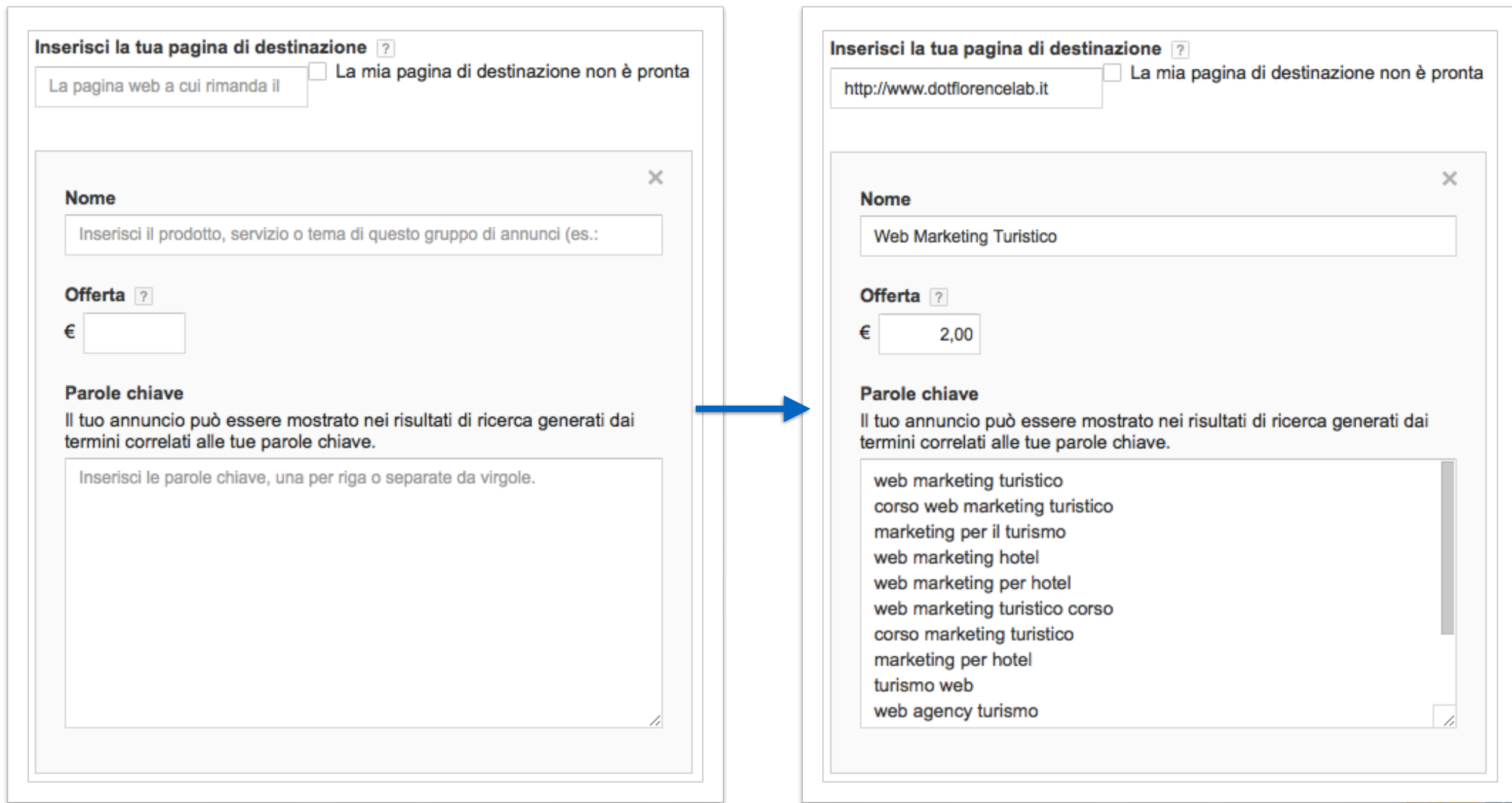
Annunci





3. Rete di ricerca

3. Keywords



The diagram illustrates the process of entering keywords in a Google AdWords interface. A blue arrow points from a blank form on the left to a filled form on the right.

Left Form (Blank):

- Inserisci la tua pagina di destinazione** ☐ La mia pagina di destinazione non è pronta
La pagina web a cui rimanda il
- Nome**
Inserisci il prodotto, servizio o tema di questo gruppo di annunci (es.:
- Offerta** ☐
€
- Parole chiave**
Il tuo annuncio può essere mostrato nei risultati di ricerca generati dai termini correlati alle tue parole chiave.
Inserisci le parole chiave, una per riga o separate da virgole.

Right Form (Filled):

- Inserisci la tua pagina di destinazione** ☐ La mia pagina di destinazione non è pronta
<http://www.dotflorencelab.it>
- Nome**
Web Marketing Turistico
- Offerta** ☐
€ 2,00
- Parole chiave**
Il tuo annuncio può essere mostrato nei risultati di ricerca generati dai termini correlati alle tue parole chiave.
web marketing turistico
corso web marketing turistico
marketing per il turismo
web marketing hotel
web marketing per hotel
web marketing turistico corso
corso marketing turistico
marketing per hotel
turismo web
web agency turismo

3. Rete di ricerca

4. Scrivere: come si scrive il testo di un annuncio?



Metti in evidenza ciò che ti rende unico



Includi prezzi, promozioni e offerte esclusive



Indica ai tuoi clienti quello che possono fare



Includi almeno una delle tue parole chiave



Fai corrispondere la pagina di destinazione all'annuncio



Attira i clienti che visualizzano il tuo annuncio su un dispositivo mobile



Sperimenta



Verifica la presenza di errori comuni nel testo dell'annuncio



3. Rete di ricerca

4. Scrivere: anatomia di un annuncio

Crea annuncio
Scrivi il tuo annuncio di testo sotto. Ricorda di essere chiaro e specifico. [Impara a](#)

URL finale ?		→	URL Landing page
Titolo 1 ?		→	Massimo 30 caratteri
Titolo 2 ?		→	Massimo 30 caratteri
Percorso ?	example.com / /	→	URL visualizzato: 2 x max 15 caratteri
Descrizione ?		→	Massimo 80 caratteri



3. Rete di ricerca

4. Scrivere: un esempio.

Copia dell'annuncio "One day cooking class Florence"

www. -cooking-class-florence.htm

One day cooking class Florence

Book online now for €79,90

florenceto... / cookingclass / Florence

Visit the market, meet our chefs and learn how to cook a nice Tuscan dinner.

 **Opzioni URL annuncio (avanzate)** 

Anteprima  **Cellulare** | **Desktop**

One day cooking class Florence - Book online now for €79,90

Annuncio /cookingclass/Florence

Visit the market, meet our chefs and learn how to cook a nice Tuscan dinner.

Esempi di annunci [Visualizza altro](#)

Nuovi corsi universitari - Pianifica il tuo futuro

Annuncio [www.example.com/Corsi_online](#)

Fai domanda per un campus o un corso online. Richiedi le info oggi stesso!



3. Rete di ricerca

5. Misurare: le conversioni. Le tipologie.

			
Sito web	App	Telefonate	Importazione
Monitora gli acquisti, gli invii di moduli o altre azioni aggiungendo un tag al tuo sito web. Ulteriori informazioni	Monitora i download delle app oppure le azioni in-app aggiungendo uno snippet di codice alla tua app. Ulteriori informazioni	Monitora le chiamate alla tua azienda utilizzando un numero di inoltro di Google oppure aggiungendo un tag al tuo sito web. Ulteriori informazioni	Monitora le conversioni offline o online caricando i dati da un altro sistema. Ulteriori informazioni
Seleziona	Seleziona	Seleziona	Seleziona



3. Rete di ricerca

5. Misurare: le conversioni. Com'è fatto un tag?

```
<!-- Google Code for Acquisto2 Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/* <![CDATA[ */
var google_conversion_id = 968265471;
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "3";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "kCQ8CPbiy3EQ_53azQM";
var google_remarketing_only = false;
/* ]]> */
</script>
<script type="text/javascript" src="//www.googleadservices.com/pagead/conversion.js">
</script>
<noscript>
<div style="display:inline;">

</div>
</noscript>
```



 3. Rete di ricerca

5. Misurare: le conversioni. Dove lo metto?

Nel codice sorgente.

Programmatore, oppure?



3. Rete di ricerca

5. Misurare: le conversioni. Quindi?

Campagna	Budget ?	Stato ?	Impr. ?	Interazioni ?	Tasso di interazione ?	Costo medio ?	Costo ?	Conversioni ?	Costo/conv. ?	Tasso conv. ?
 Rete ricerca	35,00 €/giorno	Idonea 	3.035.768	28.138 clic	0,93% CTR	0,90 € per clic	25.311,55 €	491,00	46,55 €	1,90%

$X = \text{costo/conversione}$

$\text{Valore/conversione} > X$



3. Rete di ricerca

MORALE

Misurare si può.

E' l'unico modo per mettere in relazione l'investimento e i risultati.

E' l'unico modo per valutare l'eventuale operato di partner.



Grazie



EDOARDO BINI
DIGITAL MARKETING
331 3333324 - mail@edoardobini.it

