



Google AdWords

A cura di:
Dott.ssa Adelia Piazza



Ad Words è la piattaforma pubblicitaria di Google che permette la pubblicazione di annunci:

- testuali
- immagini
- e video

sulle pagine dei risultati di ricerca e sui siti della rete di contenuti Google.



Google AdWords

- AdWords offre innumerevoli opportunità dal punto di vista della visibilità agli inserzionisti.
- Ha rappresentato nel corso degli ultimi anni, e continua a rappresentare, una vera e propria innovazione nell'ambito della pubblicità online.
- La sua diffusione tra gli strumenti di **Search Engine Marketing** ne è una testimonianza.

Valore



Con AdWords è possibile:

1. Raggiungere gli utenti nell'esatto momento in cui cercano quello che hai da offrire

- L'annuncio viene visualizzato a utenti che stanno già cercando il tipo di prodotto o servizio che offrite. Per questo motivo, è altamente probabile che intraprendano un'azione.
- Si può scegliere dove vengono pubblicati i vostri annunci, su quali siti web specifici e in quali aree geografiche (province, città e persino quartieri).

2. Controllare il budget

- Con l'offerta basata sul costo per clic vengono addebitati solo i click ricevuti sull'annuncio. Sono disponibili molte opzioni di offerta tra le quali scegliere.
- Non esiste un limite di spesa minima.

3. Esaminare i dettagli relativi all'annuncio e utilizzarli per migliorarlo.

- Si può visualizzare in ogni momento un rapporto su come sta procedendo l'annuncio: osservare quanti sono i nuovi clienti che si collegano alla vostra attività dall'annuncio, la loro provenienza e altri dettagli.

Tutto ciò è possibile grazie a due opzioni principali:

1. Targeting per PAROLA CHIAVE

gli annunci vengono visualizzati per le parole chiave scelte, sia quando sono ricercate su Google che quando sono attinenti con il contenuto della pagina di uno dei siti della Rete di Contenuti Google.

2. Targeting per POSIZIONAMENTO

gli annunci vengono visualizzati sui siti che fanno parte della Rete di Contenuti, sulla base di quelli specificati durante l'impostazione della campagna.

Grazie ai due sistemi appena citati è quindi possibile raggiungere solo navigatori realmente interessati ai propri prodotti e servizi (da qui il termine "targeting").

1. Creazione di un account

Visitando il link <https://adwords.google.it> basta inserire un indirizzo email, scegliere una password, selezionare un fuso orario e una valuta e confermare l'email.

2. Creazione del primo annuncio

A questo punto si dovrà mettere alla prova la propria creatività. È possibile scegliere dove pubblicare l'annuncio, decidere il budget, scrivere l'annuncio e scegliere alcune parole o frasi (keywords) in grado di visualizzare l'annuncio accanto al contenuto più appropriato.

3. Attivazione dell'account

Per iniziare a pubblicare gli annunci, si dovranno inserire alcuni dati di fatturazione di base. Si ha facoltà d'interrompere, modificare o annullare l'annuncio in qualsiasi momento.

- **Budget:** L'importo di spesa che si è disposti a pagare per una campagna pubblicitaria per un determinato periodo di tempo.
- **Costo per click:** l'importo di spesa stanziato per ogni click eseguito sul tuo annuncio.
- **Parole chiave:** parole o frasi correlate alla propria attività commerciale.
- **Targetin per regione/paese:** l'area geografica in cui si desidera pubblicare gli annunci.

Termini fondamentali di AdWords

- Il **Click Through Rate (CTR)** è il valore percentuale dei click ricevuti da uno o più annunci/banner presenti in una pagina web.
- Il CTR è una delle metriche base per valutare la riuscita o il successo di una campagna pubblicitaria su Internet.

Click Through Rate (CTR)

- Per alcuni account, gli annunci saranno pronti per essere pubblicati su Google immediatamente dopo l'inserimento dei dati di fatturazione.
- Altri account possono richiedere fino a una settimana prima che inizi la pubblicazione degli annunci, poiché alcune forme di pagamento richiedono tempi di verifica e di elaborazione.
- Tra i fattori che possono influire sull'inizio della pubblicazione degli annunci, c'è **il processo di approvazione degli annunci**.
- Tutti gli annunci AdWords devono superare una procedura di approvazione, la quale ha lo scopo di assicurare che gli annunci siano sicuri e adatti per gli utenti. Prima di poter essere pubblicato, ogni annuncio viene esaminato per verificarne la conformità alle norme pubblicitarie di Google. Quando vengono riscontrati problemi, si provvede a fornire all'inserzionista informazioni e consigli su come procedere per ottenere l'approvazione.

Approvazione degli annunci

STATO	CHE COSA SIGNIFICA
In corso di revisione	Il tuo annuncio è ancora in fase di revisione.
Idoneo	Il tuo annuncio è ancora in fase di revisione, ma può già essere pubblicato su determinate pagine.
Non approvato	C'è un problema nel tuo annuncio e al momento non può essere pubblicato.
Approvato (per adulti)	Il tuo annuncio è approvato, ma può essere pubblicato solo in determinati Paesi e siti in cui sono consentiti contenuti per adulti.
Approvato (non adatto ai minori)	Il tuo annuncio è stato approvato, ma può essere pubblicato solo in alcuni Paesi e siti in cui è consentito questo tipo di contenuti.
Approvato (limitato)	Il tuo annuncio è stato approvato, ma può essere pubblicato solo in alcuni Paesi e dispositivi in cui è consentito questo tipo di contenuti.

Stati del processo di approvazione

- Il primo costo da sostenere per utilizzare la piattaforma è rappresentato dalla quota di attivazione richiesta da Google per l'apertura dell'account.
- Per le aziende con sede in Italia, la quota di attivazione è di 5 euro.

Costi AdWords

Google offre tre modelli di determinazione del prezzo agli inserzionisti.

- **CPM - Costo per Mille Impression**

Ogni 1000 visualizzazioni dell'annuncio l'inserzionista paga un importo, indipendentemente dai click ricevuti. Questo modello può essere utilizzato solo per gli annunci pubblicati con targeting per posizionamento.

- **CPC - Costo per Click**

Per ogni click fatto su un annuncio l'inserzionista paga un importo. Questo modello è disponibile su tutte le tipologie di targeting ed è di fatto la modalità più utilizzata in AdWords.

- **CPA - Costo per Azione**

L'inserzionista paga un importo solo e soltanto quando i navigatori compiono un'azione prestabilita sul sito collegato alla campagna. Questo modello è stato recentemente introdotto da Google ed è disponibile dopo aver attivato il monitoraggio delle conversioni con almeno 100 conversioni registrate in 30 giorni.

Prezzo delle inserzioni

1. Con l'offerta basata su **CPM**, l'inserzionista paga in funzione del **numero di impressioni** (numero di visualizzazioni degli annunci) generate sulla Rete Display di Google.
 - **CPM è l'acronimo di "costo per mille" impressioni**, pertanto viene addebitata una somma ogni mille visualizzazioni del proprio annuncio. Le offerte CPM sono impostate per indicare a Google l'importo che si è disposti pagare per tale serie di impressioni.
 - Il **costo minimo** è di **20 centesimi di euro ogni mille impressioni**.
 - L'offerta basata su CPM è ideale per gli inserzionisti principalmente interessati alla **notorietà del brand**.
2. Per gli inserzionisti il cui obiettivo principale è la **vendita o il traffico sul sito** web, potrebbe essere più adatta l'offerta basata su CPC (pagamento per ogni **click sull'annuncio**).
 - S'imposta un'offerta con l'importo massimo che si è a pagare per ogni click a favore del proprio annuncio.
 - Il **costo minimo** è di **1 centesimo di euro per click**.

Modalità CPM e CPC



Sono i risultati che contano™

Quote account e opzioni di pagamento
 Le quote di attivazione account e le opzioni di pagamento variano in base alla valuta utilizzata e alla località in cui risulta il tuo indirizzo di fatturazione. Utilizza il modulo interattivo riportato di seguito per visualizzare le informazioni per te pertinenti.

Desidero pagare in:	Euro (EUR €) ▼
L'indirizzo di fatturazione è ubicato in:	Italia ▼
Selezione: Euro e Italia	
Costo per clic (CPC) minimo:	€0,01 ?
Costo per mille impressioni (CPM) minimo:	€0,20 ?
Forme di pagamento:	Pagamento posticipato (pagamenti automatici): American Express, MasterCard/Eurocard, Visa, Addebito diretto (solo conti bancari in Italia), e carte di addebito con logo MasterCard/Eurocard o Visa Pagamento anticipato (pagamenti manuali): American Express, MasterCard/Eurocard, Visa, Bonifico bancario, e carte di addebito con logo MasterCard/Eurocard o Visa Ulteriori informazioni su queste opzioni
Spesa minima: (solo per il pagamento anticipato)	€10,00

CPC e CPM

Esistono molte opzioni per effettuare i pagamenti per AdWords.

- **Pagamenti automatici (paghi dopo che i tuoi annunci sono stati pubblicati)**

L'addebito viene effettuato solo dopo che sono state maturate le spese pubblicitarie. I costi ti verranno addebitati in uno di questi due casi: o 30 giorni dopo l'ultimo pagamento o quando le spese raggiungono la soglia di fatturazione (ossia l'importo predefinito che attiva automaticamente una fattura).

- **Pagamenti manuali (paghi prima che i tuoi annunci vengano pubblicati)**

È la soluzione per chi preferisce avere un budget variabile per le spese. Con l'impostazione pagamenti manuali la pubblicazione degli annunci verrà interrotta nel momento in cui i fondi nell'account sono esauriti e non verrà ripristinata fintanto che non si sarà effettuato un altro pagamento.

- **Fatturazione mensile (paghi utilizzando una linea di credito)**

Questa impostazione di pagamento è utilizzata da grandi aziende e grandi inserzionisti.

Effettuare i pagamenti

- È sconsigliato l'uso di **parole chiave troppo generiche e poco filtrate** perché, favorendo l'accesso di persone non interessate genera un elevato **tasso di abbandono** del sito (le persone cliccano sull'annuncio per poi lasciare subito il sito perché l'offerta non è quella che aspettavano di trovare), e diminuisce il **quality score**.
- Se non vengono filtrate le richieste degli utenti, si paga del traffico inutile!

Creazione degli annunci

- Quando un annuncio viene visualizzato assume una posizione rispetto agli altri. Tale **posizione** non è determinata solo dalla componente economica della campagna: l'offerta massima rappresenta infatti solo un punto di partenza.
- Entra qui in gioco una delle componenti più importanti di AdWords: il **Punteggio di Qualità (Quality Score)**.

La posizione degli annunci

I criteri utilizzati da Google per determinare il **Punteggio di Qualità delle keyword (Quality Score)** sono diversi e in costante aggiornamento, a titolo esemplificativo se ne riportano alcuni:

- Storico delle Percentuali di click sull'annuncio in corrispondenza della parola chiave.
- Storico dell'account, misurato in base alle percentuali di click ricevuti da tutti gli annunci e tutte le parole chiave dell'account.
- Percentuale di click sui singoli indirizzi (URL) di destinazione degli annunci.
- Pertinenza e qualità della pagina di destinazione.
- Pertinenza della parola chiave rispetto agli annunci.
- Pertinenza della parola chiave e dell'annuncio corrispondente rispetto alla ricerca.
- Rendimento dell'account nella regione geografica in cui viene pubblicato l'annuncio.
- Velocità di visualizzazione della pagina di destinazione.
- Pertinenza delle altre pagine del sito web di destinazione.
- Altri fattori.

Quality score

arredamento bagno

Circa 19.200.000 risultati (0,14 secondi)

Annunci - Perché questi annunci?

Arredo bagno | IKEA.com
www.ikea.com/it/Bagno
 Progetta il tuo **Bagno** con IKEA e risparmi. Scopri tutte le offerte!
 Mobili per Bagno - Mobili per Lavabo - Accessori per Bagno

Arredamento Bagno | cerasa.it
www.cerasa.it/Arredamento-Bagno
Arredamento Bagno Dalle Linee Esclusive. Sfoglia il Catalogo!
 Soluzioni Bagno - Scarica il Catalogo - L'Arredatore Risponde, Gratis

Arredamento Bagno | kvstore.it
www.kvstore.it/Arredamento+Bagno
 Tutto per il **bagno**, design a prezzi incredibili! in 72 ore a casa tua
[Mostra prodotti di Kiamami Valentina relativi a arredamento bagno](#)

Annunci - Perché questi annunci?

Leroy Merlin Arredo Bagno
www.leroymerlin.it
 Per trasformare la tua casa in casa tua. Leroy Merlin, in caso di casa.

Bagni di Design -40%
www.mobilidesignoccasioni.com/Bagni
 I **Bagni** di Design più Prestigiosi con Sconto Minimo del 40%

Catalogo arredo bagno
www.bagnoshop.com
 Vendita **arredo** per il **bagno** acquista direttamente online

catalogo bagno
www.industrieceramiche.com
 scegli il tuo **bagno** entra visita la fiera

Bagni Arredo
www.sanitrit.it
 Rinnova il tuo **bagno** con una soluzione pratica ed economica!

Mobili da Bagno da 39€
www.e-arredobagno.it/Offerte-Mobili
 Sospesi, in Arte Povera e Decape
 Compra Mobili **Bagno**. SottoCosto

Arredo Bagno Design
www.bagnomarket.com

Immagini relative a **arredamento bagno** - Segnala immagini non appropriate



Arredamento Bagno - Piastrelle Ceramica Bagno - Rivestimenti ...
www.decoratoribassanesi.it/
 Decoratori Bassanesi è specializzata nella produzione di piastrelle in ceramica per l'**arredamento** del tuo **bagno**. Piastrelle in ceramica artistiche di qualità e ...

Arredo bagno arredamento mobili bagno produzione - CERASA
www.cerasa.it/
 CERASA - collezioni **arredo bagno** moderno e classico, design e produzione.

Posizionamento degli annunci

- Le aree **AdWords** (a pagamento) sono delimitate dal bordo color arancio. Vengono visualizzate in testa alle SERP e sul lato destro della pagina.
- L'area degli esiti di ricerca in base al posizionamento (che si ottiene con posizionamento **SEO**) è quella delimitata dal bordo verde.
- Non rientrare almeno nelle prime 3/5 pagine significa abbassare drasticamente le visite al proprio sito web e di conseguenza le vendite.

Posizionamento degli annunci

La creazione di una **campagna AdWords** è un'attività più complessa di quanto non possa apparire. Non esiste una formula o l'approccio giusto adatto a tutti, ogni segmento di settore merceologico ha utenti con:

- **approcci** diversi;
- **bisogni** diversi;
- **aspettative** diverse;
- **disponibilità** diverse.

Creare una campagna AdWords

marketing highlights

Per comprendere l'importanza del SEO e del SEM, come funzionano i motori di ricerca e in generale le opportunità offerte dal web marketing, puoi leggere o scaricare gratuitamente dal sito di astudio.it dei semplici ma interessanti documenti che aiutano a conoscere come funziona il mondo del web. Non perdere l'opportunità di esplorare questo "nuovo mondo", perché con il web e le sue dinamiche dovremo confrontarci in ambiti sempre più numerosi e in misura sempre maggiore...

Puoi scaricare gratuitamente i **marketing highlights** di astudio.it dall'omonima pagina del sito o richiederli per email.

 [Vai alla pagina](#)



The banner features the astudio.it logo at the top left, with 'marketing highlights' written below it. To the right is a large blue and white globe graphic. The text 'Search Engine Marketing (SEM)' is centered. Below that, there is an icon of a PDF document with a green arrow pointing down, followed by the text 'Download gratuito Marketing Highlights'. The entire banner has a subtle reflection effect at the bottom.

Per informazioni tecniche o commerciali visita il sito: www.astudio.it oppure scrivi a: adelia.piazza@astudio.it

Crediti