



# GOOGLE ADS

PREPARATO DA:  
ANDREA PIFERI

# INTRODUZIONE

Benvenuto nel mio e-book su Google Ads, la piattaforma pubblicitaria online di Google che ti permette di promuovere la tua attività su Internet. In questo e-book scoprirai cos'è Google Ads, a cosa serve e come funziona. Imparerai anche come creare la tua prima campagna, come scegliere le parole chiave più efficaci, come monitorare i risultati e come migliorare le tue performance. Se vuoi sfruttare al meglio le potenzialità di Google Ads per far crescere il tuo business, questo e-book è per te!



Google Ads è una piattaforma pubblicitaria online che ti permette di creare e mostrare annunci su Google e sulla sua rete di siti web, app e video. Con Google Ads puoi raggiungere potenziali clienti che cercano i tuoi prodotti o servizi, scegliere il tuo budget e pagare solo quando gli utenti cliccano sui tuoi annunci. Google Ads offre anche strumenti per analizzare i dati e ottimizzare le tue campagne in base ai tuoi obiettivi.



# INDICE

- Cos'è Google ADS
- Cosa serve Google ADS
- Come funziona Google ADS
  - Scegliere il tuo Obiettivo
  - Scegliere il Formato
  - Scegliere il Contenuto
  - Scegliere il Target
  - Scegliere il Budget
- Come creare la tua prima campagna pubblicitaria
- Le tue parole chiave
  - Come sceglierle
  - Come inserirle
- Come monitorare i risultati
- Come migliorare le prestazioni



# Cos'è Google ADS

Google ADS è una piattaforma di marketing online gestita da Google che permette agli inserzionisti di realizzare e pubblicare annunci su diversi mezzi, come la rete di ricerca, la rete display, YouTube, Google Shopping e le app.

Con Google ADS, gli inserzionisti hanno la possibilità di contattare potenziali clienti che stanno cercando i loro prodotti o servizi su Google e altre piattaforme.



# Cosa serve Google ADS

Google ADS serve a promuovere la tua attività online, mostrando i tuoi annunci a utenti interessati ai tuoi prodotti o servizi.

Google ADS è quindi uno strumento efficace e flessibile per far crescere il tuo business online e raggiungere i tuoi obiettivi di marketing.



# Come funziona Google ADS

- **Scegliere il tuo Obiettivo**

- Accedi al tuo account Google Ads e fai clic su Nuova campagna.
- Scegli il tipo di campagna che vuoi creare, ad esempio Rete di ricerca, Rete display, YouTube, Google Shopping o App.
- Scegli l'obiettivo che vuoi raggiungere con la tua campagna, ad esempio Aumentare le vendite, Generare lead o Incrementare la notorietà del brand. Se non hai un obiettivo specifico, puoi scegliere Crea una campagna senza obiettivo.



- Segui le istruzioni per impostare il nome, il budget, il target, le parole chiave, gli annunci e le estensioni della tua campagna.
- Fai clic su Salva e continua per attivare la tua campagna.
- L'obiettivo che scegli influisce sulle opzioni e le funzionalità disponibili per la tua campagna. Ad esempio, se scegli l'obiettivo Aumentare le vendite, potrai utilizzare le strategie di offerta automatica basate sulle conversioni, come Massimizza il valore di conversione o ROAS target.



- Se scegli l'obiettivo Incrementare la notorietà del brand, potrai utilizzare le strategie di offerta basate sulle impressioni, come Quota impressioni target.
- Se vuoi cambiare l'obiettivo di una campagna esistente, puoi farlo dalla pagina Impostazioni della campagna. Tuttavia, tieni presente che alcune modifiche potrebbero richiedere la revisione degli annunci o delle parole chiave.



## • Scegliere il formato

Per scegliere il formato, il contenuto e il target dei tuoi annunci con Google Ads, devi tenere conto del tipo di campagna che hai scelto e dell'obiettivo che vuoi raggiungere.

Esistono diversi formati di annunci disponibili, come testo, immagine, video, shopping, app e altro.

Ogni formato ha le sue specifiche, dimensioni e best practice.



- **Scegliere il Contenuto**

Il contenuto dei tuoi annunci deve essere chiaro, rilevante e persuasivo, in modo da attirare l'attenzione e l'interesse dei tuoi potenziali clienti.

Devi usare parole chiave, messaggi e call-to-action pertinenti al tuo prodotto o servizio, e seguire le norme editoriali di Google Ads.



- **Scegliere il Target**

Il target dei tuoi annunci è il pubblico che vuoi raggiungere con la tua pubblicità.

Puoi scegliere il target in base a vari criteri, come la posizione geografica, la lingua, il dispositivo, il comportamento, gli interessi, i dati demografici e altro.

Puoi anche creare liste di remarketing per mostrare i tuoi annunci a utenti che hanno già visitato il tuo sito web o usato la tua app.



- **Scegliere il Budget**

Il budget dei tuoi annunci è l'importo che sei disposto a spendere per la tua pubblicità.

Puoi impostare un budget giornaliero per ogni campagna e scegliere una strategia di offerta in base al tuo obiettivo, ad esempio clic, impressioni o conversioni.

Puoi anche monitorare e ottimizzare le performance delle tue campagne, grazie agli strumenti di analisi e di ottimizzazione forniti da Google Ads.



# Come creare la tua prima campagna pubblicitaria

Dopo aver configurato la tua campagna, devi seguire questi passaggi:

- Accedi al tuo account Google Ads o creane uno se non ne hai già uno.
- Nel menu a sinistra, fai clic su Campagne.
- Fai clic sul pulsante Più e poi seleziona Nuova campagna.
- Seleziona l'obiettivo pubblicitario per la tua campagna, come Acquisti, Modulo per i lead, Telefonata, ecc.
- Scegli il tipo di campagna che vuoi creare, tra Rete di Ricerca, Rete Display, Shopping, Video o Performance Max.



- Imposta le opzioni della campagna, come il nome, la località, la lingua, il budget, le offerte, il pubblico, le parole chiave, gli annunci e gli asset.
- Conferma i dati di pagamento e invia la tua campagna per la revisione e la pubblicazione.

Puoi trovare una guida dettagliata su come creare una campagna Google Ads [qui](#).

Se hai bisogno di ulteriori consigli o assistenza, puoi contattare un esperto di Google Ads .

[www.pifferistore.it](http://www.pifferistore.it)



# Le tue parole chiave

Le parole chiave sono le parole o le frasi che descrivono il tuo prodotto o servizio e che aiutano Google Ads a mostrare i tuoi annunci alle persone interessate.

- **Come sceglierle**

Per scegliere le tue parole chiave, devi seguire questi consigli:

- Usa lo **Strumento di pianificazione** delle parole chiave di Google Ads per trovare idee di parole chiave pertinenti, stimare il traffico e il costo potenziale e creare un piano di parole chiave per la tua campagna.



- Scegli **parole chiave specifiche** e rilevanti per il tuo obiettivo pubblicitario, evitando termini troppo generici o vaghi che potrebbero attirare clic non qualificati.
- Scegli un **tipo di corrispondenza** per le tue parole chiave, tra corrispondenza generica, corrispondenza a frase, corrispondenza esatta o corrispondenza inversa. Il tipo di corrispondenza determina quanto le tue parole chiave devono essere simili alle ricerche degli utenti per attivare i tuoi annunci.



- Aggiungi **parole chiave negative** per escludere le ricerche che non sono pertinenti per la tua attività o che potrebbero generare clic indesiderati.
- **Monitora e ottimizza** le tue parole chiave regolarmente, analizzando le prestazioni, il punteggio di qualità, il costo per clic e il ritorno sull'investimento.



## • Come inserirle

Per inserire le tue parole chiave nella tua campagna, devi seguire questi passaggi:

- Accedi al tuo **account** Google Ads o **creane** uno se non ne hai già uno.
- Nel menu a sinistra, fai clic su **Parole chiave**.
- Fai clic sul **pulsante Più** e poi seleziona **Aggiungi parole chiave**.
- Seleziona **il gruppo** di annunci a cui vuoi aggiungere le parole chiave.



- **Inserisci o incolla** le parole chiave, una per riga. Puoi scegliere un tipo di corrispondenza per ogni parola chiave aggiungendola in uno dei seguenti formati. Per la corrispondenza generica, usa solo la parola chiave. Per la corrispondenza a frase, usa le virgolette, ad esempio "parola chiave". Per la corrispondenza esatta, usa le parentesi quadre, ad esempio [parola chiave]. Per la corrispondenza inversa, usa il segno meno, ad esempio -parola chiave.
- Fai clic su **Salva**.



# Come monitorare i risultati

Per monitorare i risultati della tua campagna Google Ads, puoi usare i seguenti strumenti e metodi:

- **Report e statistiche:** puoi visualizzare il rendimento degli annunci e delle parole chiave nella tua pagina Campagne, dove trovi dati come clic, impressioni, costo, conversioni e punteggio di qualità. Puoi anche creare report personalizzati per analizzare le metriche che ti interessano di più.



- **Conversioni:** puoi misurare le azioni che gli utenti compiono dopo aver cliccato sui tuoi annunci, come acquisti, iscrizioni, telefonate o download. Puoi configurare il monitoraggio delle conversioni usando il codice di Google Ads, Google Analytics o altri strumenti.
- **Google Analytics:** puoi collegare il tuo account Google Ads a Google Analytics per avere una visione più completa del comportamento degli utenti sul tuo sito web, come il tempo trascorso, le pagine visitate, il tasso di rimbalzo e il percorso di acquisto.



- **Attribuzione:** puoi usare i modelli di attribuzione per assegnare un valore alle interazioni che precedono una conversione, come le ricerche, i clic e le impressioni. Puoi scegliere tra diversi modelli, come l'ultimo clic, il primo clic, lineare, basato sulla posizione o basato sui dati.



# Come migliorare le prestazioni

Per migliorare le prestazioni con Google Ads, devi tenere conto di diversi fattori, come:

- **La località dei tuoi utenti:** puoi analizzare i dati per capire quali città o aree geografiche hanno un rendimento migliore e ottimizzare le tue offerte e i tuoi annunci in base a questo.
- **Il dispositivo usato dai tuoi utenti:** puoi verificare come si comportano i tuoi utenti su diversi dispositivi, come desktop, mobile o tablet, e adattare la tua strategia in funzione di questo.



- **Il posizionamento dei tuoi annunci:** puoi scegliere se mostrare i tuoi annunci sulla rete di ricerca, sulla rete display o su entrambe. La rete di ricerca è più adatta per raggiungere utenti che hanno una domanda o un bisogno specifico, mentre la rete display è più indicata per aumentare la notorietà e l'interesse per il tuo brand.
- **Il pubblico a cui ti rivolgi:** puoi definire il tuo pubblico in base a vari criteri, come demografia, interessi, comportamenti, intenzioni, ecc. Puoi anche creare liste di remarketing per raggiungere utenti che hanno già interagito con il tuo sito o con i tuoi annunci.



- **Le keyword che usi:** puoi scegliere le parole chiave più rilevanti per il tuo business e il tuo obiettivo, e impostare il tipo di corrispondenza più adatto. Puoi anche aggiungere keyword negative per escludere le ricerche che non sono pertinenti o che non portano a conversioni.

Questi sono solo alcuni dei fattori che puoi ottimizzare per migliorare le tue prestazioni con Google Ads.



Ti consiglio di consultare le seguenti risorse per approfondire il tema

- Migliorare le prestazioni su Google ADS
- Google ADS Guida 2024 migliori strategie
- Informazioni punteggio di ottimizzazione
- Migliorare la quota impressioni

Oppure consulta un professionista che ti possa aiutare col suo lavoro a migliorare le prestazioni del tuo sito web

[www.pifferistore.it](http://www.pifferistore.it)



# GRAZIE MILLE

Spero ora di aver fatto chiarezza su cosa serve al Budget ed i vantaggi che porta una campagna Marketing con Google ADS

Non esitare a contattarmi per migliorare la tua visibilità sul web

+39 333 38 83 156 [tecsvil.soft@libero.it](mailto:tecsvil.soft@libero.it)

