Attribuzione nel B2B

annunci, fiere e ordini nella stessa storia

Ultimo clic, data-driven e CRM raccontano parti diverse del percorso

1 Un ordine, quattro passaggi: a chi il merito?

Fiera incontro con il fornitore → **Guida** trovata su Google → **Newsletter** ricevuta e letta → **Annuncio** sul nome del fornitore

↓

Preventivo, trattativa, ordine da 100.000 €

Ultimo clic in Google Ads

nessuna quota	nessuna quota	nessuna quota	100%

100.000 € × 100% = 100.000 € attribuiti alla pubblicità

Data-driven

fuori dai percorsi di Google	credito fra le interazioni ammesse: le quote dipendono dai dati dell'account

CRM

✓ **fiera e annuncio restano entrambi: un solo ordine**

Due aspetti della stessa vendita
il report pubblicitario e il commerciale non si contraddicono

2 I modelli che trovi oggi

Google Ads	GA4
Ultimo clic tutto all'ultima interazione pubblicitaria prevista	**Data-driven** modellazione dei percorsi disponibili
Data-driven credito ripartito con i dati di quella conversione	**Ultimo clic a pagamento e organici** le visite dirette solo nei percorsi tutti diretti
	Ultimo clic Google a pagamento prima l'ultima interazione Google Ads ammessa

✗ **Ritirati nel 2023 da Google Ads e GA4:**
primo clic, lineare, decadimento temporale, basato sulla posizione

Il confronto fra ultimo clic e data-driven resta
per leggerlo non serve cambiare il modello delle conversioni

3 Nel CRM, tre fonti in campi separati

Prima fonte osservata	Ultima fonte	Fonte dichiarata
il primo ingresso registrato, con data e canale **non sovrascriverla**	prima della richiesta o dell'apertura della trattativa **una visita dopo la vendita non la riscrive**	«Dove ci avete conosciuto la prima volta?» **con data, persona e parole usate**

Accanto, le attività commerciali con data e autore

Fiera · Visita · Telefonata · Agente · Segnalazione

✓ **Un identificativo unico per ordine: niente doppi conteggi**

Il credito non dimostra le vendite mancate
per l'effetto di un investimento servono prove confrontabili

Fonti: guide di Google Ads e GA4; Homburg e Tischer, 2023. Ordine d'esempio

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Attribuzione nel B2B: come collegare annunci, fiere e ordini
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/attribuzione-nel-b2b-perche-lultimo-clic-non-racconta/