Campagne Google Ads

impostazioni per richieste qualificate

Ricerche, conversioni e costi seguiti fino al commerciale

1 Tre corrispondenze, tre aperture diverse

Esempio costruito: un terzista promuove la rettifica di alberi

Esatta [rettifica alberi industriali]

ricerche con lo stesso significato o intento

es. «rettifica di alberi industriali»

A frase "rettifica alberi industriali"

ricerche che ne includono il significato, anche più specifiche

es. «rettifica alberi industriali grandi dimensioni»

Generica rettifica alberi industriali

ricerche correlate, anche più ampie

es. «lavorazioni di precisione per alberi meccanici»

Budget piccolo, nicchia stretta, pochi dati?
parti dalla esatta e da controlli manuali frequenti

2 Quale passaggio deve guidare le offerte

Download, clic sull'email
azioni di interesse: tienile distinte

↓

Modulo ricevuto
misuralo per sapere quanti contatti arrivano

↓

Richiesta accettata dal commerciale ✓
in molte situazioni il segnale adatto, con criteri condivisi

↓

Opportunità concreta
stadio che conserva un significato commerciale

↓

Ordine
raro e tardivo: misura la convenienza economica

Riporta a Google l'esito valutato dal commerciale
importazione delle conversioni offline, con un responsabile:

integrazione automatica | file | procedura manuale

Un'importazione riuscita non dimostra l'attribuzione
prima di cambiare le campagne verifica che gli esiti siano arrivati

3 A ogni passaggio i contatti calano, il costo sale

Numeri d'esempio: 1.000 euro di sola pubblicità



Quota di richieste accettate: 5 ÷ 20 × 100 = 25%
mancano ordini, margine e altri costi: non è la redditività

Il costo per contatto può sembrare conveniente
anche quando poche richieste vengono accettate

Fonte: guide ufficiali Google Ads; esempi dell'articolo

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Campagne Google Ads: impostazioni e controlli per richieste qualificate
https://www.klc.it/blog/campagne/checklist-google-ads-b2b-query-e-lead-qualificati/