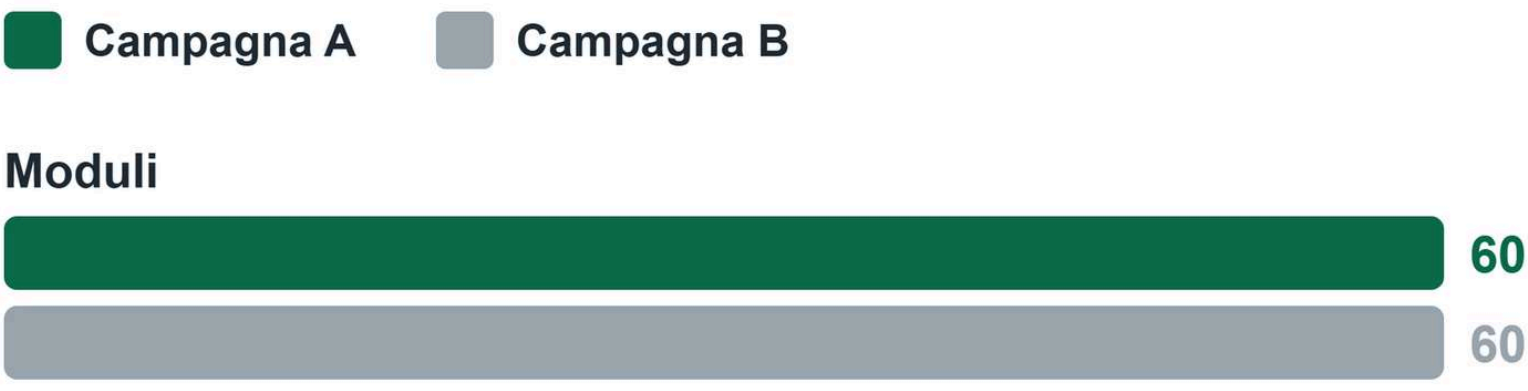
Conversioni offline in Google Ads

dal modulo all'esito commerciale

Che cosa mostrano gli esiti, come non perdere il clic, quali tempi

1 Stessi moduli, esiti commerciali diversi

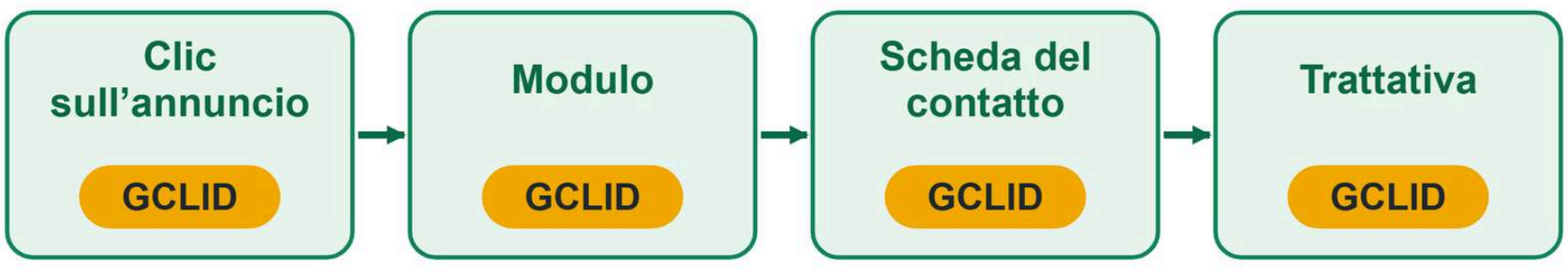


Numeri costruiti per l'esempio, contatti di uno stesso mese: non è un caso cliente

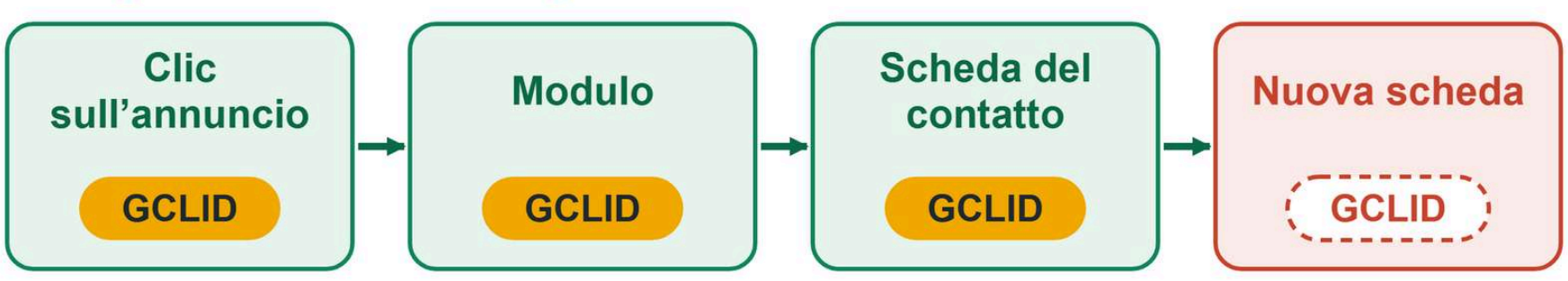
Mancano spesa, valore e ripartizione dei 2 ordini
non basta per dire quale campagna renda di più

2 Il codice del clic deve arrivare alla trattativa

Il percorso che conserva il collegamento



Esempio: il distributore copia la richiesta in una nuova scheda

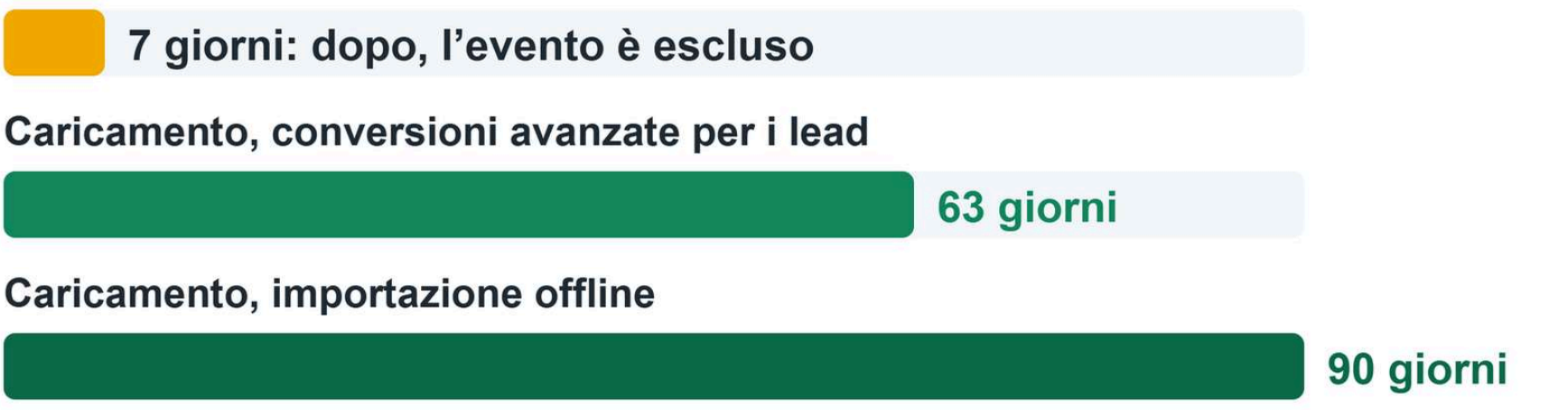


l'esito perde il collegamento

Conversioni avanzate per i lead
email o telefono offrono un'altra possibilità di abbinamento, senza garantire il collegamento di ogni evento

Trasferisci il codice o mantieni la relazione fra le schede
senza chiedere al commerciale di ricostruire il clic a mano

3 Dal clic: due scadenze che non si sommano



I giorni di caricamento contano dall'ultimo clic associato

Orientamento di Google per scegliere l'azione che guida le offerte

15	7 giorni	ogni giorno
conversioni in 30 giorni per la singola azione	idealmente, dall'annuncio all'esito	invii idealmente quotidiani

Un caricamento accettato non è ancora attribuito
elaborazione in genere sotto le 12 ore, fino a 72 con GBRAID e WBRAID

Fonti: Google Ads Help e Google for Developers; campagne A e B costruite

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Conversioni offline Google Ads: come collegare richieste, trattative e clienti
https://www.klc.it/blog/campagne/conversioni-offline-google-ads-vs-conversioni-web/