Payback period del marketing B2B

quando rientra la spesa

Il laboratorio di analisi delle acque, l'esempio dell'articolo

1 Il gruppo del test: quattro richieste, una firma

12.000 €
vendite e marketing al mese 0, compreso il lavoro sui contatti persi

→

richiesta 1	richiesta 2	richiesta 3	richiesta 4
✗	✗	✗	✓
persa	persa	persa	**firma** fine mese 9

Che cosa conta Google Ads dopo l'ultimo clic, al mese 0



Finestra dopo il clic: 30 giorni predefiniti per Ricerca e Display, fino a 90.
Esiti offline caricati oltre 90 giorni dall'ultimo clic: esclusi.

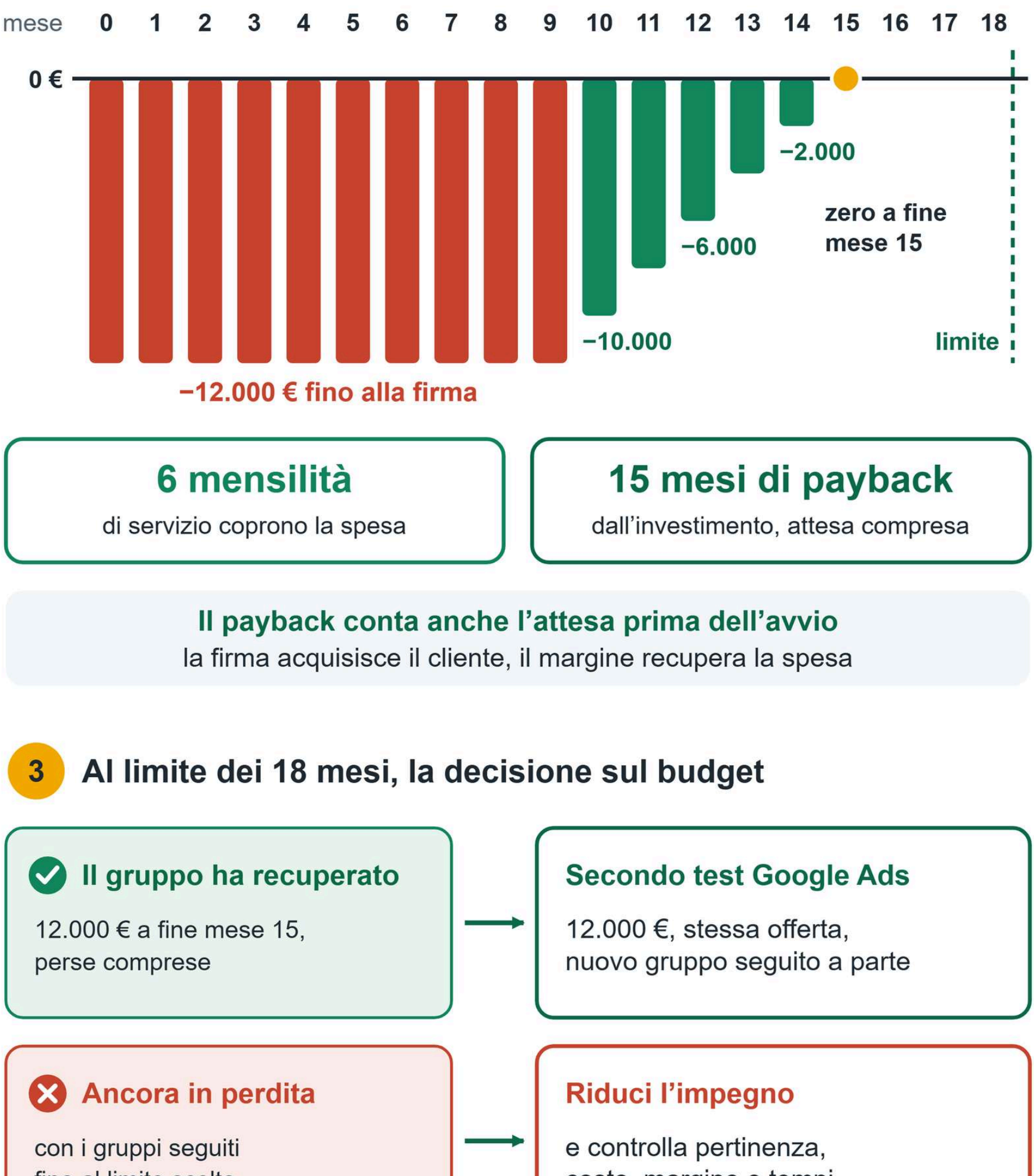
Google Ads non conta la firma, il CRM sì
origine, campagna e identificativi restano legati a ogni contatto

2 Il saldo del gruppo, mese per mese

fine mese 9
la firma del contratto

+2.000 €
di margine per mensilità dal mese 10

18 mesi
il limite scelto prima del test



6 mensilità
di servizio coprono la spesa

15 mesi di payback
dall'investimento, attesa compresa

Il payback conta anche l'attesa prima dell'avvio
la firma acquisisce il cliente, il margine recupera la spesa

3 Al limite dei 18 mesi, la decisione sul budget

Il gruppo ha recuperato
12.000 € a fine mese 15, perse comprese

→ **Secondo test Google Ads**
12.000 €, stessa offerta, nuovo gruppo seguito a parte

Ancora in perdita
con i gruppi seguiti fino al limite scelto

→ **Riduci l'impegno**
e controlla pertinenza, costo, margine e tempi

L'importo del secondo test resta uguale
un solo gruppo non prova il recupero con volumi maggiori

Fonte: esempio didattico dell'articolo; finestre di conversione dalla Guida di Google Ads

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Payback period del marketing B2B: quando rientra la spesa
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/payback-period-del-marketing-in-quanto-tempo-deve/