

Stefano Calicchio

Il manuale di Google Adwords

*La guida definitiva al più immediato ed
efficace programma Pay Per Click del mondo*

www.marketingeditoriale.com

Tutti i diritti riservati.

Ogni violazione sarà perseguita ai termini di legge.

<http://stores.lulu.com/calmail>

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanicals, photocopyng, recording, scanning, or otherwise, except as permitted by the law of UE and USA.

Stefano Calicchio potrà concedere a pagamento l'autorizzazione a riprodurre una porzione non superiore a un quindicesimo del presente volume. Le richieste vanno inoltrate ali seguenti indirizzo e-mail:

calmail@hotmail.it

Informazioni sul copyright

Autore: Stefano Calicchio

Titolo: Il Manuale di Google Adwords – La guida definitiva al più immediato ed efficace programma Pay Per Click del mondo.

Copyright: 2009 © Licenza Standard – Tutti i diritti sull'opera sono riservati

Paese: Italia

Edizione: Prima – Luglio 2009

Indice dei contenuti

Introduzione.....	6
Google Adwords, questo sconosciuto	9
I vantaggi di Google Adwords	12
Adwords e Search Engine Marketing	15
Investire in Adwords.....	17
Aprire un account in Adwords	21
Fornire i dati di fatturazione	23
Una panoramica generale di Adwords	25
Il CTR: il pilastro del sistema	27
I circuiti di Adwords.....	33
La versione per principianti di Adwords	39
Creare una campagna in Adwords	43
Modificare una campagna attiva.....	49
Impostazioni demografiche avanzate	51
Preferenze di posizione e distribuzione.....	55
La pianificazione temporale della campagna	60
Scegliere le Keywords.....	64

Parole chiave a corrispondenza generica	67
Parole chiave con corrispondenza a frase	69
Parole chiave con corrispondenza esatta	71
Parole chiave con corrispondenza inversa	73
Schema esemplificativo delle opzioni di corrispondenza	76
Il segreto della lista perfetta	78
Lo strumento per le parole chiave	80
Altri strumenti offerti da Google	85
Effettuare modifiche sulle parole chiave	88
Strategie di Keyword Marketing	91
Keyword e ricerche di mercato	93
Scrivere annunci di testo che funzionano	102
Il segreto per ridurre drasticamente il CPC	105
La creazione di annunci illustrati	110
La creazione di annunci video	112
La creazione di annunci locali	115
Schema riassuntivo degli annunci Adwords	118
La posizione perfetta per i vostri annunci	120
Il punteggio di qualità di Google	122

Creare rapporti sulle campagne	124
La magia delle landing page	128
Strategie di Web Analytics.....	131
Il software gestionale che non può mancare:	
Adwords Editor	133
Conclusioni.....	136
A proposito dell'autore	138

Introduzione

Google Adwords è lo strumento pubblicitario che qualsiasi esperto di marketing ha sempre sognato.

Sia che siate totalmente alle prime armi o che abbiate già fatto delle campagne di prova in pay per click, la cosa da sapere è che questo modello pubblicitario cambierà completamente il vostro modo di fare business e di guadagnare con il web, non nel prossimo anno ma già nei prossimi giorni.

Se si conoscono le giuste strategie, Adwords è l'unico strumento al mondo che consente in meno di dieci minuti di essere posizionati con i propri annunci pubblicitari in cima ai motori di ricerca, e di ricevere i primi contatti da clienti altamente interessati a quello che fate.

Ricevere visite di clienti interessati significa innalzare drasticamente le conversioni di vendita della vostra attività.

L'idea che ne sta alla base è quindi molto semplice: settare il vostro account di adwords in modo che vi porti clienti altamente interessati, ed ottenere allo stesso tempo che i vostri utili netti risultino notevolmente maggiori rispetto all'investimento utilizzato.

Non si tratta di magia o di un'arte particolarmente complessa, ma più semplicemente di sapere come applicare ed utilizzare un sistema tanto preciso ed efficace quanto un laser.

Come in qualsiasi campo, anche in adwords la vera differenza la fa l'esperienza che siete in grado di mettere in gioco: per questo motivo vi prometto che questo manuale sarà altrettanto efficace che i corsi o le guide che scaricate dal web pagando centinaia di euro.

Molte delle informazioni che trovate in questa guida sono frutto di anni di applicazione ed esperienza, e se dovessero essere vendute per il loro reale valore di mercato (e senza lo spirito di condivisione e cooperazione collettiva che anima le mie guide) semplicemente non avrebbe prezzo.

In questo manuale imparerete facilmente come preparare, costruire e rendere attiva le vostre campagne in PPC, in modo che possiate sentirvi fiduciosi nelle vostre capacità e nel raggiungimento dei vostri obiettivi.

Non resta quindi che tuffarci senza esitazioni nel proficuo e promettente mondo di Google Adwords, per apprendere velocemente le strategie che funzionano davvero, ottenendo risultati tangibili e concreti.

Google Adwords, questo sconosciuto

Se avete comprato una guida su Google Adwords, probabilmente avrete già sentito parlare di questo straordinario strumento promozionale.

Adwords rientra tra i mezzi promozionali generalmente definiti come Pay Per Click: significa semplicemente che ogni inserzionista paga un costo (in questo caso a Google) non tanto per l'esposizione di un annuncio ma piuttosto per ogni visita che riceve.

Anche se può sembrare oggi un'idea scontata o banale, questo semplice meccanismo ha rivoluzionato in modo molto profondo il mercato della pubblicità online, in precedenza basato esclusivamente sui banner ad impression (il cui costo dipendeva dal numero di visualizzazioni all'interno di un determinato arco temporale).

Attraverso le campagne di PPC di Adwords è

quindi possibile acquistare una lista di parole chiave per le quali verrà visualizzato il vostro annuncio pubblicitario. In questo modo, potrete acquisire maggiori possibilità per aumentare le vendite, e lo potrete fare in modo molto efficiente e veloce.

Scegliere proprio Google Adwords non è un passo casuale: Google è il motore di ricerca per antonomasia sul web. Nei paesi anglosassoni il verbo *googlare* è diventato sinonimo di cercare qualcosa in internet; non sorprende quindi che Adwords sia il principale oggetto del desiderio di qualunque inserzionista.

Adwords è universalmente riconosciuto come la forma di pubblicità digitale più efficace attualmente disponibile a chi desidera ottenere visibilità. Questo spiega perché le persone che scoprono i vostri prodotti tramite Adwords presentino già un interesse naturale verso la vostra attività.

Si tratta di un passo epocale verso una tipologia di pubblicità non intrusiva, che si rende davvero utile per il cliente potenziale perché rivolta a soddisfare un bisogno già manifestato piuttosto che a generare la propensione all'acquisto partendo da zero laddove non è necessaria.

I vantaggi di Google Adwords

Abbiamo visto che cos'è Google Adwords. Ma se vogliamo davvero capire l'enorme e fulmineo successo del programma pubblicitario di Adwords dobbiamo scoprirne i reali vantaggi rispetto alle tradizionali forme di advertising.

Nel paragrafo precedente è stato evidenziato come a differenza delle campagne pubblicitarie dei media tradizionali (come giornali, radio o televisione) Adwords permette di rivolgersi a chi ha già dimostrato un concreto interesse verso la nostra attività.

Ma i vantaggi di Adwords non si fermano certo qui! Se avete ancora bisogno di forti motivazioni per iniziare oggi ad utilizzare questo straordinario strumento, ecco alcuni dei privilegi di cui dispone un inserzionista che ha aderito al programma pubblicitario di Google.

Con Adwords è possibile:

- sfruttare al meglio i propri budget pubblicitari, massimizzando i risultati.
- Ottenere visibilità anche se si dispone di un budget estremamente ridotto e limitato, che altrimenti non permetterebbe alcuna forma di promozione.
- Modificare o fermare la campagna pubblicitario in corso, in tempo reale.
- Cominciare ad ottenere visibilità anche solo dopo pochi minuti dall'apertura dell'account.
- Avere dei report completi sull'andamento della campagna promozionale, con informazioni precise sui visitatori che hanno acquistato un prodotto.
- Assenza di fissi mensili o settimanali per la scelta del vostro budget pubblicitario.
- Acquisire clienti in modo facile, veloce ed economico.
- Possibilità di pagare solo per i risultati

(misurati in clic) realmente ottenuti.

- Giocare ad armi pari contro i grandi colossi aziendali, sfruttando il principio della *democraticità* che vige nel web.

Sia che tu abbia un business off-line che on-line, se non stai già utilizzando al meglio Adwords stai perdendo una grossa opportunità di generare interesse ed acquisire clienti.

Scarica la versione completa

del manuale su

www.calmail.it