

PBS - Primo Bonacina Services per *AdWords*

Come fare pubblicità online ***in totale outsourcing e con risultati garantiti!***

Aggiornato: 23 maggio 2018



Google
AdWords

Agenda

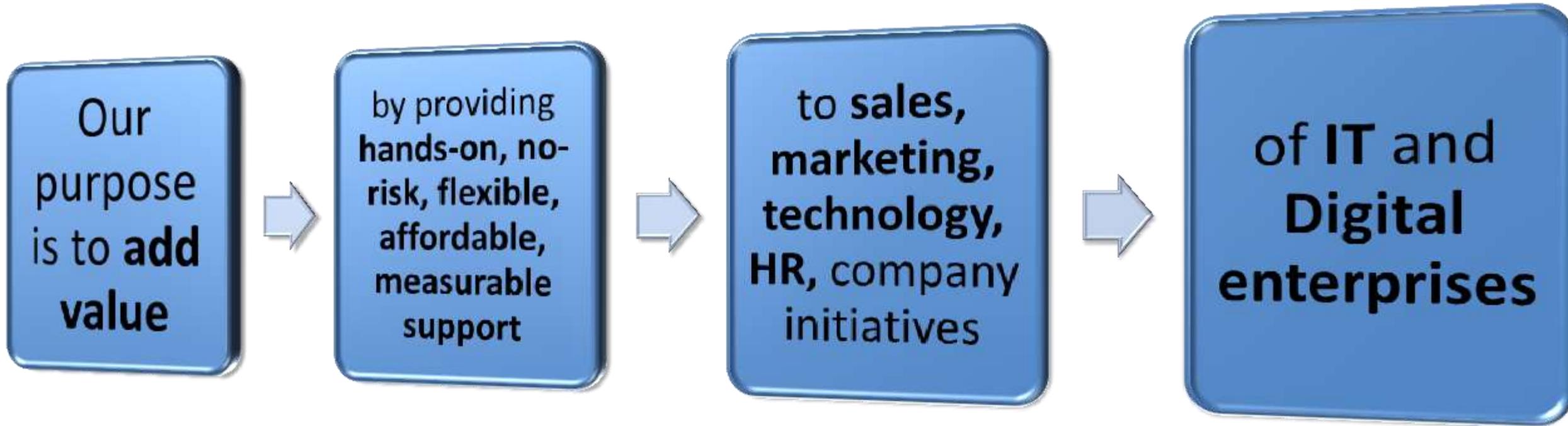
- PBS in breve
- Cosa è Google AdWords
- Il progetto PBS per AdWords
- Appendice: alcuni esempi



Primo Bonacina: IT e Digital dal 1984



PBS nasce nel 2014



Il portafoglio servizi: 7 aree tutte digitali (www.primobonacina.com/services)



Business Summary

2014

Founded

100%

Digital Consultancy

70

Events (keynote, chairman, promoter)

500

Total Transactions

€254k

2017 revenue

€750k

Revenue since foundation

1.2M

WWW site ranking (top 0.1%)

120

Customers

12

Countries of business

15

Managed companies (Social Media)

128

Recruited People (Social marketing)

15

Managed brands/customers (AdWords)

Cosa è Google AdWords



Google AdWords

- E' la **piattaforma pubblicitaria di Google** che permette di promuovere siti e pagine web direttamente nella pagina dei risultati di ricerca e nei siti partner di Google
- Google è la **pagina internet più visitata del mondo**
 - In Italia **più del 90%** delle persone cominciano a usare Internet partendo da Google

Fare pubblicità su Google è come mettere un annuncio su un giornale letto da tutte le persone, arrivando solo alle persone interessate al tuo business



Google Search

RETE DI RICERCA



COME FUNZIONA LA RETE RICERCA?

Gli utenti che utilizzano il motore di ricerca Google cercano risposte ai loro bisogni e interessi. Inseriscono una parola (query) o una intera frase con l'obiettivo di trovare pagine web pertinenti alla loro ricerca. La pubblicità verrà dunque, visualizzata solo da utenti potenzialmente interessati.



Google Search: le estensioni dell'annuncio

RETE DI RICERCA - ESTENSIONI ANNUNCIO

Una funzione che consente di visualizzare ulteriori informazioni sull'attività commerciale nell'annuncio, ad esempio indirizzo, numero di telefono, valutazione negozio o link ad altre pagine web.

ACME Electronics

www.acme.com/

Shop ACME Electronics for laptops, smartphones, video games and more!

Free shipping · 24-7 customer service · Price matching

"2014 Online Electronics Store of the Year" – Electronics Weekly

Daily Deals - Laptops - Smartphones - Gift Cards

CALL OUT



CHIAMATA

Nike.com - Nike Official Store

www.nike.com/

4.4 rating for nike.com

Shop for Nike Shoes and Gear. Free Shipping over \$75.

Nike has 3,353,248 followers on Google+

Nike New Releases

Shop our Latest Shoes, Gear & Clothing. Available Now at Nike.

Custom Nike Shoes

Create your Customized Footwear. For Performance, Fit and Style.

Gifts They'll Love

Shop Nike.com and Find the Perfect Gift for Your Athlete.

Nike Roshe Run

Find the Latest Roshe Run Styles at Nike.com. Shop the Collection Now.

SITELINKS

ALTRE TIPOLOGIE DI ESTENSIONE:

Recensioni, Località, App.

Google Display

A screenshot of a weather website. At the top, there is a navigation bar with links like Home, Previsioni, Situazione, Video, News, Viabilità, Venti e Mari, News, Mappe, Mobile, Community, Business, and Contatti. Below the navigation bar is a large banner advertisement for Webank.it. Underneath the banner is a news section with a headline: "AVVISO: maltempo freddo da Martedì a Venerdì". To the right of the news section is a promotional advertisement for "PVC ADESIVI IN PROMOZIONE" with images of adhesive products and prices.

Ampia varietà di formati di annunci per coinvolgere utenti:
annunci di testo, annunci illustrati,
annunci video ...

A screenshot of a website for "Data Manager Online". The main content is a large advertisement for "Try it free" with a blue button and a right-pointing arrow. Below the advertisement is a navigation bar with links like NEWS, EVENTI, WHITE PAPERS, RIVISTA DATA MANAGER, IT TOP 100, #WORLDWIDE, NEWSLETTER, PUBBLICITÀ E SERVIZI, and CANALE ICT. The main content area features a headline "Infinitat, innovare nello storage" and a large image of a server room. On the right side, there is a sidebar with social media icons and a search bar.

Perché Google Display

- ✓ Utile per accrescere la consapevolezza degli utenti nel brand e nel prodotto
- ✓ Utile per **prodotti poco conosciuti o poco ricercati** su motore di ricerca
- ✓ Gli utenti trascorrono il 79% del loro tempo online a fruire di contenuti e solo il 21% facendo ricerche attivamente
- ✓ Utile per raggiungere un **vasto pubblico in poco tempo**

Google Remarketing

- Il remarketing consente di **mostrare gli annunci agli utenti che hanno visitato il tuo sito web o utilizzato la tua app**
- I visitatori o gli utenti precedenti **vedono gli annunci mentre navigano nei siti web** che fanno parte della Rete Display di Google **o quando cercano su Google termini correlati ai prodotti o servizi oggetto della campagna**



Per attivare la campagna Google Remarketing è necessario inserire il tag di remarketing al sito web o all'app

Perchè Google Remarketing

Gli utenti che hanno visitato il sito o l'app vengono intercettati quando:

- ✓ **lasciano il sito web senza fare acquisti:** grazie al remarketing è possibile mettersi nuovamente in contatto con loro, mostrando annunci pertinenti sui vari dispositivi che utilizzano.
- ✓ **sono propensi all'acquisto:** si riesce a raggiungere gli utenti mentre eseguono ricerche, visitano altri siti web e utilizzano altre app per dispositivi mobili.

I vantaggi:

- ✓ **pubblicità più mirata:** è possibile far apparire annunci mirati agli utenti che hanno aggiunto un articolo al carrello degli acquisti ma non hanno completato transazione
- ✓ **copertura su larga scala:** raggiungere gli utenti sui loro dispositivi mentre navigano su oltre 2 milioni di siti web e app per dispositivi mobili
- ✓ **ottenere informazioni più precise sui clienti e prospect**
- ✓ **mostra gli annunci ai visitatori precedenti che cercano attivamente la tua attività in Ricerca Google.**



Google Shopping

Gli annunci Shopping permettono agli acquirenti **di trovare i prodotti su Google in modo semplice e rapido** per **attrarre più acquirenti potenziali** mentre sono alla ricerca di articoli da acquistare su Google



*Gli annunci Shopping mostrano agli utenti una **foto del prodotto** con il **titolo**, il **prezzo**, il **nome del negozio** ...*

Perchè Google Shopping

- ✓ **aumentare il traffico sul sito web o presso il negozio locale**
- ✓ **trovare lead più qualificati:** gli annunci forniscono all'utente molte informazioni già prima del clic
- ✓ **presenza più ampia:** pubblicazione di più annunci Shopping, ma anche di un annuncio Shopping e un annuncio di testo contemporaneamente, se pertinenti.
- ✓ **rapporti e dati efficaci:** rendimento dei singoli prodotti e dei prodotti rispetto alla concorrenza



Tutti i dati del negozio, dei prodotti e le relative informazioni vengono caricate sulla piattaforma Merchant Center.

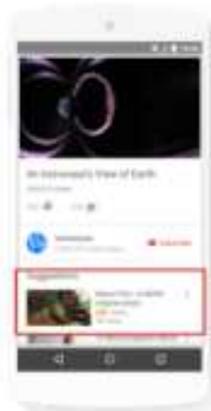
Google AdWords per i video

Le campagne video consentono di **mostrare annunci video indipendenti** o di **inserirli nei contenuti video in streaming** su YouTube e sulla Rete Display di Google.

Le campagne video su Adwords sono in grado di **mostrare annunci video display nei risultati di ricerca su Youtube** o **prima, durante e dopo i video su di esso** e sul Network di Google Display.



Ignorabili



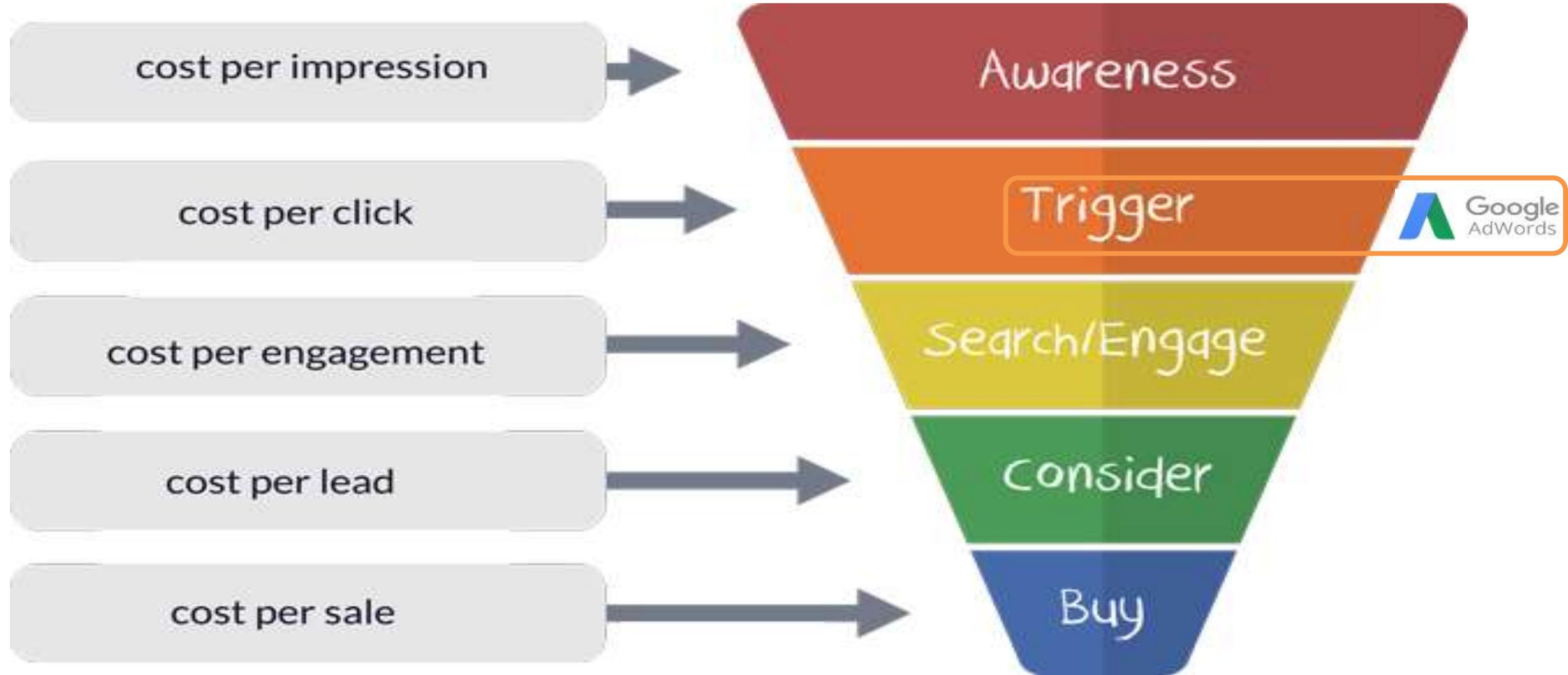
Cliccabili



Forzati

Il contenuto degli annunci video deve essere ospitato su YouTube, ma gli annunci video possono essere visualizzati sia su YouTube sia su app e siti partner video della Rete Display, su tablet e dispositivi mobili.

Google AdWords è «Pay per Click»



Il punteggio di qualità di un annuncio AdWords



Le aste AdWords: offerta (€) x qualità = posizionamento

- L'asta viene utilizzata per selezionare gli annunci da pubblicare sulle pagine
- Gli inserzionisti indicano il prezzo massimo che sono disposti a pagare per i clic sugli annunci
- L'asta determina il posizionamento degli annunci in base alle *offerte* e al *punteggio di qualità* associati agli annunci



La dashboard di AdWords è davvero potente ma altrettanto complessa

The screenshot displays the Google AdWords interface. At the top, the navigation bar includes 'Home', 'Campaigns', 'Opportunities', 'Reports', and 'Tools'. The left sidebar contains navigation options like 'All campaigns', 'All drafts', 'All experiments', 'Shared library', 'Bulk operations', 'Reports', and 'Labels'. The main content area shows 'All campaigns' with a search bar and a date range of 'Last week (Mon - Sun): Mar 21, 2016 - Mar 27, 2016'. Below this are tabs for 'Campaigns', 'Ad groups', 'Product groups', 'Settings', 'Ads', 'Videos', 'Keywords', 'Audiences', 'Ad extensions', 'Video targeting', 'Auto targets', 'Dimensions', and 'Display Network'. The 'Keywords' tab is active, showing a line chart for 'Avg. CPC' (blue line) and 'Cost' (orange line) over time. The chart shows a peak in late March and a low in early April. Below the chart is a table with columns for 'Keyword', 'Campaign', 'Ad group', 'Status', 'Max. CPC', 'Clicks', 'Impr.', 'CTR', 'Avg. CPC', 'Cost', 'Avg. Pos.', 'Qual. score', and 'Conversion'. The table is currently empty, with a 'Total - all account' row at the bottom.

	Keyword	Campaign	Ad group	Status	Max. CPC	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.	Qual. score	Conversion
	Total - all account												

Creare giuste campagne pubblicitarie è un problema di non facile soluzione



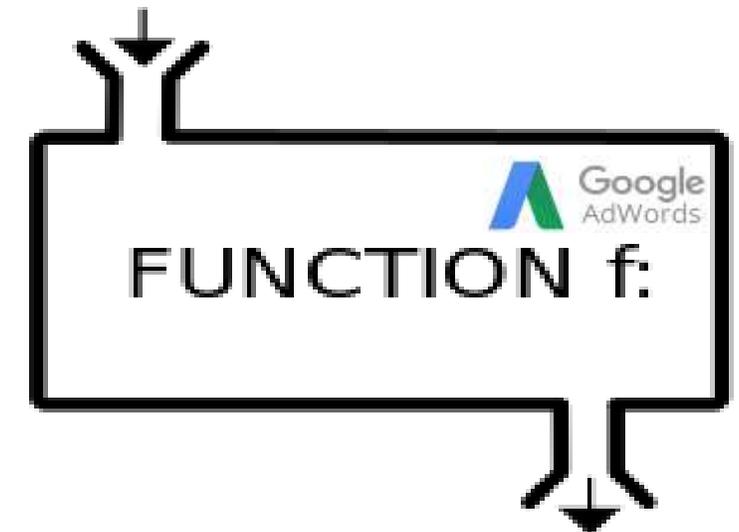
- *Non troviamo mai il tempo di **studiare gli strumenti***
- *Non so **governare** questi complessi **cruscotti***
- *Ho paura ad affidarmi ad un **professionista esterno**, che magari ci fa spendere troppo e perdere tempo*
- *Non so come fare a **selezionare i visitatori** alla mia pagina*
- *Google Adwords ha senso solo a fronte di **budget** davvero importanti*
- *Non ho idea di quali siano i veri **costi totali** di una campagna*
- *Non ho idea di quanto **traffico aggiuntivo** mi possa portare*
- *Non so se il mio **sito e la landing page** siano **ottimizzati***
- *Vorrei avere la mia pubblicità completamente sotto **controllo***
- *Vorrei poter lanciare una **campagna diversa alla settimana o al mese**, se lo desiderassi*
- *Abbiamo fatto dei primi tentativi, ma poi **non siamo riusciti a darci seguito***
- ***Alla fine abbiamo lasciato perdere***

Cosa serve davvero alle aziende?

- Una concreta **soluzione** al **problema** di come fare bene **online advertising** con ...
 - **qualità**
 - **tempi**
 - **costi**
 - **risultati**
 - **impegni di risorse**
 - **... garantiti e soddisfacenti!**

Problema

INPUT x



OUTPUT $f(x)$

Soluzione

Il progetto PBS per AdWords



Google
AdWords



PBS è certificata Google AdWords

Certificazione sulla vendita di soluzioni digitali

PBS - Primo Bonacina Services

riceve questo certificato attestante il superamento del test
sulla vendita di soluzioni digitali.

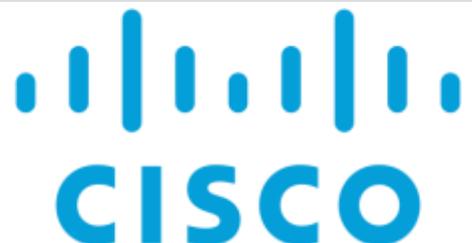


VALIDO FINO AL GIORNO
28/3/2020

Google

Academy for Ads

I clienti/brand AdWords gestiti da PBS

La proposta PBS per AdWords

Cosa vogliamo ottenere

Usare **Google AdWords** per lanciare campagne di **visibilità e Lead Generation**

Portare sui vostri siti traffico qualificato e filtrato (secondo vostro briefing) in quantità e costi predefiniti, con reporting dettagliato, in completo outsourcing

Cosa vi chiediamo

Definire una campagna: prodotto, mercato, messaggio, durata

Sintetizzarla in una landing page sul vostro sito (con il nostro aiuto)

Discutere il briefing della campagna



Cosa faremo

Comprensione della campagna

Consulenza per **ottimizzare la campagna/landing page**

Copywriting mirato di **annunci e parole chiave**

Filtratura e ottimizzazione sulla base del briefing

Gestione in completo **outsourcing** delle dashboard di Google da parte di specialisti certificati AdWords

Utilizzo ottimizzato dei **canali Google (Search, Display, ...)**

Analisi competitiva di altre campagne sul territorio

Ottimizzazione continuativa: analisi di tutte le visite, imposizione di criteri di filtratura sempre più stringenti

Reporting completo e dettagliato

Cosa garantiamo

Numero garantito di visite filtrate e qualificate alla vostra pagina (a partire da **500/campagna**)

Costi fissi e convenienti: fino a **€1/visita**

Unica fattura da PBS con dilazione: nessun anticipo a Google

Estendibilità futura delle campagne con ottimizzazione continuativa

Portiamo traffico (potenziali clienti) qualificato/filtrato, economico dove ci avrete indicato («**landing page**»)



È poi compito del sito trasformare il traffico in affari!

La campagna (landing page) dovrebbe focalizzarsi su prodotti/servizi/soluzioni «Best Buy»

1. Conveniente e/o Economico
2. Interessante e/o Richiesto
3. Noto e/o Facile da spiegare

GREAT DEAL!

La landing page ottimale: chiara, immediata, accattivante, pertinente, contiene una precisa «Call To Action»



Hai un **Centro Servizi, un Contact Center, un Centro Assistenza?**
Attivare **interazioni multimediali** veloci e sicure **con i clienti tramite smartphone** è un vero valore aggiunto!

Oggi tutti hanno uno smartphone che scatta foto e comunica in modo multimediale. Immaginate di poter inviare al call center, al verificarsi di un problema, durante una chiamata, le foto geolocalizzate. Pensate al vantaggio per un centro di supporto di poter disporre in tempo reale di immagini di un oggetto.

Questi sono solo alcuni dei vantaggi di **SuperChannel** di **Datapoint Europe**, la soluzione che, grazie a un cloud sicuro, semplifica i processi e **migliora la customer experience verso i contact center aziendali**.

Guarda il video qui sulla destra della pagina.
Per ricevere via e-mail un completo pacchetto informativo su SuperChannel, compila il form:



Email *

Nome e Cognome, Azienda

Checkbox *

Autorizzazione al trattamento dati

Al sensi degli artt. 13 e 23 del D.lgs. 30 giugno 2003, n. 196, autorizzo Datapoint Europe Italia a trattare i dati sopra riportati per l'invio di informazioni commerciali. In qualsiasi momento potrò modificare i miei dati o richiederne la cancellazione mandando una e-mail a marketing@datapointeurope.it

Il briefing

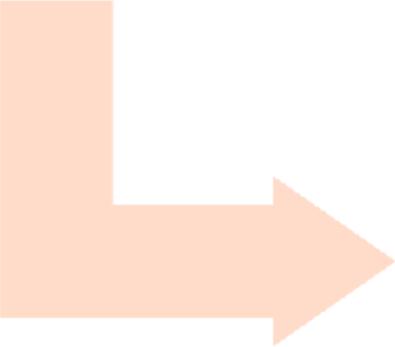
- Data desiderata o prevista di inizio della campagna
- Durata prevista della campagna
- La landing page contiene un form?
- Vostri obiettivi primari della campagna
- Sul sito esistono altre pagine verso cui portare traffico?
- Ore del giorno in cui attivare la campagna
- Giorni della settimana in cui attivare la campagna
- Periodi in cui interrompere la campagna
- Device su cui attivare la campagna: PC/Tablet/Smartphone/Tutti
- Zona geografica su cui indirizzare la campagna
- A quali aziende la campagna è indirizzata?
- A quali tipologie di persone la campagna è indirizzata?
- Quali sono i principali concorrenti dei prodotti in campagna?
- Altri interessi del vostro lettore/cliente
- La campagna è indirizzata a Uomini, Donne o Entrambi?
- Indirizzata a persone con Figli, Senza figli o entrambi?
- Fasce anagrafiche preferenziali
- Avete banner pubblicitari già realizzati?
- Siti di interesse su cui far comparire la campagna
- Potete aggiungere un tag di remarketing sul sito?
- Lista Keyword di particolare interesse



Il piano di lavoro

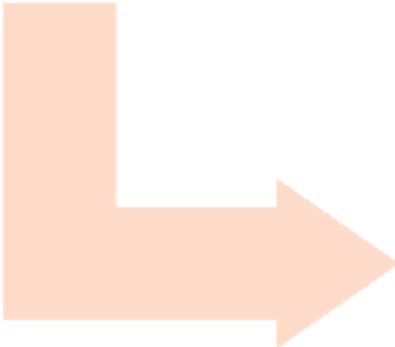
1. Kick Off (primo 10% visite)

- Preparazione della dashboard
- Studio dei prodotti/servizi
- Ricerca e analisi delle parole chiave
- Realizzazione degli annunci
- Attivazione della campagna
- Prima analisi dei risultati



2. Tuning (primo 30% visite)

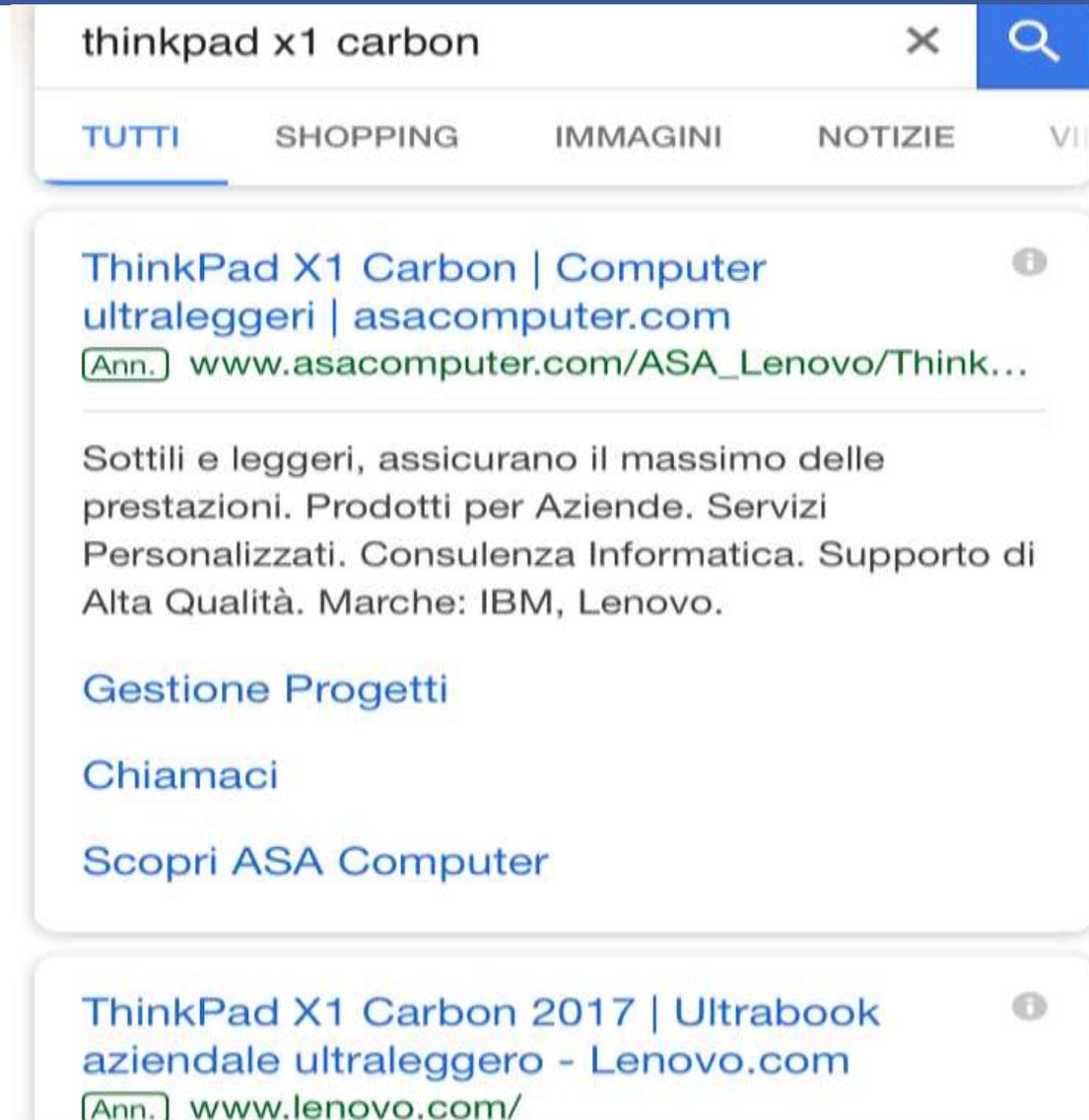
- Analisi dei risultati
- Ottimizzazione annunci e parole chiave



3. Tuning & Evoluzione (30% e oltre)

- Continuazione della campagna
- Monitoring a 360° e costanti ottimizzazioni
- Analisi dei risultati

La scrittura degli annunci a nostra cura



thinkpad x1 carbon

TUTTI SHOPPING IMMAGINI NOTIZIE VII

ThinkPad X1 Carbon | Computer ultraleggeri | asacomputer.com
[Ann.](#) www.asacomputer.com/ASA_Lenovo/Think...

Sottili e leggeri, assicurano il massimo delle prestazioni. Prodotti per Aziende. Servizi Personalizzati. Consulenza Informatica. Supporto di Alta Qualità. Marche: IBM, Lenovo.

[Gestione Progetti](#)

[Chiamaci](#)

[Scopri ASA Computer](#)

ThinkPad X1 Carbon 2017 | Ultrabook aziendale ultraleggero - Lenovo.com
[Ann.](#) www.lenovo.com/

La scelta delle keyword per ogni annuncio (a nostra cura)

Parole chiave	Gruppo di annunci
+lenovo x +carbon	Carbon
+lenovo +carbon +notebook	Carbon
+lenovo +carbon +tablet	Carbon
+carbon +ultrabook	Carbon
+thinkpad +carbon	Carbon
+lenovo +carbon +laptop	Carbon
+thinkpad +carbon +tablet	Carbon
+lenovo +thinkpad +carbon	Carbon
"lenovo thinkpad x1 carbon i5"	Carbon
+Lenovo +ThinkPad	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +notebook	Lenovo ASA ThinkPad
"notebook lenovo"	Lenovo ASA ThinkPad
[tablet lenovo]	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +portatili	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +laptop	Lenovo ASA ThinkPad
+computer +lenovo	Lenovo ASA ThinkPad
[portatile lenovo]	Lenovo ASA ThinkPad
[pc portatili lenovo]	Lenovo ASA ThinkPad
+computer +portatili +lenovo	Lenovo ASA ThinkPad
[pc lenovo]	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +ultrabook	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +notebook +computers	Lenovo ASA ThinkPad
+pc +portatile +lenovo	Lenovo ASA ThinkPad
+notebook +lenovo	Lenovo ASA ThinkPad
+computer +portatile +lenovo	Lenovo ASA ThinkPad
+lenovo +pc +portatile	Lenovo ASA ThinkPad

Ottimizzazione: le «esclusioni»

Termine di ricerca	Clic
lenovo g50 80 i3 mtm 80l0005wix prezzo	3
lenovo 4030u prezzo	2
vendita lenovo milano	2
compiter le novo	2
lenovo servizio clienti	2
lenovo support	2
numero di telefono della lenovo	2
lenovo 10hls1601	2
lenovo thinkpad x1 yoga i7 7600	2
centro assistenza lenovo	2
lenovo t470 recensione	2
accessori lenovo milano	2
lenovo miix	2
lenovo yoga 920 copper italy	1
quanto costa pc tablet lenovo modello 80 hv windows 8	1
tastiere pc unieuro	1
acer 14 pollici full hd touchscreen 2 in 1	1
thinkpad x1 yoga 2nd generation eur 2250	1
http shop lenovo com it it laptops ies x1 carbon	1
tegra x1 tablet	1
peso t470 s lenovo	1
lenovo pc recensioni	1

Report: analisi competitiva (per keyword)

Località
Toscana

Lingua
Italiano

Dispositivo
Computer desktop o portatile

Dominio
www.google. it

Google search

trasformazione digitale

Tutti Immagini Notizie Video Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 598.000 risultati (0,68 secondi)

Twig Agency Milano | Trasformazione Digitale | twig.agency
[Ann](#) www.twig.agency/ ▼
Accompagniamo le persone nella **trasformazione digitale** del loro business.

Rivoluziona il Network per la | Nuova Era Digitale | nuvias.com
[Ann](#) www.nuvias.com/VAR_Juniper/SDN ▼
Completa protezione degli asset di business e miglior user-experience.
Sicurezza Informatica · Soluzioni di Alta Qualità · Servizi per il Canale IT · Soluzioni per i VAR

La locuzione **trasformazione digitale** indica quei cambiamenti associati con le applicazioni di tecnologia **digitale**, in tutti gli aspetti della società umana.

Trasformazione digitale - Wikipedia
https://it.wikipedia.org/wiki/Trasformazione_digitale

Informazioni su questo risultato Feedback

Trasformazione digitale - Wikipedia
https://it.wikipedia.org/wiki/Trasformazione_digitale ▼
La locuzione **trasformazione digitale** indica quei cambiamenti associati con le applicazioni di tecnologia digitale, in tutti gli aspetti della società umana. La **trasformazione digitale** può essere pensata come il terzo stadio nell'abbracciare le tecnologie digitali: competenza digitale → utilizzo digitale → **trasformazione digitale**, ...

Report: keyword più gettonate

Parola chiave	Gruppo di annunci	Click
"lenovo yoga"	Yoga	72
"x1 carbon"	Pad x1 Carbon	42
+Lenovo +ThinkPad	Lenovo ASA ThinkPad	41
+lenovo +notebook	Lenovo ASA ThinkPad	32
"notebook lenovo"	Lenovo ASA ThinkPad	29
+lenovo +yoga +book	Yoga	18
laptop convertibile	ThinkPad® 2 in 1 da ASA Computer	17
+notebook +2 in +1	ThinkPad® 2 in 1 da ASA Computer	16
+tablet +2 in +1	ThinkPad® 2 in 1 da ASA Computer	16
t470	T470	15
+lenovo +carbon +x1	Pad x1 Carbon	15
+tablet +lenovo +yoga	Yoga	15
[tablet lenovo]	Lenovo ASA ThinkPad	15
+lenovo +portatili	Lenovo ASA ThinkPad	14
"x1 Yoga"	X1 Yoga	13
+lenovo +laptop	Lenovo ASA ThinkPad	13
+pc +professionale	Prodotti Business - Azienda	11
+notebook +leggeri	Prodotti Business - notebook	10

Report: Analisi demografica

▼ Dati demografici

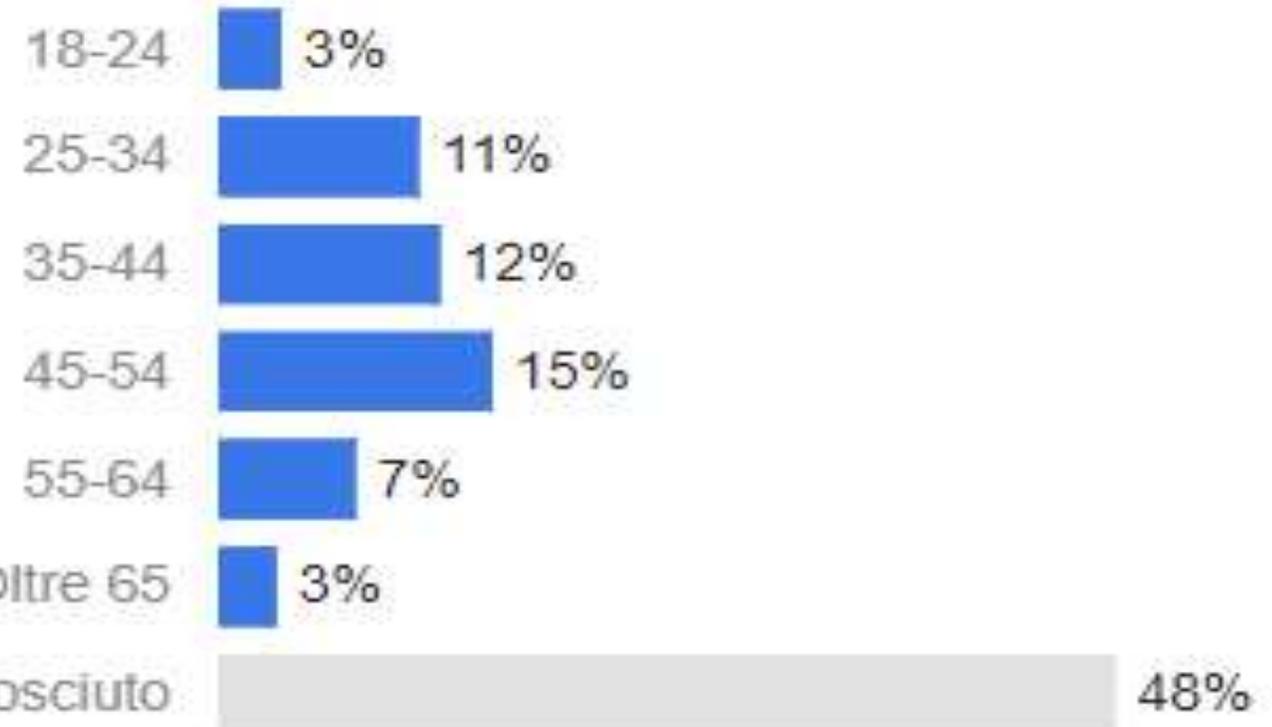
Clic ▼

Sesso

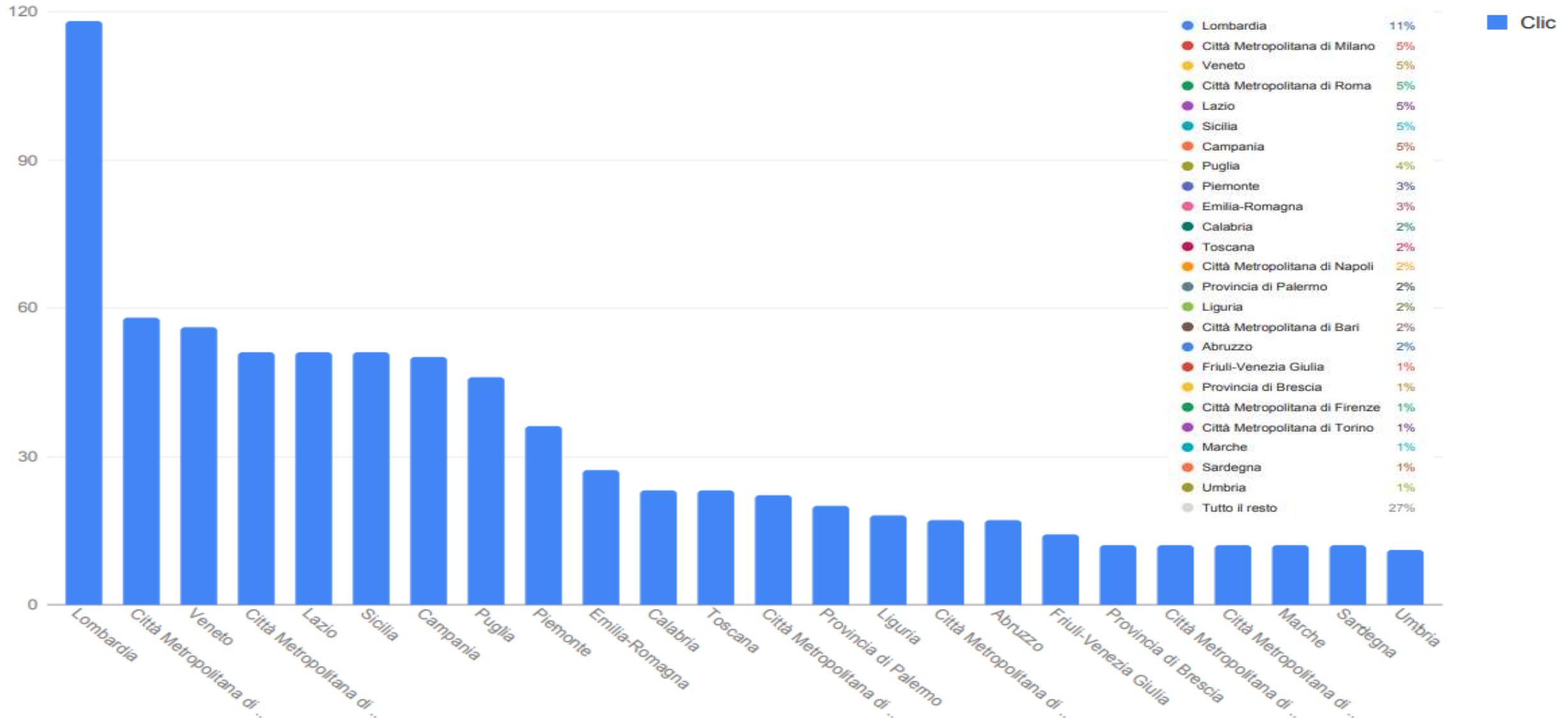
Età



Uomo	46%
Donna	15%
Sconosciuto	39%

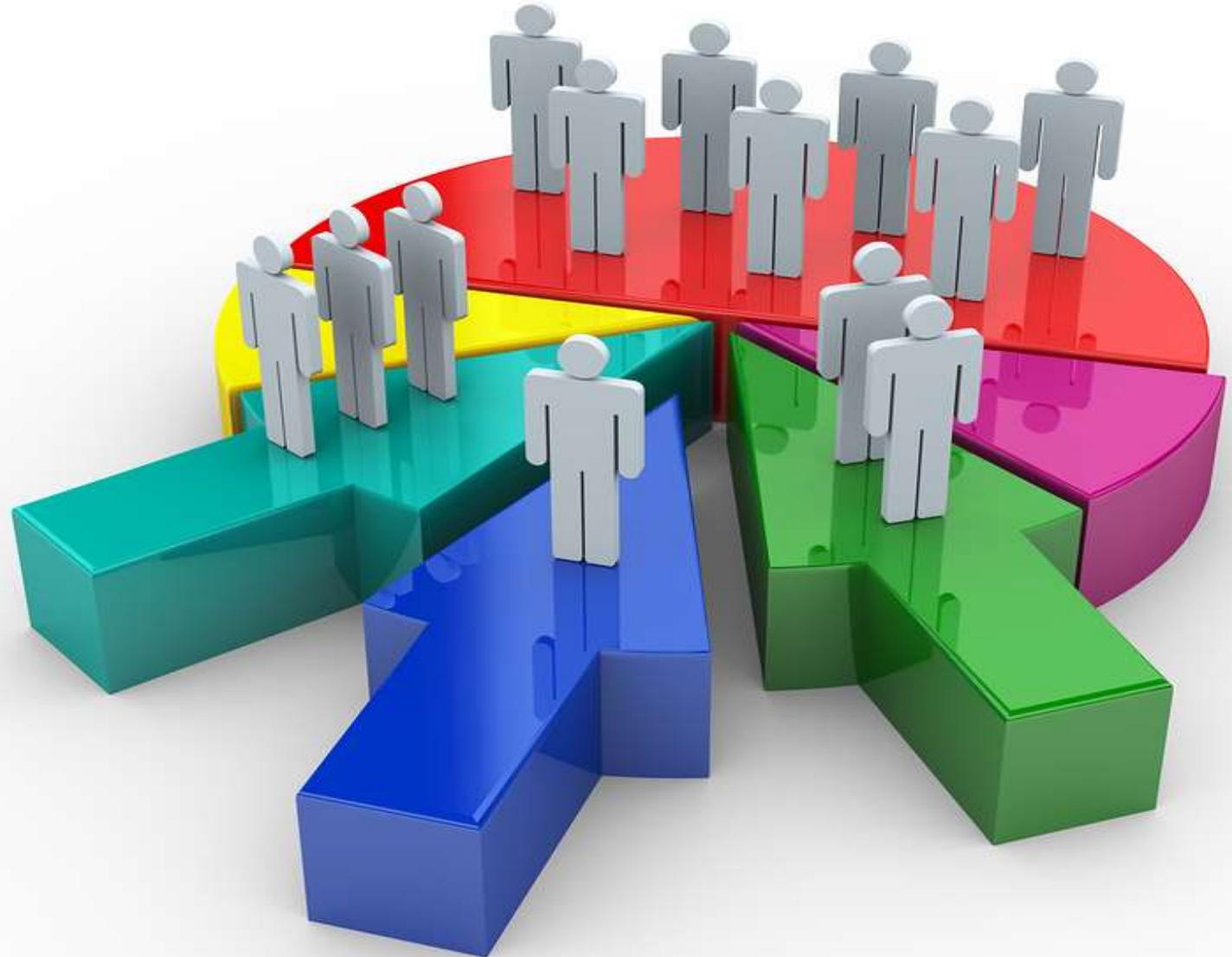


Report: Analisi geografica

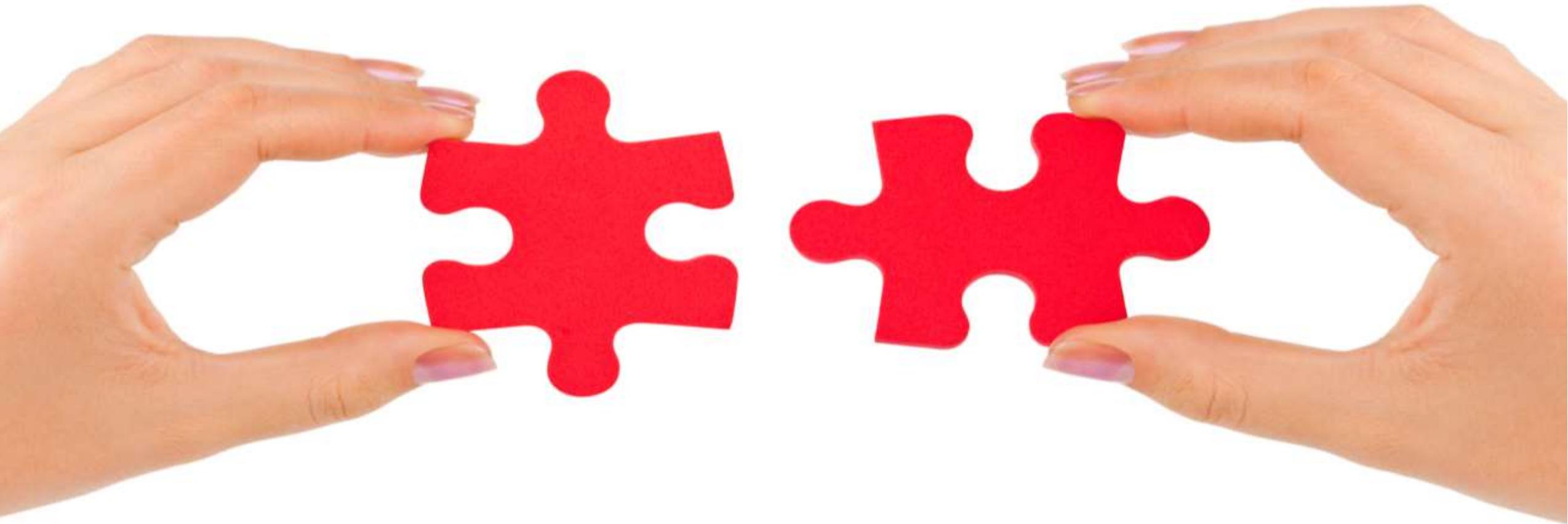


Altri Report

1. Search vs. Display
2. Dispositivo
3. Ora del giorno
4. Giorno della settimana
5. Figli



Concludendo



I clienti «ideali» delle nostre campagne AdWords

1. Hanno un **sito «mobile-responsive»**
2. Concepiscono una campagna e producono una **buona «landing page»** sul proprio sito
3. (per campagne territoriali) Sono conosciuti e presidiano un **territorio**
4. Hanno un «referente» per il **marketing**
5. Hanno un **budget** marketing
6. Vogliono **capire** come usare al meglio AdWords e ottimizzarne con continuità i risultati



Costi

- Readership garantita: **numero preciso e predefinito di visite filtrate**
- Durata garantita
- Costo predefinito, omnicomprendivo e davvero contenuto (**€1 per visita filtrata su campagne da almeno 2000 visite**)
- **Prepagamento a cura di PBS** del traffico Google
 - Nessuna necessità di fornire le vostre coordinate bancarie a Google
- **Gestione amministrativa a carico di PBS**
 - Riceviamo, verifichiamo, saldiamo tutte le fatture Google, producendo un'unica fattura omnicomprendiva



Le 6 garanzie

1. **Totale outsourcing dell'iniziativa:** basta il brief e la landing page
2. **Costo fisso e onnicomprensivo,** decrescente all'aumentare delle attività
3. **Interrompibilità** periodo per periodo
4. Avviamento delle attività con la **consulenza di Google Italia** con costante aggiornamento sulle funzionalità di AdWords
5. Controllo continuativo per **ottimizzare gli annunci e le keyword, eliminare le ricerche non pertinenti**
6. **Statistiche dettagliate** e analisi competitiva



Facciamo insieme business con AdWords!

(www.primobonacina.com/adwords)

