

Google Adwords

di Silvia COnnessi (SEO Specialist 1mas) – 18/11/2008

Gli AdWords di Google sono un importante strumento per la vendita di prodotti e servizi sui motori di ricerca. Investimento misurabile e proporzionale per raggiungere un pubblico mirato.

Il **posizionamento nei motori di ricerca** è uno strumento fondamentale per la promozione di un sito web, e assume un'importanza strategica per i siti di natura commerciale, e, in generale, per tutte le attività di internet marketing.

Nei casi in cui non sia possibile raggiungere un buon posizionamento sui motori attraverso le tecniche di ottimizzazione, lo strumento **Adwords** offerto da Google, offre la possibilità di guadagnare visibilità attraverso un **posizionamento sponsorizzato**.

Caratteristiche dello strumento

- **Ad Words** di Google è una forma di promozione di siti web basata sull'acquisto di spazi pubblicitari sul motore di ricerca.
- Gli annunci sono visualizzati (accanto dei risultati "naturali") quando l'utente ricerca le parole chiave selezionate dall'investitore pubblicitario.
- Lo strumento è detto "**pay per click**" poiché il costo dell'annuncio viene addebitato all'investitore solo se e quando gli utenti lo cliccano.
- La quotazione del click viene fatta attraverso un sistema di **asta pubblica** per le parole chiave con cui si vuole essere trovati dagli utenti.
- E' possibile ipotizzare con una certa precisione un **budget** per la campagna, in base alla quotazione corrente della parola chiave, al numero di click massimi ipoteticamente raggiungibili oppure al numero di click massimi giornalieri fissati (superati i quali l'annuncio non verrà più pubblicato).
- E' comunque possibile impostare una campagna Pay Per Click definendo un *budget massimo quotidiano*. La spesa precisa, tuttavia, dipenderà da fattori non

prevedibili, quali il numero effettivo di click, che dipende anche dall'efficacia dell'annuncio pubblicitario.

Vantaggi dello strumento

Lo strumento AdWords può consentire ad **un sito web** di ottenere i seguenti risultati:

- Migliorare il [posizionamento del sito web sui motori di ricerca](#), indipendentemente dall'esistenza di un progetto SEO;
- Aumentare l'**efficacia commerciale** del proprio sito
- Raggiungere un **pubblico mirato**. Gli annunci, classificati per parole chiave, compaiono solo agli utenti che eseguono ricerche su Google per quelle determinate parole chiave;
 - Effettuare un **investimento pubblicitario misurabile e proporzionale**.
- **Controllare la campagna in corso**. Il programma di pubblicazione degli annunci consente anche di monitorare costantemente la campagna fornendo report con i dettagli dei click e delle parole chiave utilizzate.
- **Convertire i visitatori in "clienti web"** attirandoli su una "landing page" predisposte per invitare ad un'azione concreta: acquisto, registrazione, ecc.
-

Target: i potenziali investitori pubblicitari

Il tipo di cliente a cui può essere proposto il progetto di Google Adwords ha le seguenti caratteristiche:

- è interessato a vendere e/o promuovere prodotti e/o servizi nel web;
- è interessato ad investire in azioni di web marketing (banner advertising, campagne pay per click, annunci sponsorizzati Google Ad Words e simili);
- è interessato a raggiungere i migliori risultati di posizionamento nei motori di ricerca per uno specifico prodotto/servizio o più prodotti/servizi differenti;

- tratta prodotti o servizi sufficientemente ricercati in rete: la scarsità di ricerche di alcuni prodotti rende inutile l'utilizzo di questo tipo di campagna di web advertising.
- Le migliori applicazioni di una campagna google Adwords per ottenere la conversione di un visitatore in un cliente web è l'abbinamento della campagna con una Landing page

Attività necessarie alla realizzazione di una campagna AdWords

Ricerca e analisi delle parole chiave

Si analizzano le **parole chiave più idonee** alla campagna inerenti al prodotto o servizio che verrà pubblicizzato con gli annunci. Per ogni parola si considerano:

- CPC = costo per click minimo dichiarato da Google sulla base della concorrenza;
- MWS= monthly words search, numero di richieste dell'ultimo mese;
- Concorrenza negli annunci sponsorizzati

Tra tutte le parole con **migliore rapporto tra costi e numero di ricerche**, sono selezionate quelle più coerenti con il tipo di prodotto o servizio offerto dal cliente. Con la scelta di keywords mirate si cerca di creare annunci che attraggano utenti realmente interessati, in questo modo si facilita la conversione visitatore/cliente e si evitano click di utenti non interessati che produrrebbero solo un costo non produttivo.

Ideazione degli annunci pubblicitari

Google posiziona gli annunci anche in base alla qualità dei testi e alla pertinenza della pagina di arrivo. L'ideazione e la realizzazione degli annunci deve, quindi, seguire delle particolari regole tecniche e stilistiche per ottenere i migliori risultati di posizionamento.

Predisposizione della landing page

Gli Adwords di Google incrementano il loro effetto promozionale se abbinati ad una "Landing Page" che accolga il visitatore quando clicca sull'annuncio, incoraggiandolo a compiere un'azione (acquisto, iscrizione a newsletter, ecc.).

Monitoraggio della campagna

Una delle caratteristiche principali di una campagna Adwords è che in ogni momento si può sapere come sta andando e in ogni momento si può intervenire con aggiustamenti e modifiche per migliorarne le prestazioni. Lo strumento utilizzato è Google Analytics. L'abbinamento di due strumenti creati da Google garantisce il perfetto funzionamento e la perfetta sinergia nel monitoraggio.

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it