

Webinar Gratuito

Dopo aver progettato ed ottimizzato il sito web è bene che questo venga promosso nella ricerca Google. I temi del webinar saranno le sponsorizzazioni come strumento utile a supporto delle imprese per espandersi in maniera localizzata con particolare focus sulla rete di ricerca di Google Ads.

Il webinar si svolgerà su
Google Meet



Sponsorizzazioni e Adv sul Web (Parte 1)

Martedì 30 Marzo
ore 10:00



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA



Il ruolo del Paid Advertising a supporto della crescita delle PMI

Il ruolo del Paid Adv a supporto delle PMI



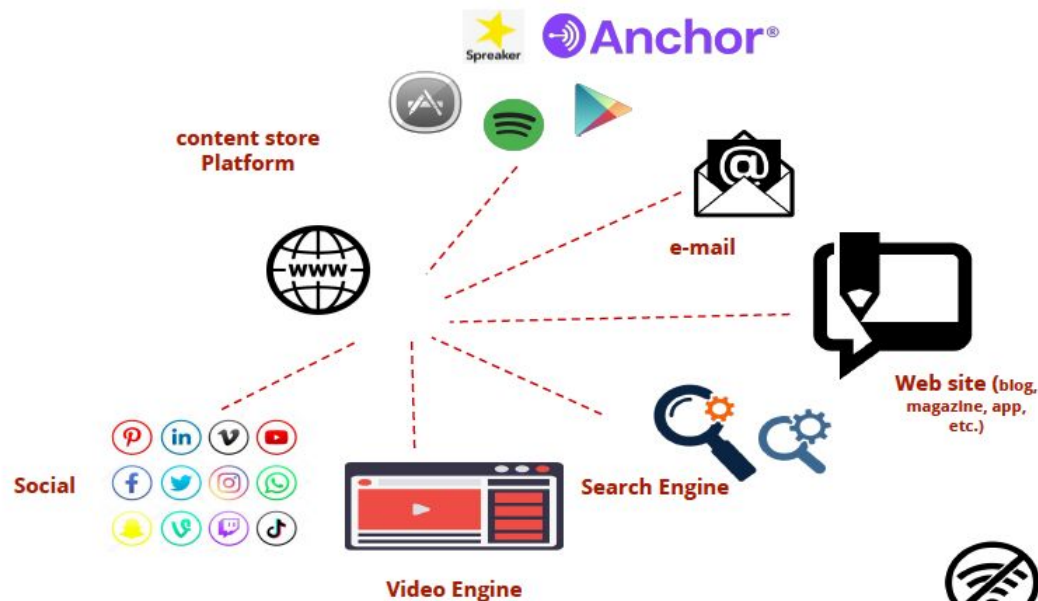
Dopo aver progettato e ottimizzato il nostro sito web da un punto di vista di UX e UI è bene che questo venga promosso e reso visibile presso l'audience target di riferimento, sia quando il nostro target è proattivamente alla ricerca dei nostri servizi prodotti sia perché potenzialmente interessata ad essi

Una buona strategia SEO, volta a indicizzare e poi a posizionare quante più pagine possibile tra i primi risultati della SERP non garantisce risultati immediati e stabili su tutti i prodotti e servizi che proponiamo. Il paid ci consente di presidiare la SERP in maniera mirata, su keyword strategiche per il nostro business



Definire quali Social Network presidiare e curare le proprie pagine aziendali è fondamentale per coltivare relazioni più profonde e durature con la propria audience, ma sappiamo che gli algoritmi social non ci consentono facilmente di ottenere visibilità gratuita verso un pubblico nuovo e non ancora ingaggiato, ed è lì che una strategia paid mirata può aiutarci a raggiungere i risultati desiderati

Il ruolo del Paid Adv a supporto delle PMI



I canali digitali che è possibile sollecitare e coinvolgere in una strategia di Digital Content Marketing possono essere ascritti a cinque macro categorie

- Social Network
- Search & Video Engine
- Web & mobile Application
- E-mail
- Content store Platform

Tutti i canali citati consentono azioni strategiche **paid** e **unpaid**, ma sempre e comunque basate su contenuto valoriale

In una strategia di content marketing ottimale (dove ottimale spesso significa disponibilità di budget congrui) i canali digitali e i **canali tradizionali**, i cosiddetti touchpoint fisici, dovrebbero essere parte di una strategia integrata

Targeting & Profiling

Come e dove intercettiamo gli utenti: differenze



- L'utente nei social network viene profilato per quello che “dichiara” o “Non dichiara” all'interno del social network di riferimento.
- Sui Social Network vi è un'audience socio demo molto più netta
- L'utente può essere raggiunto solo all'interno del social network e delle sue “estensioni”



- Nella suite Google Ads l'utente anonimizzato può essere clusterizzato per le sue reali abitudini di navigazione e interessi mentre:
 - fa ricerche
 - guarda Video su YouTube
 - interagisce con la propria Gmail
 - usa il suo navigatore
 - naviga negli store o sulle App Mobile
 - naviga all'interno del Display Network
 - utilizza un assistant
- Su Google Ads non vi è una specifica audience socio demografica
- L'utente può essere raggiunto non solo sulle property di Google ma su milioni di siti e App durante la sua navigazione abituale

SEM overview

bijoux donna argento



Tutti Shopping Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 3.040.000 risultati (0,72 secondi)

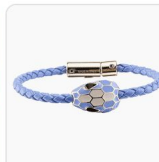
nci · Acquista bijoux donna argento



- Bracciale
ento...
€
iz. gratuita
oogle



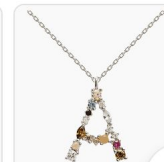
Top con bretelle
sottile con...
15,00 €
SHEIN
Da Google



BVLGARI
Serpenti Forev...
290,00 €
BVLGARI
Spediz. gratuita
Da Google



Saint Laurent,
Orecchini...
295,00 €
Mytheresa Italy
Spediz. gratuita
Da smec



Collane in
argento lettere
65,00 €
it.pdpaola.com
Da Google



agriturismo pasqua siena



Tutti Maps Notizie Immagini Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 161.000 risultati (0,89 secondi)

Annuncio · <http://www.ilpoderedellastrega.com/>

Agriturismo a Siena - Il Podere della Strega

Il Podere della Strega gode di una bellissima vista su **Siena**. Camera e Colazione inclusa! Prenota ora il tuo Soggiorno e Risparmia. Prenotazione sicura. Giardino esterno.
[Colazioni](#) · [Contatti](#) · [Camere](#) · [Matrimoni](#)

Annuncio · <https://www.pdpaola.com/>

Collane PDPAOLA - Gioielli in Oro e Argento

Collane eleganti da indossare in ogni occasione. Scopri la gamma di Collane da **Donna**. Collane perfette per ogni giorno. Lasciati ispirare. Scegli gli ultimi arrivi da PDPAOLA. Placcatura in Oro 18k. Packaging Unico. Pezzi Personalizzati. Argento Sterling 925.



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

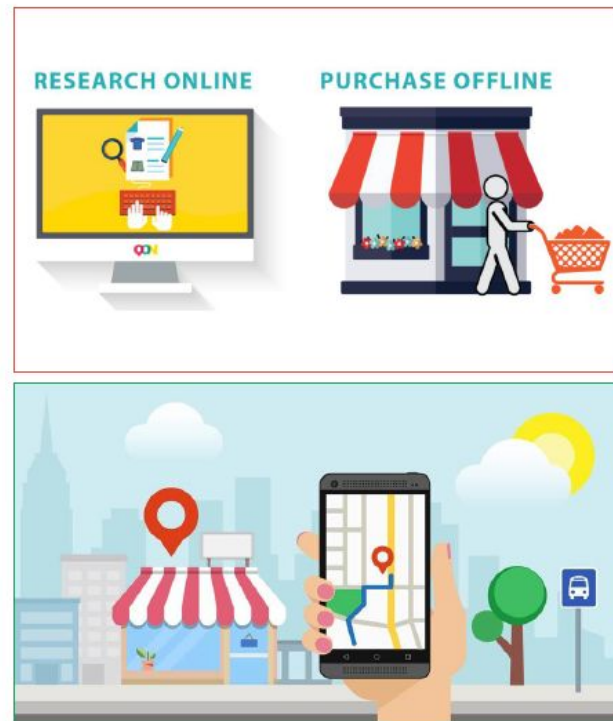
La ricerca su Google

- **Ogni giorno** vengono effettuate circa **3.5 miliardi** di ricerche
- Ogni utente ne effettua circa **1,4 al giorno a testa**
- il **57%** delle prime ricerche online è seguito da almeno una **seconda ricerca con parole chiave più specifiche** per ottimizzare i risultati della ricerca stessa
- **15%** di tutte queste ricerche **non è mai stato cercato** prima su Google



Cresce la Local Search

- L'81% degli acquirenti effettua **ricerche informative** online **sul prodotto** prima di acquistarlo (anche ROPO).
- L'80% delle persone effettua **ricerche sull'azienda** prima di effettuare un acquisto con essa (anche offline).
- Il 97% dei consumatori naviga online per **trovare un'attività locale o servizi locali**.
- L'86% delle persone cerca la posizione di un'attività commerciale su Google Maps e spesso **attiva il navigatore o fa partire una chiamata**



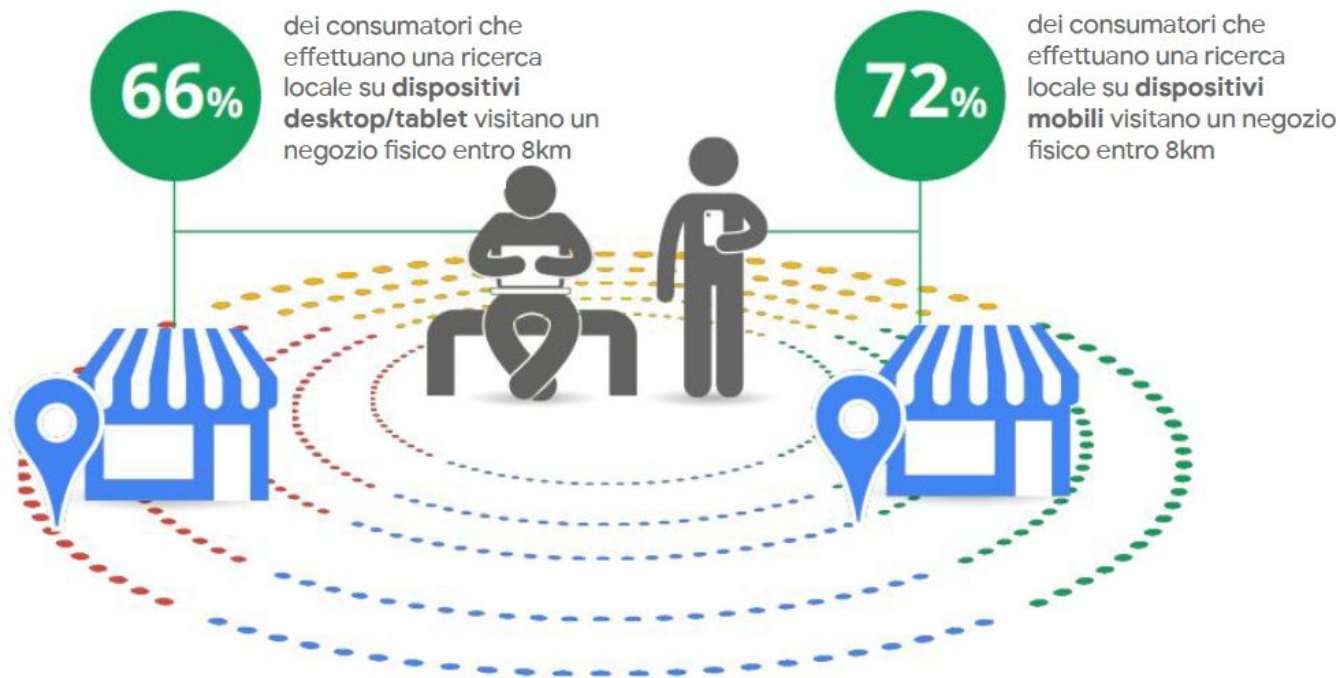
SEM Local

- 4 consumatori su 5 utilizzano i motori di ricerca per trovare informazioni locali (indirizzo del negozio, orari d'apertura, disponibilità del prodotto e indicazioni).
- Il 50% dei consumatori che ha effettuato una ricerca locale sul proprio smartphone ha visitato un negozio entro un giorno
- Il 18% di ricerche locali su smartphone portano a un acquisto entro un giorno contro il 7% di ricerche non locali.



Fonte: Google "Understanding Consumers' Local Search Behavior" – Ipsos Media/Purchased

SEM Local



Fonte: Google "Understanding Consumers' Local Search Behavior" - Ipsos Media/Purchased

Search Engine Marketing

Il SEM è una forma di **pubblicità su Internet** che promuove i siti web facendoli comparire nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca.

Il processo di offerta del SEM si basa su strategie di **pay-per-click**, di **segmentazione** e di **uso mirato di parole chiave** che consentono di mostrare un annuncio in cima alla pagina dei risultati di ricerca grazie a una corrispondenza con termini rilevanti

Google Ads consente di pubblicare gli annunci su Google e altri siti grazie allo strumento Google Display Network

Avg. CPC
£1.08
£1.14
£1.09



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Vantaggi di fare SEM

L'utente, attraverso una ricerca effettuata mediante una parola chiave, richiama a sé il messaggio. Gli utenti, quindi, esprimono chiaramente un loro bisogno.

Autoprofilazione dell'utenza: si ha la certezza di raggiungere un target interessato.

Contestualità: il rapporto con i risultati di ricerca è vissuto positivamente in quanto quest'ultimi sono contestuali agli argomenti cercati e pertanto non vengono percepiti come invasivi.

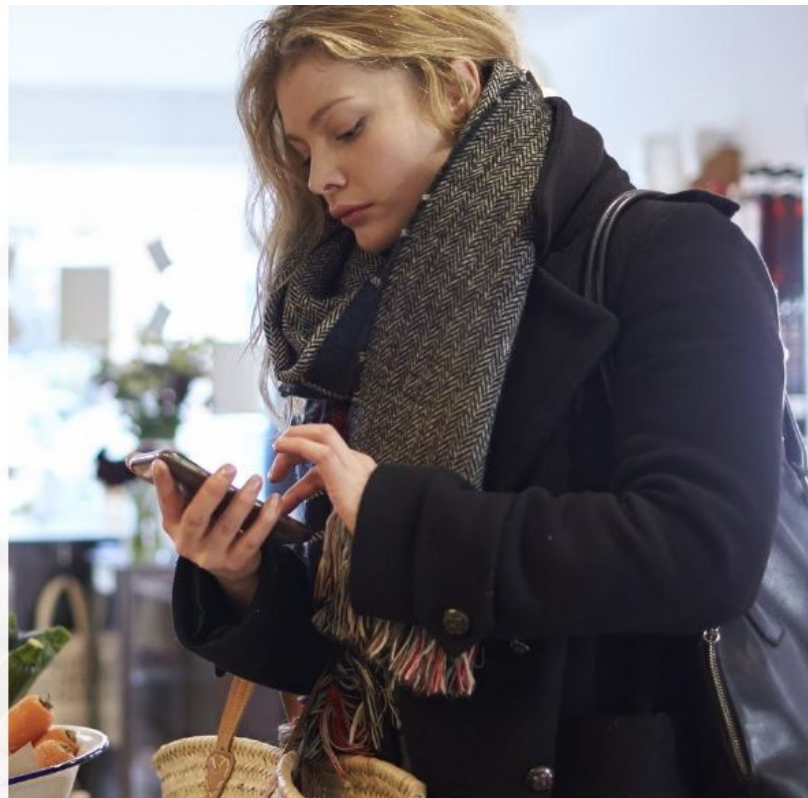
Viene addebitato un costo all'inserzionista solo quando vengono intraprese azioni specifiche sull'annuncio, come appunto il click su di esso.

In sintesi: **l'inserzionista paga solo se e quando un utente clicca sull'annuncio. Da qui il nome "pay-per-click", ossia "paga per click".**



Chi trae maggiore beneficio da una Local SEM

- Tutte le attività commerciali con un punto vendita, e quindi anche grandi brand con molti punti vendita
- Professionisti (avvocati, commercialisti, psicoterapeuti, ingegneri, geometri, etc.)
- Studi medici e ambulatori veterinari
- Servizi alla persona (estetica, benessere e affini)
- Servizi specialistici (idraulica, serramenti, etc)
- Ristorazione
- Servizi accoglienza (hotel, agriturismi, b&b, etc.)



Piattaforme SEM

Piattaforme self service SEM



Google Ads



Microsoft | Advertising

The Google logo, consisting of the word 'Google' in its characteristic multi-colored font.

Microsoft



UNIONCAMERE

in collaborazione con
Google



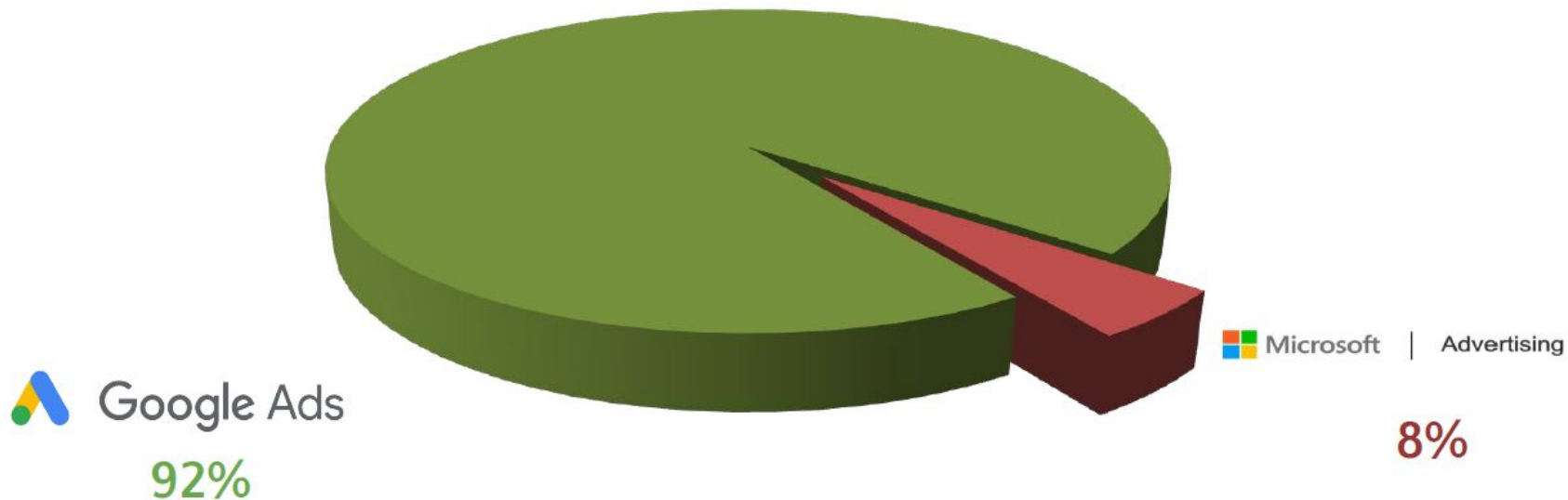
punto
impresa
digitale



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Piattaforme SEM

Ripartizione degli investimenti



Piattaforme SEM



I vantaggi delle Piattaforme SEM



Pertinenza

Entrare in contatto con gli utenti giusti, al momento giusto e con il messaggio più adatto. Gli annunci possono essere pubblicati sulla rete di Ricerca Google, YouTube e non solo, proprio mentre gli utenti cercano prodotti o servizi come quelli che offri.



Controllo

Controllo completo del budget e della spesa che si vorrà sostenere. Infatti, è l'inserzionista a stabilire quanto spendere, impostando un budget giornaliero per ogni campagna.



Risultati

L'inserzionista sosterrà dei costi solo quando otterrà risultati specifici, come i clic sull'annuncio o le chiamate all'attività.

Gli strumenti di misurazione consentono di controllare facilmente il rendimento delle campagne.

Tipologie di Campagne SEM

Google Ads offre la possibilità all'inserzionista di pubblicizzare i propri prodotti e servizi in corrispondenza di specifiche parole chiave e/o macro argomenti o in corrispondenza di specifici utenti.

Tramite la suite Google Ads sono disponibili all'inserzionista entrambe le macro strategie di Ads (Push & Pull)

- **pay per clic sul Motore di ricerca Google** e sui suoi siti Partner;
- **pubblicità targettizzata** in funzione o dei contenuti espressi all'interno del sito o in funzione delle caratteristiche dell'utente, tramite annunci testuali, video, schede prodotto e banner pubblicitari.



Search



Display



Mobile



Video



Shopping

- Campagna sulla rete di ricerca
- Campagna sulla Rete Display
- Campagna Shopping
- Campagna video
- Campagna per app

Gli obiettivi

Prima di proporre qualsiasi tipologia di rete e campagna definiamo gli obiettivi



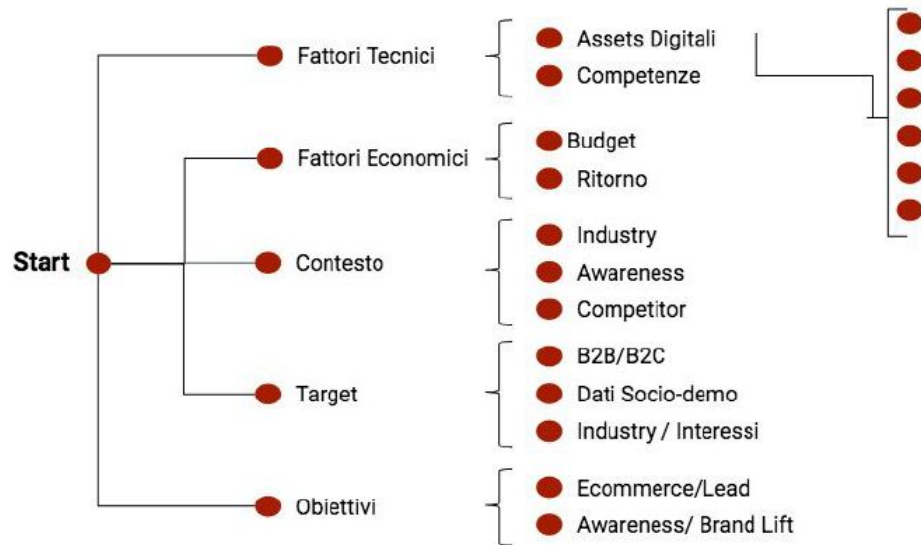
Definire se abbiamo uno o più obiettivi da perseguire

Ogni campagna ha un obiettivo che dovrebbe essere in linea con ciò che si desidera ottenere o incentivare, ad esempio le vendite, le visite in negozio o il traffico sul sito web.



Reti e tipi di campagne

Il tipo di campagna determina dove i clienti visualizzeranno gli annunci, nonché le impostazioni e le opzioni a nostra disposizione.



Gli obiettivi

Ecommerce

Contatti Prospect

Chiamate

Traffico su Sito

Brand Awareness

Social Media
Engagement

Iscrizioni alla
Newsletter

Richieste
Informazioni

Visite al negozio

Recensioni

App Downloads

???

Gli obiettivi

Per massimizzare l'investimento, è necessario attuare una strategia di search marketing mirata.

A questo punto, sarà possibile incentrare la campagna di marketing direttamente sul pubblico di riferimento.



Il potere della segmentazione



Ricerca utenti il cui profilo è adatto alle caratteristiche del prodotto



Ridurre i costi



Mostrare gli annunci nel momento in cui il prodotto registra l'impatto maggiore

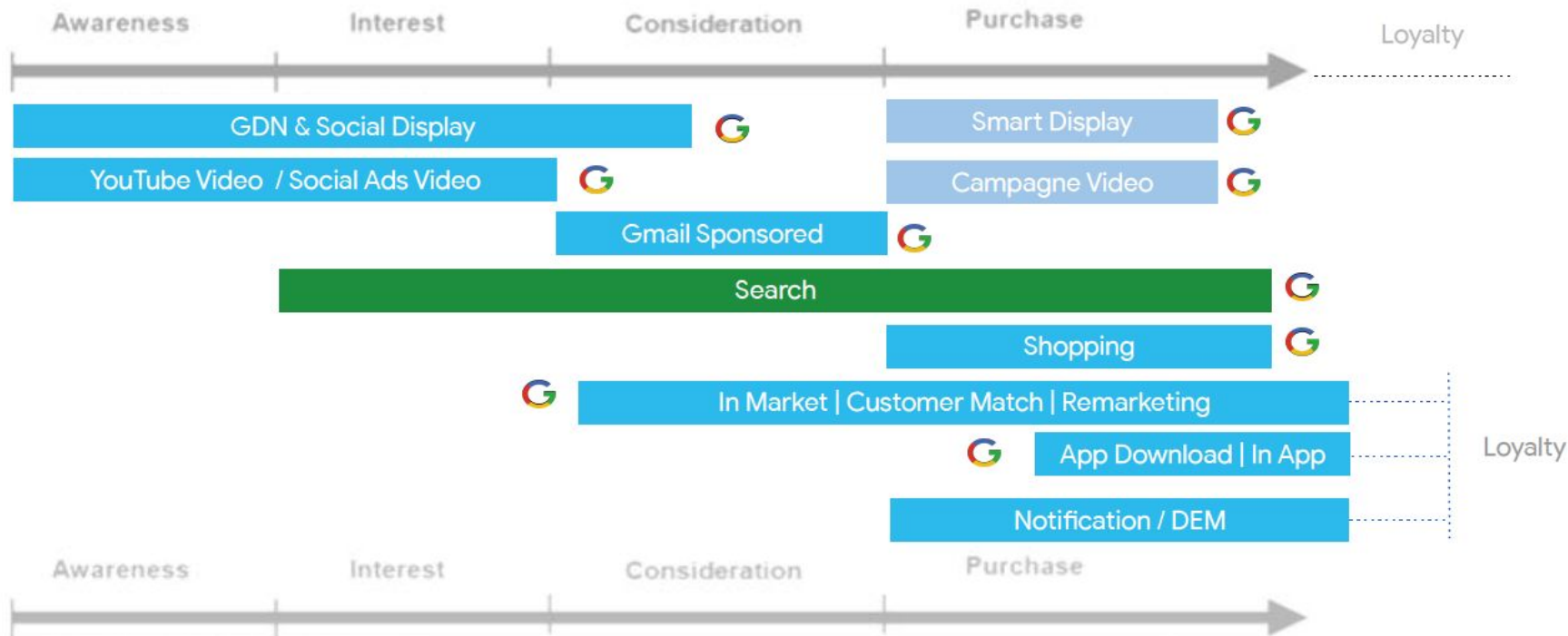


Utilizzare la lingua degli utenti

Customer Journey



Google Ads nel Customer Journey

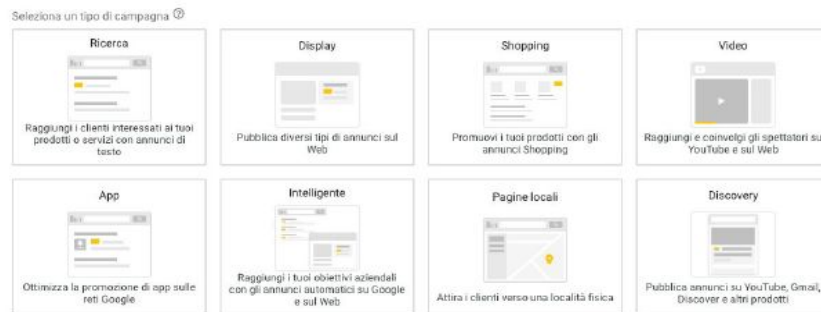
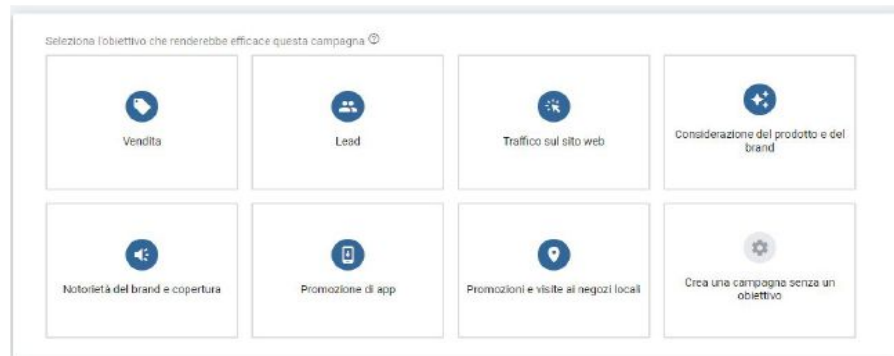


Setting per campagne efficaci

Ad ogni obiettivo una campagna dedicata

Google Ads Platform è focalizzata sugli obiettivi.

Selezionare un obiettivo in base alle azioni che si vorrà far effettuare ai customer target.



Analizziamo il nostro sito, quello dei competitors e le ricerche online

La creazione della lista keyword è una fase fondamentale perché consente di selezionare le parole chiave attraverso cui essere trovati dagli utenti



Si analizza la struttura e i contenuti del sito per individuare i temi rilevanti per le campagne i gruppi di annunci e le keyword

Occorre sempre considerare:

- quello che gli utenti realmente cercano (parole normalmente utilizzate nel linguaggio comune, misspelling, brand specifici).
- calibrare un giusto mix tra keyword generiche e keyword specifiche.

Lo stesso lavoro va ripetuto sui siti dei competitors (magari partendo da annunci Ads) per capire se c'è qualcosa che fanno da cui prendere spunto

Google Search

L'impostazione Reti indica dove vuoi pubblicare il tuo annuncio in base al tipo di campagna selezionato.

Con la rete di ricerca di Google il tuo annuncio può essere pubblicato sui siti di Ricerca Google e anche nei risultati di ricerca su Google Play, Google Shopping, Youtube e Google Maps (inclusa l'app Maps).

Partner di ricerca: Siti della rete di ricerca che collaborano con Google per pubblicare annunci. I partner di ricerca estendono la copertura degli annunci della rete di ricerca a centinaia di siti web non Google.

Sui siti partner di ricerca, i tuoi annunci possono essere pubblicati nelle pagine dei risultati di ricerca, nelle pagine delle directory dei siti o in altre pagine correlate alla ricerca dell'utente.



Keyword planner per definire il budget

Il tool restituisce una serie di dati quantitativi relativi alla keyword oggetto della ricerca e ai termini correlati.

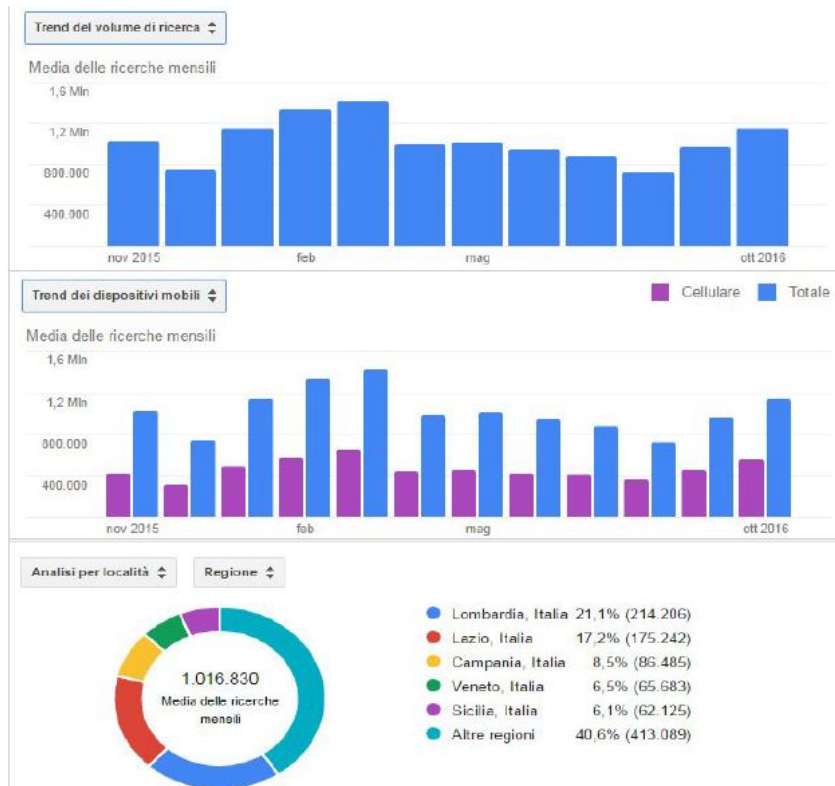
L'analisi si può svolgere a livello di:

- trend del volume di ricerca
- trend dei dispositivi mobili
- analisi per dispositivo
- analisi per località
- rispetto alla concorrenza
- rispetto ai leader di mercato

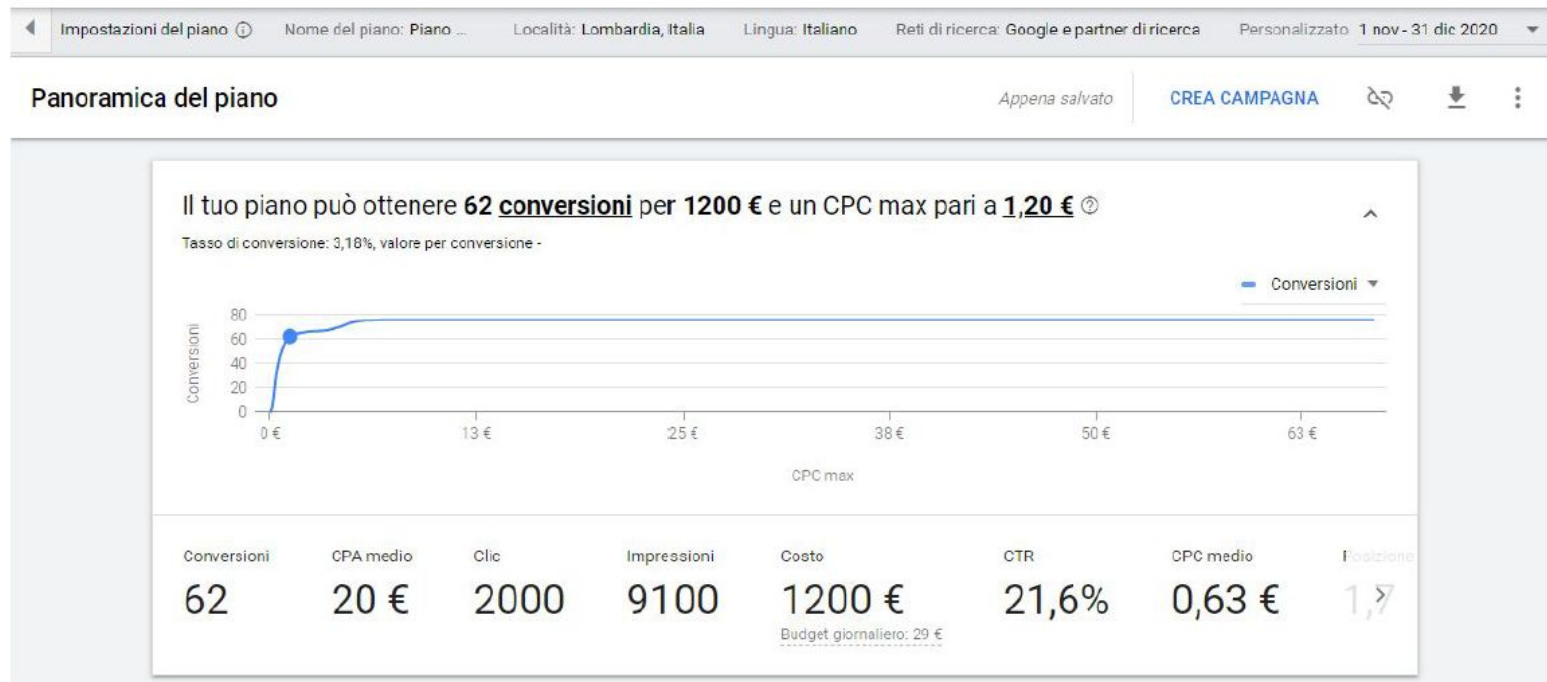
N.B. è importante notare la differenza esistente tra questi dati e quelli forniti da Google Trends.

I dati di Google Trends rappresentano il trend delle variazioni percentuali dei volumi di ricerca.

I dati forniti dallo Strumento di pianificazione delle parole chiave rappresentano il trend dei volumi assoluti di ricerca.



Definire budget congrui



Strategie di offerta

Google Ads offre diverse strategie di offerta a seconda degli obiettivi di marketing, nello specifico è possibile scegliere fra:

Offerte manuali: metodo di offerta che permette di impostare manualmente il costo per clic (CPC) massimo per i nostri annunci.

Offerte automatiche: Sottoinsieme di strategie di offerta che utilizza il sistema di machine learning, per ottimizzare le offerte in modo da massimizzare le conversioni e il loro valore all'interno del portafoglio di campagne o di offerte. Sono la soluzione migliore per tenere conto in modo efficiente di tutti gli indicatori disponibili al fine di migliorare il rendimento.



Targeting per Lingua e Località

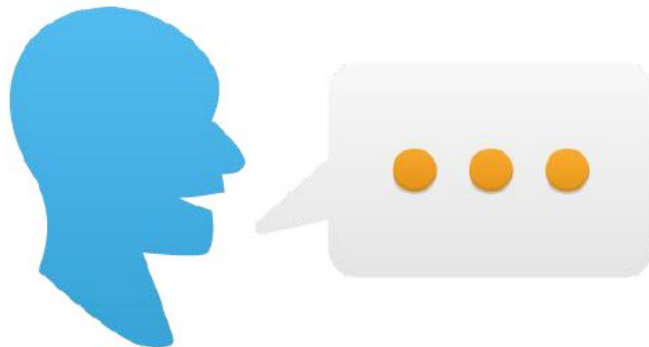
Targeting per Lingua

Il targeting per lingua consente di limitare la pubblicazione degli annunci in base alle impostazioni della lingua preferite dall'utente.

Definiamo la lingua sempre considerando l'esperienza dell'utente sulla landing. Lingua della Landing e Lingua degli Annunci dovrebbero corrispondere con la lingua utilizzata (abituamente) dall'utente target per compiere ricerche.

Il **targeting per lingua** consente con le dovute accortezze di:

- raggiungere anche utenti bilingue (italiano / tedesco o finlandese /inglese)
- raggiungere utenti in altre country rispetto all'attività promossa (Hotel ad Assisi fa campagne in Spagna, per utenti di lingua spagnola, con landing e annunci in Spagnolo)



Targeting per Località

Località

Il targeting per località consente di selezionare località specifiche in cui pubblicare i propri annunci.

Per impostazione predefinita, gli annunci possono essere mostrati agli utenti che si trovano nelle località target, che le visitano regolarmente o che **hanno mostrato interesse verso di esse**.

Seleziona le località target ?

- ☐ Tutti i paesi e le zone
- ☐ Italia
- ☒ Inserisci un'altra località

 Inserisci una località target o da escludere

[Ricerca avanzata](#)

Ad esempio, un paese, una città, una regione o un codice postale

^ Opzioni per località

Target ?

- ☒ Presenza o interesse: utenti che si trovano nelle tue località target, le visitano regolarmente o hanno mostrato interesse per esse (consigliato)
- ☐ Presenza: utenti che si trovano nelle località target o che le visitano regolarmente
- ☐ Interesse di ricerca: utenti che cercano le tue località target

Escludi ?

- ☒ Presenza: utenti che si trovano nelle tue località escluse (consigliato)
- ☐ Presenza o interesse: utenti che si trovano nelle tue località escluse, le visitano regolarmente o hanno mostrato interesse per esse



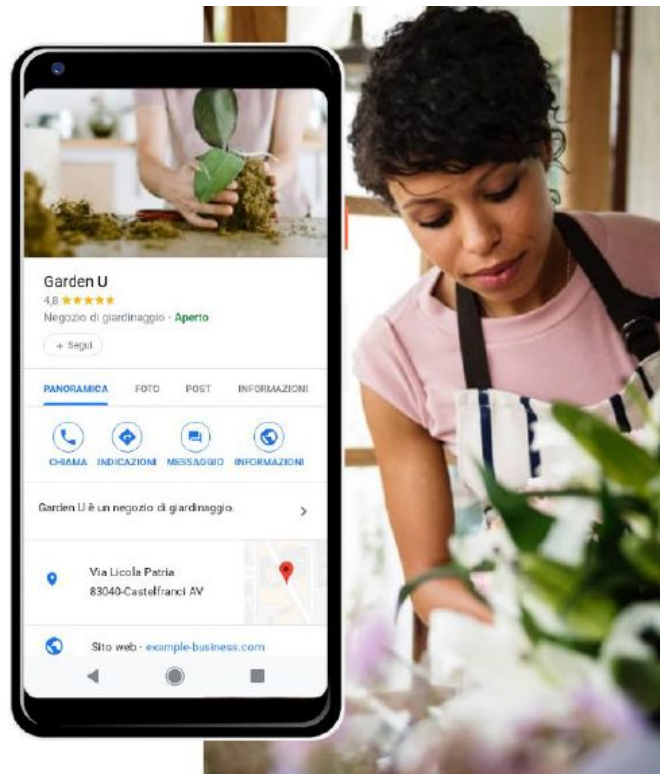
Targeting per Località: Presenza o Interesse

Garden U è un negozio di giardinaggio che offre un servizio di consegna a domicilio di piante e composizioni floreali nella città di Avellino.

Per promuovere il servizio, sceglie di realizzare delle campagne sulla Rete di ricerca Google. Seleziona, dunque, come località Avellino.

Ma se uno studente fuori sede originario di Avellino volesse regalare un bouquet per la festa della mamma facendolo recapitare direttamente a casa sua, cosa accadrebbe?

Se il titolare del negozio scegliesse di mostrare i propri annunci anche a coloro che mostrano interesse per la località target selezionata, allora non perderebbe visibilità nei confronti di un potenziale cliente.



Targeting per Località

È possibile inserire (o escludere):

- Paesi
- Città
- Regioni
- Aree Geografiche disponibili (quartieri etc.)
- Codici Postali

È consentito inoltre, inserire più località contemporaneamente fino a un massimo di 1000 località target, specificando ciascuna località su una riga distinta.

☒ Località ☐ Raggio

☐ Aggiungi più località alla volta

L'Aquila

Corrisponde a	Copertura ?			
Provincia dell'Aquila, Abruzzo, Italia provincia	704.000	TARGET	ESCLUDI	NELLE VICINANZE
L'Aquila, Abruzzo, Italia città	353.000			
Avezzano, Abruzzo, Italia città	145.000			
Sulmona, Abruzzo, Italia città	59.000			
Carsoli, Abruzzo, Italia città	—			
▲ Copertura limitata ?				
Monteale, Abruzzo, Italia città	2.000			
Località che includono: Provincia dell'Aquila, Abruzzo, Italia				
Abruzzo, Italia regione	2.800.000			
Italia Paese	45.900.000			



Targeting per Località: Raggio

Il targeting per raggio consente di mostrare gli annunci ai clienti che si trovano ad una specifica distanza da una determinata località anziché scegliere singole città, regioni o paesi.

Attraverso questa opzione è possibile anche selezionare sedi di Google My Business e poi individuare il raggio.

Inserendo più raggi, si potranno effettuare Aggiustamenti di Offerta Avanzati in base ad essi.

☐ Località ☒ Raggio

Inserisci toponimo, indirizzo o coordinate

5 km

Località target (2)

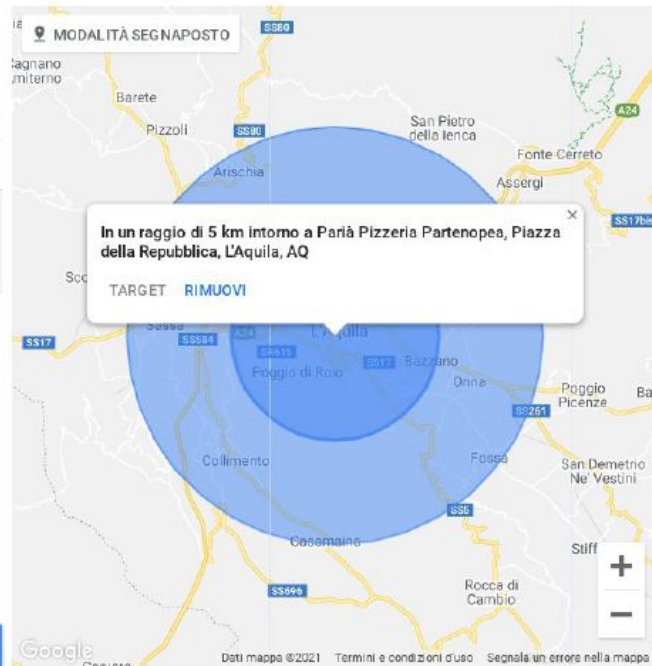
Copertura ?

In un raggio di 10 km intorno a Parità Pizzeria Partenopea, PI... raggio

In un raggio di 5 km intorno a Parità Pizzeria Partenopea, Pia... raggio

ANNULLA

SALVA



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Estensioni Annunci

Estensioni Annuncio

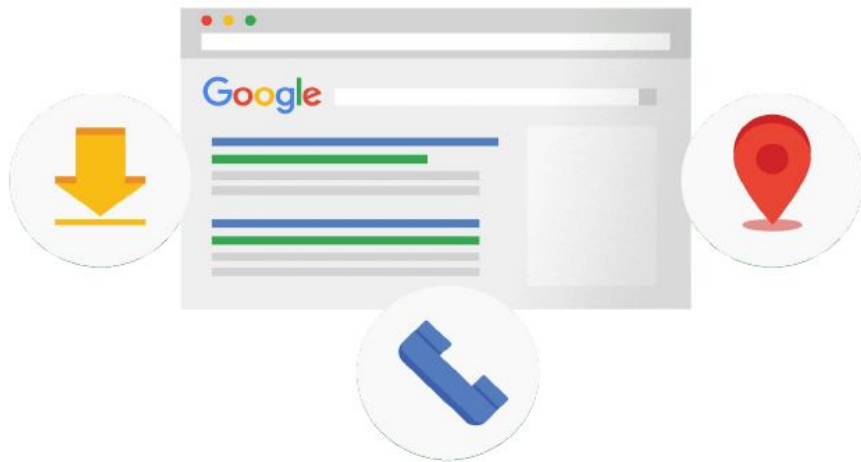
Le estensioni sono elementi testuali che "estendono" gli annunci di testo.

Tendono a migliorare la visibilità dell'annuncio e possono contribuire ad aumentare la percentuale di clic (CTR).

Si distinguono in:

estensioni manuali: devono essere selezionate manualmente dall'inserzionista in fase di setting delle impostazioni di campagna (sono comunque facoltative)

estensioni automatiche: vengono aggiunte all'annuncio automaticamente da Google quando lo ritiene opportuno (sono comunque disattivabili)



Potenzialità delle Estensioni



Estensione sitelink

Estensione callout

Estensione snippet strutturati

Estensione di chiamata

Estensione modulo per i lead BETA

Estensione di località

Estensione di località della società consociata

Estensione di prezzo

Estensione per app

Estensione di promozione

Estensioni di annuncio manuali: la Località

Località

Annuncio • www.midas.it/ ▼

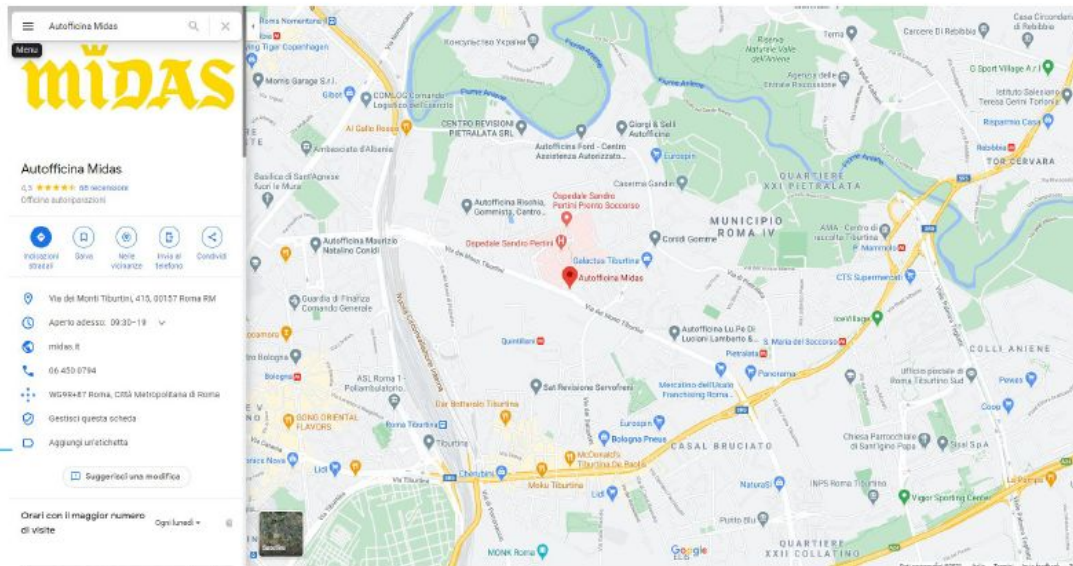
Prenota subito il cambio gomme - Rivolgiti al centro più vicino

Dalle migliori marche fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Dalle marche premium fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Tenor2.

Fai un preventivo • Promozioni • Prestazioni cambio gomme • Cerca il tuo Centro

Runway - a partire da 39.90 € - 175/65 R14 - Altro ▼

📍 Via dei Monti Tiburtini 415, Roma - 06 450 0794 - Orari e servizi potrebbero variare



UNIONCAMERE

In collaborazione con
Google



punto
impresa
digitale



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Estensione di Località e GoogleMyBusiness

Google My Business è uno strumento gratuito e facile da usare che permette ad attività e organizzazioni di gestire la propria presenza online su Google, compresi Ricerca e Maps.

Attraverso Google My Business è possibile:

Gestire le informazioni dell'attività

Quando gli utenti trovano l'attività su Google Maps e Ricerca, possono visualizzare informazioni come orario di apertura, sito web, indirizzo modifiche ai servizi.

Interagire con i clienti

È possibile leggere e rispondere alle recensioni dei clienti, e pubblicare foto dell'attività.

Interpretare ed espandere la presenza online

Trovare approfondimenti per capire in che modo i clienti cercano l'attività, come interagiscono con la scheda dell'attività e da dove provengono. È possibile, ad esempio, scoprire quante persone chiamano l'attività direttamente dal numero di telefono visualizzato nei risultati di ricerca su Maps e nella Ricerca.



Estensione Manuali

Sitelink

Annuncio · www.dentalpro.it/ · 800 326 326

Dentista A Roma - Prenota il Tuo Appuntamento - DentalPro.it

La Prevenzione e la Cura Dei Denti in Sicurezza Sono Diritti che Spettano a Tutti. Aperti in Sicurezza. I Nostri Centri Proseguono Regolarmente l'Attività anche nel Weekend. Qualità DentalPro. Tecniche all'avanguardia. Rispondiamo in 24h o meno. Pagamento dilazionato.

📍 Roma · 10 luoghi nelle vicinanze

Le Nostre Convenzioni

Fondi, assicurazioni e convenzioni
Scopri le Nostre Convenzioni Attive

Sbiancamento Dentale

Riscopri il Tuo Sorriso con i
Nostri Servizi di Estetica Dentale

App

Annuncio · www.booking.com/alberghi

Booking.com - Sito Ufficiale

Il sito ufficiale di Booking.com! Offerte e Hotel di ogni categoria. Ricevi subito la conferma. Cancellazione gratuita. Case Vacanze. Ville.

Valutazione per booking.com
4,9 ★★★★★ (826)

Case, appartamenti

Prenota un appartamento

Prenota per Stasera

Prenota per Domani

 Visualizza i risultati nell'app

Estensione Manuali

Chiamata

Annuncio · www.monsignordellacasa.com/



Hotel Spa Toscana 5 Stelle - Country Resort & Spa Tuscany

Hotel Appartamenti Suites Spa Bikes Tennis 4
Piscine Ristorante Enoteca. Miglior Prezzo
Garantito. Prenota ora. Servizi: WI-FI free,
Parcheggio auto privato, Ristorante & Wine Bar,
Spa & Centro Benessere, Trattamenti benessere.

[Sito Ufficiale](#)

[Benessere & Spa](#)

[Ristorante ec](#)



Chiama 055 840821

Estensione di prezzo

Annuncio · bottegasolidale.medicisenzafrontiere.it/Bombonier...



Bomboniere Solidali MSF | Scegli un Regalo Solidale

Con una Donazione di Soli 4 € Vaccineremo 12 Bambini
Contro il Morbillo. Scegli una Bomboniera Solidale. Scegli
di Sostenere i Medici Senza Frontiere!

Scatolina Fiore Rossa

4,50 €

Con Intaglio Floreale

Aeroplanino Giallo

4,50 €

Porta-Confetti

Scato

Con Ape



UNIONCAMERE

in collaborazione con
Google



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Estensione Manuali

Callout

Annuncio · businessschool.luiss.it/Executive/MBA ▾

Master Executive MBA | Scegli la Formazione Luiss

Scegli il Master Luiss Executive MBA in lingua italiana: 19 mesi di Formazione Part-Time.

Rafforzerai le tue Competenze e darai una Spinta alla tua Carriera: Scopri il Programma **Project**

Work. Learning Lab. Individual Coaching. Attività di Networking. Corsi: Financial Accounting, Strategia d'impresa, Controllo di gestione, Project management, Finanza aziendale, Sviluppo...

Programma Didattico

Scopri tutti i Moduli e le
Opportunità del Corso EMBA!

Sessione di Orientamento

Prenota la tua Sessione di
Orientamento con lo staff MBA

Borse di Studio

Scopri tutte le Agevolazioni
e le Borse di Studio disponibili

Profile Assessment

Ottieni una Valutazione
del tuo Profilo

Snippet Strutturati

Annuncio · www.scuolaholden.it/



ScuolaHolden.it - I Corsi di Scuola Holden - La sera o nel week end

Online, in streaming o dal vivo. Scegli tu quando:
una sera a settimana o nel weekend. Tanti corsi,
una sola passione. Scegli cosa, dove, quando e
con chi. Scopri i nuovi corsi. **Corsi di studio:**
Scrittura, Cinema, Storytelling.

Corsi in partenza

Classi-fy, Corsi Online

Over 30, 8 weekend



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Estensione Manuali

Estensione per lead

Annuncio · www.talentgarden.org/

Digital Marketing Master - Talent Garden

Vuoi lavorare nel Digital Marketing? Scegli il Master di Talent Garden. 9 settimane di lezioni online + 12 settimane di career boost. Stage Garantito. Corsi Part Time/Full Time.

Digital Marketing Master

Digital HR Master



Iscriviti

Accedi alle selezioni



Nome dell'attività commerciale

Titolo

Descrizione

Nome

Email

DIVULGAZIONE DA PARTE DI GOOGLE

Facendo clic su Invia, acconsenti a inviare le tue informazioni a Nome dell'attività commerciale in modo tale da essere contattato in merito alla tua richiesta. Nome dell'attività commerciale acconsente a utilizzare le tue informazioni nel rispetto delle proprie norme sulla privacy. Google utilizzerà anche le tue informazioni in conformità con le sue norme sulla privacy.

INVIA

Invia.

Descrizione

Visita il sito web

CONTINUA A CERCARE SU GOOGLE



UNIONCAMERE

In collaborazione con
Google



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Estensione Manuali

Promozione

Annuncio · www.fabricatore.it/ ▼

Fabricatore© Ufficiale - Fino al 70% di Sconto

Studiati per garantirti il miglior riposo: memory & watercell, traspiranti, antiacaro. Kit Aloe in Omaggio e Pagamento a Rate. A partire da 179€. Consegna Gratuita. 100% Made in Italy.

★★★★★ Rating for fabricatore.it: 4,4 - 107 reviews

Saldi autunnali: 60% di sconto su Materasso FizioRelax



Estensione Manuali

Estensione di Chiamata

Donazioni Coronavirus | Aiutaci a portare Cure Mediche

Sostieni il nostro intervento in Italia e nel mondo. Uniti possiamo fermare il Covid-19! Oggi il nostro impegno per fermare il Coronavirus è anche in altri 70 Paesi. Sostienici.

MSF nelle Emergenze

Hai visto lo Spot in TV?

Domande sulla Pandemia

Chiama 800 913 146

Estensioni di località

L'angolo del gelato - Gelati cremosi artigianali

[Annuncio](#) [www.example.com](#)

Pistacchio e uva sultanina sempre disponibili. Biscotti appena sfornati.

[Via Leopardi 100, Perugia](#)

Callout dinamici

ACME Auto Shop - [acmeautoshopca.com](#)

[Ad](#) [www.acmeautoshopca.com](#) ▼

Save 20% on all car repair services. Family owned & operated.

25 years of experience · Book online · Certified technicians

Valutazioni del venditore

Calzature di design Carla

[Annuncio](#) [www.example.com](#)

Valutazione 4.0 ★★★★★ per calzature-carla.com

Spedizione gratuita, resi gratis su un grande assortimento di calzature firmate.

Sitelink dinamici

Panetteria per cani da Luigi

[Annuncio](#) [www.example.com](#)

Biscotti e torte artigianali. Il tuo cane se li merita tutti!

[Specialità](#) · [Chi siamo](#) · [Biscotti](#) · [Dieta sana](#)

Snippet strutturati dinamici

Elettronica ACME - Negozio di computer chiavi in mano

[Annuncio](#) [www.example.com](#)

Presso Elettronica ACME troverai laptop, smartphone, videogame e altro ancora!

Servizi: Assist. tecn., Riciclo rifiuti RAEE, Riparaz. computer, Programmazione



Segmenti di Pubblico Avanzati

La Search amplia la possibilità di Targeting

I segmenti di pubblico consentono di creare elenchi da integrare nei gruppi di annunci, combinando intenzione e approfondimenti per inviare il messaggio giusto al cliente giusto con l'offerta più adatta.

CERCA **SFOGLIA**

Chi sono
(Dati demografici dettagliati)

>

Quali sono i loro interessi e le loro abitudini
(Affinità)

>

Quello che stanno cercando o pianificando attivamente
(In-market)

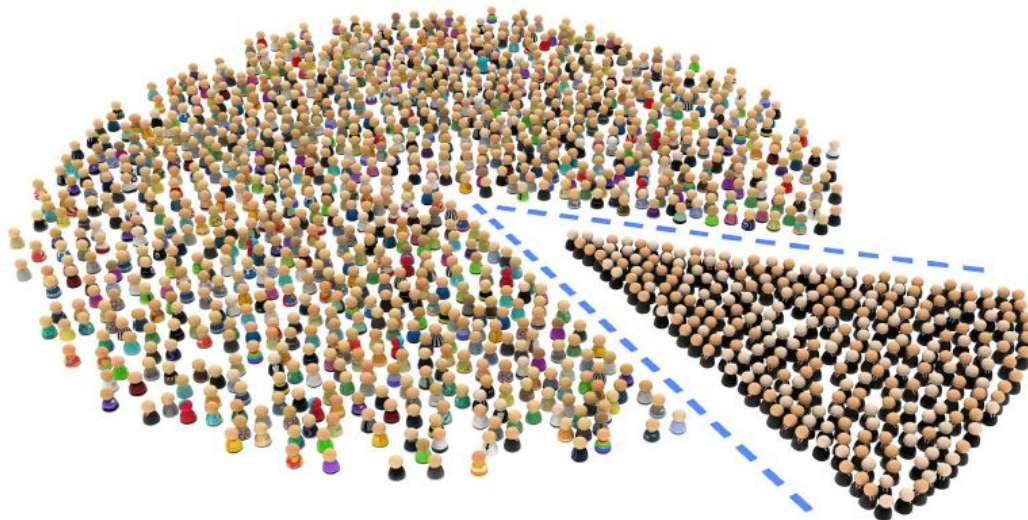
>

In che modo hanno interagito con la tua attività
(Segmenti di pubblico per il remarketing e simili)

>

Segmenti di pubblico combinati
(Le tue combinazioni di pubblico)

>



Dati demografici - Chi sono?

I dati demografici dettagliati consentono di raggiungere ampi segmenti di pubblico che condividono tratti comuni.

Google determina i dati demografici in base alle informazioni derivanti dalle impostazioni o attività nelle proprietà di Google. Inoltre, alcuni siti possono offrire dati demografici che gli utenti forniscono su determinati siti web, come i social network.

Google può stimare i dati demografici degli utenti che non hanno eseguito l'accesso ai propri Account Google basandosi sulla loro attività nell'ambito delle proprietà di Google o sulla Rete Display.

Stato parentale >> Genitori neonati, Genitori di adolescenti (dai 13 ai 17 anni), etc: propensi ad attivare una carta ricaricabile per il proprio figlio che va in viaggio studio in Inghilterra per tutta l'estate.

Stato civile >> Single: adatto ad essere associato alla promozione di soluzioni come vacanze per single, appartamenti di taglio medio piccolo, auto sportive, locali e vita notturna, etc

Istruzione >> Diploma di scuola superiore - Laurea - Laurea specialistica - Studenti universitari attuali: rintracciare coloro che stanno cercando attivamente ad esempio "prestiti studenti, o "prestiti per erasmus" o appartamenti per studenti nelle città universitarie



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Affinità - interessi e abitudini

Con questo tipo di impostazione di pubblico, è possibile intercettare persone che sono davvero interessate ad un argomento molto specifico, sia esso una passione o qualcosa che entra spesso nel mondo delle ricerche online.

Raggiungere gli utenti in base a passioni, abitudini e interessi.

Media e intrattenimento >> Amanti dei libri >> segmento utile per far mostrare annunci personalizzati con un'offerta speciale per coloro che hanno dimostrato un interesse qualificato verso i libri.

Gastronomia e ristoranti >> Appassionati di cucina >> segmento utile per far conoscere il nuovo corso di cucina a online organizzato ad esempio da un piccolo ristoratore romano.

Bellezza e benessere >> Visita spesso saloni da parrucchieri >> adatto ad essere associato alla promozione di soluzioni come promozioni per i nuovi clienti che acquistano un pacchetto in un centro estetico o presso un hair stylist



In-Market - quello che stanno cercando o pianificando

Con questo tipo di impostazione di pubblico, è possibile intercettare persone che sono davvero interessate ad un argomento molto specifico, sia esso una passione o qualcosa che entra spesso nel mondo delle ricerche online.

Raggiungere gli utenti in base a passioni, abitudini e interessi.

Media e intrattenimento >> Amanti dei libri >> segmento utile per far mostrare annunci personalizzati con un'offerta speciale per coloro che hanno dimostrato un interesse qualificato verso i libri.

Gastronomia e ristoranti >> Appassionati di cucina >> segmento utile per far conoscere il nuovo corso di cucina a online organizzato ad esempio da un piccolo ristoratore romano.

Bellezza e benessere >> Visita spesso saloni da parrucchieri >> adatto ad essere associato alla promozione di soluzioni come promozioni per i nuovi clienti che acquistano un pacchetto in un centro estetico o presso un hair stylist



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Remarketing - come hanno interagito con la mia attività

Gli elenchi per il remarketing per gli annunci della rete di ricerca (RLSA) permettono di personalizzare la campagna pubblicitaria sulla rete di ricerca per gli utenti che in precedenza hanno visitato il sito web e di adattare le offerte e gli annunci a tali visitatori mentre eseguono ricerche su Google e sui siti dei partner di ricerca.

Esempio >> Se gli utenti abbandonano il sito senza effettuare acquisti, gli elenchi per il remarketing per gli annunci della rete di ricerca aiutano a reingaggiare questi potenziali clienti mentre continuano a cercare i prodotti o servizi di cui hanno bisogno utilizzando i Motori di Ricerca.

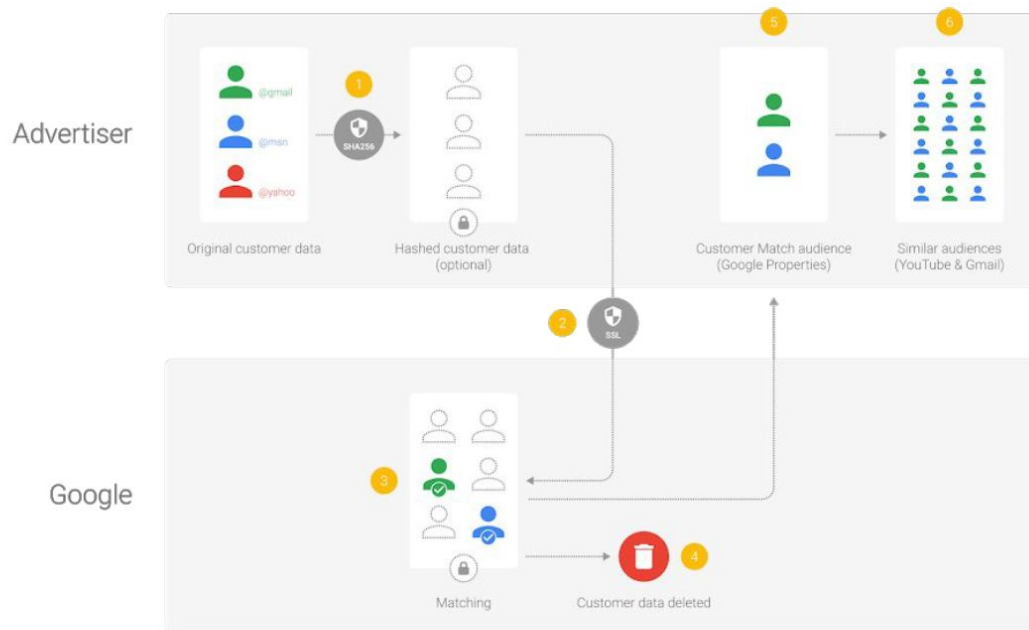
Sarà quindi possibile impostare offerte, creare annunci o selezionare parole chiave considerando che questi clienti hanno già visitato il sito web in precedenza o hanno lasciato nel carrello dei prodotti.



Customer Match

Customer Match consente di utilizzare i dati online e offline per raggiungere e coinvolgere nuovamente i clienti su Ricerca, YouTube, Display e Gmail. Customer Match utilizza le informazioni che i clienti hanno condiviso con te per mostrare annunci a questi e ad altri clienti simili.

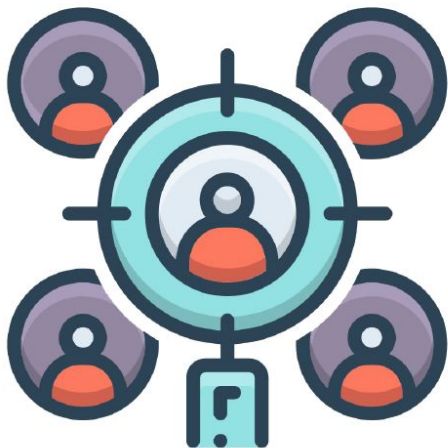
Nella rete di ricerca puoi ottimizzare le campagne adeguando le offerte in base alle informazioni di cui disponi sulle attività dei tuoi clienti.



Segmenti di pubblico simili

I segmenti di pubblico simili consentono di intercettare nuovi utenti che abbiano un comportamento di ricerca simile a quello dei membri esistenti negli elenchi per il remarketing o customer match, già presenti in piattaforma.

Il sistema identifica automaticamente quali elenchi per il remarketing sono idonei. Per trovare i segmenti di pubblico simili, Google Ads esamina i milioni di utenti che eseguono ricerche su Google.



Vantaggi

- Trova utenti simili ai visitatori del sito da scegliere come target
- Semplifica la ricerca dei segmenti di pubblico da scegliere come target
- Consente di acquisire nuovi potenziali clienti

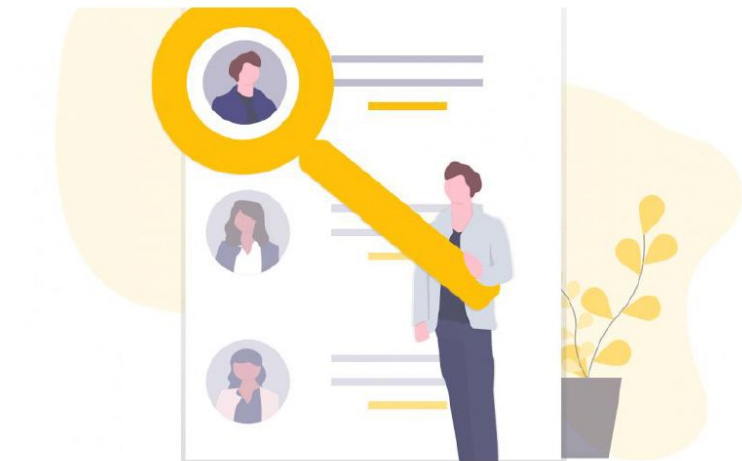
Segmenti di pubblico combinati

La più grande opportunità che abbiamo è la possibilità di definire il nostro pubblico ideale in modo estremamente preciso, combinando segmenti di pubblico esistenti

Esempio >> Brand di Cucine deve sponsorizzare una promo mensile ed ha come target dell'annuncio i Proprietari di un'abitazione (segmento di pubblico per Dati demografici Dettagliati) o gli utenti che hanno intenzione di acquistare elementi di arredo, nello specifico di "Cucina e soggiorno" (segmento di pubblico in-market).

Con i segmenti di pubblico combinati, è possibile incrociare i due segmenti di pubblico selezionandoli come target e proporre annunci dedicati.

Senza i segmenti di pubblico combinati, l'annuncio verrebbe mostrato anche ai proprietari di un'abitazione che però non sono alla ricerca di una cucina, oppure alle persone che vogliono richiedere stanno pianificando di acquistare una cucina ma che al momento non sono ancora proprietari di un'abitazione e risultano affittuari.





**Cosa mi permette di fare
Google Ads per
raggiungere chi sta
cercando un prodotto o
un servizio simile al mio?**



INCREMENTA LE VISITE AL SITO WEB

Aumenta le vendite online, le prenotazioni e le iscrizioni alla mailing list con annunci online che indirizzano gli utenti al tuo sito web.



RICEVI PIÙ TELEFONATE

Aumenta le chiamate dei clienti con annunci che includono il tuo numero di telefono e un pulsante click-to-call.



AUMENTA LE VISITE IN NEGOZIO

Attira più clienti in negozio con annunci per attività che aiutano gli utenti a scoprire dove si trova la tua azienda.



Fatti trovare con un semplice ricerca.

olio toscano



[Tutti](#) [Immagini](#) [Shopping](#) [Notizie](#) [Maps](#) [Altro](#) [Impostazioni](#) [Strumenti](#)

Circa 1.820.000 risultati (0,91 secondi)

Annuncio · <https://www.ilbottaccio.com/shop/toscana> 0565 228951

Olio Extravergine TOSCANO - Shop online

Olio Extravergine **Toscana** alta qualità **Toscana** IGP, Biologico, Monocultivar, Shop Online

BIOLOGICO

Verde con riflessi brillanti,
dal fruttato medio

TOSCANO I.G.P.

Blend di Frantoiano, Moraiolo,
Leccino e Leccino del Corno

AROMATIZZATI

Basilico, Peperoncino, Limone,
Aglio e Rosmarino

OLIVE

Olive in salamoia e in extravergine
Olive Leccino e Nocellara

Annuncio · https://www.oleificioolma.it/shop/toscana_igp

Acquista Olio EVO Toscano - 100% Toscano IGP

OL.MA significa **Olio** EVO IGP estratto a freddo, certificato e completamente tracciabile. Scegli il formato e ordina la tua scorta di tradizione. Spedizione sempre gratuita!

Annuncio · <https://www.quintovizio.com/>

Acquista online olio toscano - Olio e aceto tradizionali

Vendita online di **olio** e aceto tipici della tradizione **toscana**. Autenticità e tradizione...

<https://www.oliotoscanoigp.it>

Consorzio Olio Extravergine di Oliva Toscano | Olio d'Oliva IGP

Il consorzio che rappresenta le aziende produttrici di **olio** extravergine d'oliva **Toscana**: le caratteristiche organolettiche e gli eventi.

Annunci · olio toscano



Olio Nece,
Extravergine di...
33,00 €
Mezzecrete

[Da Google](#)



Olio Extra Vergine
Toscano Oro di R...
40,00 €
Buonamico

[Da Google](#)



L'Avvocato-Agrifood
Confezione di olio...
52,20 €
L'Avvocato-Agrif...
Spediz. gratuita
[Da Google](#)



Olio Extravergine di
oliva TOSCANO...
63,00 €
Officina di Camp...
Spediz. gratuita
[Da Google](#)



Olio Extravergine
Biologico Toscan...
10,82 €
Tenuta Gramineta
[Da Google](#)



Erbario Toscano
OLIO SECCO...
17,10 €
farmacienonolo
[Da Google](#)



in collaborazione con
UNIONCAMERE **Google**

punto
impresa
digitale



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

DOMANDE?

Quanto sei digitale?

SELF4.0

Autovalutazione on line



Accedi al portale nazionale
e ricevi l'e-mail
con link di accesso:
http://bit.ly/Digital_assessment

Autocompila
il questionario
(in 10-20 minuti circa)



Scarica il tuo report
troverai indicazioni
sulle soluzioni
tecnologiche
per la tua impresa



ZOOM4.0

Valutazione con il supporto
del Digital Promoter

Contatta il PID
per fissare
un appuntamento



Il digital promoter
ti guiderà per eseguire
l'assessment approfondito
della tua impresa

Ricevi il tuo report
riceverai una fotografia
dettagliata sui punti
di forza e di debolezza
della tua impresa



DIGITAL SKILL VOYAGER

Viaggio nelle competenze digitali



Vai su www.dskill.eu
ed effettua il test on line
pensato per studenti,
lavoratori e giovani manager

Affronta il viaggio
nel tempo tutto in chiave
digitale, con le tecniche della
gamification: divertente
e con solide basi scientifiche



Misura il tuo livello
di competenze digitali
e valorizzale
sul mercato del lavoro



Grazie!

pid@as.camcom.it



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

