



INTRODUZIONE

In questo workshop introduttivo, scopriamo le basi della pubblicità *pay-per-click (PPC)* con Google Ads (precedentemente *AdWords*), la piattaforma più utilizzata al mondo.

Vedremo il funzionamento della pubblicità Google Ads e come può avvicinare la tua azienda agli obiettivi prefissati.

Scopriremo come impostare correttamente un nuovo account Google Ads e iniziare a sfruttare la potentissima funzione di ricerca delle parole chiave sui motori di ricerca, per comprendere finalmente quali domande fanno gli utenti durante il loro processo di acquisto.

Apprenderemo come scrivere annunci efficaci, sfruttando i principi di persuasione più idonei al prodotto e al pubblico che vuoi intercettare.

Infine, vedremo come utilizzare i rapporti di Google Ads integrati con Google Analytics per monitorare il rendimento della tua campagna.

PROGRAMMA

La pubblicità pay-per-click

- Vantaggi della piattaforma Google Ads
- Dove appaiono gli annunci
- La triade parola chiave - annuncio - pagina di destinazione
- Come avviene l'asta per la prima posizione
- Come è strutturato un account Google Ads

Breve ricerca di mercato

- Stabilire il cliente target
- Comprendere la concorrenza dei competitor
- Individuare una (o più) proposte di valore
- Impostare gli obiettivi SMART della campagna

Cercare e scegliere le parole chiave

- Prima lista (ampia) delle parole chiave
- Gli strumenti gratuiti per individuare le parole chiave
- Lo Strumento di pianificazione delle parole chiave
- Identificare i volumi di ricerca
- Differenze tra corrispondenza esatta, a chiave, a frase, inversa

Scrivere annunci altamente performanti

- Attrarre l'attenzione dei visitatori
- Capire la psicologia degli utenti
- Raccontare una storia in pochi caratteri
- Utilizzare le possibili estensioni
- Strategie di definizione del prezzo

La pagina di atterraggio

- La prima impressione è quella che conta
- Capire la differenza tra benefit e caratteristiche
- Il ruolo della riprova sociale
- Il remarketing

Ottimizzazioni della campagna

- La reportistica
- Gli obiettivi
- Integrare Google Analytics
- Strategie di ottimizzazione dei risultati

A CHI È RIVOLTO

- Imprenditori
- Professionisti
- Manager
- Responsabili Marketing & Comunicazione

DOCENTE



Massimo Ciotta

Marketing Automation Specialist, supporta le imprese nell'innovazione digitale | Google Partner | SALESManago Partner | Docente di marketing @ Confindustria Toscana Sud

<https://www.linkedin.com/in/massimociotta/>

QUANDO & DOVE

Milano | 10 **giugno** 2020 | ore 10:00-17:00
sede AISM Via Leon Battista Alberti, 5

MODALITÀ e QUOTE di PARTECIPAZIONE

La partecipazione al Corso è aperta a soci e non-soci AISM previa compilazione della scheda di iscrizione.

- **ASSOCIATI AISM**
€ 195,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, art. 4
- **NON ASSOCIATI AISM**
€ 265,00 + IVA

PER INFORMAZIONI/ISCRIZIONI

Segreteria AISM info@aism.org