

Google AdWords Intermediate

Una marcia in più per ottenere successo con le campagne PPC!

Data:	**24 Marzo 2011**
Durata:	**8h**
Location:	**MILANO – Blend Tower, P.zza IV Novembre, 7**
Max Partecipanti:	**15**

Un passo avanti. La conoscenza dello strumento, dei criteri del suo funzionamento, delle logiche della struttura account > campagna > gruppi di annunci > keywords non garantiscono di per sé il successo delle tue campagne. E' tempo di fare un passo avanti ed approfondire le tue skills strategiche verticalizzando la tua conoscenza delle funzioni più importanti di Google AdWords.

Nel nostro workshop ti trasmetteremo le *best practices*, i "*dos and donts*", insomma i metodi più utili e vincenti per spremere al massimo il tuo budget AdWords. Le tecniche avanzate sono sicuramente complesse, ma comprenderle significa garantire alle proprie campagne un vero e proprio salto di qualità. L'acquisizione di tecniche avanzate ti permetterà, infatti, non solo di raggiungere con precisione i tuoi obiettivi, ma anche di usare i risultati ottenuti per migliorare esponenzialmente l'efficacia delle tue campagne.

Non perdere l'occasione di approfondire seriamente la tua conoscenza di Google AdWords: imparerai velocemente a riconoscere la sottile linea che divide i soldi *spesi* dai soldi *investiti*.

Descrizione Generale

Il potenziale più intrigante (e meno sfruttato) di AdWords è la sua capacità di fornire *insights* decisivi sulla gestione del business aziendale. L'integrazione del monitoraggio attivo di AdWords nel processo di decision-making del tuo dipartimento marketing/vendita/PR apporterà una crescita sostanziale nell'efficacia della comunicazione e della redditività del business in genere. Il controllo dei costi pubblicitari e l'ottimizzazione degli investimenti promozionali sulla base di ciò che si apprende da google AdWords, infatti, rappresenta un vero e proprio *must* per chiunque faccia dell'online advertising una strategia primaria del proprio marketing mix.

Contenuti del corso

Buona parte del corso sarà impostato sulla spiegazioni delle best practices più efficaci ed importanti per:

- gestire l'account
- monitorare le campagne
- affinare la lista delle parole chiave
- valutare le performance delle singole keywords
- ottimizzare gli annunci
- migliorare i rendimenti della campagna
- ottimizzare il ROI delle campagne
- raggiungere il miglior CPC

Argomenti altrettanto rilevanti saranno:

- monitoraggio avanzato con Google Analytics: collegare gli account, condividere i dati, importare gli obiettivi e le conversioni

Digitools S.n.c.V.le Brianza 35/37 – 20036 Meda (MB) - Tel 0362.1720623 - www.digitools.it - info@digitools.it

- tecniche di testing: A/B testing e multivariate testing
- i rapporti di Google AdWords: personalizzazione, estrapolazione e valutazione dei rapporti
- impostazione del monitoraggio delle conversioni
- gestione avanzata delle keywords, dei tipi di corrispondenza e delle keywords negative
- gestione differenziata del budget, distinte strategie di costo in relazione agli obiettivi (CPC, CPM, CPA)
- controllo di qualità avanzato sulle landing pages

Obiettivi del workshop

- Imparare tecniche più avanzate di gestione dell'account AdWords.
- Acquisire le best practices più efficaci per evitare errori e ottimizzare la spesa.
- Apprendere a selezionare le combinazioni di keywords, di annunci e di strategie di costo per ottenere migliori risultati con minore investimento.
- Capire le diverse tecniche di testing della performance delle campagne, degli annunci e delle landing pages.
- Creare reports utili a monitorare le campagne nel medio-lungo termine allo scopo di prendere decisioni più informate e vincenti.

Key Questions

- Come posso controllare meglio la spesa di AdWords?
- Come si migliora la performance delle mie campagne?
- Quali sono gli strumenti più efficaci per monitorare gli annunci?
- Come posso utilizzare al meglio la reportistica di AdWords?
- Quali sono le strategie avanzate per miglioorare la mia CTR?
- Quali sono i fattori che determinano e migliorano il Quality Score?
- Quali sono le keyword più efficaci? Quali i migliori metodi di matching con le query?
- Come faccio a creare un flusso di persuasione convincente dall'annuncio alla conversione?

Dedicato a:

- Responsabili marketing online e offline
- Titolari d'impresa
- Consulenti aziendali
- Responsabili comunicazione, eventi e pr
- Dirigenti commerciali
- Web Designers
- Web Masters
- Copywriters & Web Copywriters

TAG Cloud

- Google AdWords avanzato
- Ottimizzazione avanzata delle keywords
- CPC, CPA e CPM con Google
- Monitoraggio delle conversioni
- AdWords Editor
- Google Analytics e Website Optimizer
- AdWords: ROI avanzato