**ESERCIZIO**

(aiuto chat gpt)

***Campagna Pubblicitaria: Promuovere il Femminismo e l'Uguaglianza di Genere***

Obiettivo della Campagna: Promuovere la consapevolezza sul femminismo, supportare l'acquisto di prodotti a tema femminista e incentivare la partecipazione ad associazioni e iniziative per i diritti delle donne.

Fasi:

**1. Scelta delle Keywords in base all’Intento di Ricerca dell’Audience:**

L’audience viene segmentata in base all’intento di ricerca e lo scopo dell’utente:

**Scopo Informativo:** Educare sulle origini e il significato del femminismo: ’’Cosa significa femminismo", "storia del femminismo", "femminismo oggi"

**Navigazionale:** Trovare movimenti, associazioni e risorse utili, "movimenti femministi", "associazioni femministe", "iniziative per i diritti delle donne"

**Transazionale:** Acquistare prodotti a tema femminista "t-shirt femministe", "libri sul femminismo", "merchandising femminista"-

**Commerciale:** Confrontare prodotti e servizi a sostegno delle donne, migliori libri sul femminismo", "brand femministi", "negozi femministi online"

**2. Assegnazione delle Parole Chiave a Gruppi di Annunci e Corrispondenze**:

Ogni gruppo di annunci è ottimizzato con diverse corrispondenze per massimizzare la pertinenza delle ricerche.

Consapevolezza sul Femminismo: "storia del femminismo" ‘’femminismo moderno’’ **Movimenti e Associazioni:** associazioni femministe "movimenti per i diritti delle donne" iniziative femministe

**Merchandising Femminista:** t-shirt femministe, "acquista libri sul femminismo" negozi femministi.

**Brand e Confronti**: migliori libri femministi, brand femministi sostenibili, moda femminista

**3. Associazione delle Parole Chiave con il Termine di Ricerca**

L’obiettivo è intercettare le query degli utenti per offrire annunci pertinenti.

**Esempio 1:**  Un utente cerca "cosa significa femminismo" → L’annuncio mostrato con corrispondenza a frase: "Scopri il significato del femminismo e la sua storia! Leggi di più."

**Esempio 2**:Un utente cerca "t-shirt femministe" → L’annuncio mostrato con corrispondenza esatta: "Indossa il cambiamento! Scopri le nostre t-shirt femministe."

**Esempio 3:** Un utente cerca "movimenti femministi attuali" → L’annuncio mostrato con corrispondenza ampia: "Partecipa ai movimenti per i diritti delle donne. Scopri di più!"

---

**4. Valutazione delle Corrispondenze**

Dopo il lancio della campagna, si monitorano i dati per ottimizzare il rendimento:

CTR: analizza quali parole chiave generano più clic.

Tasso di conversione:misura quante ricerche portano ad azioni (es. acquisto, iscrizione).

-CPC:identifica le parole chiave più costose e quelle più efficienti.

Parole chiave negative: per escludere ricerche irrilevanti (es. "femminismo estremista").