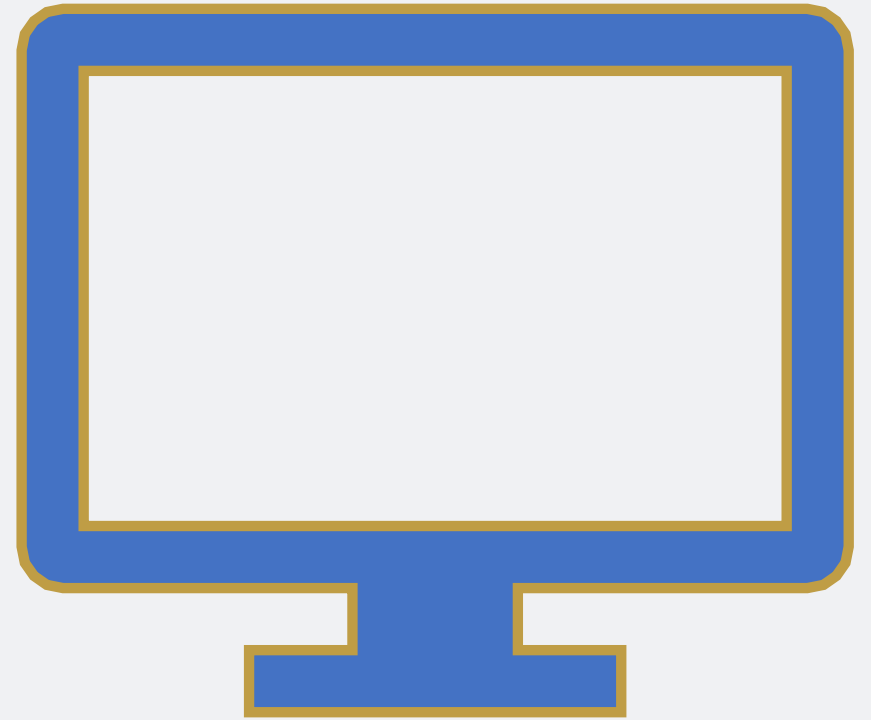




Google Display e Discovery

Progetto di Alessandro Marici⁺

Campagna Display





Strategia


- + Obiettivi: Vendita
- + Tipologia: Display Standard
- + Nome Campagna: Campagna Sneaker Display Autunno-Inverno 20/21
- + Località e Lingua: Italia/Italiano
- + Biddind Strategy: Ho scelto il valore conversioni con Roas Target del 400%
- + Budget: 30 Euro GG
- + Segmento di pubblico affinità (slide 8) - Ho targettizzato la categoria (slide 10)
- + Target demografico: sono andato sullo specifico solo sull'età 25/44 anni, Uomo/Donna dato il costo alto delle sneakers (230Euro).


Step 1


Seleziona l'obiettivo che renderebbe efficace questa campagna ?



Vendita



Lead


Traffico sul sito web


Considerazione del prodotto e del brand


Notorietà del brand e copertura


Promozione di app


Crea una campagna senza un obiettivo

Seleziona un tipo di campagna ?

Ricerca

Raggiungi i clienti interessati ai tuoi prodotti o servizi con annunci di testo

Display

Pubblica diversi tipi di annunci sul Web

Shopping


Promuovi i tuoi prodotti con gli annunci Shopping

Video

Raggiungi e coinvolgi gli spettatori su YouTube e sul Web

Intelligente

Raggiungi i tuoi obiettivi aziendali con gli annunci automatici su Google e sul Web

Discovery

Pubblica annunci su YouTube, Gmail, Discover e altri prodotti

Seleziona un sottotipo di campagna. Tieni presente che questa scelta non potrà più essere modificata in un secondo tempo.



Campagna display standard

Scegli le impostazioni, il targeting e le opzioni di automazione desiderati. [Ulteriori informazioni](#)

Step 2

Tipo: Display

Obiettivo: Vendita

Nome campagna

Campagna Display Vendita sneaker | A/I 20/21

Località

Seleziona le località target

☐ Tutti i paesi e le zone

☒ Italia

☐ Inserisci un'altra località

Opzioni per località

Lingue

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti

I tuoi annunci vengono mostrati ai clienti con queste preferenze di lingua o sui siti con queste lingue.

Inserisci una lingua

Italiano

Per mostrare gli annunci a utenti che hanno selezionato lo spagnolo nella preferenza lingua, seleziona Spagnolo come lingua della campagna e utilizzalo per le parole chiave e il testo dell'annuncio.

Ulteriori informazioni

Offerta

A che cosa vuoi dare la priorità?

Valore conversione

Consigliata per: obiettivo della campagna

ROAS target

400 %

✓ Questa campagna utilizzerà la strategia di offerta **Ritorno sulla spesa pubblicitaria target** per aiutarti a ottenere il massimo valore di conversione con un ritorno sulla spesa pubblicitaria target uguale o superiore a quello da te impostato

Step 3

Budget	Inserisci l'importo medio che vuoi spendere ogni giorno 30,00 €	Per il mese, non pagherai più del tuo budget giornaliero per il numero medio di giorni in un mese. Alcuni giorni potresti spendere più o meno del tuo budget giornaliero. Ulteriori informazioni
Rotazione annunci	Ottimizza: scegli gli annunci con il rendimento migliore	
Pianificazione annunci	Tutto il giorno	
Date di inizio e fine	Data di inizio: 30 ottobre 2020 Data di fine: Non impostata	
Dispositivi	Mostra su tutti i dispositivi	

Opzioni URL campagna

Modello di monitoraggio
<https://puraai.it/shop/>

Esempio: <https://www.trackingtemplate.foo/?url={lpurl}&id=5>

Suffisso URL finale ⓘ

Esempio: param1=value1¶m2=value2

Parametri personalizzati ⓘ

{ Nome } = Valore +

Il modello di monitoraggio è l'URL creato per il monitoraggio e al quale vuoi che vengano indirizzati gli utenti che fanno clic sull'annuncio. [Ulteriori informazioni](#)

Annunci dinamici	Senza feed di dati	
Conversioni	Impostazione delle conversioni a livello di account (Azione di conversione in uso: Website sale) Non includere conversioni view-through nelle colonne "Conversioni" e "Tutte le conversioni"	

Step 4

Esclusioni di contenuti

Disattiva la pubblicazione degli annunci in contenuti inadatti al tuo brand



Etichette per contenuti digitali ?	Contenuti sensibili ?	Tipo di contenuti ?
<input type="checkbox"/> DL-G: adatti a ogni tipo di pubblico	<input checked="" type="checkbox"/> Tragedie e conflitti	<input type="checkbox"/> Giochi Inattivo
<input type="checkbox"/> Contenuti classificati come adatti alle famiglie	<input type="checkbox"/> Problemi sociali sensibili	<input type="checkbox"/> Video di YouTube in live streaming
<input type="checkbox"/> DL-PG: adatti alla maggior parte dei tipi di pubblico con l'accompagnamento dei genitori	<input type="checkbox"/> Linguaggio volgare e offensivo	<input type="checkbox"/> Video di YouTube incorporati
<input type="checkbox"/> DL-T: adatti ad adolescenti e pubblico di età maggiore	<input checked="" type="checkbox"/> Contenuti sessualmente allusivi	<input type="checkbox"/> Below the fold
<input checked="" type="checkbox"/> DL-MA: adatti a un pubblico adulto	<input checked="" type="checkbox"/> Contenuti scandalosi e scioccanti	<input type="checkbox"/> App per dispositivi mobili GMob non interstitial Inattivo
<input checked="" type="checkbox"/> Contenuti non ancora classificati		<input type="checkbox"/> Domini parcheggiati
		<input type="checkbox"/> Annunci in-video

Nonostante le esclusioni dei contenuti vengano effettuate nel modo più efficiente possibile, non possiamo garantire che verranno esclusi tutti i contenuti correlati.

Rotazione annunci

- ☒ Ottimizza: scegli gli annunci con il rendimento migliore
- ☐ Non ottimizzare: ruota gli annunci a tempo indeterminato
- ☐ Ottimizza per le conversioni (opzione non supportata)
- ☐ Ruota in modo uniforme (opzione non supportata)

Mostra gli annunci che prevedi riceveranno più clic o conversioni. Consigliato per la maggior parte degli inserzionisti.



Crea un gruppo di annunci

Per un targeting più preciso, organizza i gruppi di annunci in base a un tema o a un messaggio specifici ?

Nome del gruppo di annunci

Sneaker A/I 20/21

Step 5

Persone: chi vuoi raggiungere

Definisci i segmenti di pubblico, i dati demografici o entrambi

Segmenti di pubblico

Seleziona i segmenti di pubblico per scegliere a chi mostrare gli annunci. Puoi creare nuovi segmenti di pubblico in [Gestione segmenti di pubblico](#). ?

Modifica segmenti di pubblico target

FINE

CERCA

SFOGLIA

5 elementi selezionati

RIMUOVI TUTTO

Chi sono
(Dati demografici dettagliati)



Segmenti di pubblico di affinità

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



Stili di vita e hobby
Fashionisti



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



Stili di vita e hobby
Appassionati dello stile di vita ecologico



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



Acquirenti
Acquirenti di articoli di lusso



I tuoi segmenti di pubblico
(Segmenti di pubblico personalizzati)



Acquirenti
Acquirenti compulsivi



Step 6

Dati demografici

Raggiungi gli utenti in base all'età, al sesso, allo stato parentale o al reddito del nucleo familiare ?

Modifica dati demografici scelti come target				FINE
Sesso	Età	Stato parentale	Reddito del nucleo familiare	
<input checked="" type="checkbox"/> Donna	<input type="checkbox"/> 18 - 24	<input checked="" type="checkbox"/> Senza figli	<input checked="" type="checkbox"/> 10% superiore	
<input checked="" type="checkbox"/> Uomo	<input checked="" type="checkbox"/> 25 - 34	<input checked="" type="checkbox"/> Con figli	<input checked="" type="checkbox"/> 11-20%	
<input checked="" type="checkbox"/> Sconosciuto ?	<input checked="" type="checkbox"/> 35 - 44	<input checked="" type="checkbox"/> Sconosciuto ?	<input checked="" type="checkbox"/> 21-30%	
	<input type="checkbox"/> 45 - 54		<input checked="" type="checkbox"/> 31-40%	
	<input type="checkbox"/> 55 - 64		<input checked="" type="checkbox"/> 41-50%	
	<input type="checkbox"/> >65		<input checked="" type="checkbox"/> 50% inferiore	
	<input checked="" type="checkbox"/> Sconosciuto ?		<input checked="" type="checkbox"/> Sconosciuto ?	

Nota: il targeting per il reddito del nucleo familiare è disponibile solo in alcuni paesi. [Ulteriori informazioni](#)

Step 7

Modifica argomenti target

FINE

Cerca per parola, frase o URL

2 elementi selezionati

RIMUOVI TUTTO

☐ Acquisti

☐ Abbigliamento

☐ Abbigliamento bambino

☐ Abbigliamento casual

☐ Abbigliamento da atletica

☐ Abbigliamento donna

☐ Abbigliamento formale

☐ Abbigliamento uomo

☐ Accessori di abbigliamento

☐ Biancheria intima

Acquisti > Abbigliamento > Calzature Scarpe sportive

Acquisti > Abbigliamento > Calzature Scarpe casual

TARGETING DEI CONTENUTI

Espansione del targeting

Per aumentare la copertura, consenti a Google di trovare segmenti di pubblico ad alto rendimento. [Ulteriori informazioni](#)

Non attivo

Più copertura

✓

È probabile che tu riesca a migliorare la copertura della campagna

Annuncio

Titolo lungo

Sneakers ecologiche Puraai, artigianale e 100 % Made in Italy

61/90

Descrizioni (massimo 5)

Puraai nasce nel rispetto delle cose, delle persone e della natura.

67/90

Puraai amanti delle passeggiate in mezzo alla natura.

53/90

Responsabilità e rispetto sono i nostri valori.

47/90

Puraai la sneaker che rinasce dalla plastica

44/90

Ogni Puraai è diversa dall'altra. Artigianale al 100%.

54/90

Nome dell'attività commerciale

Puraai

6/25

Opzioni di formato aggiuntive

Seleziona tutte le opzioni per ottimizzare la copertura e il rendimento dell'annuncio.

☒ Utilizza i miglioramenti degli asset

Consenti a Google di migliorare i tuoi asset e ottimizzare i layout degli annunci. In questo modo, potresti migliorare il rendimento degli annunci. [Ulteriori informazioni](#)

☐ Utilizza un video generato automaticamente

Consenti a Google di creare i tuoi annunci video utilizzando

Esempio del tuo annuncio immagine di dimensioni 320 x 568



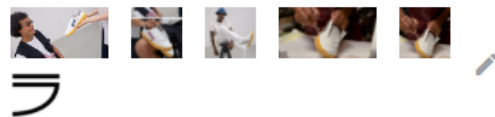
Nuovo annuncio display adattabile

URL finale

<https://puraai.it/>

Immagini e loghi

Aggiungi almeno due immagini di alta qualità (una quadrata e una orizzontale obbligatorie) [Ulteriori informazioni](#)



Video

Facoltativo, ma massimo 5

+ VIDEO

Titoli (massimo 5)

Minimal, pura e sostenibile

27/30

Made in Italy 100%

18/30

Puraai la sneaker artigianale

29/30

Puraai passione sneakers

24/30

Puraai Design responsabile

26/30



Efficacia dell'annuncio
Eccellente

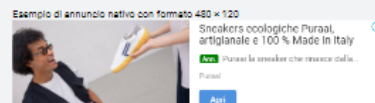
La configurazione dell'annuncio è perfetta. Non devi eseguire altre operazioni.

Anteprima

SITI WEB E APP

PROPRIETÀ DI GOOGLE

Principali formati degli annunci



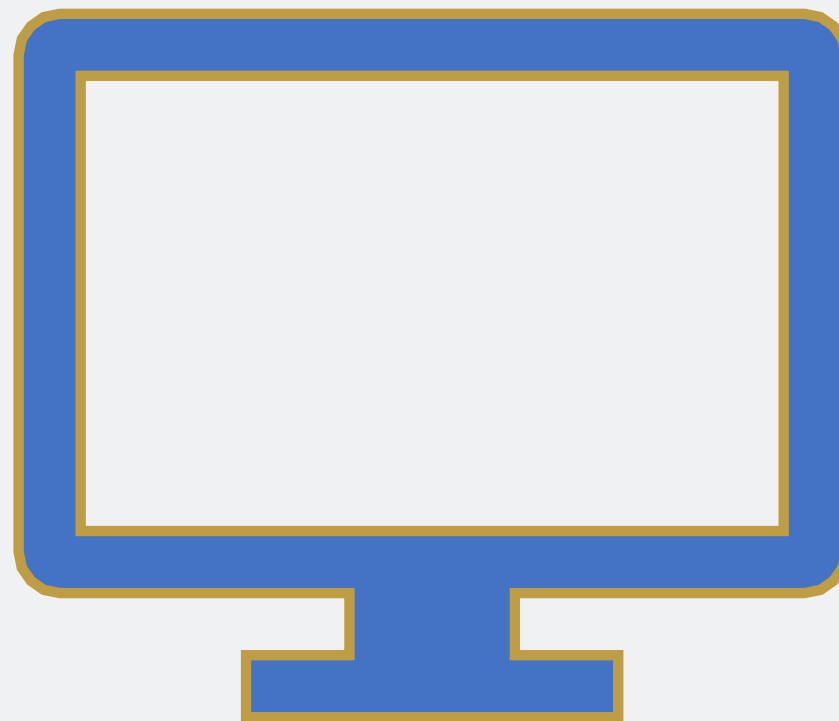
Made in Italy 100%



Puraai la sneaker che rinasce dalla plastica



Campagna Discovery



Strategia

- + Obiettivi: Traffico sul sito Web
- + Tipologia: Discovery
- + Nome Campagna: Campagna Discovery Sneaker Autunno-Inverno 20/21
- + Località e Lingua: Italia/Italiano
- + Biddind Strategy: Conversioni, massimizza le conversioni
- + Budget: 30 Euro GG
- + Segmento di pubblico affinità come display
- + Target demografico: sono andato sullo specifico solo sull'età 25/44 anni, Uomo/Donna dato il costo alto delle sneakers (230Euro).

Step 1

Tipo: Discovery

Obiettivo: Traffico sul sito web

Nome campagna

Campagna Discovery Sneaker A/I 20/21

Località

Seleziona le località target ?

☐ Tutti i paesi e le zone

☒ Italia

☐ Inserisci un'altra località

Lingue

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti

I tuoi annunci vengono mostrati ai clienti con queste preferenze di lingua o sui siti con queste lingue.

Inserisci una lingua

Italiano

Per mostrare gli annunci a utenti che hanno selezionato lo spagnolo nella preferenza lingua, seleziona Spagnolo come lingua della campagna e utilizzalo per le parole chiave e il testo dell'annuncio.
[Ulteriori informazioni](#)

Offerta

A che cosa vuoi dare la priorità? ?

Conversioni

Consigliata per: obiettivo della campagna

☐ Imposta un costo per azione target

i

In base alle selezioni, questa campagna utilizzerà la strategia di offerta **Massimizza le conversioni** ?

Le conversioni sono azioni sul tuo sito web, app o negozio da te definite.
[Ulteriori informazioni](#)

Step 2

Budget	<p>Inserisci l'importo medio che vuoi spendere ogni giorno</p> <p>30,00 €</p>	<p>Alla fine del mese, non avrai speso più del budget giornaliero moltiplicato per il numero medio di giorni in un mese. In alcuni giorni potrai spendere meno del budget giornaliero; in altri, invece, fino a due volte tale importo.</p> <p>Ulteriori informazioni</p>
Pianificazione annunci	Tutto il giorno	
Date di inizio e fine	Data di inizio: 30 ottobre 2020 Data di fine: Non impostata	
Opzioni URL campagna	<p>Modello di monitoraggio</p> <p>Landing page</p> <p>Esempio: <code>https://www.trackingtemplate.foo/?url={lpurl}&id=5</code></p> <p>Suffisso URL finale</p> <p><code>https://puraai.it/</code></p> <p>Esempio: <code>param1=value1&param2=value2</code></p> <p>Parametri personalizzati</p> <p>{ Nome } = Valore</p>	<p>Il modello di monitoraggio è l'URL creato per il monitoraggio e al quale vuoi che vengano indirizzati gli utenti che fanno clic sull'annuncio. Ulteriori informazioni</p>
Conversioni	Impostazione delle conversioni a livello di account (Azione di conversione in uso: Website sale)	
Esclusioni di contenuti	Esclusione di contenuti da moderatamente ad altamente sensibili	

Annuncio

Descrizioni (massimo 5) ?

Puraai nasce nel rispetto delle cose, delle persone e della natura

66/90

Puraai amanti delle passeggiate in mezzo alla natura

52/90

Responsabilità e rispetto sono i nostri valori.

47/90

Puraai la sneaker che rinasce dalla plastica

44/90

Ogni Puraai è diversa dall'altra. Artigianale al 100%

53/90

Nome dell'attività commerciale

Puraai

?

6/25

▼ Opzioni URL annuncio

Testo dell'invito all'azione ?

Visita il sito

Italiano

Gli annunci verranno pubblicati in tutti i formati discovery visualizzati. Questi formati possono cambiare o essere rimossi. Controlla regolarmente i tuoi annunci per assicurarti che vengano visualizzati come previsto.

Nuovo annuncio discovery

URL finale

<https://puraai.it/>

?

Immagini e loghi ?

Aggiungi almeno un'immagine orizzontale o quadrata, un'immagine verticale e un logo

i Per fare in modo che i tuoi annunci generino il miglior rendimento possibile, ti verrà chiesto di sostituire le immagini sfocate, ritagliate male, che contengono clickbait o inviti all'azione. [Ulteriori informazioni](#)



Stylus

Titoli (massimo 5) ?

Puraai è minimal, pura e sostenibile

36/40

Sneaker Made in Italy 100%

26/40

Puraai: scopri la sneaker artigianale

37/40

Passione per le sneaker? Scopri Puraai

38/40

Puraai sneaker dal design responsabile

38/40

Anteprima

Tutte le proprietà ▼



Anteprima del tuo annuncio su Gmail (2 stati)

CHIUSO

APERTO

Puraai: scopri la sneaker artigianale

Ad ?

Puraai



Puraai: scopri la sneaker artigianale

Responsabilità e rispetto sono i nostri valori.

[Visita il sito](#)

Annuncio

Sneaker Made in Italy 100%



Puraai



Sneaker Made in Italy 100%

Puraai nasce nel rispetto delle cose, delle persone e della natura

[Visita il sito](#)

Puraai sneaker dal design responsabile



Puraai



Puraai sneaker dal design responsabile

Puraai nasce nel rispetto delle cose, delle persone e della natura

[Visita il sito](#)

Motivazioni

- + Essendo un brand nuovo, ma non un prodotto nuovo dato che le sneaker hanno molto successo, ho scelto per entrambe le campagne un pubblico di affinità per interessi come nelle slide presentate nelle campagna display che non ho riportato di nuovo dopo.
- + Per la campagna display ho scelto di puntare sulla vendita come obiettivo e una bidding strategy su roas. Essendoci molta competizione preferisco massimizzare il ritorno del budget pubblicitario.
- + Per la campagna Discovery, essendo nuova e destinata alla scoperta di qualcosa di nuovo ho optato per il traffico sul sito web e la scoperta del nostro brand. Ho optato per una massimizzazione delle conversioni. Utilizzerei il cpa target magari successivamente nell'ottimizzazione della campagna sapendo che bisogna avere almeno 10 volte in più del Cpa tipo.
- + Per gli annunci ho apportato poche modifiche tra le due campagne per non avere troppe variabili su cui giocare. Ho messo in risalto i valori, il made in italy e l'artigianalità nei titoli e mostrato il design e la costruzione del prodotto nei contenuti. Nelle Discovery ho puntato più sulla scoperta nel title.

Conclusioni

- + Ho scoperto questo brand da poco, nato nel 2018 ancora in fase di crescita. Mi piace molto il suo stile e si prestava molto bene a questo progetto.
- + Non avendo riferimenti spero di aver eseguito le task in maniera ordinata e corretta, soprattutto negli annunci.
- + Inizialmente per la display volevo fare «notorietà del brand e copertura», ma non mi dava poi la possibilità di creare una campagna standard, ma forse è più corretto puntare sulla vendita dato che la sneaker è un prodotto conosciuto.
- + Grazie per il feedback.