

Sfruttare al meglio
le sorgenti di traffico

www.AcquireClienti.com

PRIMA trovi un mercato “affamato” di
prodotti e servizi...

POI gli proponi le tue offerte!

Dove trovare un mercato
interessante per le tue offerte?

Cerca negli strumenti di analisi
messi a disposizione dalle
varie sorgenti di traffico

Lo strumento delle parole chiave di Google Adwords

Google AdWords

[Guida](#) | [Accedi](#)

[Interfaccia precedente](#)

Trova parole chiave

In base a una o entrambe le seguenti opzioni:

Parola o frase (una per riga)

aspirapolvere robot

Sito web

[Opzioni avanzate](#) Località: Italia Lingua: Italiano

Cerca

Contiene

Ordina: [Alfabetico](#) | [Numero più elevato](#)

☐ Tutti

☐ aspirapolvere (84)

☐ aspirapolvere robot (9)

☐ robot (84)

☐ robot aspirapolvere (18)

☐ Termini vari (15)

Tipi di corrispondenza

☐ Esteso

☐ [Esatto]

☒ "Frase"

Idee per le parole chiave

[Accedi](#) con i tuoi dati di accesso AdWords per visualizzare la serie completa di idee per questa ricerca.

[Informazioni su questi dati](#)

Scarica

Ordinato per

[Pertinenza](#)

[Visualizzazioni](#)

<input type="checkbox"/> Parola chiave	<input type="checkbox"/> Concorrenza	Ricerche mensili globali	Ricerche mensili locali	Tendenze della ricerca locali	CPC medio stimato
<input type="checkbox"/> "aspirapolvere robot prezzi"		58	-		€ 0,05
<input type="checkbox"/> "lavapavimenti robot"		320	260		€ 0,05
<input type="checkbox"/> "aspirapolvere robot"		9.900	9.900		€ 1,07
<input type="checkbox"/> "aspirapolveri robot"		260	210		€ 1,25
<input type="checkbox"/> "vendita aspirapolvere"		1.000	1.000		€ 0,56

<https://adwords.google.it/select/KeywordToolExternal?defaultView=2>

Lo strumento delle parole chiave di Google Adwords

Scarica ▼							Ordinato per		Pertinenza ▼	Visualizzazioni ▼
<input type="checkbox"/> Parola chiave		Concorrenza	Ricerche mensili globali	Ricerche mensili locali	Tendenze della ricerca locali	CPC medio stimato				
<input type="checkbox"/> "aspirapolvere robot prezzi"			58	-	-	€ 0,05				
<input type="checkbox"/> "lavapavimenti robot"			320	260		€ 0,05				
<input type="checkbox"/> "aspirapolvere robot"			9.900	9.900		€ 1,07				
<input type="checkbox"/> "aspirapolveri robot"			260	210		€ 1,25				
<input type="checkbox"/> "vendita aspirapolvere"			1.000	1.000		€ 0,56				

<https://adwords.google.it/select/KeywordToolExternal?defaultView=2>

Lo strumento di ricerca destinatari del pay per click di Facebook

2. Definizione dei destinatari

FAQ

Posizione geografica

Paese:

☐ Ovunque
☒ Per città

☒ Include cities within kilometers.

Le inserzioni di Facebook usano le informazioni relative al profilo utente e l'indirizzo IP per determinare la posizione. Usa il campo Paese per specificare un massimo di 25 Paesi oppure utilizza la definizione dei destinatari in base a stato/provincia o città (se applicabile) per indicare una località più precisa.

Numero di utenti stimati

1.080 persone

- che vivono in: **Italia**
- who live within 80 kilometers of **Milano**
- age **45** and older
- che sono **uomini**
- a cui piace: **golf**

Dati demografici

Età: -

☐ Pubblica l'inserzione il giorno del compleanno degli utenti

Sesso: ☐ Tutti ☒ Uomini ☐ Donne

Interessi in: ☒ Tutti ☐ Uomini ☐ Donne

Situazione sentimentale: ☒ Tutti ☐ Single ☐ Fidanzati ufficialmente
☐ Impegnati ☐ Sposati

Lingue:

Per impostazione predefinita, Facebook si rivolge agli utenti dai 18 anni in su. Prova a usare gli altri filtri per la definizione dei destinatari per raggiungere il pubblico desiderato.

Interessi e preferenze

Interessi e preferenze suggeriti

<input type="checkbox"/> Golf Channel	<input type="checkbox"/> PGA Tour
<input type="checkbox"/> Tin Cup	<input type="checkbox"/> Mini Golf
<input type="checkbox"/> Disc Golf	<input type="checkbox"/> Frisbee Golf

Le definizioni dei destinatari in base a interessi e preferenze si basano sulle informazioni che gli utenti inseriscono nei propri profili Facebook, quali film e musica preferiti, gruppi e Pagine a cui sono connessi e altre informazioni che condividono sul sito. Sono compresi anche gli orientamenti politico e religioso, oltre al titolo professionale/occupazione.

<http://www.facebook.com/ads>

Tattiche e strategie
per generare traffico
di qualità, che converte

Crea una sensazione di coerenza e continuità tra i tuoi annunci, landing page e offerta

Cosa sta pensando l'utente prima di leggere il tuo annuncio?

Cosa promette il tuo annuncio? perché è interessante?

La landing page fa capire all'utente di aver trovato quello che stava cercando e che gli avevi promesso?

L'offerta presentata è chiara, coerente e interessante?

Coerenza tra annuncio e landing page

Parola chiave cercata su Google:
“aprire un autolavaggio”



aprire un autolavaggio

Annuncio Adwords:

[Aprire un Autolavaggio?](#)
Scopri come aprire il Tuo
Autolavaggio: chiedici informazioni
www.ImpiantiAutolavaggio.com

Landing page:

**“Scopri come aprire
il tuo autolavaggio”**

Affidabile, efficiente e profittevole

Se desideri **aprire il tuo autolavaggio**, sicuro e funzionale, capace di offrirti una rendita economica stabile, con in più la sicurezza del marchio da anni leader nel settore, questa è la pagina più importante che leggerai oggi.

3 possibili tipologie di targeting per il traffico

Ricerca (parole chiave)

PPC su Google con Adwords

PPC su Yahoo o Bing

SEO

Contestuale (pagine web)

PPC su siti web con Adwords

Target demografici

PPC su Facebook

PPC su LinkedIn

3 possibili tipologie di targeting per il traffico

Ricerca

Chi sta cercando qualcosa

Contestuale

Chi sta leggendo siti su un
certo argomento

Demografico

Chi corrisponde a certe
caratteristiche
demografiche

In dettaglio: 3 possibili sorgenti di traffico PPC

Adwords: Google
e rete di ricerca

Ricerca

Adwords: rete
di contenuti

Contestuale

Demografico

Pay per click
su Facebook

In dettaglio: 3 possibili sorgenti di traffico PPC



Adwords: Google
e rete di ricerca

Dai alle persone quello
che stanno cercando

Adwords: rete
di contenuti

Attira l'attenzione con un'offerta
attinente a quello che leggono

Pay per click
su Facebook

Attira l'attenzione (anche
con le immagini) e offri
qualcosa di interessante per
il target demografico
selezionato

Ricerca: quali parole chiave sono cercate
da pubblico disponibile all'acquisto?

Più specifica la parola chiave,
più elevata la propensione all'acquisto



Pavimenti

Pavimenti in legno

Prezzi pavimenti in legno

Prezzi pavimenti in legno Brescia

3 tipi di parole chiave

Parole chiave usate da chi vuole risolvere un problema

“come perdere peso”

Parole chiave usate da chi cerca un tipo di azienda

“grossista giocattoli”

Parole chiave usate da chi cerca un prodotto specifico

“idromassaggio da esterni”

Suggerimenti utili e trappole da evitare

Parole chiave usate da chi vuole risolvere un problema

“tornare in forma”

Più il problema da risolvere ha un costo per il cliente (economico o emozionale), maggiori le probabilità di conversione.

Presenta la tua soluzione come soluzione ideale per il problema.

Elimina le soluzioni concorrenti, educando il cliente e presentandone gli svantaggi.

Suggerimenti utili e trappole da evitare (evita chi cerca lavoro)

Parole chiave usate da chi cerca un tipo di azienda

“studio legale napoli”

Spesso queste parole chiave portano
traffico di qualità.

Se fai pay per click, evita le visite (e i click)
da chi cerca lavoro, usando la
corrispondenza inversa:
-lavoro

Suggerimenti utili e trappole da evitare (differenzia il tuo prodotto dai concorrenti)

Parole chiave usate da chi cerca un prodotto specifico

“panca ad inversione”

Spesso queste parole chiave portano
traffico di qualità.

Quando presenti il tuo prodotto, evidenzia
gli aspetti differenzianti rispetto ai prodotti
e alle offerte concorrenti.

Suggerimenti utili e trappole da evitare (evita chi cerca corsi)

Parole chiave usate da chi cerca un argomento specifico

“business intelligence”

Parole chiave riguardanti un argomento specifico, magari oggetto di studio universitario o master, possono riservare delle trappole.

Alcune ricerche saranno effettuate da potenziali clienti, altre da studenti o anche concorrenti.

Usa la corrispondenza inversa per aumentare la qualità del pubblico:

-lavoro -master -corso -corsi -università

Plurale o singolare?

“bicicletta elettrica” vs
“biciclette elettriche”

Talvolta il plurale converte meglio;
chi cerca in singolare cerca una definizione,
mentre chi cerca in plurale cerca offerte.

Repertorio di consigli utili:
Google Adwords
(ricerca)

Separa le campagne nella rete di contenuto da quelle nella rete di ricerca

Reti e dispositivi

Reti ?

☐ Tutti i siti disponibili (Consigliato per i nuovi inserzionisti)

☒ Fammi scegliere...

Rete di ricerca ☒ Ricerca Google

☒ Partner di ricerca (richiede la Ricerca Google)

Rete di contenuti ☐ Rete di contenuti

☐ Pagine pertinenti di tutta la rete ?

☐ Nelle pagine pertinenti dei soli posizionamenti e segmenti di pubblico che gestisco ?

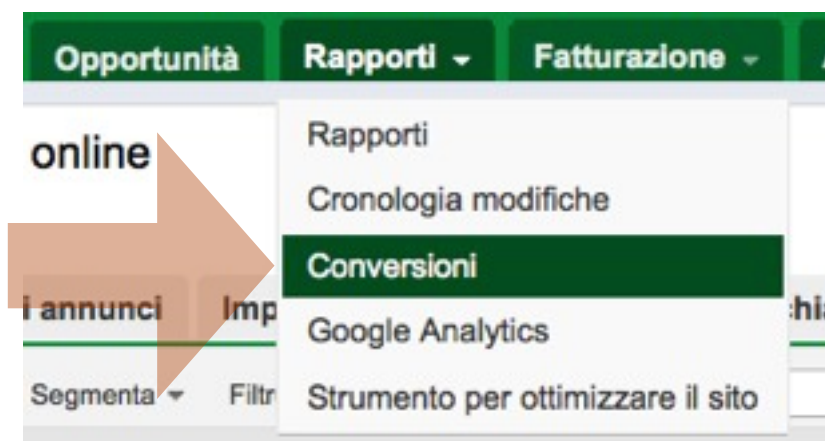


I tuoi annunci non verranno pubblicati nella rete di contenuti di Google. [Ulteriori informazioni](#)

Salva

Annulla

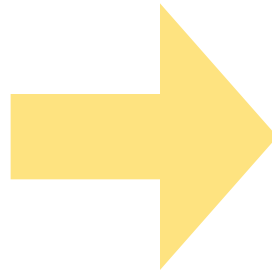
Utilizza il monitoraggio delle conversioni, così da tenere sotto controllo il rendimento delle tue campagne



Clic	Impr.	CTR [?]	CPC medio [?]	Costo	Posiz. media	Conv. (1 per clic) [?]	Costo/Conv. (1 per clic) [?]	Tasso conv. (1 per clic) [?]
1.414	1.698.265	0,08%	€ 0,19	€ 261,60	2,9	17	€ 15,39	1,20%
1.288	1.678.643	0,08%	€ 0,17	€ 220,85	2,3	12	€ 18,40	0,93%
76	351	21,65%	€ 0,06	€ 4,54	1	2	€ 2,27	2,63%
49	170	28,82%	€ 0,07	€ 3,60	1,1	3	€ 1,20	6,12%
38	456	8,33%	€ 0,11	€ 4,16	1,1	0	€ 0,00	0,00%

Campagne su Google e rete di ricerca:
crea tanti gruppi di annunci, così da poter scrivere
annunci pensati per la specifica parola chiave

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire autolavaggio"



[Aprire un Autolavaggio?](#) 

Scopri come aprire il Tuo Autolavaggio: chiedici informazioni

www.ImpiantiAutolavaggio.com

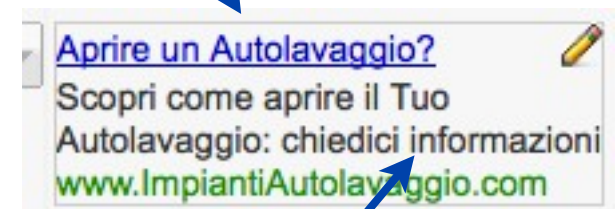
Campagne su Google e rete di ricerca: scrivi un annuncio che faccia capire al navigatore di aver trovato quello che cerca, e che induca all'azione

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire autolavaggio"

Possibile formato di annuncio:

- a) nel titolo ripeti la parola chiave
- b) nel corpo del testo esprimi un beneficio
- c) a fine annuncio includi un richiamo all'azione

Ripete la parola chiave



Richiamo all'azione

Campagne su Google e rete di ricerca: attenzione alla corrispondenza generica!

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire un autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[come aprire autolavaggio]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire un autolavaggio"
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	"come aprire autolavaggio"

4 tipi di
corrispondenza:
[esatta]
“a frase”
generica
-inversa

La corrispondenza
generica può diventare
pericolosa perché da a
Google molta libertà
su dove far visualizzare
il tuo annuncio:
se la usi, verifica
periodicamente che il
tuo annuncio appaia
per termini davvero
attinenti

Campagne su Google e rete di ricerca:
verifica periodicamente i termini di ricerca
per individuare parole chiave da mettere
in corrispondenza negativa

<input type="checkbox"/> Termine di ricerca	Tipo di corrispondenza	Gruppo di annunci	Clic	Impr.	CTR [?]	CPC medio [?]	Costo	Posiz. media	Conv. (1 per clic) [?]
Totale			425	4.146	10,25%	€ 0,36	€ 153,91	1,4	7
<input type="checkbox"/> ditte di arredamento per alberghi e hotel	Corrispondenza a frase	arredamento per alberghi	1	1	100,00%	€ 0,24	€ 0,24	1	1
<input type="checkbox"/> mobili per hotel Aggiunta	Corrispondenza esatta	mobili per hotel	5	6	83,33%	€ 0,34	€ 1,72	1,2	1
<input type="checkbox"/> arredamenti hotel brescia	Corrispondenza a frase	arredamenti hotel	4	20	20,00%	€ 0,38	€ 1,50	1,8	1
<input type="checkbox"/> arredamenti albergo comunitaa	Corrispondenza a frase	arredamenti albergo	1	1	100,00%	€ 0,45	€ 0,45	1	1
<input type="checkbox"/> arredamento alberghi sardegna	Corrispondenza a frase	arredamento alberghi	3	3	100,00%	€ 0,35	€ 1,04	1	1
<input type="checkbox"/> mobili per alberghi Aggiunta	Corrispondenza esatta	mobili per alberghi	9	32	28,12%	€ 0,34	€ 3,08	1,4	1
<input type="checkbox"/> arredamento camere alberghi Aggiunta	Corrispondenza esatta	arredamento camere alberghi	1	1	100,00%	€ 0,61	€ 0,61	1	0
<input type="checkbox"/> arredamento hotel stile mediterraneo	Corrispondenza a frase	arredamento hotel	1	1	100,00%	€ 0,35	€ 0,35	1	0
<input type="checkbox"/> arredamento hotel chiavi in mano	Corrispondenza a frase	arredamento hotel	1	1	100,00%	€ 0,24	€ 0,24	1	0
<input type="checkbox"/> produzione arredamento hotel a bologna	Corrispondenza a frase	arredamento hotel	1	1	100,00%	€ 0,32	€ 0,32	1	0
<input type="checkbox"/> fiere arredamento hotel bologna	Corrispondenza a frase	arredamento hotel	1	2	50,00%	€ 0,35	€ 0,35	3	0
<input type="checkbox"/> fiera arredamento hotel rimini	Corrispondenza a frase	arredamento hotel	1	1	100,00%	€ 0,43	€ 0,43	2	0

Elenco di parole chiave spesso utili in corrispondenza inversa

- Gratis
- Gratuito
- Gratuiti
- Foto
- Immagini
- Video
- Filmati
- Forum
- Corso
- Corsi
- Master
- Lavoro

Come trovare parole chiave
a concorrenza ridotta?

Sfrutta lo strumento
delle parole chiave...

Trova parole chiave a bassa concorrenza

Trova parole chiave

In base a una o entrambe le seguenti opzioni:

Parola o frase (una per riga)

Sito web

[Opzioni avanzate](#) Località: Italia Lingue: Italiano

Cerca

Contiene

Ordina: **Alfabetico** | [Numero più elevato](#)

☐ Tutti

☐ chirurgia (45)

☐ chirurgia estetica (108)

☐ chirurgia plastica (60)

☐ chirurgo (33)

☐ foto (51)

☐ lifting (24)

☐ liposuzione (39)

☐ mastoplastica (30)

☐ mastoplastica additiva (33)

☐ naso (63)

☐ prima e dopo (21)

☐ rinoplastica (222)

☐ setto nasale (18)

☐ Termini vari (258)

Tipi di corrispondenza

☐ Esteso

☐ [Esatto]

☒ "Frase"

Idee per le parole chiave

[+ Aggiungi parole chiave](#) Scarica Stima traffico ricerca

Ordinato per Pertinenza Visualizzazioni

Parola chiave	Concorrenza	Ricerche mensili globali	Ricerche mensili locali	Tendenze della ricerca locali	CPC medio stimato
<input type="checkbox"/> "intervento rinoplastica"		590	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "rinoplastica naso"		590	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "costi rinoplastica"		320	320		€ 1,13
<input type="checkbox"/> "rinoplastica prezzi"		320	260		€ 1,09
<input type="checkbox"/> "rinoplastica estetica"		170	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "interventi rinoplastica"		210	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "rinoplastica chirurghi"		58	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "chirurgo rinoplastica"		260	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "chirurgia estetica rinoplastica"		320	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "rinoplastica"		60.500	49.500		€ 1,03
<input type="checkbox"/> "rinoplastica nasale"		590	-	-	€ 0,05
<input type="checkbox"/> "costo rinoplastica"		480	390		€ 0,78

Trova parole chiave a bassa concorrenza

Idee per le parole chiave							Informazioni su questi dati ?
+ Aggiungi parole chiave		Scarica	Stima traffico ricerca	Ordinato per		CPC medio stimato	Visualizzazioni
<input type="checkbox"/> Parola chiave		Concorrenza	Ricerche mensili globali	Ricerche mensili locali	Tendenze della ricerca locali	CPC medio stimato	
<input type="checkbox"/> "intervento rinoplastica"		<div><div></div></div>	590	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinoplastica naso"		<div><div></div></div>	590	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinoplastica estetica"		<div><div></div></div>	170	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "interventi rinoplastica"		<div><div></div></div>	210	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinoplastica chirurgi"		<div><div></div></div>	58	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "chirurgo rinoplastica"		<div><div></div></div>	260	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "chirurgia estetica rinoplastica"		<div><div></div></div>	320	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinoplastica nasale"		<div><div></div></div>	590	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "chirurgia rinoplastica"		<div><div></div></div>	2.400	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinosettoplastica"		<div><div></div></div>	5.400	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "rinoplastica laser"		<div><div></div></div>	73	-	-	€ 0,05	
<input type="checkbox"/> "operazione rinoplastica"		<div><div></div></div>	140	-	-	€ 0,05	

Visualizza il CPC (costo per click) medio stimato;
clicca sull'intestazione di colonna per ordinare;
ordina per CPC crescente, così da visualizzare le parole chiave
con costo per click stimato più basso;
segnati tra queste le parole chiave che ritieni più interessanti.

Repertorio di consigli utili:
il ppc su Yahoo e Bing
(ricerca)

Yahoo e Bing: meno traffico, meno concorrenza

Una campagna su Yahoo o Bing può essere più scomoda rispetto ad una su Adwords, tenendo conto del volume di traffico generabile e della comodità dell'interfaccia di gestione.

Tuttavia, c'è anche meno concorrenza.

Vantaggi e svantaggi del pay per click di Yahoo/Bing

- I vantaggi del pay per click di Yahoo/Bing sono:
 - poca concorrenza e quindi costi del click solitamente inferiori rispetto ad Adwords
- Gli svantaggi sono:
 - molto meno traffico, soprattutto in Italia e negli altri paesi europei (negli USA Yahoo/Bing è una alternativa che può avere senso)
 - interfaccia più scomoda rispetto ad Adwords
- Tutto sommato, lo si usa molto raramente

Repertorio di consigli utili:
Google Adwords
(display)

Campagne sulla rete display: verifica i siti dove appaiono i tuoi annunci per scoprire quelli più performanti

<input type="checkbox"/> Dominio	Clic	Impr.	CTR [?]	CPC medio [?]	Costo	Conv. (1 per clic) [?]	Costo/Conv. (1 per clic) [?]	Tasso conv. (1 per clic) [?]
Totale - tutti i posizionamenti automatici	2.510	1.715.512	0,15%	€ 0,73	€ 1.831,46	224	€ 8,18	8,92%
<input type="checkbox"/> gmail.com	396	446.341	0,09%	€ 0,74	€ 293,26	41	€ 7,15	10,35%
<input type="checkbox"/> fibonacci.it	128	9.326	1,37%	€ 0,58	€ 73,63	15	€ 4,91	11,72%
<input type="checkbox"/> migliormutuo.it	137	59.038	0,23%	€ 0,57	€ 78,60	10	€ 7,86	7,30%
<input type="checkbox"/> kijiji.it	73	15.640	0,47%	€ 0,61	€ 44,82	10	€ 4,48	13,70%
<input type="checkbox"/> zonaprestiti.com	113	13.031	0,87%	€ 0,72	€ 81,14	9	€ 9,02	7,96%
<input type="checkbox"/> subito.it	52	6.784	0,77%	€ 0,55	€ 28,46	7	€ 4,07	13,46%
<input type="checkbox"/> intermediariassicurativi.it	36	7.413	0,49%	€ 0,52	€ 18,73	5	€ 3,75	13,89%
<input type="checkbox"/> adoos.it	33	1.060	3,11%	€ 0,55	€ 18,24	5	€ 3,65	15,15%
<input type="checkbox"/> portale103.it	40	3.375	1,19%	€ 0,64	€ 25,49	5	€ 5,10	12,50%

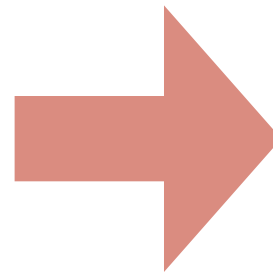
Puoi escludere i siti che performano male, ed aumentare l'offerta di costo per click per i siti (o le singole pagine!) che ti portano più conversioni ad un ottimo prezzo

Campagne sulla rete display:
usa le parole chiave per far capire a Google
l'argomento dei siti di tuo interesse

● Parola chiave
● <input type="text" value="mediatore creditizio"/>
● mediazione creditizia
● mediatori creditizi
● convenzioni finanziarie
● vendere mutui
● convenzioni mutui
● trovare convenzioni mutui convenienti
● convezioni bancarie
● convenzioni mutuo
● proporre mutui

Campagne sulla rete display: testa tanti tipi di annunci diversi per poter scoprire quello più performante

●	Parola chiave
●	mediatore creditizio
●	mediazione creditizia
●	mediatori creditizi
●	convenzioni finanziarie
●	vendere mutui
●	convenzioni mutui
●	trovare convenzioni mutui convenienti
●	convezioni bancarie
●	convenzioni mutuo
●	proporre mutui



<u>Vendi Mutui?</u> Ecco le Convenzioni Mutui che stavi cercando: Veloci e Convenienti... www.ConvenzioniMutui.com
<u>Convenzioni Mutui</u> Sei un Mediatore Creditizio? Ecco Convenzioni Veloci e Convenienti... www.ConvenzioniMutui.com
<u>Vendi Mutui?</u> Contattaci per Convenzioni Mutui Veloci e Convenienti... www.ConvenzioniMutui.com
<u>Mediatore Creditizio?</u> Ti Offriamo Convenzioni Veloci e Convenienti: Mettici alla Prova! www.ConvenzioniMutui.com
<u>Convenzioni Mutui</u> Sei un Mediatore Creditizio? Ecco le convenzioni che stavi cercando... www.ConvenzioniMutui.com
<u>Mediatore Creditizio?</u> Ecco le Convenzioni Mutui che stavi cercando: Veloci e Convenienti... www.ConvenzioniMutui.com

Campagne sulla rete display: testa gli annunci in formato immagine; un elevato CTR ti porta cpc ridotti

**“Sei un imprenditore
e cerchi nuovi
clienti?”**

Ci sono 4 strategie di
marketing che devi
conoscere.

Le trovi in questo report
omaggio.

[Clicca qui](#)



Vuoi più clienti?

Ci sono 4 strategie di marketing
che devi conoscere.

Le trovi in questo report omaggio.

[Clicca qui](#)

Vuoi più clienti?

*Ci sono 4
strategie di
marketing che
devi conoscere.*

*Le trovi in questo
report omaggio.*

[Clicca qui](#)

Cerchi nuovi clienti?

Ci sono 4 strategie che devi conoscere: [clicca qui](#)

**Vorresti
avere più
clienti?**

Ci sono 4
strategie
che devi
conoscere:

[clicca qui](#)

per
scoprirle...



**Report
speciale:**

4 strategie
per
aumentare
le vendite

Punta ai siti web ben posizionati
per le parole chiave dove
i tuoi annunci Adwords
ti rendono bene.

Come evitare la battaglia di pay per click su Google...



corso controllo di gestione

Cerca

Circa 2.150.000 risultati (0,20 secondi)

Ricerca avanzata

Tutto
▼ Più contenuti

Nel Web
Pagine in italiano
Pagine da: Italia
Modifica
▼ Più strumenti

Corso Controllo Di Gestione

Link sponsorizzati

www.sdabocconi.it/aec Il Programma Serale Sda Bocconi La Presentazione il 14 giugno.

Corso Controllo Gestione

www.madri.com/Controllo-di-Gestione impara a fare **Controllo di Gestione** comodamente seduto nel tuo ufficio.

corsi controllo di gestione - emagister.it

Il più grande sito web specializzato in corsi di controllo di gestione. Tutti i corsi di controllo di gestione in aula, a distanza e online.

www.emagister.it/corsi_controllo_di_gestione-ek1132.htm - Copia cache - Simili

Controllo di Gestione e Analisi dei Costi » Suggerimenti Utili e ...

Prova i migliori corsi controllo di gestione e questo corso pratico sulla ... Con il nuovo Video Corso Multimediale di Controllo di Gestione realizzato da ...

www.madri.com/cgestione/ - Copia cache - Simili

Formazione - Il Sole 24 ORE - Corsi, Convegni, Master, Seminari ...

Corsi, Convegni, Master, Seminari, Corsi di Alta Formazione, Master post Laurea. ... MASTER24 Amministrazione Finanza e Controllo, master full time ... Diritto e Società/Modello 231/01: dalla prevenzione penale alla gestione ...

Master full time - Master Part Time - Corsi e convegni

www.formazione.ilssole24ore.com/ - Copia cache - Simili

PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE. I Edizione < Programmi di ...

Home Page > Programmi di Formazione > PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE.

I Edizione > Scheda corso. PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE. I Edizione ...

www.sdabocconi.it > ... > Programmi di Formazione - Copia cache - Simili

Corsi Controllo di Gestione - Corso di Controllo di Gestione ...

Corsi Controllo di Gestione - Corso di Controllo di Gestione - Corsi di specializzazione di Controllo di Gestione - Corsi di laurea di Controllo di Gestione ...

www.educaedu.it > Corsi > Corsi di Contabilità - Copia cache - Simili

CORSI CONTROLLO DI GESTIONE - FORMAZIONE PROFINGEST

Corsi controllo di gestione: Profingest Management School prevede nella sua offerta

SafeSearch disattivato ▼

Link sponsorizzati

Controllo Strategico

Soluzioni per definire le strategie e migliorare i risultati aziendali

www.controllostrategico.it

GMP | Corsi Manager

Formazione manageriale dal 1819

ESCP | General Management Programme

www.escp-eap.it/Master-GMP

Controllo Gestione AS400

Tutti gli Strumenti per Realizzare

il Controllo di Gestione da AS400.

www.recordinformatica.it/BI_AS400

Software Controllo Remoto

Radmin: Software Veloce, Sicuro

di Controllo Remoto. Prova gratuita

www.radmin.it

Controllo Di Gestione

Ricerca Controllo Di Gestione

Trova le informazioni desiderate!

www.Ask.com

Controllo di gestione

Software Reporting per ogni tipo

di azienda con vantaggi immediati.

www.best-control.it

Corso Controllo

Scopri i corsi online

di Shopping24 de IlSole24Ore

Libri - Periodici - Corsi e Convegni

Con i posizionamenti, pubblica il tuo annuncio nei siti che compaiono per quella parola chiave e che accettano AdSense

The screenshot shows the emagister.it website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Corsi', 'Master / Corsi Post Laurea', 'Concorsi', 'Manuali', and 'Appunti'. A search bar contains the text 'Controllo di gestione'. Below the search bar, there's a list of related courses. The main content area displays '7.500 Corsi controllo di gestione'. On the left, there are filters for 'ricerca' (with links like 'Gestione della qualità', 'Contabilità', etc.) and 'prezzo' (with ranges like 'Gestiti', 'fino a 150 €', etc.). A large orange arrow points from the 'Gestione della qualità' link to the 'Consulenza di Direzione' advertisement. The advertisement itself is for 'Consulenza di Direzione' and 'Controllo Strategico'. Below the advertisement, there's a section for 'Corso Controllo di Gestione Ed 3' with a 4-star rating and details about the course. To the right of the course details, there's a sidebar with 'Formazione Aziendale' information, including location (Roma), duration (6 Ore), and cost (266€ IVA inc.). At the bottom right, there's a 'Google apps' advertisement showing 'Numero di dipendenti: 50' and 'Risparmio annuo stimato: €30.000'.

emagister.it | La guida intelligente per la formazione

Accesso centri di formazione

Corsi Master / Corsi Post Laurea Concorsi Manuali Appunti

My Emagister

Cerca Cerca

0 favori

Corsi correlati: corsi sicurezza formazione sui luoghi di lavoro | corsi di pasticceria | corsi di fisioterapia | tecnico di radiologia | master gestione risorse umane | corsi di giornalismo | corso di giornalismo | corsi di contabilità | corso di fotografia roma | corsi di doppiaggio roma

Home > Corsi Controllo di gestione

7.500 Corsi controllo di gestione

Allega di corsi simili

Mostra province >

Ordinare per: Ordine ricerca | Valutazione Emagister

Pagina 1 di 375 Avanti

Annunci Google

Consulenza di Direzione
Il CFM anche in produzione discreta Continuous Flow Manufacturing www.swarm.it

Poco tempo per studiare?
Scegli un corso di laurea online e studia da casa tua. Info ora www.formazioneadistanzaonline.it

Controllo Strategico
Soluzioni per definire le strategie e migliorare i risultati aziendali www.controllostrategico.it

Corso Controllo di Gestione Ed 3 ★★★★★
Ieros Management
Il corso è finalizzato a dare le basi tecniche ed essenziali per il controllo di gestione, considerando i fondamentali processi di pianificazione e di controllo. Il corso ha un taglio pratico-esperienziale, e si rivolge a tutti coloro che si... (Formazione Aziendale di controllo di gestione in Roma)

Formazione Aziendale

- Roma
- 6 Ore
- 266€ IVA inc.
- Sconto

Formazione Aziendale

- Personalizzati
- 24 Ore
- Consultare

servizi aggiuntivi

- ☐ Stage
- ☐ Certificazione
- ☐ Borsa di studio/sconto

luogo e metodo

Online (187)

TEAM MANAGEMENT CONSULTING
Eccellenza

Il Controllo di Gestione nella Ristorazione ★★★★★
Team Management consulting
Programma A. LA FUNZIONE DEL CONTROLLO DI GESTIONE 1 - Definizioni e caratteristiche dei costi per aree di attività 2 - Il ciclo della ristorazione: gli strumenti di servizio e le finalità di utilizzo 3 - Origini e caratteristiche del controllo...

Borsa lavoro

aggiungi a favori >

Google apps

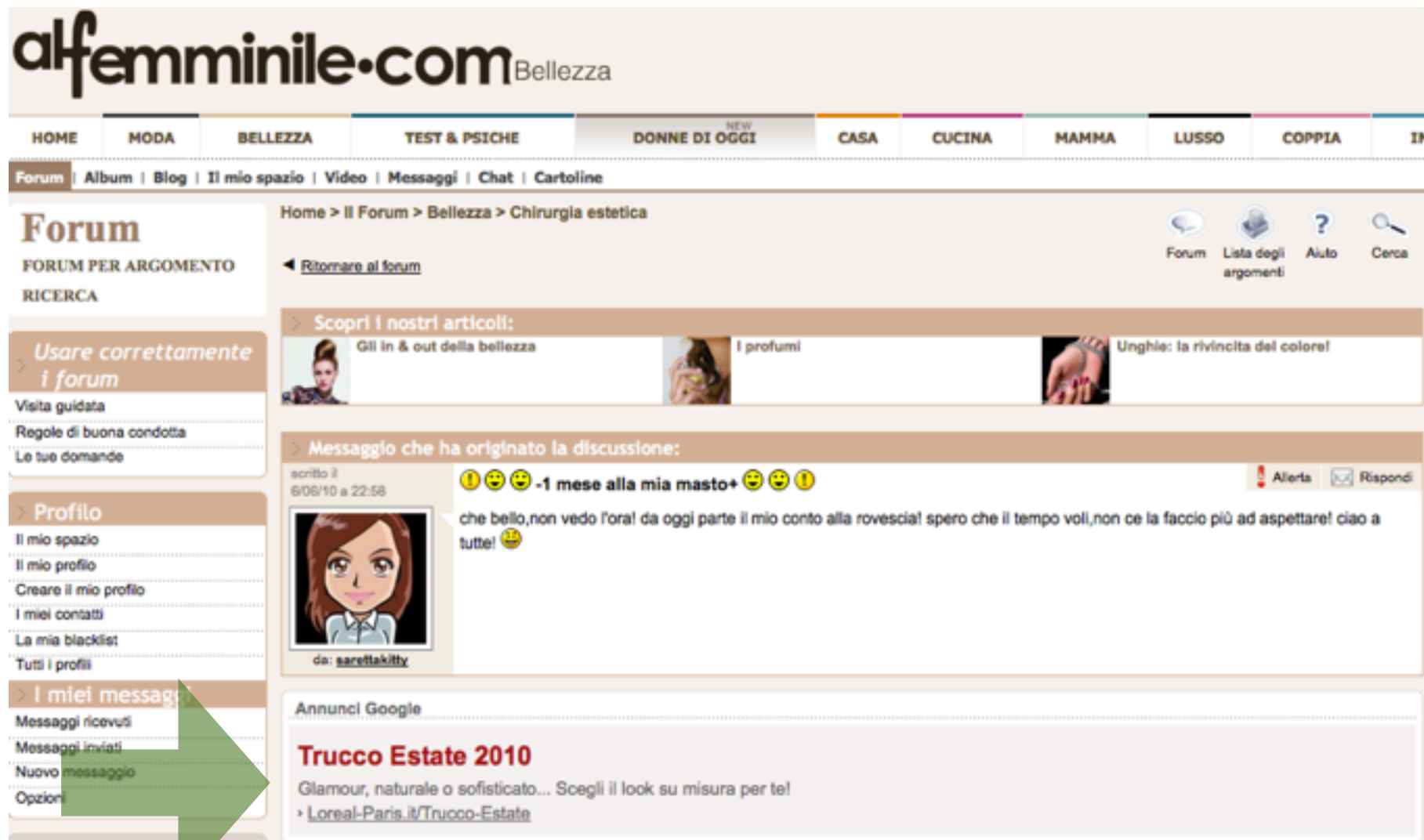
Numero di dipendenti: 50

Risparmio annuo stimato: €30.000

Calcola quanto puoi risparmiare

Punta a siti web pieni di clienti
che parlano di **acquistare**

Siti web dove i clienti parlano di acquistare,
spesso portano ottime conversioni;
se possibile, pubblicaci il tuo annuncio Adwords



The image is a screenshot of the website **alfeemminile.com**, which is focused on beauty and fashion. The header includes the site name and a navigation bar with categories like HOME, MODA, BELLEZZA, TEST & PSICHE, DONNE DI OGGI, CASA, CUCINA, MAMMA, LUSO, COPPIA, and IN. Below the header, there's a sub-navigation bar with links to Forum, Album, Blog, Il mio spazio, Video, Messaggi, Chat, and Cartoline.

The main content area is titled "Forum" and "FORUM PER ARGOMENTO RICERCA". It shows a breadcrumb trail: Home > Il Forum > Bellezza > Chirurgia estetica. There are icons for Forum, Lista degli argomenti, Aiuto, and Cerca.

Below the breadcrumb trail, there's a section "Scopri i nostri articoli:" with three featured articles: "Gli in & out della bellezza", "I profumi", and "Unghie: la rivincita del colore!".

The main discussion is titled "Messaggio che ha originato la discussione:". It shows a post by user "sarettakitty" dated 6/06/10 at 22:58. The post content is: "che bello, non vedo l'ora! da oggi parte il mio conto alla rovescia! spero che il tempo voli, non ce la faccio più ad aspettare! ciao a tutte!". The post has a title "-1 mese alla mia masto+" and several smiley face emojis.

At the bottom, there's a Google Ad for "Trucco Estate 2010" by L'Oréal Paris, with the text "Glamour, naturale o sofisticato... Scegli il look su misura per te!" and a link to Loreal-Paris.it/Trucco-Estate.

A green arrow points from the left side of the image towards the forum post, highlighting the discussion area.

Repertorio di consigli utili: Facebook ads

Cerca con attenzione i target più adatti, da testare con campagne specifiche e mirate

2. Definizione dei destinatari[FAQ](#)

Posizione geografica

Paese: [?]

☐ Ovunque
☒ Per città [?]

☒ Includi le città nel raggio di chilometri.

Dati demografici

Età: [?] -

☐ Pubblica l'inserzione il giorno del compleanno degli utenti

Sesso: [?] ☐ Tutti ☒ Uomini ☐ Donne

Interessi in: [?] ☒ Tutti ☐ Uomini ☐ Donne

Situazione sentimentale: [?] ☒ Tutti ☐ Single ☐ Impegnati ☐ Fidanzati ufficialmente ☐ Sposati

Lingue: [?]

Interessi e preferenze

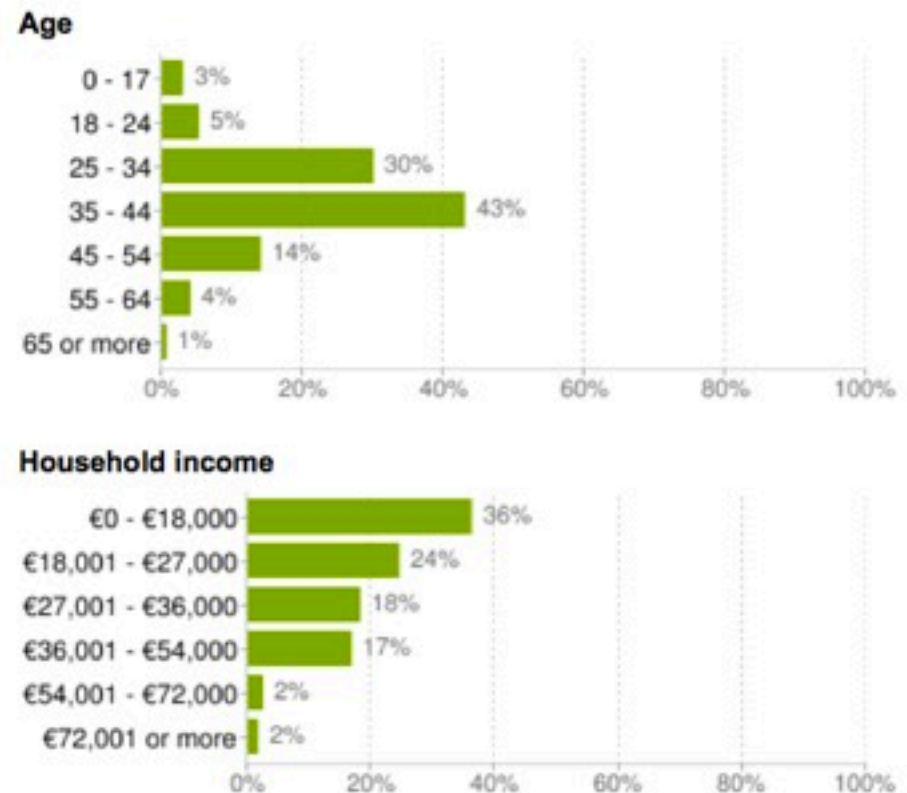
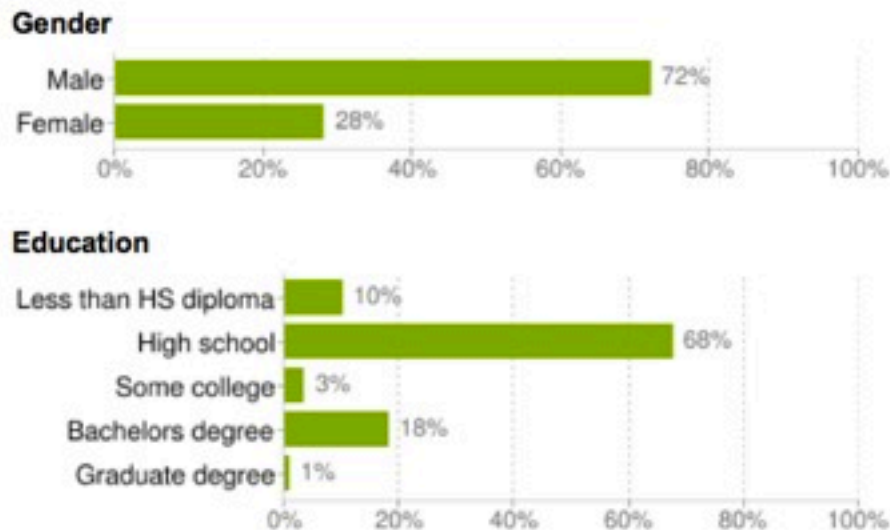
[?]

Numero di utenti stimati

360 persone

- che vivono in: **Italia**
- who live within 80 chilometri of **Milano**
- age **40** and older
- che sono **uomini**
- a cui piace: **rolex**

Usa Ad Planner di Google per identificare il target demografico che visita siti attinenti alla tua offerta



<https://www.google.com/adplanner/>

Ci sono dei siti che sai essere visitati spesso dal tipo di pubblico al quale la tua offerta si rivolge? Usa Ad Planner di Google per identificare le caratteristiche demografiche di questo pubblico e replica questo target nelle tue campagne ppc su Facebook.

Alcuni consigli

- Usa immagini e titoli capaci di attirare l'attenzione
- Evita offerte di acquisto e preferisci invece offerte “soffici” (richieste di informazione, iscrizione a newsletter in cambio di un report gratuito, etc)
- Testa più annunci differenti, così da vedere quale tipologia di annuncio funziona meglio
- Utilizza uno strumento per il monitoraggio delle conversioni, come Google Analytics (comprensivo di monitoraggio obiettivi)
- Tieni conto che l'utente di Facebook è distratto da mille cose... il tuo annuncio deve essere in grado di attirarne l'attenzione
- Per il titolo dell'annuncio può risultare conveniente mettere una domanda, soprattutto se questa è capace di attirare l'attenzione
- Le immagini dell'annuncio è bene raccontino una storia interessante e stimolino la curiosità del lettore

Sperimenta tanti annunci differenti: per scoprire quali attirano di più l'attenzione e ti portano più conversioni

Consiglio: puoi monitorare i tuoi annunci anche tramite Google Analytics; traccia ogni annuncio Facebook con un apposito codice, che metti nell'url di destinazione

Strumento: Strumento di creazione URL

 [Stampa](#)

Strumento di creazione URL di Google Analytics

Compila il modulo di informazioni e fai clic sul pulsante **Genera URL** in basso. Se è la prima volta che utilizzi questo strumento o non conosci bene le modalità di inserimento dei codici nei link, consulta la sezione [Come faccio a inserire i codici nei miei link?](#)

Se il tuo account Google Analytics è stato collegato a un account AdWords attivo, non è necessario inserire i codici nei tuoi link AdWords, in quanto la [funzione di codifica automatica](#) lo farà per te.

Passaggio 1: immetti l'URL del tuo sito web.

URL sito web: *

(es. <http://www.urchin.com/download.html>)

Fase 2: compila i campi sottostanti. **Sorgente campagna** e **Mezzo della campagna** sono valori obbligatori. Raccogliamo di utilizzare il campo Nome Campagna anche se opzionale.

Sorgente campagna: *

(referrer: google, citysearch, newsletter4)

Mezzo della
campagna: *

(mezzo di marketing: cpc, banner,
email)

Termine della
campagna:

(identifica le parole chiave a
pagamento)

Contenuto della
campagna:

(per differenziare gli annunci)


Nome campagna:

(prodotto, codice promozionale o
slogan)


<http://www.google.com/support/googleanalytics/bin/answer.py?answer=55578>

Sfrutta le foto!

Cerca foto che attirano l'attenzione, ma attinenti a quello che offri



Not a member? [Sign up](#) [Login](#) [English](#)



iStock now has 6,988,000 royalty-free stock files. [Browse recent.](#)

Search for photos, illustrations, video & audio

SEARCH

Buy royalty-free files from:

1€ X small	3€ small	6€ medium	9€ large	14€ X large	17€ XX large	22€ XXX large
Photos				Illustrations	Video	Audio

Subscriptions: Choose a one-year plan from:

0.27€/file 3 months	0.25€/file 6 months	0.23€/file 1 year
------------------------	------------------------	----------------------

Prices shown are in EUR

Join us today

1. [Join us for free right now.](#)

How iStockphoto works

iStockphoto is the internet's original member-generated image and

Combatti la “decadenza” degli annunci!



Quando gli annunci di una campagna che funziona iniziano a ricevere meno click, per dar loro nuova forza puoi provare 2 soluzioni: creare nuovi annunci (in particolare con nuove foto) ma anche alzare l’offerta di costo per click

Come contrastare la “decadenza” delle campagne su Facebook

- Periodicamente (ad esempio: ogni settimana) conviene creare nuovi annunci, in particolare provando immagini nuove (puoi trovare immagini su www.istockphoto.com)
- Se noti una diminuzione della % di conversione delle pagine, prova landing page differenti, con comunicazione ed offerte nuove
- Può convenire ogni tanto mettere in pausa una campagna
- Cerca e testa nuovi gruppi demografici e di interesse ai quali presentare i tuoi annunci e la tua offerta

“Costruire” i fan: le campagne ppc verso una pagina Facebook

- Molte volte, anziché inviare traffico verso una landing page su tuo dominio, conviene inviare traffico verso una tua pagina Facebook, per ottenere fan (“mi piace”)
- In seguito, puoi scrivere nella pagina per comunicare con i “fan”, coinvolgerli e segnalare offerte
- Facebook con pagina abbinata può diventare un buon canale per business locali, ad acquisto ripetuto
- Una funzionalità interessante delle campagne ppc su Facebook quando hai una pagina con i fan, è che puoi creare campagne specifiche verso gli “amici” dei tuoi “fan”

“Costruire” i fan: le campagne ppc verso una pagina Facebook

Acquisire Clienti



Ti piace il business e vuoi acquisire più clienti? clicca "MI PIACE" per restare aggiornato sul prossimo webinar gratuito

A Acquisire Clienti piace questo elemento.

 Mi piace

Acquisire Clienti




Sei un commerciante e desideri acquisire più clienti? clicca MI PIACE

A Acquisire Clienti piace questo elemento.


 Mi piace

Acquisire Clienti

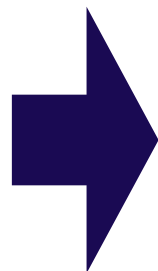


Sei un consulente aziendale e desideri acquisire più clienti? clicca "Mi piace" per restare aggiornato sul prossimo webinar gratuito

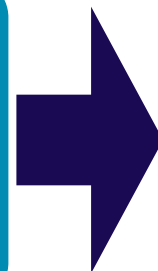
A Acquisire Clienti piace questo elemento.

 Mi piace

Annunci ppc su
Facebook



Le persone si
registrano alla
pagina (cliccando
“mi piace”)



I messaggi che scrivi
in bacheca della
pagina vengono
visualizzati dai “fan”

Una pagina su Facebook (con relativa campagna ppc) può rivelarsi ottima per promuovere attività commerciali locali

- Come prima cosa costruisci una pagina su Facebook per la tua attività locale
- Crei annunci ppc su Facebook per ottenere “fan” (persone che cliccano “mi piace”)
- Miri geograficamente e demograficamente il pubblico di tuo interesse; gli annunci saranno tali da stimolare il pubblico giusto e invogliarlo a cliccare “mi piace”
- In seguito, segnali ai tuoi “fan” le tue offerte e novità, in modo simpatico e coinvolgente
- Puoi anche puntare agli amici dei tuoi “fan”, creando annunci verso di loro (mantenendo comunque il focus geografico e demografico)

Targeting demografico b2b:
una alternativa a Facebook
(Linkedin)

Il pay per click di LinkedIn: ancora ostico, ma promettente

Your audience can be narrowed by using the targeting options below:

- ☐ Show ad to all LinkedIn members
- ☒ Target audience by category (select up to 3):

☐ Company Size

☐ Job Function

☒ Industry

Select: (10 max.)

☐ Research

☐ E-Learning

Finance

☐ Banking

☐ Insurance

☐ Financial Services

☐ Real Estate

☐ Investment Banking

☐ Investment Management

☒ Accounting

☐ Venture Capital & Private Equity

☒ Accounting

☒ Seniority

Select: ☐ Individual Contributor

☒ Manager

☒ Director

☒ Vice President

☒ Chief X Officer

☒ Owner

☐ Gender

☐ Age

☒ Geography

Select: (10 max.)

☐ Argentina

☐ Australia

☐ Belgium

☐ Brazil

☒ Italy

Your Target Audience:

2,783

LinkedIn Members

Common Questions

FAQ

- What does 'targeting' mean?
- Do I have to use a targeting option?
- What geographies can I target?

2 “punti deboli”:

- cpc minimo di 2 USD
- annunci solo in inglese.

Potrebbe comunque
migliorare in futuro.

www.linkedin.com/directads

Usare le DEM:
la pubblicità sulle mailing list
di chi possiede newsletter


Con le DEM puoi inviare il tuo messaggio a un grande numero di utenti

Come trovare nuovi clienti (video conferenza Gratis)

HTML.it (Eventi Gratuiti) to me [show details](#) Jul 2 [Reply](#)

Vuoi trovare nuovi clienti per il tuo business
(nonostante il periodo di crisi)?

[In questo evento \(100% Gratis\) scoprirai come fare.](#)



**Progettare un sistema
di Acquisizione Clienti**
Video conferenze di AcquireClienti.com

Durante l'evento (gratuito perché patrocinato da AcquireClienti.com), il dott. Giulio Marsala ti spiegherà un sistema inconsueto per trovare nuovi clienti.

Un sistema grazie al quale...

-saranno i Clienti a contattare te...
- ... anziché essere tu a dover rincorrere loro.

Partecipare alla conferenza su internet è totalmente gratuito:
e puoi seguirla direttamente da casa tua o dall'ufficio (sarà necessaria una connessione ADSL).

[Per registrarti subito \(e senza impegno\) clicca qui.](#)

Alcuni siti ti permettono di acquistare pubblicità che poi inviano agli iscritti alla loro lista.

Nota: tu non acquisti la lista e non vedi gli indirizzi email; è l'azienda proprietaria della mailing list che segue il tutto.

Spesso è il sito stesso che si offre di creare la creatività della tua email.

Se conosci un sito web frequentato dal tuo pubblico, verifica se ti permette di acquistare delle DEM.

Possibile svantaggio: l'investimento minimo è elevato in valore (solitamente superiore ai 1.000 euro) e rispetto al pay per click hai lo svantaggio di non poter testare “in piccolo”.

Il vantaggio è che non hai bisogno delle competenze tecniche tipiche del pay per click. Ti è utile invece una certa capacità negoziale, per spuntare i prezzi migliori.

I prezzi in genere sono espressi in CPM (costo dell'invio ogni 1.000 destinatari nella lista)

**Business locali:
quali le opportunità**

Campagne di visibilità per attività locali

- Per promuovere una attività locale, puoi usare Adwords con parole chiave locali (ad esempio: “ristorante” + [nome città])
- Puoi puntare al posizionamento organico su Google per le parole chiave locali (ad esempio: crea un blog wordpress con argomento “ristorante” + [nome città])
- Puoi iscrivere l'attività al business center di Google: <http://www.google.com/places>
- Puoi lanciare una campagna ppc su Facebook, su utenti con profilo geografico e demografico attinente: <http://www.facebook.com/advertising/>
- Puoi creare una pagina Facebook e poi promuoverla con il pay per click di Facebook: <http://www.facebook.com/pages/create.php>

Facebook ppc

Adwords

SEO

Social Media
Marketing

**Scopri una fonte di traffico
con la quale ti trovi bene e
che ti porta risultati, e diventa
esperto su questa**

Media Buying

DEM

Blogging

Article Marketing

www.AcquireClienti.com