

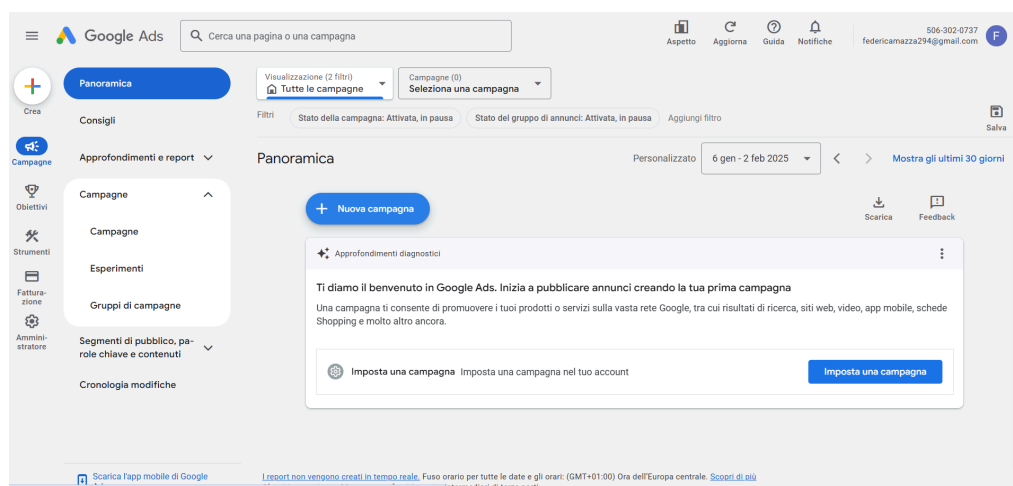
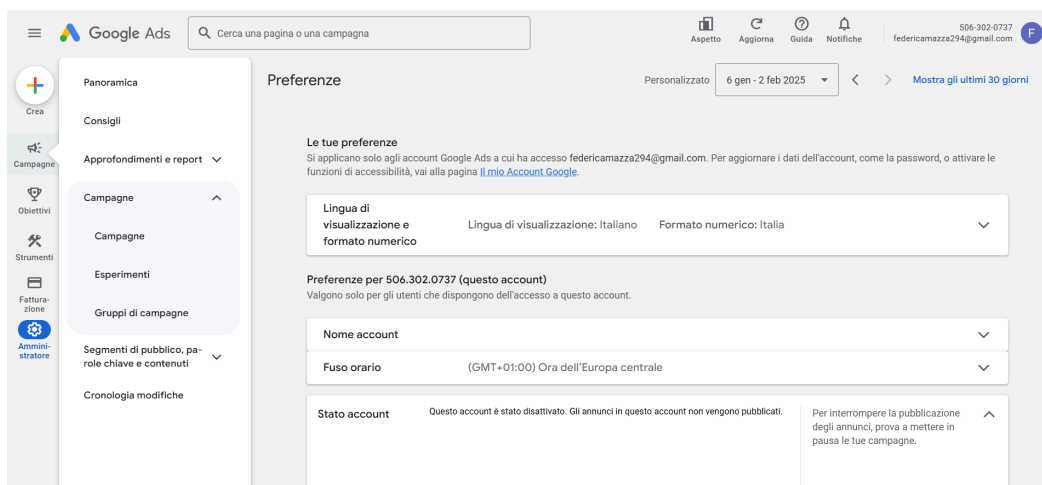
## **Google ADS e Analytics**

Questo PDF raccoglie esercizi relativi a Google Ads e Google Analytics, con particolare attenzione all'analisi delle performance delle campagne e alle metriche di rendimento.

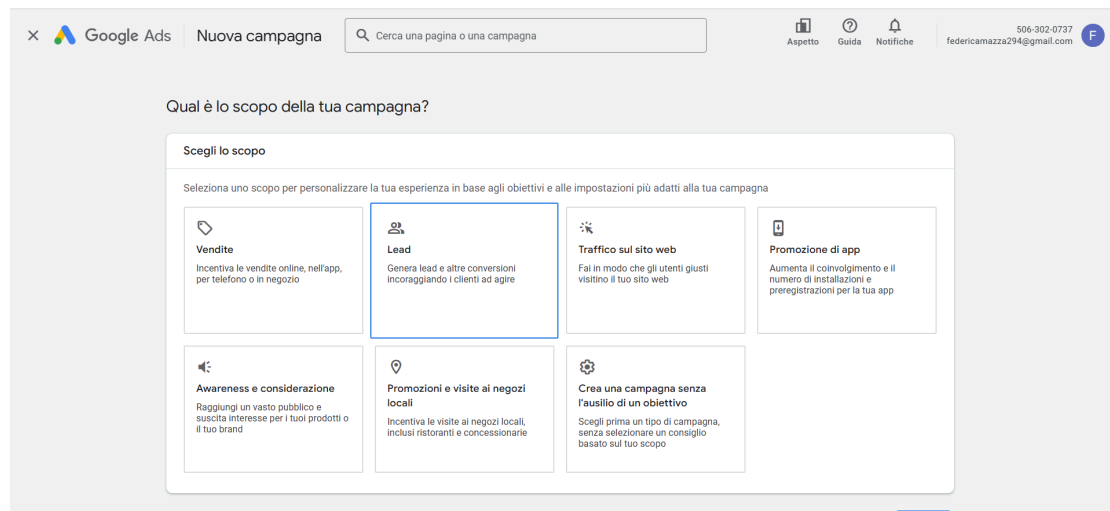
# Esercizio Campagna Google ADS

In questo esercizio, ho creato una campagna Google Ads per promuovere un corso online di meditazione.

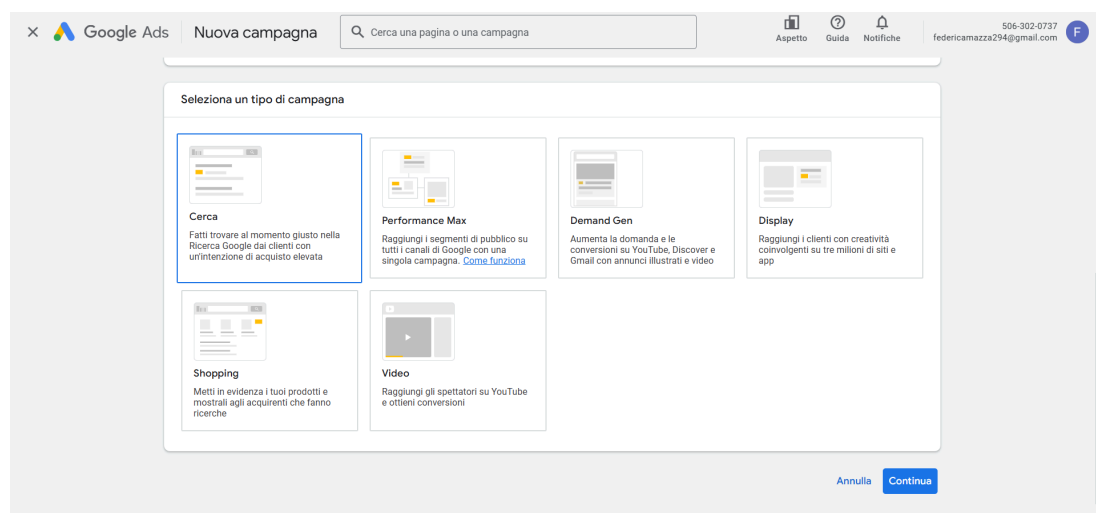
Ho iniziato creando una nuova campagna su Google Ads.



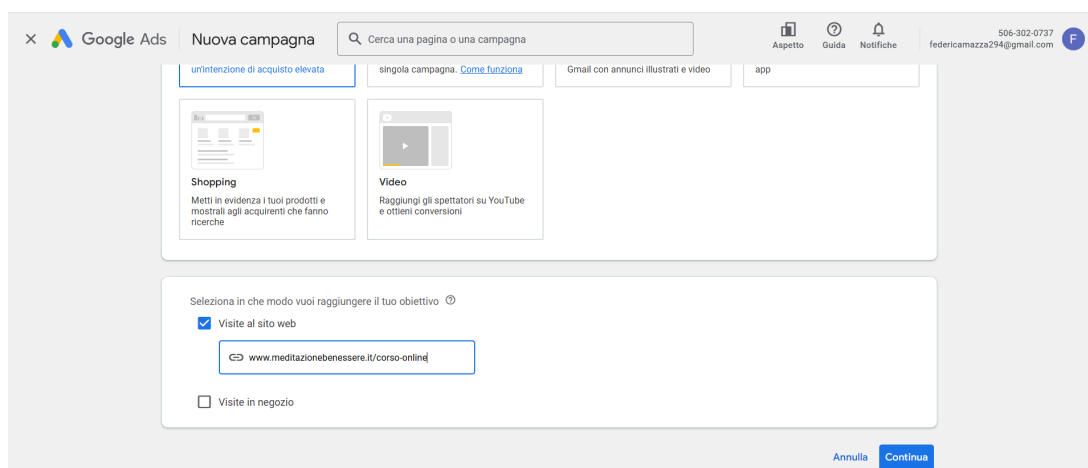
Lo scopo della campagna è generare lead, ossia raccogliere iscrizioni al corso attraverso il sito web.



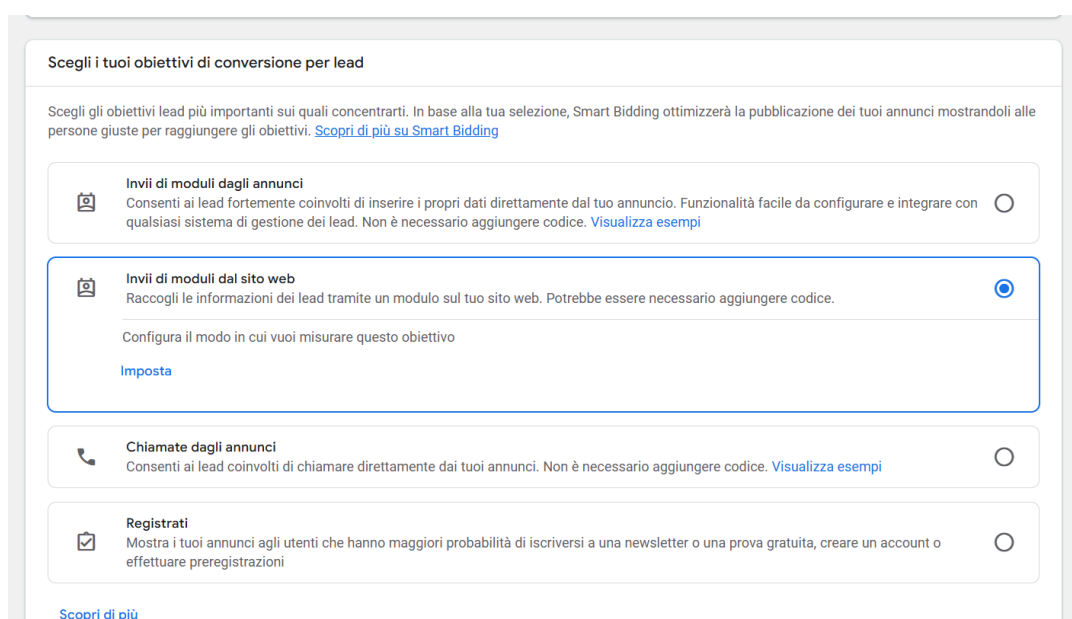
Ho scelto il tipo di campagna “Cerca”, che permette di mostrare gli annunci agli utenti che cercano attivamente contenuti legati al corso di meditazione online.



Ho scelto di raggiungere l'obiettivo con visite al sito web, in particolare il sito del corso “meditazionebenessere.it”.



Ho impostato l'obiettivo di conversione come "Invii di moduli dal sito web", per monitorare quante persone si iscrivono al corso attraverso il modulo di registrazione.



Nella sezione delle offerte, ho dato priorità alle conversioni e ho impostato un CPA target di 10 €, cioè il costo massimo che sono disposto a pagare per ogni conversione (iscrizione al corso).

## Offerte

### Offerte

A che cosa vuoi dare priorità? ?

Conversioni ▼

☒ Imposta un costo per azione target (facoltativo)

CPA target ?

10,00 €

### Acquisizione di clienti

☐ Offerta solo per nuovi clienti

Questa opzione limita la pubblicazione degli annunci solo ai nuovi clienti, indipendentemente dalla strategia di offerta

Per impostazione predefinita, le offerte per la tua campagna sono uguali sia per i nuovi clienti sia per quelli esistenti. Tuttavia, puoi configurare le impostazioni in modo da eseguire l'ottimizzazione per l'acquisizione di nuovi clienti. [Scopri di più sull'acquisizione di clienti](#)

Ho configurato le impostazioni della campagna, scegliendo:

- Rete dei partner di ricerca di Google
- Località: Italia
- Lingua: Italiano
- Parole chiave: Ho utilizzato la corrispondenza generica per parole chiave come meditazione, mindfulness, corso principianti, benessere e relax.

## Impostazioni campagna

Per raggiungere le persone giuste, inizia a definire le impostazioni chiave per la tua campagna.

### Reti

☒ Rete dei partner di ricerca di Google (consigliato)

Gli annunci possono essere pubblicati vicino ai risultati di ricerca di Google e su altri siti web dei [partner di ricerca di Google](#) quando gli utenti effettuano ricerche pertinenti alle tue parole chiave. I partner di ricerca possono includere centinaia di siti web non Google e domini parcheggiati, nonché YouTube e altri siti Google.

☐ Rete Display di Google (consigliata)

Gli annunci possono essere pubblicati su siti, video e app pertinenti su Google (come YouTube) e su Internet, se disponi di un budget residuo per la rete di ricerca



**Utilizza Espansione alla Rete Display:** Mostra i tuoi annunci in più posizioni e ottieni più conversioni a un costo per azione (CPA) simile ?

+1%

[Applica](#)

### Località

Seleziona le località per questa campagna ?

☐ Tutti i paesi e i territori

☒ Italia

☐ Inserisci un'altra località

### Località

Seleziona le località per questa campagna ?

☐ Tutti i paesi e i territori

☒ Italia

☐ Inserisci un'altra località

#### ^ Opzioni per località

Includi ?

☒ Presenza o interesse: utenti che si trovano nelle località incluse, le visitano regolarmente o hanno mostrato interesse (consigliato)

☐ Presenza: utenti che si trovano nelle località incluse o che le visitano regolarmente

### Lingue

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti ?



Inizia a digitare o seleziona una lingua

Italiano X

In base alle località target, ti consigliamo di aggiungere queste lingue:

Inglese

[Aggiungi tutte](#)

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti ?

Inizia a digitare o seleziona una lingua

Italiano X

In base alle località target, ti consigliamo di aggiungere queste lingue:

Inglese

Aggiungi tutte

Segmenti di pubblico Seleziona i segmenti di pubblico da aggiungere alla campagna. V

Parole chiave a corrispondenza generica ^

Utilizzare le parole chiave a corrispondenza generica con Smart Bidding ti aiuta a raggiungere gli obiettivi della campagna. L'uso di parole chiave a corrispondenza generica per tutta la campagna garantisce la coerenza interna e consente di accedere a impostazioni aggiuntive, come le inclusioni del brand. [Scopri di più sulle parole chiave a corrispondenza generica](#)

☒ On: utilizza le parole chiave a corrispondenza generica per l'intera campagna

☐ Off: utilizza i tipi di corrispondenza delle parole chiave

Altre impostazioni

Avanti

2025. [Lascia un feedback](#)

Parole chiave ^

Ricevi parole chiave suggerite (facoltativo)

Google Ads può trovare le parole chiave per te analizzando una pagina web o cercando le parole chiave che danno buoni risultati per i prodotti o i servizi simili ai tuoi

http://www.meditazionebenessere.it/corso-online

meditazione X

mindfulness X

corso online principianti X

benessererelax X

Aggiungi prodotti o servizi da pubblicizzare

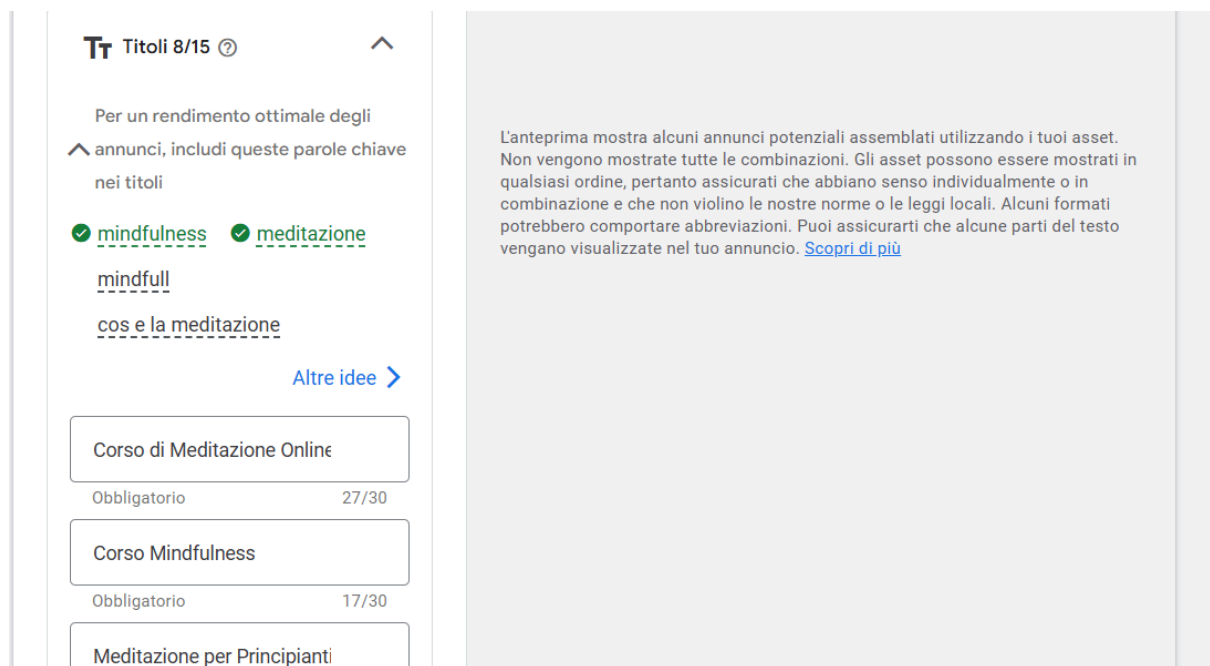
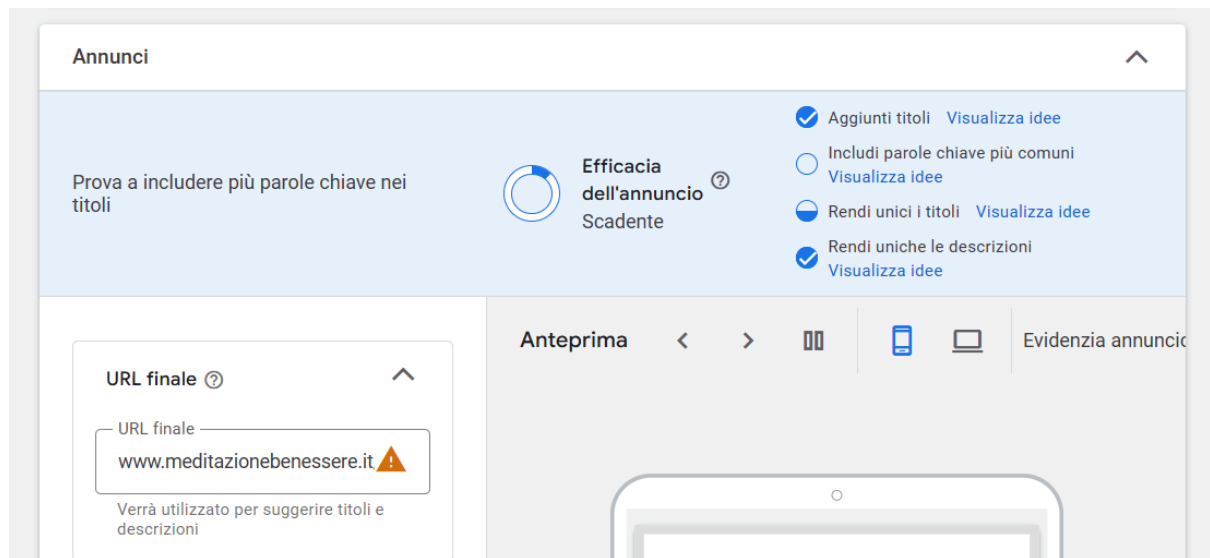
Aggiorna le parole chiave suggerite

Inserisci parole chiave

Le parole chiave sono parole o frasi che vengono utilizzate per associare i tuoi annunci ai termini utilizzati dagli utenti per le ricerche

mindfulness  
meditazione  
mindfull  
la meditazione  
meditazione cos è  
meditazione cosa è  
cos e la meditazione  
meditazione che cos è  
meditazione e

Ho inserito l'URL finale (link al sito del corso) e creato titoli e descrizioni per gli annunci. Ho creato diverse varianti di annunci per testare quale risulta più efficace.





Corso Mindfulness	
Obbligatorio	17/30
Meditazione per Principianti	
Obbligatorio	28/30
Mindfulness	
	11/30
Corso online	
	12/30
Benessere e Relax	
	17/30
Scopri il nostro corso online	
	29/30
Migliora il tuo benessere	
	25/30

0/30

+ Titolo

Tt

Descrizioni

2/4

?

Visualizza

idee

^

Scopri il nostro corso online di meditazione e impara a migliorare il tuo benessere

Obbligatorio

83/90

Un corso di meditazione per principianti, accessibile e pratico, che puoi seguire da casa.

Obbligatorio

90/90

Descrizione

0/90

+ Descrizione

Ho impostato un budget giornaliero di 40 €, che è il mio limite di spesa per la campagna.

### Budget

Seleziona l'importo medio che vuoi spendere ogni giorno.

☐ 34,00 €

☐ 28,00 € Opzione consigliata

☐ 22,00 €

☒ **Imposta un budget personalizzato**

Imposta il budget giornaliero medio per questa campagna

Copy settimanali	Costo/conv.	Costo settimanale
19,6	10,00 €	196,23 €

Infine, ho visualizzato la panoramica della campagna con tutte le impostazioni.

### Panoramica

Nome campagna	Corso Meditazione Online
Tipo di campagna	Rete di ricerca
Scopo	Lead
Obiettivo	Invio moduli per i lead

### Offerte

Offerte	Massimizza le conversioni (CPA target - 10,00 €) <span>⚠ Imposta il monitoraggio delle conversioni prima di utilizzare questa strategia di offerta</span>
Acquisizione di clienti	Fai la stessa offerta per i clienti nuovi ed esistenti

Impostazioni campagna

Reti	Rete di ricerca di Google, Partner di ricerca
Località	Italia
Lingue	Italiano
Segmenti di pubblico	Nessun segmento
Parole chiave a corrispondenza generica	On: utilizza le parole chiave a corrispondenza generica per l'intera campagna

Parole chiave e annunci

Parole chiave	9 parole chiave
Annunci	1 annuncio

Budget

Località

Località	Italia
Lingue	Italiano
Segmenti di pubblico	Nessun segmento
Parole chiave a corrispondenza generica	On: utilizza le parole chiave a corrispondenza generica per l'intera campagna

Parole chiave e annunci

Parole chiave	9 parole chiave
Annunci	1 annuncio

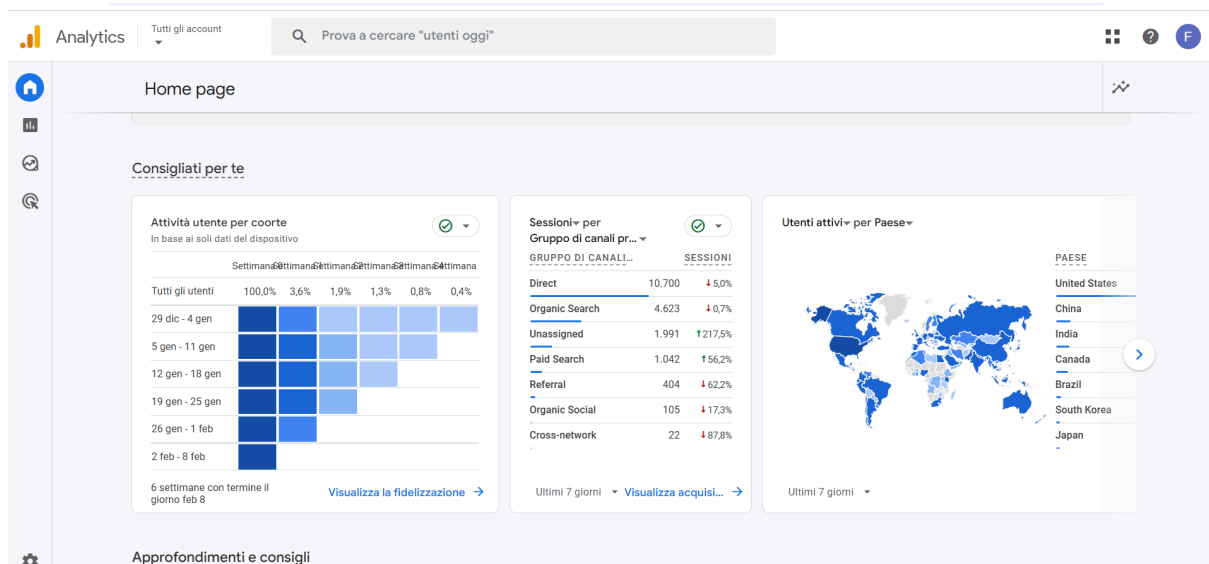
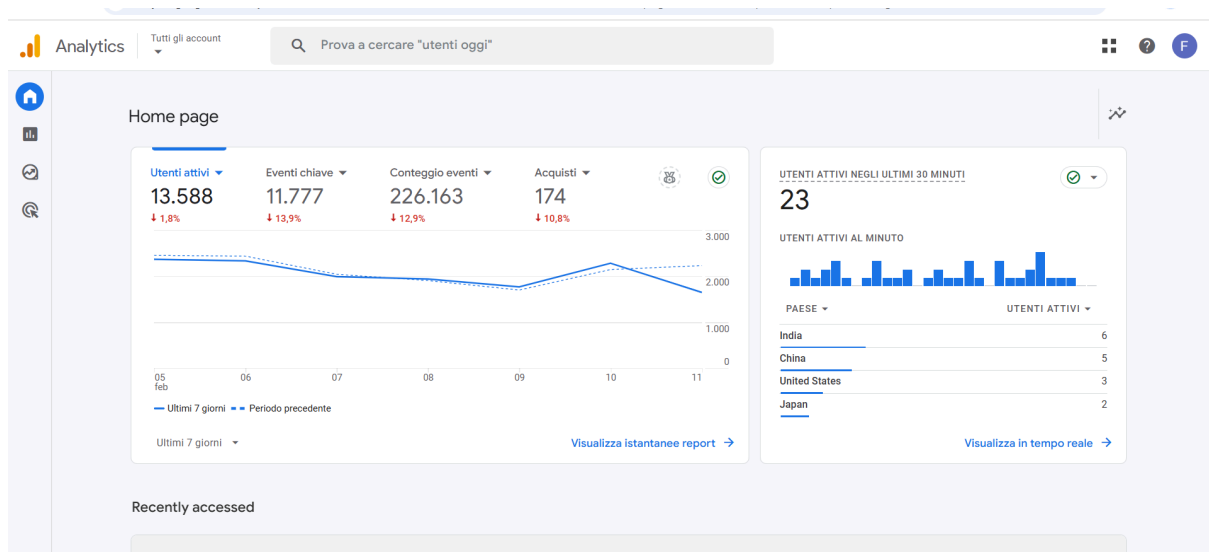
Budget

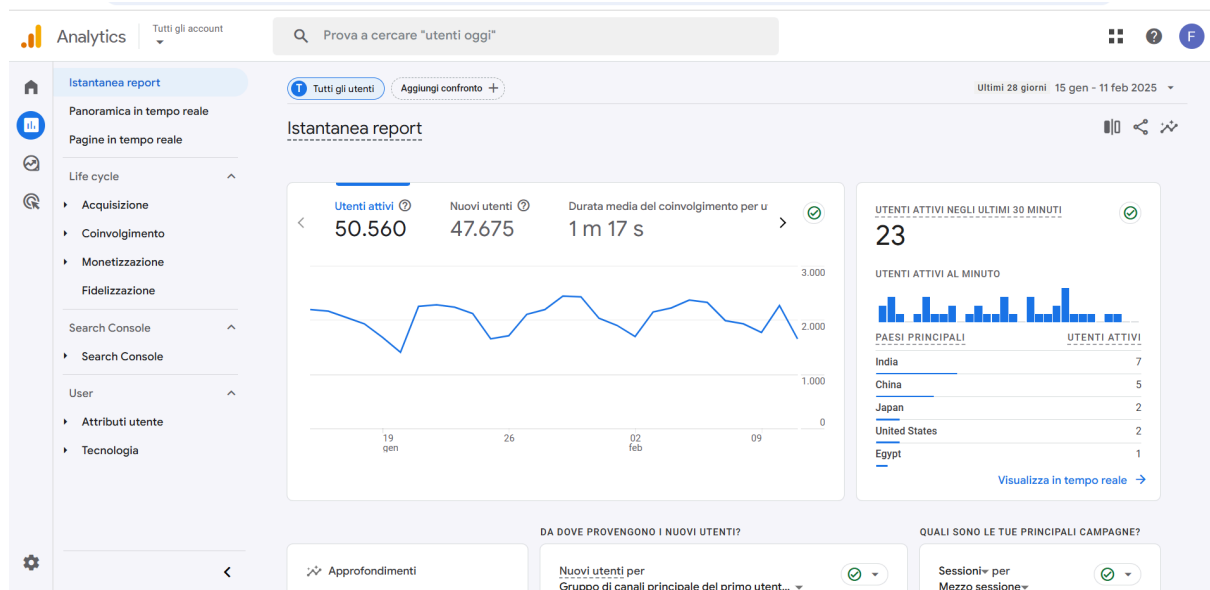
Budget	35,79 €/giorno
--------	----------------

Questa campagna è stata progettata per massimizzare le iscrizioni al corso online di meditazione, utilizzando parole chiave pertinenti per raggiungere il pubblico giusto. Il budget e il CPA target sono stati impostati per garantire una gestione economica ed efficace della campagna.

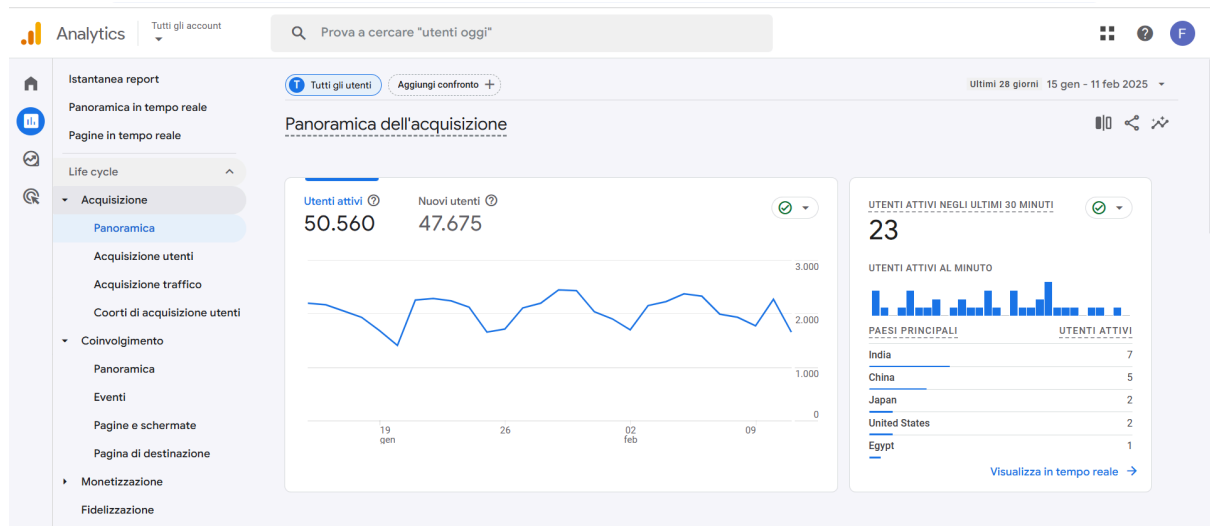
# Esercizio Google Analytics

Panoramica generale del Google Merchandise Store che fornisce un riepilogo delle metriche principali. Nella schermata sono visibili il numero utenti, eventi e attività, con un traffico proveniente da fonti organiche. Questa visualizzazione dei dati offre un'idea completa delle performance del sito.

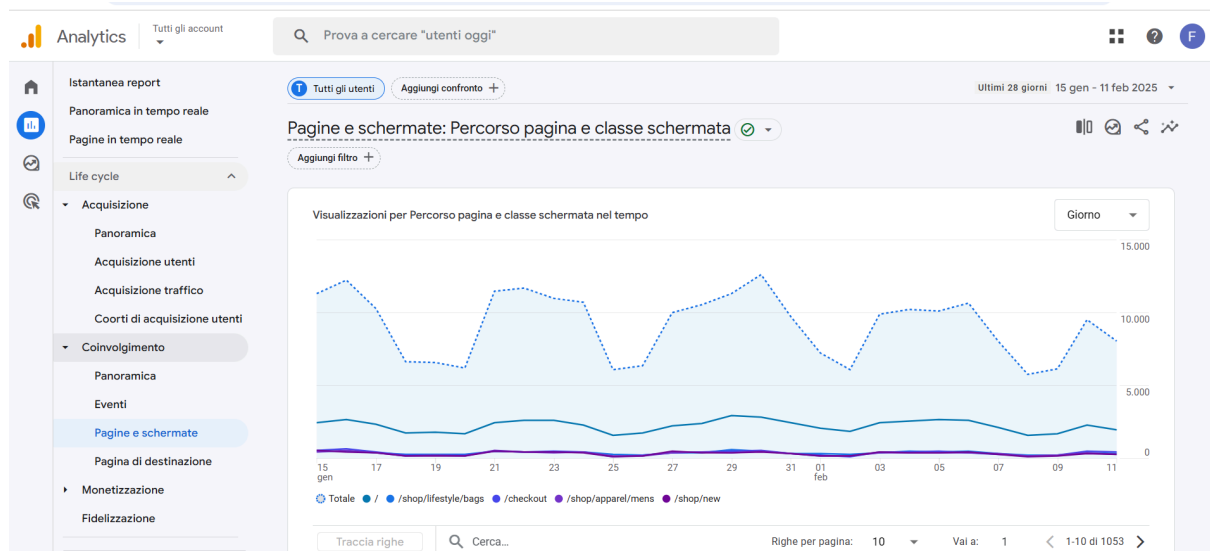




Nella sezione dell'acquisizione viene mostrata dove provengono gli utenti. La maggior parte del traffico arriva tramite la ricerca organica, seguita dal traffico a pagamento.



La sezione coinvolgimento fornisce informazioni su come gli utenti interagiscono direttamente con il sito.



Infine, nella sezione della monetizzazione vengono mostrate le entrate generate dal sito, suddivise tra vendite di prodotti ed entrate pubblicitarie. Le entrate totali offrono una panoramica delle performance economiche del Google Merchandise Store.

