SEA

Search Engine Advertising

**Strategia di marketing digitale che si concentra esclusivamente sulla pubblicità a pagamento** sui motori di ricerca.

L’obiettivo è aumentare la visibilità di un sito web o prodotto quando qualcuno cerca parole chiave specifiche.

Questo fa parte di un approccio più ampio chiamato SEM, che comprende sia la pubblicità a pagamento (SEA) che l’ottimizzazione organica dei motori di ricerca (SEO).

Le aziende pagano per ottenere **visibilità immediata** (usando piattaforme come Google Ads), acquistando spazi pubblicitari sui risultati di ricerca

## Come funziona?

**Le aziende fanno un’offerta per parole chiave** rilevanti per il loro settore o prodotto.  
**Quando un utente cerca quelle parole chiave**, **l’annuncio dell’azienda può apparire in una posizione privilegiata**, come nei primi risultati della pagina, pagando ad ogni clic ricevuto (PPC – Pay Per Click).

# Vantaggi dell’uso combinato di SEO e SEA

### Aumento del traffico web

Quando un sito è visibile sia nei risultati organici (SEO) che in quelli a pagamento (SEA) per le stesse query, ha **maggiori possibilità di attrarre visitatori**.

### Complementarità

**SEA** offre risultati immediati, mentre **SEO** costruisce una presenza a lungo termine.   
Utilizzando entrambi, **puoi ottenere risultati immediati mentre lavori per migliorare il posizionamento** organico.

### Flessibilità

**Combinando SEO e SEA, le aziende possono adattarsi a diverse esigenze e budget.**Ad esempio, se un'azienda ha bisogno di visibilità immediata per un evento, può attivare rapidamente una campagna SEA, mentre le strategie SEO possono continuare a lavorare per costruire una presenza sostenibile nel tempo.

Google Ads

**Piattaforma di pubblicità online che funziona con il modello PPC** (Pay Per Click).  
Questo significa che gli **inserzionisti pagano solo quando qualcuno clicca sul loro annuncio**, rendendo questo metodo di pubblicità molto efficace dal punto di vista dei costi.

Il posizionamento dell’annuncio dipende da vari fattori:

* **L'importo dell'offerta** (quanto sei disposto a pagare per clic).
* La **qualità dell'annuncio** (quanto è rilevante e ben fatto l’annuncio).
* La **rilevanza delle parole** chiave rispetto all’annuncio e alla pagina di destinazione.

## Creazione e gestione degli annunci

Con Google Ads puoi creare e gestire diversi tipi di annunci, tra cui:

* **Annunci di ricerca** (testuali che compaiono tra i risultati di Google).
* **Annunci display** (visuali che appaiono su siti partner della rete di Google).
* **Annunci video** (soprattutto su YouTube).
* **Annunci per app** (per promuovere applicazioni su diverse piattaforme Google).

## Targeting del pubblico

Google Ads **permette di indirizzare gli annunci verso gruppi specifici di persone** in base a diversi criteri come **interessi**, **dati demografici** (età, genere, localizzazione geografica), **comportamenti online** (ciò che cercano, quali siti visitano).

## Controllo delle campagne

Una volta attivati, puoi monitorare le tue campagne con metriche dettagliate, come:

* **Click**: quante volte le persone cliccano sul tuo annuncio.
* **Impressioni:** quante volte il tuo annuncio è stato visualizzato.
* **Conversioni:** quante persone hanno completato un'azione desiderata dopo aver visto l'annuncio, come un acquisto o un'iscrizione.

## Controllo del budget

Google Ads offre pieno controllo sul budget delle campagne.   
**Puoi decidere quanto spendere al giorno o quanto spendere complessivamente** per una campagna, assicurandoti di non superare i limiti impostati.

Google keywords planner

Strumento gratuito integrato in Google Ads che **aiuta gli utenti a ricercare e analizzare parole chiave**.

## Funzioni principali

### Ricerca di parole chiave

**Consente di scoprire idee per parole chiave che potrebbero essere rilevanti per il tuo business.**Puoi inserire termini generali legati ai tuoi prodotti o servizi e lo strumento ti fornirà suggerimenti su parole chiave correlate

### Dati sul volume di ricerca

**Mostra il volume di ricerca mensile per ciascuna parola chiave**, permettendo di capire quante persone cercano effettivamente quel termine su Google

### Previsioni delle prestazioni

**Offre anche previsioni su come potrebbero comportarsi le parole chiave** in termini di clic e impressioni se decidessi di utilizzare quelle parole in una campagna