**1. Creazione di un set di parole chiave e gruppi di annunci**

* **Prodotto/Servizio**: Scarpe da corsa
* **Gruppi di annunci**:
  + **Scarpe da corsa professionali** (per atleti esperti)
  + **Scarpe da corsa economiche** (per chi cerca un buon rapporto qualità-prezzo)
  + **Scarpe per principianti** (per chi si avvicina alla corsa)

**2. Applicazione delle corrispondenze delle parole chiave**

| **Parola chiave** | **Tipo di corrispondenza** | **Esempio keywords di ricerca degli utenti** |
| --- | --- | --- |
| "scarpe da corsa" | Corrispondenza esatta | scarpe da corsa |
| "scarpe da corsa economiche" | Corrispondenza a frase | migliori scarpe da corsa economiche |
| +scarpe +running | Corrispondenza ampia con modificatori | scarpe per correre lunghe distanze |

**3. Scelta delle Keywords in base all’intento di ricerca**

* **Intento commerciale** (utente vuole acquistare):
  + "comprare scarpe da corsa"
  + "scarpe running offerte"
* **Intento informativo** (utente cerca consigli):
  + "quali scarpe usare per correre"
  + "scarpe running migliori per principianti"

**4. Associazione delle parole chiave con i termini di ricerca**

| **Parola chiave usata** | **Termine di ricerca effettivo** | **Corrispondenza usata** |
| --- | --- | --- |
| "scarpe da corsa economiche" | "offerte scarpe da corsa economiche" | Corrispondenza a frase |
| +scarpe +running | "scarpe running per ginocchia sensibili" | Corrispondenza ampia con modificatori |

**5. Valutazione delle corrispondenze(ESEMPIO)**

Dopo aver analizzato i dati della campagna:

* La **corrispondenza esatta** ha generato meno clic ma con alta conversione.
* La **corrispondenza ampia** ha portato più traffico, ma con ricerche meno pertinenti.
* La **corrispondenza a frase** ha trovato un buon equilibrio tra volume e pertinenza.

👉 **Decisione finale**:

* **Aggiungere parole chiave negative** per filtrare ricerche irrilevanti (es. “scarpe da corsa usate”).
* **Raffinare le corrispondenze** per ottimizzare il rendimento.