

Come scrivere un preventivo AdWords

SE SONO UN CLIENTE, COSA POSSO CHIEDERE A UNO SPECIALIST?

SE SONO UN ADWORDS SPECIALIST, COSA DEVO ESPLICITARE PER UNA CORRETTA PROPOSTA?

La giusta interpretazione del preventivo (sia in fase di scrittura, sia in fase di lettura) permette di allineare al meglio cliente e specialist. Farsi le giuste domande permette di ottenere le migliori risposte. Possiamo usare le domande che riteniamo utili tra quelle elencate qui sotto per individuare le voci da inserire in un preventivo AdWords da presentare al cliente. Un cliente invece può lasciarsi ispirare da queste domande per generare a sua volta una richiesta esplicita allo specialist. Queste domande, inoltre, permettono di comprendere a chi non ha mai realizzato campagne, del lavoro effettivo che si cela dietro a una semplice voce di preventivo. Vediamole nel merito.

Quanto è vasto l'account e articolato l'account che intendo creare?

Quale parte dell'investimento va a Google e quale invece è la fee di gestione?

Quanto frequente è la manutenzione o aggiornamento dei gruppi di annunci?

Quanti canali attivo? Search, display, gmail, call only, ecc.?

Realizzo una display con banner testuali o anche illustrati, statici o dinamici?

Oltre ai tag, gestisco anche snippet personalizzati per monitorare eventi e conversioni?

Devo gestire una campagna shopping. Chi realizza il feed?

Voglio usare banner dinamici? Annunci video?

Quanti elenchi per il remarketing genero?

Quante creatività genero per la remarketing?

Ho bisogno di una landing page dedicata alla campagna per performare meglio?

La landing page è chiusa o viene ottimizzata nel corso della campagna?

Ogni quanto necessita una reportistica dettagliata? Voglio anche un incrocio con Analytics?

I report voglio che siano commentati per descrivere al meglio l'andamento delle campagne?

Gli obiettivi sono stati raggiunti? Sono stati prefigurati degli obiettivi intermedi?