



PARABOLIC
full speed business

Case Study: Google Ads, Aumento del Traffico e delle Conversioni

1. Analisi e Settaggio Campagne Google Ads

Per prima cosa, in accordo con il cliente, abbiamo analizzato il mercato di riferimento, cercando e trovando i competitors (online e offline). In secondo luogo, dopo un'analisi di volumi di traffico, abbiamo selezionato le parole chiave sulle quali investire e settare le nostre campagne pubblicitarie. Le parole chiave, appunto, sono l'elemento principale delle campagne Google Ads sulla Rete di Ricerca Google, canale scelto per incrementare traffico e conversioni sul sito internet.

Abbiamo suddiviso le campagne sulla Rete di Ricerca per zone di investimento (Lecco, Monza, Como) e, all'interno di ogni campagna abbiamo differenziato i gruppi di annunci suddivisi per specializzazioni. Insieme alle campagne relative ai servizi offerti è stata realizzata una campagna di Brand Protection. L'obiettivo principale di questo tipo di campagna è stato incrementare il più possibile il traffico sul sito internet, per questo abbiamo optato per una strategia di offerta volta a massimizzare i click sugli annunci.

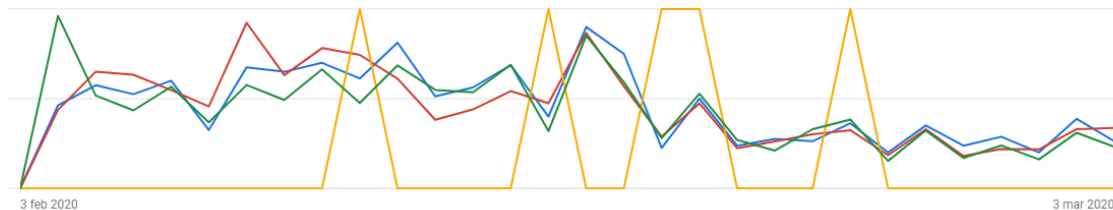
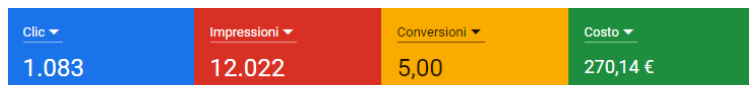
Il budget delle campagne è stato scelto preventivamente in accordo con il cliente ed è stato distribuito in maniera diversa per ogni campagna secondo le preferenze dello stesso. Questa prima fase (30 giorni) ci è servita a raccogliere il maggior numero di dati possibili per ottenere, dalla fase successiva, numeri migliori da un investimento ottimizzato.

I dati ottenuti, seppur prematuri, sono stati ottimi:

1.083 Click (con conseguente visita al sito internet)

12.022 Impressioni (volte che l'annuncio è stato visualizzato dagli utenti sulla SERP, generando brand awareness)

5 Conversioni (azioni compiute dall'utente, come una telefonata, una mail inviata o un form contatti compilato).



2. Settaggio e Monitoraggio Conversioni

Subito dopo aver settato le campagne pubblicitarie con Google Ads, abbiamo collegato il profilo di Google Analytics pre-esistente e abbiamo settato gli obiettivi di conversione.

Le conversioni, nel nostro caso, sono relative alla Lead Generation (contatto), per questo abbiamo deciso di tenere monitorati tutti gli utenti che sul sito internet hanno:

- Cliccato sul numero di telefono per prendere un appuntamento
- Cliccato sull'indirizzo e-mail per richiedere informazioni
- Compilato il form contatti

Monitorare le conversioni serve a misurare il reale ritorno sull'investimento delle campagne pubblicitarie: è importante portare traffico sul sito internet ma, cosa ancora più importante è portare potenziali pazienti a contattare il professionista.

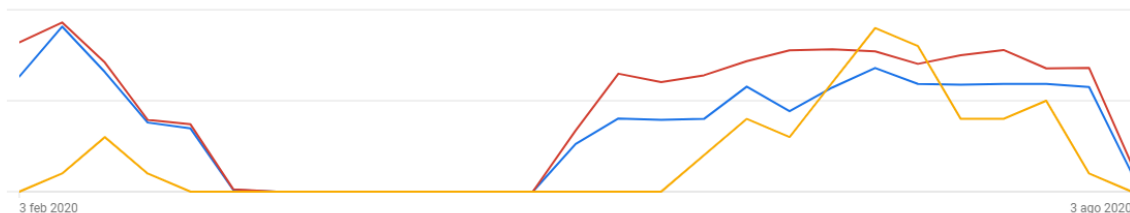
3. Panoramica Google Ads Lungo Periodo

Come abbiamo visto in precedenza, già il primo mese abbiamo ottenuto degli ottimi risultati ma, per avere un periodo di tempo adeguato a valutare l'andamento delle azioni di marketing, bisogna considerare un periodo di almeno 6 mesi.

Come possiamo osservare dalla dashboard, in 6 mesi abbiamo ottenuto:

- 3.883 Click
- 49.007 Impression
- 51 Conversioni

Possiamo affermare che i risultati ottenuti sono ottimi, soprattutto dal punto di vista delle conversioni. Bisogna considerare (vedi grafico) che vi è stata, per un periodo discretamente lungo, un'interruzione delle inserzioni per via del lockdown a causa del Covid19.



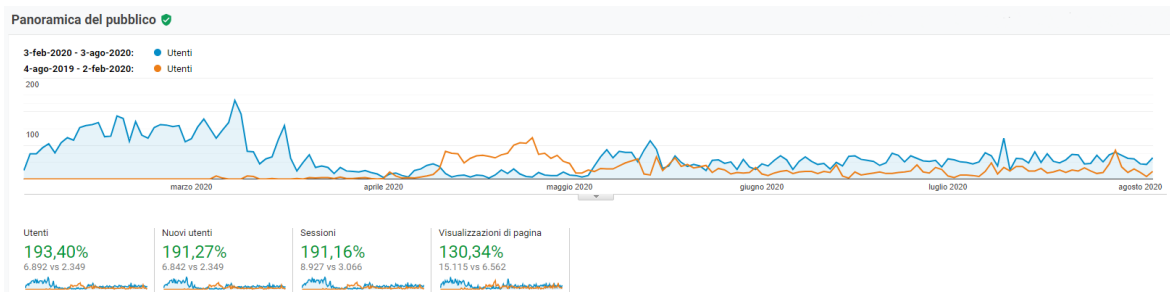
4. Confronto con il Periodo Precedente e Reportistica

Per avere un'ulteriore conferma del miglioramento apportato dallo strumento di Google Ads, è necessario confrontare il periodo nel quale le campagne pubblicitarie sono state attive con quello precedente.

Come possiamo osservare dal grafico (fonte Google Analytics), abbiamo ottenuto:

- Un incremento del 193,40% degli utenti sul sito internet
- Un incremento del 191,27% di nuovi utenti sul sito internet
- Un incremento del 191,16% delle sessioni sul sito internet
- Un incremento del 130,34% di visualizzazioni di pagina del sito internet.

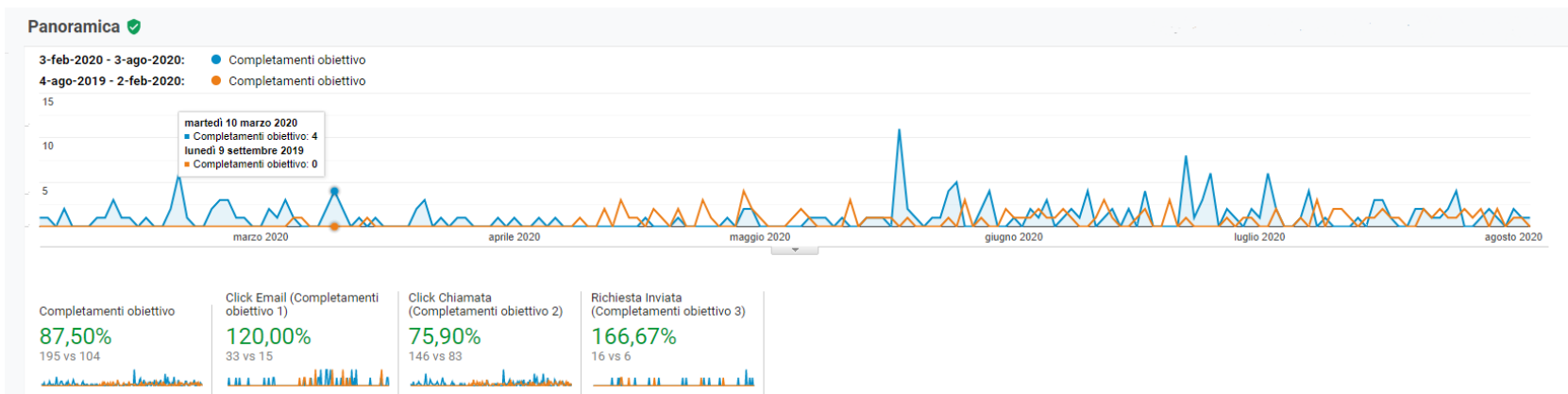
I dati parlano chiaro, le campagne pubblicitarie hanno portato a raddoppiare, e in alcuni casi triplicare, le prestazioni del sito internet rispetto al periodo precedente



Osservando adesso le conversioni, dato più importante, possiamo invece osservare:

- Un incremento del 87,50% di completamento obiettivi
- Un incremento del 120% di e-mail inviate
- Un incremento del 75,90% di telefonate ricevute
- Un incremento del 166,67% di form contatti compilati.

Anche in questo caso i dati sono più che positivi e non possono che confermare il valore delle campagne pubblicitarie Google Ads.



5. Osservazioni Finali

Prendendo in esame il rendimento del sito internet, prima e dopo l'inizio delle inserzioni, possiamo tranquillamente affermare che vi è stato un notevole miglioramento.

Google Ads, insieme ai social network, è lo strumento che più permette di ottenere visibilità e generare contatti sul web.

Una nota importante però riguarda il sito internet: per ottenere conversioni da parte degli utenti, è necessario che il sito internet rispecchi i parametri di chiarezza e usabilità, che sia navigabile da mobile e che permetta in pochi passaggi di arrivare al contatto. Solo in presenza di questi pre-requisiti e di un'azione di marketing ben strutturata, è possibile apportare valore al proprio business, generando Brand Awareness e un ritorno sull'investimento.



PARABOLIC
full speed business