



Investire in una campagna PPC

Così come avviene nel mercato reale, anche nel mercato virtuale (web), la Pubblicità ricopre un ruolo fondamentale. La **Pubblicità**, in tutte le sue forme. È l'anima del commercio. Al fine di ottenere traffico mirato verso il proprio sito web, oltre al Posizionamento organico delle pagine web (Strumenti Seo), esiste una branca più grande per gli strumenti di web marketing definita SEM (Search Engine Marketing). All'interno di questa convivono strumenti quali l'Article Marketing, le Matrici di Link, Banner Bait, il PPC ed altro ancora...

L'obiettivo è sempre il medesimo: attrarre attraverso messaggi ad hoc traffico mirato, utenti targettizzati. Nel particolare, il Pay per click (**PPC**) è un particolare modello di advertising utilizzato all'interno di siti web, network, portali, serp, blogs..., dove gli inserzionisti (gli advertisers) pagano "il click" solo quando un utente clicca su un particolare Ad per visitarne il sito. Questi annunci sono costruiti direttamente sulle esigenze del cliente, e fanno da ponte tra gli obiettivi di fonte emittente e ricevente. Se si analizza più in profondità l'ambito dei motori di ricerca, gli inserzionisti (advertiser) puntano su particolari parole chiave che ritengono potranno essere inserite all'interno delle Serp dei Motori di Ricerca, e quando i potenziali clienti ne interrogheranno i database con specifiche keyword, allora compariranno i risultati Ad degli inserzionisti. I suddetti link vengono denominati "Risultati Sponsorizzati" e vengono visualizzati, a seconda del Motore di Ricerca utilizzato, a bordo pagina o prima dei risultati organici.

La **rendita** in termini economici di una campagna PPC non viene calcolata in base alle visualizzazioni degli annunci stessi, ma in base ai click che i navigatori web effettuano su di essi per raggiungere il sito di destinazione. Ovviamente, il **costo del singolo click**, varia in base alla keyword scelta; in molti casi vengono realizzate delle vere e proprie aste per accaparrarsi le prime posizioni dei "risultati sponsorizzati".

In internet esistono una molteplicità di aziende che offrono questi servizi, ma uno dei più diffusi, e sicuramente uno dei più conosciuti, è quello offerto da Google. Molte aziende, utilizzano il PPC come fonte primaria di marketing sui motori di ricerca, mentre molti altri soggetti lo utilizzano come uno strumento per la produzione di un costante traffico mirato.

Scriviamo ora, come attraverso piccoli steps è possibile iniziare una campagna di PPC con il Programma AdWords di Google.

1. Aprire un account Google Adwords all'indirizzo <http://adwords.google.it/select/Login>. Di qui in poi sarà subito possibile utilizzare gli strumenti che Google ci mette a disposizione per creare annunci mirati. Da notare lo strumento per la ricerca delle parole chiave, utilissimo e sempre aggiornato con i database di Google.
2. Creare il Titolo degli Annunci, soffermandoci sul servizio reale piuttosto che sul nome dell'azienda proponente, ed elencando vantaggi al posto di caratteristiche tecniche del prodotto servizio offerto.
3. Utilizzare il tool dell'URL per veicolare l'utente a specifiche pagine, in modo da poter testare il funzionamento delle pagine di destinazione.
4. Effettuare una buona scelta delle parole chiave che comporteranno la visualizzazione del messaggio. In moltissimi casi, soprattutto per i settori molto concorrenziali, è difficile trovare parole chiave a buon costo, ed è bene quindi basarsi su dati statistici e confronti incrociati per trovare il giusto mix tra parole standard ed innovative, in modo da lasciar inalterato il focus del messaggio ed attrarre comunque una vasta fetta di navigatori.

Il **PPC** è una tipologia pubblicitaria che sta riscuotendo un grande successo a livello mondiale, per la facilità di utilizzo ed i risultati ad essa connessi. D'altra parte, come ogni grande successo della rete, anche essa è soggetta ad abusi; infatti sono sempre più frequenti i casi in cui siti web, portali, blog incentivano "irregolarmente" i propri visitatori a cliccare sugli annunci stessi. Di contro non mancano di certo gli strumenti per tracciare e debellare questi click fraudolenti.. Un pianificato utilizzo degli strumenti di **Pay Per Click** può portare certamente benefici indiscussi sul traffico al sito web ed ai coefficienti di conversione delle visite in ricavi.