

I 6 componenti fondamentali di un account Google Ads

GOOGLE ADS • IN 30 SECONDI

I 6 componenti di un account Google Ads

La gerarchia che decide dove va il budget e quali annunci compaiono per quali ricerche.

1 Campagne
budget e obiettivo

2 Gruppi di annunci
un tema specifico per gruppo

3 Parole chiave
le ricerche da intercettare

4 Parole chiave negative
le ricerche da escludere

5 Annunci
il testo che l'utente vede

6 Pagine di destinazione
dove arriva dopo il clic

Struttura ordinata → **Punteggio di qualità più alto** → **costo per clic più basso**.

Come è fatto un account Google Ads

Ogni livello è contenuto in quello superiore, come scatole una dentro l'altra.

Account

Fatturazione · monitoraggio conversioni · negative a livello di account

Campagna

Budget · obiettivo · strategia di offerta · zona geografica

Gruppo di annunci

Un tema preciso (es. "TV OLED")

Parole chiave

Parole chiave negative

Annunci

→ Landing page

📌 **Esempio:** negozio di elettronica → campagna *Televisori* → gruppi *TV OLED*, *TV 55 pollici*, *Smart TV economiche*.

I 3 tipi di corrispondenza

Il tipo di corrispondenza stabilisce quanto la ricerca può essere diversa dalla tua parola chiave.

Tipo	Come si scrive	Quando si attiva
Generica	tv oled	Ricerche correlate per significato, anche senza le tue parole. La più ampia.
A frase	"tv oled"	Ricerche che includono il significato della parola chiave, con altre parole prima o dopo.
Esatta	[tv oled]	Ricerche con lo stesso significato della parola chiave. La più precisa.

I 3 fattori del Punteggio di qualità

Un voto da 1 a 10 per ogni parola chiave. Più è alto, meno paghi ogni clic.

1

CTR previsto

Quanto è probabile che l'annuncio venga cliccato.

2

Pertinenza dell'annuncio

Quanto il testo corrisponde alla ricerca.

3

Esperienza sulla landing

Quanto la pagina è utile e coerente con l'annuncio.

A parità di offerta, un **punteggio più alto** significa **costo per clic più basso** e **posizioni migliori**.

Dove inserire le parole chiave negative

Impediscono all'annuncio di comparire per ricerche che non ti interessano.

Livello account

Fino a **1.000** negative valide per tutte le campagne.
Es. "gratis", "lavora con noi".

Livello campagna o gruppo

Esclusioni specifiche per un singolo tema.

Elenchi condivisi

Una lista che applichi a più campagne in un clic.

Performance Max

Dal 2025 fino a **10.000** negative per campagna.

 **Esempio:** campagna *Televisori* → escludi *riparazione, usato, manuale istruzioni, smaltimento*.

Da sapere: le negative non includono varianti, plurali e sinonimi. Se escludi "usato", escludi anche "usati" e "usata".

Annunci adattabili (RSA) e asset

Fornisci più titoli e descrizioni: Google li combina e mostra le versioni che funzionano meglio.

15

titoli
max 30 caratteri

4

descrizioni
max 90 caratteri

3

RSA attivi
per gruppo di annunci

Come scriverli

- Parola chiave in almeno 2-3 titoli
- Messaggi diversi: prezzo, vantaggio, garanzia, CTA
- Efficacia "Buona" o "Ottima"
- Blocco (pin) con moderazione

Asset da attivare

- Sitelink
- Callout
- Snippet strutturati
- Chiamata e luogo
- Immagini

Checklist della landing page per Google Ads

Il clic l'hai già pagato: se la pagina non convince, quel costo è sprecato.



Mantiene la promessa dell'annuncio

Annuncio "TV OLED 55 pollici" → pagina con TV OLED 55 pollici, non la home.



Si carica in fretta

Soprattutto da smartphone.



Ha un solo obiettivo chiaro

Acquisto, chiamata o richiesta di preventivo.



Mostra elementi di fiducia

Recensioni, garanzie, contatti, prezzi chiari.



Traccia le conversioni

Monitoraggio attivo e Consent Mode v2 configurato.

Gli errori più comuni nella struttura dell'account

Sei problemi che fanno spendere di più e convertire di meno.

- ✗ **Una sola campagna per tutti i prodotti**, con un unico budget.
- ✗ **Gruppi con decine di parole chiave** non collegate tra loro.
- ✗ **Corrispondenza generica** senza parole chiave negative.
- ✗ **Mai controllato** il rapporto sui termini di ricerca.
- ✗ **Tutti gli annunci** che portano alla home page.
- ✗ **Smart Bidding senza conversioni** tracciate o senza Consent Mode.