



# Progetto Google Display e Demand Gen

*di Roberto Lo Magno*

LINKEDIN: [LINKEDIN.COM/IN/ROBERTO-LO-MAGNO](https://www.linkedin.com/in/roberto-lo-magno)

SITO WEB: [ROBERTOLOMAGNO.COM](https://www.robertolomagno.com)

MAIL: [ROBERTO@LOMAGNO.IT](mailto:roberto@lomagno.it)



# Spiegazione Progetto

Per questo progetto, ho impostato due campagne su Google Ads: una Display e una Demand Gen.

Ho scelto di lavorare con WAO, un brand di calzature sostenibili, perché opera nel settore fashion con un impatto sociale e si allinea agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU.

Per la campagna Display, ho definito obiettivi, target, strategia di bidding e pubblico di riferimento (es. in-market o affinity). Ho poi creato gli annunci con immagini, titoli, descrizioni e CTA.

La Demand Gen ha seguito un processo simile, ma con un focus maggiore sulle conversioni e su formati più coinvolgenti.

Alla fine, ho collegato le strategie adottate agli obiettivi di WAO, evidenziando come queste campagne potessero supportare la crescita del brand. Questo progetto mi ha permesso di approfondire la gestione di campagne visual su Google Ads, applicando nella pratica diverse strategie di targeting e creatività.



# Indice dei contenuti

- Il cliente: WAO 3
- Esercitazione Campagna Display 4
- Esercitazione Campagna Demand Gen 10

# Il cliente: WAO

WAO è un brand di sneakers che unisce sostenibilità, etica e innovazione. Realizzate con materiali 97% riciclabili e 100% animal free, le scarpe vengono ritirate gratuitamente a fine vita per uno smaltimento responsabile.

L'intera filiera è 100% italiana, riducendo l'impatto ambientale della produzione. Il brand è certificato da enti riconosciuti come Animal Free Fashion, GOTS e FSC, a garanzia della qualità e della sostenibilità dei materiali.



Oltre a essere ecologica, WAO è anche solidale: il 4% di ogni acquisto viene donato a una delle cinque associazioni partner, impegnate nella tutela dell'ambiente e degli animali. WAO dimostra che la moda può essere responsabile e innovativa, senza rinunciare a qualità e stile.





# Esercitazione Campagna Display



# Esercitazione Campagna Display

**Scegli lo scopo**

Seleziona uno scopo per personalizzare la tua esperienza in base agli obiettivi e alle impostazioni più adatti alla tua campagna

<b>Vendite</b> Incentiva le vendite online, nell'app, per telefono o in negozio	<b>Lead</b> Genera lead e altre conversioni incoraggiando i clienti ad agire	<b>Traffico sul sito web</b> Fai in modo che gli utenti giusti visitino il tuo sito web	<b>Promozione di app</b> Aumenta il coinvolgimento e il numero di installazioni e preregistrazioni per la tua app
<b>Awareness e considerazione</b> Raggiungi un vasto pubblico e suscita interesse per i tuoi prodotti o il tuo brand	<b>Promozioni e visite ai negozi locali</b> Incentiva le visite ai negozi locali, inclusi ristoranti e concessionarie	<b>Crea una campagna senza un ausilio</b> Poi dovrai scegliere una campagna	

**Seleziona un tipo di campagna**

<b>Display</b> Raggiungi i clienti con creatività coinvolgenti su tre milioni di siti e app	<b>Video</b> Raggiungi gli spettatori su YouTube e ottieni conversioni	<b>Demand Gen</b> Aumenta la domanda e le conversioni su YouTube, Discover e Gmail con annunci illustrati e video
------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Questa è la pagina web a cui arrivano gli utenti che fanno clic sul tuo annuncio

<https://www.wearewao.com/negozi/>

Per impostare adeguatamente una campagna Display su Google Ads sono molteplici gli elementi da tenere a mente. Ho impostato innanzitutto il nome dell'attività e il sito web al quale voglio che puntino gli annunci (in questo caso il negozio).

Successivamente ho selezionato l'obiettivo ovvero awareness e considerazione. Questo perché ritengo che sia importante far conoscere i valori e il purpose dell'azienda e non soltanto far vendere i loro prodotti.

Ho poi selezionato campagna Display tra le tipologie.

# Esercitazione Campagna Display

**Località** ^

Seleziona le località per questa campagna ⓘ

Tutti i paesi e i territori

Italia

Inserisci un'altra località

▼ [Opzioni per località](#)

---

**Lingue** ^

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti ⓘ

Italiano × Inglese ×

---

**Esclusioni di contenuti** ^

Disattiva la pubblicazione degli annunci in contenuti inadatti al tuo brand

Etichetta contenuti (Display e GVP) ⓘ	Contenuti sensibili ⓘ	Tipo di contenuti ⓘ
<input type="checkbox"/> DL-G: adatti a ogni tipo di pubblico	<input checked="" type="checkbox"/> Tragedie e conflitti	<input type="checkbox"/> Giochi
<input type="checkbox"/> Contenuti classificati come adatti alle famiglie	<input type="checkbox"/> Problemi sociali sensibili	<input type="checkbox"/> <b>Inattivo</b>
<input type="checkbox"/> DL-PG: adatti alla maggior parte dei tipi di pubblico con la supervisione dei genitori	<input checked="" type="checkbox"/> Linguaggio volgare e offensivo	<input type="checkbox"/> Video in live streaming
<input type="checkbox"/> DL-T: adatti ad adolescenti e pubblico di età maggiore	<input checked="" type="checkbox"/> Contenuti sessualmente allusivi	<input type="checkbox"/> Video di YouTube incorporati
<input checked="" type="checkbox"/> DL-MA: adatti a un pubblico adulto	<input checked="" type="checkbox"/> Contenuti scandalosi e scioccanti	<input type="checkbox"/> Below the fold
<input type="checkbox"/> Contenuti non ancora classificati		App per dispositivi mobili GMob non interstitial
		<input type="checkbox"/> <b>Inattivo</b>
		<input checked="" type="checkbox"/> <u>Domini parcheggiati</u>
		<input type="checkbox"/> Annunci in-video

Successivamente ho impostato la località, i contenuti da escludere e il nome della campagna

**Nome campagna**

<b>Date di inizio e fine</b>	Data di inizio: 10 marzo 2025	Data di fine: Non impostata
<a href="#">Altre impostazioni</a>		
<b>Rotazione annunci</b>	Ottimizza: scegli gli annunci con il rendimento migliore	
<b>Pianificazione annunci</b>	Tutto il giorno	
<b>Dispositivi</b>	Mostra su tutti i dispositivi	
<b>Opzioni URL campagna</b>	Nessuna opzione impostata	
<b>Annunci dinamici</b>	Senza feed di dati	

# Esercitazione Campagna Display

A questo punto è importante definire il target più ottimale ai fini della campagna. Ho optato per acquirenti di calzature che siano legati alle tematiche di vita ecologiche.

Come dati demografici ho selezionato sia maschi che femmine, di qualsiasi stato parentale, limitando l'età dai 18 ai 44 anni, fascia generalmente più predisposta ad accogliere messaggi legati alla sostenibilità.

Ho impostato anche il targeting ottimizzato.

The screenshot shows the 'Modifica segmenti target' interface. The search bar contains 'Prova "istruzione e formazione nel settore della cosmesi"'. The left sidebar shows a list of segments with checkboxes: 'Seleziona tutti (14)', 'Servizi bancari e finanziari', 'Servizi di investimento', 'Pianificazione finanziaria', and 'Appassionati dello stile di vita ecologico' (checked). The right sidebar shows the selected segments: 'Affinità', 'Stili di vita e hobby', 'Acquirenti', 'Stili di vita e hobby', 'Appassionati dello stile di vita ecologico', 'In-market: altro', 'calzature', and 'abbigliamento e scarpe'. There are 7 elements selected in total.

The screenshot shows the 'Modifica dati demografici scelti come target' interface. It has three columns: 'Genere', 'Età', and 'Stato parentale'. Under 'Genere', 'Donna', 'Uomo', and 'Sconosciuto' are all checked. Under 'Età', '18 - 24', '25 - 34', and '35 - 44' are all checked. Under 'Stato parentale', 'Senza figli', 'Con figli', and 'Sconosciuto' are all checked.

The screenshot shows the 'Targeting ottimizzato' interface. It includes a heading 'Targeting ottimizzato' and a sub-heading 'Il targeting ottimizzato ti aiuta a ricevere più clic con il budget a disposizione. Google potrebbe trovare utenti al di fuori dei tuoi indicatori di targeting. Scopri di più sull'espansione del targeting nelle campagne display'. There is a checked checkbox 'Utilizza il targeting ottimizzato'. A green box contains the text: 'Con il targeting ottimizzato, puoi ampliare la copertura della tua campagna e registrare un aumento dei clic.' On the right, there is a note: 'Utilizziamo le informazioni come gli indicatori di targeting, la pagina di destinazione e gli asset per trovare le persone più propense a fare clic sull'annuncio. Gli indicatori di targeting potrebbero registrare meno traffico se viene rilevato un aumento del rendimento in un'altra area.'

# Esercitazione Campagna Display

Infine, ho impostato titoli, descrizioni e inserito immagini e loghi in vari formati

- Utilizza i miglioramenti degli asset**  
Consenti a Google di migliorare i tuoi asset e ottimizzare i layout degli annunci. In questo modo, potresti migliorare il rendimento degli annunci. [Scopri di più](#)
- Utilizza un video generato automaticamente**  
Consenti a Google di creare i tuoi annunci video utilizzando descrizioni, immagini e titoli tuoi. Se hai aggiunto i tuoi contenuti video, negli annunci non verrà utilizzato il video generato automaticamente. [Scopri di più](#)
- Utilizza formati nativi**  
Includi i formati nativi per espandere la copertura a un maggior numero di publisher. L'aggiunta di formati nativi potrebbe migliorare anche il rendimento degli annunci. [Scopri di più](#)

## Testo dell'invito all'azione

Compra ora ▼

Italiano ▼

## Colori personalizzati

Colore princip...

#163546

Esempio: #ffffff

Colore intenso

#ffffff

Esempio: #4285f4

- Mostra questo annuncio in posizionamenti di annunci di testo e nativi anche quando le impostazioni del publisher hanno la precedenza sulla tua selezione di colori personalizzata.**

## Titoli

Aggiungi fino a 5 titoli

Titoli suggeriti

[Altre idee](#)

ⓘ Hai inserito il numero massimo di titoli.

Scarpe etiche, stile unico!

Obbligatorio

27/30

Ogni passo conta davvero!

25/30

Moda green, passi sicuri!

25/30

Scarpe belle, scelte giuste!

28/30

Cammina con i tuoi valori

25/30

## Titolo lungo

Sostenibilità a passo di stile: scopri le scarpe eco-friendly WAO per un mondo migliore!

Obbligatorio

88/90

## Descrizioni

Aggiungi fino a 5 descrizioni

Descrizioni suggerite

[Altre idee](#)

+ Acquista Le Sneakers Sostenibili WAO Direttamente Online

Scegli la sostenibilità: scarpe eco-friendly, made in Italy e riciclabili. Scoprite ora!

Obbligatorio

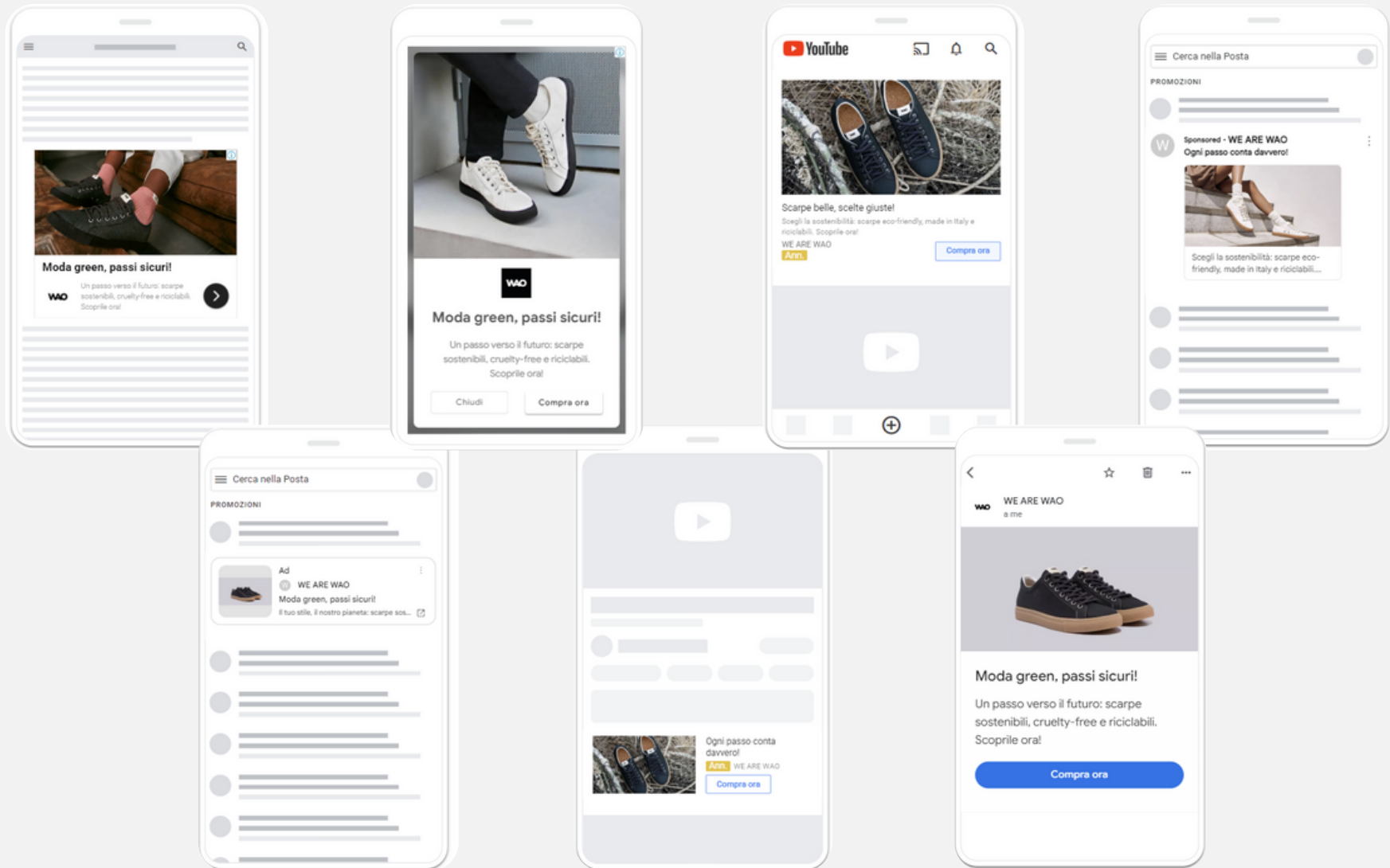
88/90

Un passo verso il futuro: scarpe sostenibili, cruelty-free e riciclabili. Scoprite ora!

87/90

Il tuo stile, il nostro pianeta: scarpe sostenibili, 97% riciclabili. Scoprite sul sito!

# Esercitazione Campagna Display





# **Esercitazione Campagna Demand Gen**

# Esercitazione Campagna Demand Gen

Anche nel caso delle campagne Demand Gen bisogna impostare adeguatamente vari elementi.

Ho selezionato innanzitutto l'obiettivo ovvero vendite. Questo perché le campagne Demand Gen raggiungono gli utenti nella fase intermedia/finale del funnel di conversione.

Ho poi confermato l'opzione campagna Demand Gen.

### Scegli lo scopo

Seleziona uno scopo per personalizzare la tua esperienza in base agli obiettivi e alle impostazioni più adatti alla tua campagna

 <b>Vendite</b> Incentiva le vendite online, nell'app, per telefono o in negozio	 <b>Lead</b> Genera lead e altre conversioni incoraggiando i clienti ad agire	 <b>Traffico sul sito web</b> Fai in modo che gli utenti giusti visitino il tuo sito web	 <b>Promozione di app</b> Aumenta il coinvolgimento e il numero di installazioni e preregistrazioni per la tua app
 <b>Awareness e considerazione</b> Raggiungi un vasto pubblico e suscita interesse per i tuoi prodotti o il tuo brand	 <b>Promozioni e visite ai negozi locali</b> Incentiva le visite ai negozi locali, inclusi ristoranti e concessionarie	 <b>Crea una campagna senza un ausilio</b> Poi dovrai scegliere una campagna	

### Seleziona un tipo di campagna

 <b>Cerca</b> Fatti trovare al momento giusto nella Ricerca Google dai clienti con un'intenzione di acquisto elevata	 <b>Performance Max</b> Raggiungi i segmenti di pubblico su tutti i canali di Google con una singola campagna. <a href="#">Come funziona</a>	 <b>Demand Gen</b> Aumenta la domanda e le conversioni su YouTube, Discover e Gmail con annunci illustrati e video	 <b>Display</b> Raggiungi i clienti con creatività coinvolgenti su tre milioni di siti e app
 <b>Shopping</b> Mettili in evidenza i tuoi prodotti e mostrali agli acquirenti che fanno ricerche	 <b>Video</b> Raggiungi gli spettatori su YouTube e ottieni conversioni		

# Esercitazione Campagna Demand Gen

Come obiettivo della campagna Demand Gen ho ritenuto corretto selezionare conversioni.

Successivamente ho impostato il budget giornaliero, la località e la lingua.

### Budget e date

Inserisci il tipo di budget e l'importo

Giornaliero ▼ 150,00 €

Data di inizio  
7 apr 2025 ▼

Data di fine  
 Nessuno  
 Seleziona una ... ▼

### Obiettivo della campagna

**Conversioni**  
Aumenta le vendite o altre azioni di conversione con i tuoi segmenti di pubblico utilizzando una strategia di offerta basata sulle conversioni

**Clic**  
Aumenta il traffico, il coinvolgimento o i lead con i tuoi annunci utilizzando una strategia di offerta basata sul costo per clic

**Valore conversione**  
Aumenta le vendite o altre azioni di conversione per ottenere il massimo valore possibile o un valore stabilito

### Località e lingua

Imposta a livello di campagna ▼

#### Località

Seleziona le località per questa campagna ⓘ

Tutti i paesi e i territori  
 Italia  
 Inserisci un'altra località

#### Lingue

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti ⓘ

🔍 Inizia a digitare o seleziona una lingua

Inglese ✕ Italiano ✕

### Dispositivi

Tutti i dispositivi idonei (computer, dispositivi mobili, tablet e schermi TV) ▼

### Pianificazione annunci

Tutto il giorno ▼

### Misurazione di terze parti

Nessuno ▼

### Opzioni URL campagna

Nessuna opzione impostata ▼

### Partner video Google BETA

Disattivati ▼

# Esercitazione Campagna Demand Gen

A questo punto ho lavorato sulla definizione dei segmenti di pubblico target. Anche qui ho ristretto la fascia di età alle generazioni più ricettive per i messaggi legati alla sostenibilità.

The image shows the Google Ads targeting interface for a Demand Gen campaign. The main heading is "Nome segmento di pubblico" (Public segment name), with the value "Pubblico per scarpe ecosostenibili" (Public for eco-friendly shoes) and a note "Obbligatoria" (Mandatory).

Under "Includi gli utenti con corrispondenze a" (Include users with matches to), the "Segmenti personalizzati" (Custom segments) section is expanded. It shows a segment named "Pubblico scarpe sostenibili made in italy" (Public eco-friendly shoes made in italy) with 80 million users. A search bar below it contains "Scarpe sostenibili" (Eco-friendly shoes).

Other options under "Includi" include "I tuoi dati" (Your data), "Segmento simile" (Similar segment), and "Interessi e dati demografici dettagliati" (Detailed interests and demographics).

Under "Escludi gli utenti senza corrispondenze a" (Exclude users without matches to), the "Esclusioni" (Exclusions) section is expanded, showing "Escludi le seguenti persone da questo pubblico" (Exclude the following people from this public).

At the bottom, "Restringi il pubblico agli utenti che soddisfano le seguenti condizioni" (Restrict the public to users who meet the following conditions) is expanded to "Dati demografici" (Demographics), showing "Età (18 - 24 + altri 3)" (Age (18 - 24 + other 3)).

On the right side, the "Utenti con i seguenti dati demografici" (Users with the following demographic data) section is expanded. It shows filters for "Genere" (Gender) with "Donna" (Female), "Uomo" (Male), and "Sconosciuto" (Unknown) selected. "Età" (Age) is set to "18" to "44" with "Sconosciuto" (Unknown) selected. "Stato parentale" (Parental status) has "Con figli" (With children), "Senza figli" (Without children), and "Sconosciuto" (Unknown) selected. "Reddito del nucleo familiare" (Household income) is set to "10% superiore" (10% higher) to "50% inferiore" (50% lower) with "Sconosciuto" (Unknown) selected.

The "Nome segmento" (Segment name) field on the right contains "Pubblico scarpe sostenibili made in italy". Below it, "Includi persone con i seguenti interessi o comportamenti" (Include people with the following interests or behaviors) is expanded, showing "Persone con uno qualsiasi di questi interessi o intenzioni d'acquisto" (People with any of these interests or purchase intentions) selected. Below this, there are three interest tags: "sostenibilità" (sustainability), "scarpe sneakers" (sneakers), and "made in italy clothing" (made in italy clothing).

# Esercitazione Campagna Demand Gen

Infine ho aggiunto le immagini, i titoli e le descrizioni per l'ad group di questa campagna.

**Titolo**

Aggiungi fino a 5 titoli

Scopri le sneakers eco-friendly!  
32/40

Sostenibilità e stile ai tuoi piedi!  
36/40

Scarpe WAO: green, cool, uniche!  
32/40

Rottama le tue scarpe, passa a WAO!  
35/40

Il comfort sostenibile esiste!  
31/40

**Descrizione**

Aggiungi fino a 5 descrizioni

Acquista ora le sneakers WAO: 97% riciclabili e made in Ital  
81/90

WAO è stile, comfort e sostenibilità. Scopri la collezione e s  
83/90

Le scarpe WAO sono 100% made in Italy e sostenibili. Cami  
79/90

+ Sono realizzate con materiali innovativi e 100% riciclabili

+ Shop Acquista Le Sneakers Sostenibili WAO

+ Descrizione

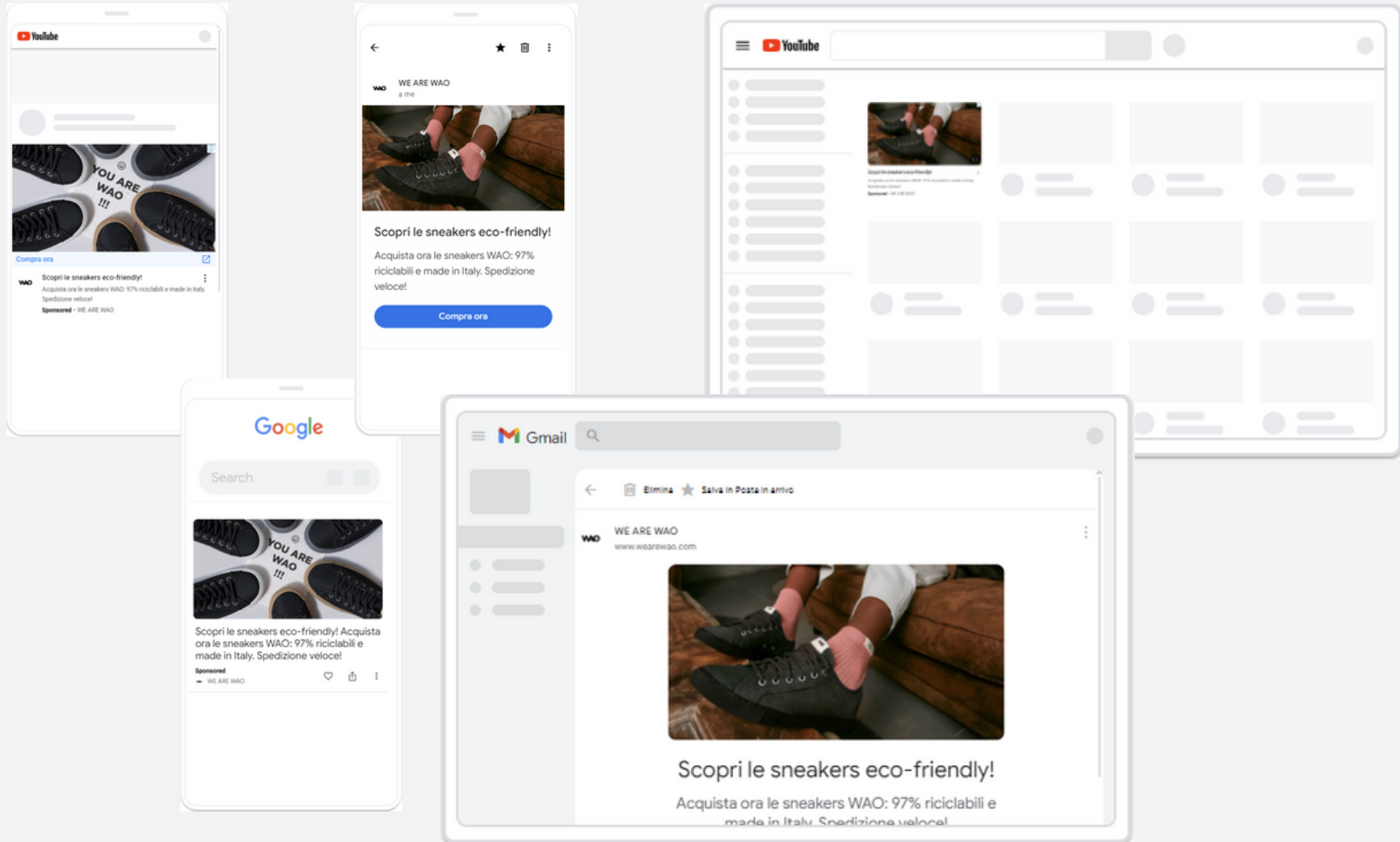
Testo dell'invito all'azione ⓘ

Compra ora ▼ Italiano ▼

Nome dell'attività ⓘ

WE ARE WAO  
10/25

# Esercitazione Campagna Demand Gen



# Motivazione

Ho impostato le due campagne in modo da riuscire a migliorare l'awareness e la consideration nei confronti di questo brand ancora di nicchia con la Campagna Display, mentre con la Campagna Demand Gen l'obiettivo era quello di spingere all'acquisto dei prodotti dello shop



# Grazie per l'attenzione

LINKEDIN: [LINKEDIN.COM/IN/ROBERTO-LO-MAGNO](https://www.linkedin.com/in/roberto-lo-magno)

SITO WEB: [ROBERTOLOMAGNO.COM](https://www.robertolomagno.com)

MAIL: [ROBERTO@LOMAGNO.IT](mailto:ROBERTO@LOMAGNO.IT)