

PROGETTO GOOGLE PERFORMANCE MAX

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.robetolomagno.com)

MAIL: ROBERTO@LOMAGNO.IT



SPIEGAZIONE PROGETTO

Il progetto consiste nell'impostazione di una campagna su Google Ads di tipo Performance Max.

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 Performance Max, ho definito obiettivi, target, strategia di bidding. Ho poi creato gli annunci con immagini, titoli, descrizioni, loghi e video.

Questo progetto mi ha dato la possibilità di approfondire la gestione di campagne su Google Ads, in particolare la tipologia Performance Max, applicando nella pratica diverse strategie di targeting e creatività.

INDICE

01

Il cliente

02

Impostazione
campagna

03

Simulazione
campagna



1. IL CLIENTE

WAO ridefinisce la moda con sneakers sostenibili, etiche e innovative. Realizzate con materiali 97% riciclabili e 100% animal free, ogni paio è progettato per ridurre l'impatto ambientale. A fine vita, le scarpe vengono ritirate gratuitamente per uno smaltimento responsabile, chiudendo il ciclo produttivo in modo sostenibile.

L'intera filiera è 100% italiana, garantendo qualità e riduzione delle emissioni. Certificazioni riconosciute come Animal Free Fashion, GOTS e FSC attestano l'impegno del brand nella moda sostenibile.

WAO non è solo ecologia, ma anche solidarietà: il 4% di ogni acquisto sostiene una delle cinque associazioni partner, impegnate nella tutela dell'ambiente e degli animali.

WAO dimostra che stile e innovazione possono andare di pari passo con responsabilità e sostenibilità.



2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Innanzitutto ho selezionato l'obiettivo della campagna. Per le Performance Max gli obiettivi sono "vendite" o "lead". In questo caso ho deciso di improntare la campagna sulle vendite

Scegli lo scopo

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

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

Seleziona un tipo di campagna

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

Ho poi selezionato Performance Max e impostato il nome della campagna

Nome campagna

Campagna Performance Max - Sales

2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Successivamente ho deciso la bidding strategy. Ho optato per "conversioni" in quanto mi interessa maggiormente che i clienti convertano e quindi acquistino i prodotti. Non voglio fare distinzioni tra clienti nuovi e vecchi.

Offerte ^

A che cosa vuoi dare priorità? ?

Conversioni ▼

Imposta un costo per azione target (facoltativo)

Acquisizione di clienti ^

Offerta solo per nuovi clienti

Questa opzione limita la pubblicazione degli annunci solo ai nuovi clienti, indipendentemente dalla strategia di offerta

Per impostazione predefinita, le offerte per la tua campagna sono uguali sia per i nuovi clienti sia per quelli esistenti. Tuttavia, puoi configurare le impostazioni in modo da eseguire l'ottimizzazione per l'acquisizione di nuovi clienti. [Scopri di più sull'acquisizione di clienti](#)

2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Imposto località e lingue.

Località ^

Seleziona le località per questa campagna ?

Tutti i paesi e i territori

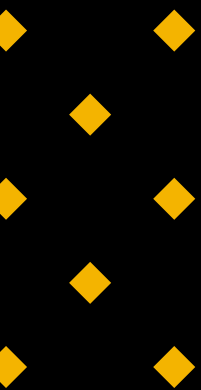
Italia

Inserisci un'altra località

Lingue ^

Seleziona le lingue parlate dai tuoi clienti ?

Italiano Inglese



2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Imposto tutti gli asset, ovvero le immagini, i titoli brevi e lunghi, le descrizioni, i video (che in questo caso ho preso dal canale YouTube di WAO) e i loghi.

Nome gruppo di asset

Assets WAO

URL finale

https://www.wearewao.com/negozio/

URL finale

https://www.wearewao.com/negozio/

Obbligatorio

Titolo 5/15

Ogni passo conta: scegli WAO

Obbligatorio 28/30

Scarpe per un pianeta migliore

Obbligatorio 30/30

Scarpe etiche, design unico

Obbligatorio 27/30

Scarpe eco-friendly, top style

30/30

Cambia il mondo con ogni passo

30/30

Linee guida per il brand

Controlla come viene presentato il tuo brand negli annunci di questa campagna.

Nome attività

We are WAO

Obbligatorio 10/25

Loghi 2/5

WAO

Modifica

Immagini 20/20

Modifica

Video 1/5

Modifica

Sitelink

Invito all'azione

Scopri di più

Titoli lunghi 3/5

tile, comfort e responsabilità: le scarpe WAO sono il futuro della moda

Obbligatorio 71/90

Dona un futuro migliore con ogni passo: 4% a sostegno delle cause ambier

76/90

Scegli WAO: sneakers sostenibili, animal free e 100% riciclabili

64/90

Titolo lungo

0/90

Titolo lungo

0/90

Genera titoli lunghi

Descrizioni 3/5

Sneakers ecologiche, alla moda, 100% italiane e animal free

Obbligatorio 59/60

WAO offre sneakers eco-friendly, 100% animal free, con materiali riciclabili

Obbligatorio 76/90

Acquista WAO: sneakers etiche, 97% riciclabili e con impatto ambientale ric

79/90

2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Ho poi delineato i temi di ricerca, i segnali di pubblico e il targeting demografico (ho limitato l'età per renderla congrua alla parte di popolazione statisticamente più ricettiva ai messaggi legati alla sostenibilità)

Temi di ricerca BETA

Quali sono alcune parole o frasi che le persone utilizzano per cercare i tuoi prodotti o servizi? ?

Aggiungi temi di ricerca (10 di 25)

- Scarpe sostenibili ✕
- Sneakers sostenibili ✕
- Scarpe ecologiche ✕
- Moda animal free ✕
- Moda sostenibile ✕
- Sneakers made in Italy ✕
- Scarpe eco-friendly ✕
- Scarpe etiche ✕
- Moda sostenibile Italia ✕
- Sneakers riciclate ✕

Aggiungi temi di ricerca (fino a 25)

Dati demografici

Persone con i seguenti dati demografici ?

Genere

- Donna
- Uomo
- Sconosciuto ?

Età

18 - 44 Sconosciuto ?

^ Dati demografici aggiuntivi

Stato parentale

- Con figli
- Senza figli
- Sconosciuto ?

Interessi e dati demografici dettagliati

Aggiungi interessi, dati demografici dettagliati o eventi importanti relativi ai clienti

calzature	In-market: altro	✕
scarpe sportive	In-market: altro	✕
Appassionati dello stile di vita ecologico	Affinità	✕
Scarpe	In-market	✕
scarpe artigianali da uomo	In-market: altro	✕
negozi di calzature	In-market: altro	✕
Abbigliamento da uomo	In-market	✕
Abbigliamento da donna	In-market	✕

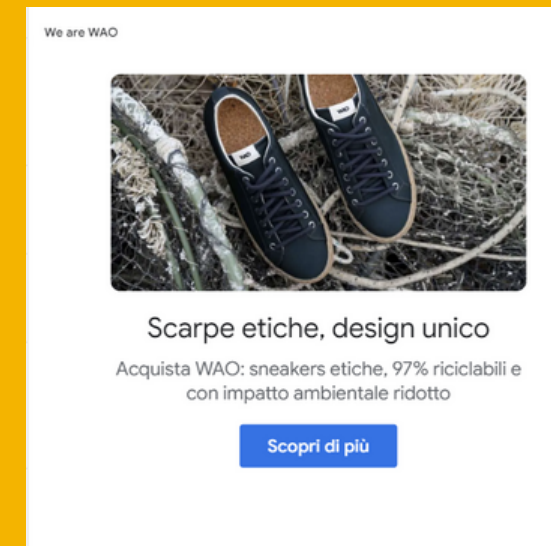
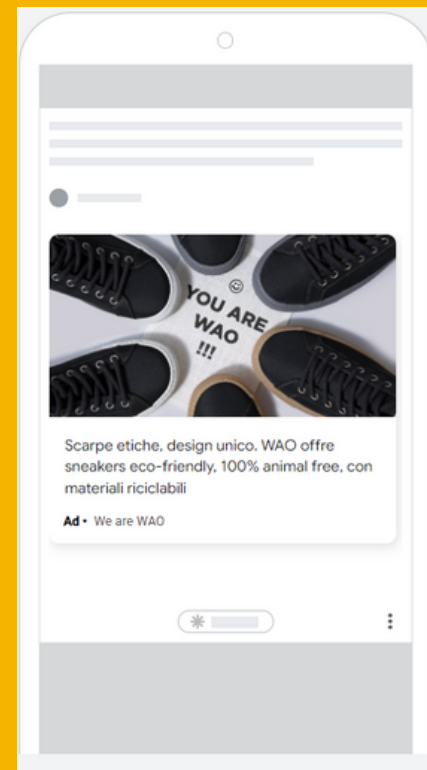
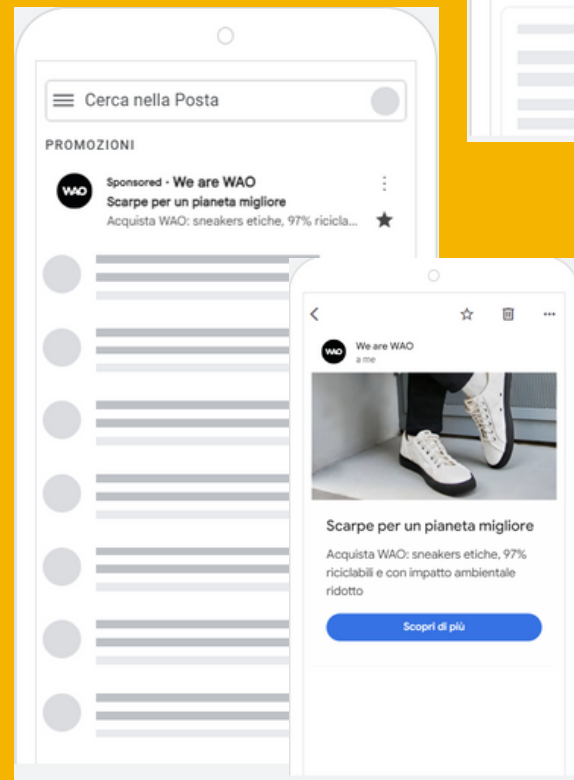
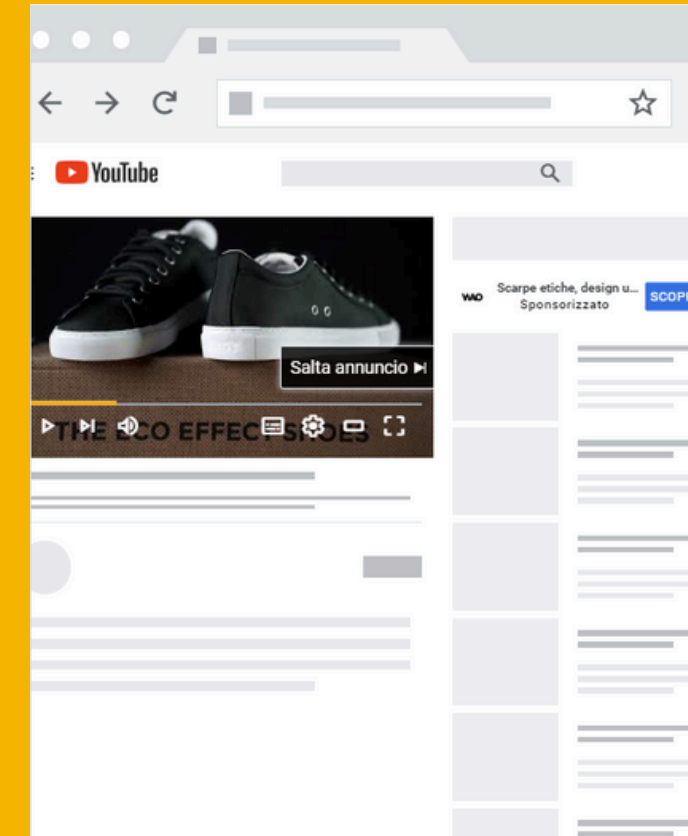
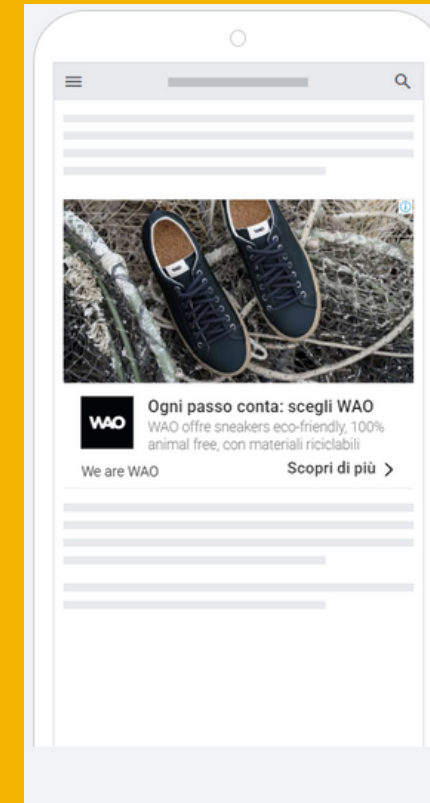
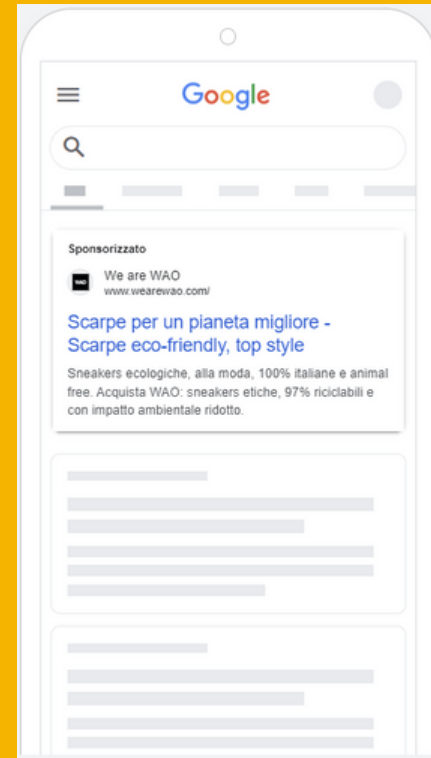
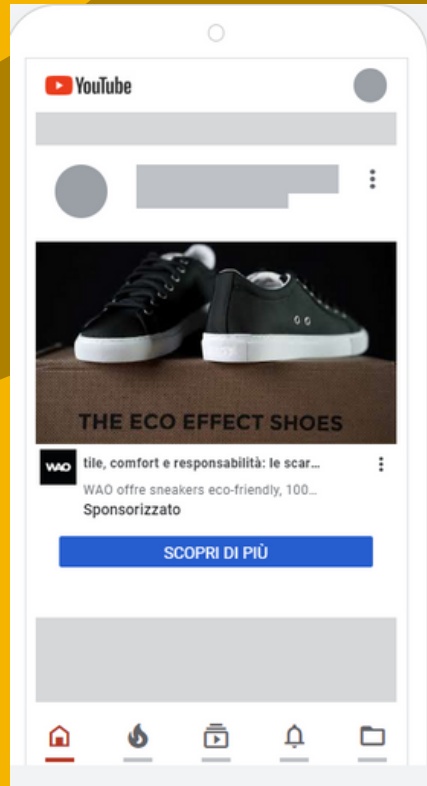
2. IMPOSTAZIONE CAMPAGNA

Infine per il budget mi sono attenuto al suggerimento della piattaforma in quanto mi sembrava in linea con il resto della campagna.

46,53 € Opzione consigliata
Budget giornaliero medio ^

<u>Conv. settimanali</u>	<u>Costo/conv.</u>	<u>Costo settimanale</u>
29,1	11,19 €	325,71 €

3. SIMULAZIONE CAMPAGNA





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

