

Elenco di controllo dell'inserzionista per ottenere i risultati desiderati con i dispositivi mobili

Che cosa devono fare gli inserzionisti di AdWords per attirare in modo efficace gli utenti di dispositivi mobili? Questo elenco di controllo descrive tutti gli aspetti fondamentali da impostare nell'account. Un sito per cellulari efficace è un'ottima soluzione pubblicitaria per i dispositivi mobili, ma in questo articolo non analizzeremo in dettaglio la progettazione del sito. Per informazioni sulla [creazione o il miglioramento del sito per cellulari](#), consulta le risorse disponibili alla pagina google.it/think/multiscreen.

Creatività ed estensioni per dispositivi mobili

- 1 Implementa importanti estensioni e formati di annuncio ottimizzati per i dispositivi mobili:
 - ☐ [Estensioni sitelink](#) se desideri offrire agli utenti la possibilità di accedere direttamente a determinate pagine del tuo sito
 - ☐ [Estensioni di chiamata](#) se accetti le chiamate telefoniche
 - ☐ [Estensioni di località](#) se disponi di negozi fisici
 - ☐ [Estensioni per app, annunci per l'installazione di app e annunci di coinvolgimento in app](#) se disponi di un'app
 - ☐ [Estensioni di recensione](#) ed [estensioni callout](#) se desideri mettere in evidenza attributi specifici dell'attività commerciale

Perché: *fornire questo tipo di informazioni mediante le estensioni può determinare un aumento del CTR e può aiutare i consumatori a mettersi in contatto con la tua attività e a trovare la località, i prodotti e i dettagli che stanno cercando con estrema facilità.*
- 2 Attiva i sitelink ottimizzati per i dispositivi mobili tenendo presente le funzionalità specifiche per questo tipo di dispositivi. Prova a utilizzarne almeno sei per ottenere la massima visibilità.

Perché: *poiché lo spazio sui dispositivi mobili è limitato, i sitelink per cellulari devono essere brevi e ben definiti. Inoltre, gli utenti di dispositivi mobili potrebbero trovare più utile consultare diverse pagine del tuo sito.*
- 3 Inserisci tutte le informazioni importanti e gli inviti all'azione specifici per i dispositivi mobili nel titolo e nella prima riga descrittiva dei tuoi annunci ottimizzati per i dispositivi mobili.

Perché: *è possibile che in determinate circostanze la seconda riga descrittiva non venga visualizzata sui dispositivi mobili (ad esempio, quando si prevede di ottenere un rendimento migliore con le estensioni ottimizzate per i dispositivi mobili).*
- 4 Fai in modo che la prima e la seconda riga descrittiva siano complete e contengano frasi distinte negli annunci ottimizzati per i dispositivi mobili.

Perché: *esistono situazioni in cui la prima riga descrittiva viene pubblicata nel titolo e crea un [titolo più lungo](#) in modo da consentire la visualizzazione della seconda riga descrittiva.*
- 5 Utilizza l'URL di visualizzazione per indicare che disponi di una pagina di destinazione ottimizzata per i dispositivi mobili (ad esempio [example.com/mobile](#), che puoi utilizzare anche per gli annunci ottimizzati per i dispositivi mobili che indirizzano a siti creati con la tecnica del Responsive Web Design poiché gli URL di visualizzazione sono personalizzabili).

Perché: *i siti ottimizzati per i dispositivi mobili semplificano l'esperienza degli utenti di smartphone. Un URL di visualizzazione ottimizzato per i dispositivi mobili indica agli utenti che potranno usufruire della migliore esperienza possibile su tali dispositivi.*
- 6 Utilizza formati di annunci specifici per i dispositivi mobili per la Rete Display di Google.

Perché: *poiché i siti per cellulari hanno spazi pubblicitari diversi rispetto ai siti per desktop, è necessario utilizzare i formati di annunci corretti per scegliere questi siti come target.*

Suggerimento. *Utilizza i formati di annunci standard per la Rete Display di Google per i dispositivi mobili: 320 x 50, 300 x 250, 728 x 90 e gli annunci di testo.*

Targeting per cellulari

- 7 Se hai ottenuto ottimi risultati con le campagne Shopping, con gli annunci per la Rete Display di Google o con gli annunci video su computer desktop, espandi il tuo targeting in modo da includere i dispositivi mobili in questi posizionamenti.
Perché: *le persone fanno acquisti, visitano il tuo sito e consultano altri contenuti sui loro dispositivi mobili. I tuoi annunci devono essere pronti per raggiungere gli utenti ovunque si trovino.*
- 8 Mostra i tuoi annunci agli utenti di dispositivi mobili in tutte le campagne in cui ciò risulta vantaggioso.
Perché: *poiché il traffico proveniente dai dispositivi mobili è destinato solo a continuare a crescere, inizia subito a scegliere come target questo tipo di traffico.*

Misurazione del rendimento dei dispositivi mobili

- 9 Assicurati che la funzione di monitoraggio delle conversioni dai dispositivi mobili sia attivata e funzioni correttamente.
Perché: *se disponi di un sito per dispositivi mobili separato, devi installare la funzione di monitoraggio delle conversioni seguendo la stessa procedura utilizzata per il sito per desktop.*
- 10 Misura il [valore totale dei dispositivi mobili](#) prendendo in considerazione le diverse conversioni che un utente di dispositivi mobili potrebbe generare per la tua attività commerciale (ad esempio i clic convertiti sul tuo sito, le [conversioni cross-device](#), le [chiamate come conversioni](#), le [conversioni di chiamata del sito web](#), i [download di app](#) e le conversioni in-app).
Perché: *le conversioni sul sito sono solo una parte della potenziale esperienza di un utente di dispositivi mobili con il tuo brand.*
- 11 Monitora il rendimento delle tue chiamate con i dettagli delle chiamate e imposta e ottimizza le conversioni di chiamata. Definisci la soglia temporale per le chiamate valide e utilizzala per definire i risultati che desideri raggiungere.
Perché: *per molti inserzionisti le chiamate sono più redditizie delle conversioni sul sito. Dai dettagli, quali la durata delle chiamate, puoi ottenere preziose informazioni sull'importanza delle chiamate provenienti da AdWords.*
**Nota. I dettagli delle chiamate si basano sui numeri di inoltro di Google generati in modo dinamico. Se desideri visualizzare lo stesso numero di telefono in tutti i tuoi annunci, puoi disattivare i numeri di inoltro di Google (insieme ai dettagli delle chiamate).*

Offerte per dispositivi mobili

- 12 Aggiusta le offerte per pubblicare i tuoi annunci sopra i risultati di ricerca sui dispositivi mobili, perché è da lì che viene generata la maggior parte dei clic.
Perché: *la pubblicazione degli annunci sopra i risultati ne migliora la visibilità sugli schermi più piccoli dei dispositivi mobili. Sui dispositivi mobili non viene visualizzato alcun annuncio sul lato destro dei risultati.*
- 13 Basa gli [aggiustamenti delle offerte per dispositivi mobili](#) sul valore totale di tali dispositivi, come indicato chiaramente nella colonna Conversioni totali stimate.
Perché: *nella colonna Conversioni totali stimate vengono conteggiate le [conversioni cross-device](#), insieme ai download di applicazioni e ad alcune chiamate provenienti dagli annunci click-to-call sui dispositivi mobili che vengono monitorate mediante i numeri di inoltro delle chiamate di Google.*

Lavorare senza siti ottimizzati per i dispositivi mobili

- 14 Se la tua attività accetta le chiamate telefoniche e preferisci che gli utenti ti chiamino dai loro dispositivi mobili anziché visitino il tuo sito, utilizza gli [annunci Solo chiamata](#).
Perché: *offri agli utenti di dispositivi mobili un modo diretto per contattarti facilmente e con rapidità. Inoltre, questo è il modo migliore per entrare in contatto con il canale più adatto alle tue esigenze.*