

**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE
Digital Communication Design A.A. 2023/2024**

Titolo della tesi: L'impatto delle campagne pubblicitarie Google Ads e Meta ads: un'analisi del caso Porta Nuova Srl presso After Hours Consulting Srl

Autore: Alice Bettiol

Abstract:

L'obiettivo di questa analisi è valutare l'efficacia delle campagne pubblicitarie implementate su Meta Ads e Google Ads per Porta Nuova Srl. Attraverso un'analisi approfondita dei dati raccolti, si mira a quantificare l'impatto di queste campagne sulla generazione di lead, ovvero contatti interessati a richiedere un preventivo gratuito presso gli showroom dell'azienda o direttamente a casa.

Entrambe le campagne erano incentrate sulla raccolta di lead. Nel caso di Meta Ads, un form integrato negli annunci permetteva agli utenti di inserire i propri dati direttamente sulla piattaforma. Questi dati venivano poi trasferiti nel CRM aziendale, un sistema che gestisce le relazioni con i clienti, per essere assegnati a un consulente dedicato, che aveva il compito di contattare il potenziale cliente e fissare un appuntamento.

Per quanto riguarda Google Ads, gli annunci reindirizzavano gli utenti o a un form integrato nell'annuncio stesso o al sito web di Porta Nuova Srl, dove era presente un form dedicato. Dopo la creazione delle campagne, è stato implementato un monitoraggio costante dei dati per individuare eventuali aree di miglioramento e apportare le modifiche necessarie.

Al termine delle campagne, è stata condotta un'analisi dettagliata dei risultati ottenuti. Lo scopo di questa analisi è fornire a Porta Nuova Srl un quadro chiaro dell'impatto delle sue attività di advertising online e supportare l'azienda nella definizione di una strategia di marketing digitale più efficace ed efficiente, in grado di massimizzare il ritorno sull'investimento.