

La sessione “La pianificazione data driven: search” ha l’obiettivo di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per strutturare una pianificazione media seguendo un approccio data driven con un focus sui canali di search advertising.

Partiremo da una panoramica sull’ecosistema dei canali di digital advertising e sull’importanza di un approccio omnichannel e full funnel, per poi approfondire i passaggi necessari a costruire una strategia media efficace: dalla selezione degli obiettivi alla scelta dei canali, fino alla definizione dei budget.

Attraverso esempi pratici e strumenti operativi esploreremo le logiche che guidano le attività su Google Ads e Microsoft Advertising, analizzando come selezionare le parole chiave, stimare i costi e massimizzare i risultati.

L’obiettivo è fornire una metodologia applicabile fin da subito, che permetta di progettare campagne misurabili, ottimizzabili e coerenti con i reali bisogni del brand.