

LAB

Google Ads e Ad Grants per il Non Profit

Bologna, 14 novembre 2019

QUOTA DI ISCRIZIONE: € 180+iva 22%

***Google Ad Grants rende più semplice agli utenti fare donazioni per la tua causa.
Se è più facile donare, gli utenti saranno più propensi a farlo.
Una giornata intensiva per comprendere lo strumento e gestirlo.***

OBIETTIVI DEL CORSO

Immagina quello che potresti fare con **10.000 dollari di pubblicità gratuita al mese di Ads**, una soluzione pubblicitaria *online* offerta da *Google*. Potresti coinvolgere un maggior numero di volontari, incrementare le donazioni e far conoscere la tua storia a persone di tutto il mondo. Tutto ciò è possibile con *Google Ad Grants*. Il laboratorio ti mostrerà come cogliere le opportunità messe a disposizione da *Google* per sostenere le organizzazioni non profit e la loro attività di raccolta fondi.

È IL CORSO CHE FA PER TE SE:

- Ti occupi di raccolta fondi e comunicazione per un'organizzazione non profit e vuoi implementare le tue attività *online*
- Hai già le basi del *digital fundraising* e sei interessato a scoprire le opportunità messe a disposizione da *Google* per le organizzazioni non profit

AL TERMINE DI QUESTO CORSO:

- Avrai attivato l'account *Google* per il Non Profit
- Comprenderai l'uso e le potenzialità di *Google Ads*, lo strumento che permette di attivare e gestire campagne pubblicitarie sul motore di ricerca

PROGRAMMA

ORARIO	CONTENUTO
9.00 – 9.30	Registrazione partecipanti
9.30 – 17.50	1. Google AdWords <ul style="list-style-type: none">• Annunci sui diversi “canali” Google• Come aprire un account Google Adwords con Google Grants• Struttura dell’account AdWords• Struttura di una campagna AdWords
Pausa pranzo 13.00-14.00	2. Creare la tua prima campagna <ul style="list-style-type: none">• Zone e Budget• Creare i gruppi di annunci• Creare gli annunci• Scegliere le keywords e tipi di corrispondenza• Definire le offerte per le keywords• Creare gli annunci efficaci• Politica editoriale di Google• Rilevanza dei testi
	3. Leggere le statistiche <ul style="list-style-type: none">• Tracciare le performance• Come funziona il monitoraggio delle conversioni• Integrare Google Analytics con Google AdWords• Estensioni (sitelink, Local, Call button, Call out, ect)• Creare e schedulare i reports
	4. Ottimizzare <ul style="list-style-type: none">• Ottimizzare per generare traffico• Ottimizzare per generare conversioni• Ottimizzare il quality score
17.50 – 18.00	Conclusioni e consegna attestati

DOCENTE

Luigi Montemurro, Guanxi