

Checklist campagna Search

Prima di attivare il budget, verifica che obiettivo, segnale, struttura, annuncio e landing abbiano la stessa economia.

01

Obiettivo economico

Definisci azione, valore, margine e costo massimo sostenibile.

02

Conversioni affidabili

Trigger unico, deduplicazione, valori, import offline e consenso verificati.

03

Struttura leggibile

Separa soltanto ciò che richiede budget, target o decisioni diverse.

04

Query e match

Match type coerenti, negative iniziali e revisione dei termini programmata.

05

Annunci distintivi

Asset non ridondanti, promessa verificabile e messaggio adatto all'intento.

06

Landing coerente

Proposta confermata subito, mobile rapido, prova e azione senza ambiguità.

07

Bidding adatto

Volume o valore scelti in base a segnale e obiettivo, non alla moda.

08

Budget sufficiente

Evita frammentazione; considera volatilità e ritardo di conversione.

09

QA completo

URL, parametri, geografie, lingua, orari, asset e policy controllati.

10

Piano di lettura

Definisci finestra, KPI, qualità offline e decisione prima del lancio.

Registra evidenza, responsabile e decisione. Una spunta senza verifica non è un controllo.