

Giacomo Bruno

Tratto da

FARE SOLDI ONLINE

CON GOOGLE



**La Formula e i Trucchi Segreti per
essere Primo su Google Adwords**

INTRODUZIONE A GOOGLE ADWORDS

Come trovo visitatori per il mio sito web? Come faccio a far sì che tutte queste persone, questi utenti, navigando in internet arrivino proprio sul mio sito?

Sai qual è il problema della maggior parte delle aziende? Che spendono moltissimi soldi per fare un sito web enorme, curatissimo, con la grafica flash, le animazioni, le presentazioni, ma spesso con zero usabilità. Devi sapere che io sono fissato con la usabilità, la web usability, che è la facilità di navigazione su un sito. Hai presente quando navighi su un sito e non ci capisci nulla, non sai dove andare per trovare ciò che cerchi? Magari stai cercando un contenuto preciso, hai idea che sia da qualche parte in quel sito, però non riesci a trovarlo. Ti perdi, non sai dove cliccare. Quando poi finalmente ti decidi a farlo, finisci in un'altra pagina, questo è il classico esempio di un sito non usabile. La mia tesi di laurea in ingegneria era sulla usabilità dei siti web. Infatti, come ti accennavo, ero e sono fissato di usabilità. Sono assolutamente convinto che un sito debba essere facile da navigare. Deve essere carino e presentabile, però non deve avere

eccessiva grafica per non appesantire, per non rendere difficile la memorizzazione, per non distrarre con tremila messaggi. Deve essere facile da navigare. Se è un sito di e-commerce deve vendere, giusto? Quindi l'idea è che se io ho un sito anche strutturato benissimo ma non visitabile, è completamente inutile.

Come ti dicevo, le aziende sono disposte a spendere un sacco di soldi per costruire un sito web esteticamente bello ma non usabile e quindi non visitato. Oppure, peggio, ad investire moltissimo in pubblicità senza avere un sito efficace. Quindi è necessario equilibrare tutti i passaggi. Se c'è un collo di bottiglia da qualche parte il processo non funziona. Bisogna seguire uno per uno tutti i pilastri.

I visitatori si possono trovare tramite motori di ricerca in due soli modi:

- **gratis**: tra i normali risultati di ricerca
- **a pagamento**: tra i link sponsorizzati

Il primo è il modo gratuito che però è molto, molto lento. Si tratta di creare il sito e sperare che i motori di ricerca ti mettano in testa

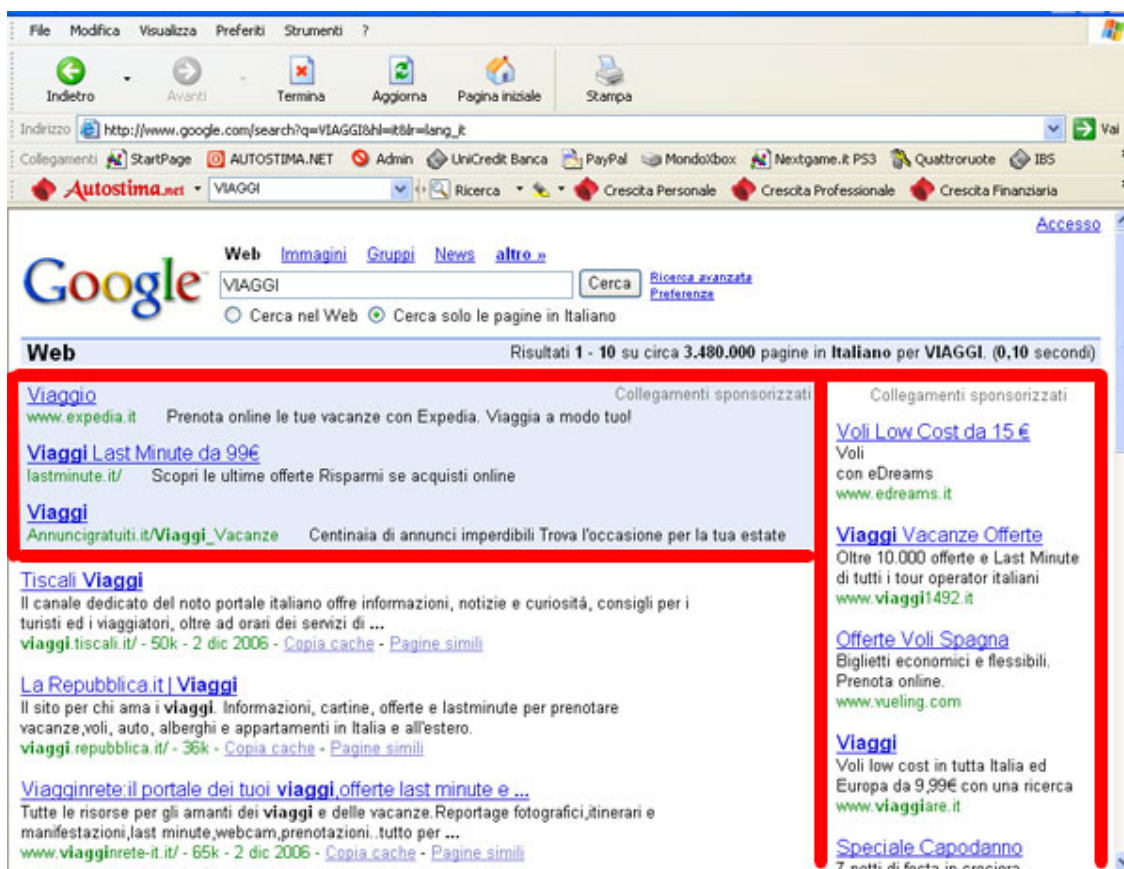
ai risultati. Se cerchi “autostima” su Google, vedrai che il sito Autostima.net è al primo posto tra i risultati di ricerca. Questo perché? Perché il dominio si chiama www.Autostima.net e perché il sito tratta di autostima e tematiche simili. Inoltre perché tanti siti correlati lo linkano e lo segnalano come sito di autostima, e così via..

Quindi vi è un coinvolgimento che non dipende solo da te, non dipende solo da quanto è ottimizzata la pagina o dai trucchi che ci sono per i motori di ricerca. Infatti, come ho appena detto, dipende anche da quante altre persone ti linkano, da quante ti consigliano, dal numero di pagine di cui è composto il tuo sito.

Soprattutto è un processo lento e difficile da gestire. Google ad esempio cambia le regole abbastanza spesso, quindi quando pensi di aver capito il trucco per essere in alto e aver lavorato per mesi sull’ottimizzazione delle tue pagine web, tutto cambia. E tu hai perso mesi di lavoro e di mancati guadagni.

Il metodo a pagamento invece è molto più efficace e immediato. Si chiama “*pay per click*”, che significa letteralmente pagare per i clic ricevuti, e che consiste nell’acquistare pubblicità.

SEGRETO n. 8: il pay per click è il metodo più veloce ed efficace per trovare visitatori a bassissimo costo.



The screenshot shows a Google search interface for the keyword "VIAGGI". The search results are displayed in Italian. On the right side of the search results, there is a column of sponsored advertisements (Collegamenti sponsorizzati). These ads are highlighted with a red border. The ads include:

- Viaggio** (www.expedia.it) - Prenota online le tue vacanze con Expedia. Viaggia a modo tuo!
- Viaggi Last Minute da 99€** (lastminute.it/) - Scopri le ultime offerte. Risparmi se acquisti online.
- Viaggi** (Annuncigratuiti.it) - Centinaia di annunci imperdibili. Trova l'occasione per la tua estate.
- Tiscali Viaggi** - Il canale dedicato del noto portale italiano offre informazioni, notizie e curiosità, consigli per i turisti ed i viaggiatori, oltre ad orari dei servizi di ...
- La Repubblica.it | Viaggi** - Il sito per chi ama i viaggi. Informazioni, cartine, offerte e lastminute per prenotare vacanze, voli, auto, alberghi e appartamenti in Italia e all'estero.
- Viaggiinrete: il portale dei tuoi viaggi offerte last minute e ...** - Tutte le risorse per gli amanti dei viaggi e delle vacanze. Reportage fotografici, itinerari e manifestazioni, last minute, webcam, prenotazioni, tutto per ...
- Voli Low Cost da 15 €** (www.edreams.it) - Voli con eDreams.
- Viaggi Vacanze Offerte** - Oltre 10.000 offerte e Last Minute di tutti i tour operator italiani (www.viaggi1492.it).
- Offerte Voli Spagna** - Biglietti economici e flessibili. Prenota online. (www.vueling.com).
- Viaggi** - Voli low cost in tutta Italia ed Europa da 9,99€ con una ricerca (www.viaggiare.it).
- Speciale Capodanno** - 7 notti di festa in camicia.

In genere gli annunci a pagamento sono sempre nella colonna di destra e spesso in alto, anche se questi ultimi non sempre

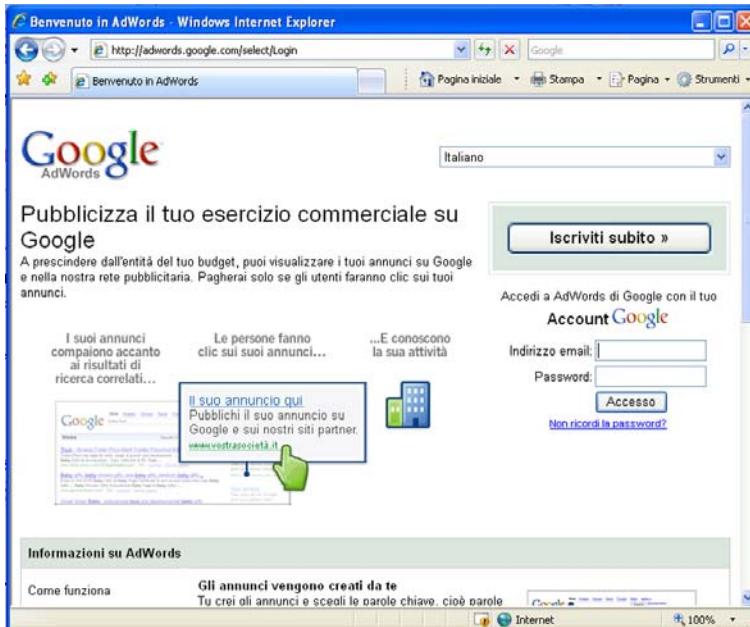
appaiono. Ormai tutti sanno che esistono due tipi di risultati nelle ricerche, quelli a pagamento e quelli gratis, quindi l'utente è perfettamente in grado di distinguerli. Quindi sa che dietro gli annunci a pagamento, c'è un'azienda che ha investito in pubblicità ed intende vendere qualcosa. Questa è già una buona selezione.

Il programma per inserire annunci pubblicitari su Google si chiama [Google Adwords](#). Funziona così:

- 1) apri un account
- 2) crei una nuova campagna pubblicitaria in lingua italiana
- 3) inserisci il testo del tuo annuncio
- 4) scrivi le parole chiave che ti interessano
- 5) selezioni il CPC (costo per clic), cioè quanto sei disposto a pagare per ciascun clic
- 6) decidi il budget mensile, cioè la somma massima che sei disposto a spendere in un mese di pubblicità
- 7) i tuoi annunci vanno online dopo pochi minuti

L'intera procedura è guidata, quindi impostare il primo annuncio è molto facile. Ecco tutti i passaggi:

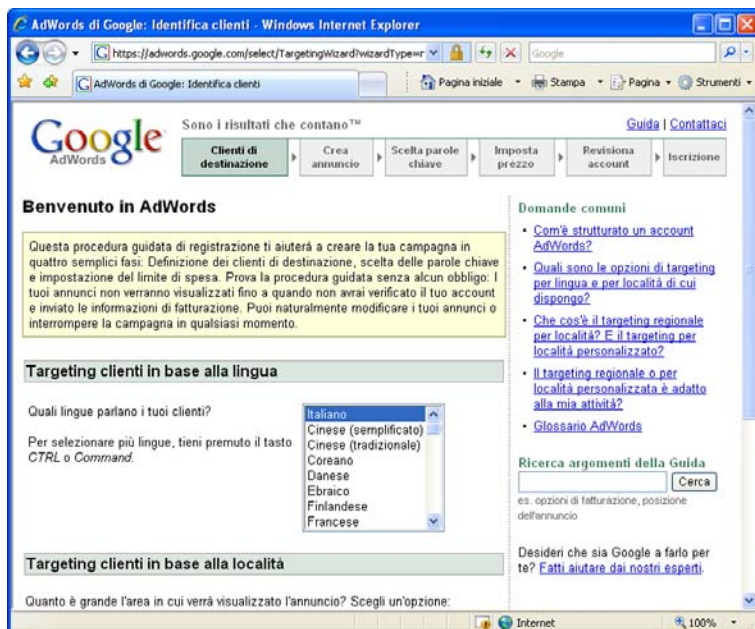
1) Vai su <http://adwords.google.it> e clicca su “Iscriviti Subito”:



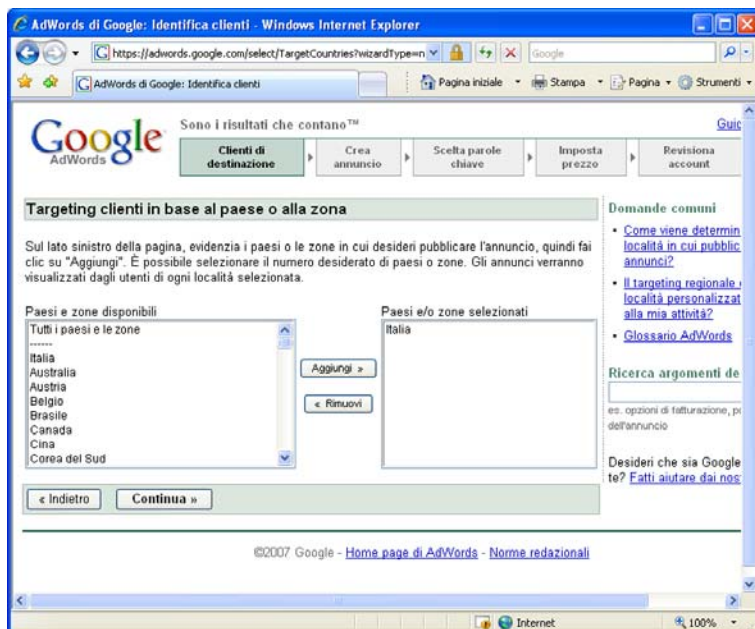
2) Clicca su “Versione Standard”:



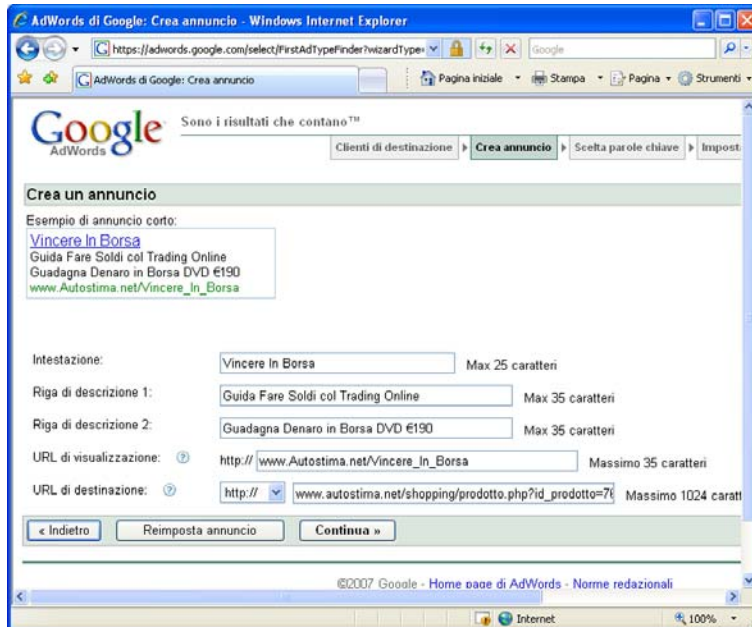
3) Scegli “Italiano” come lingua:



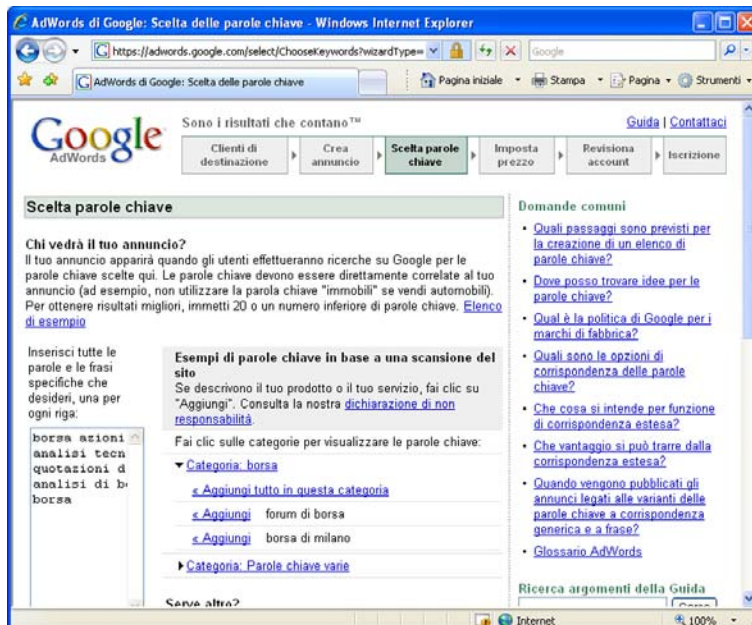
4) Scegli “Italia” come nazione dei tuoi clienti:



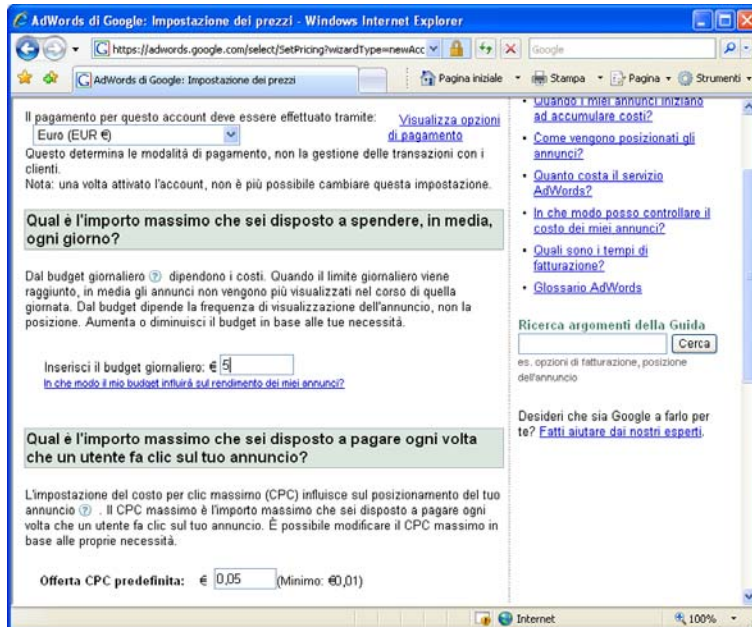
5) Inserisci il testo del tuo annuncio (v. Cap. 4):



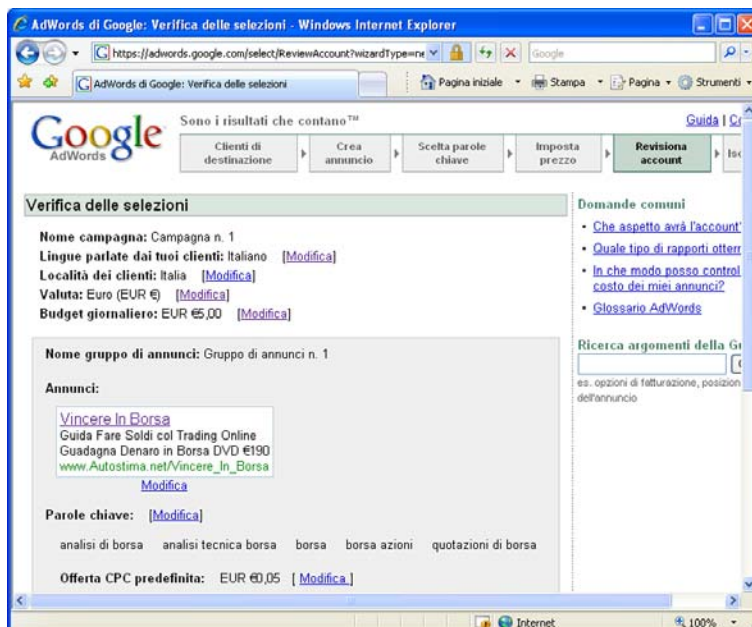
6) Seleziona le parole chiave su cui vuoi far apparire l'annuncio:



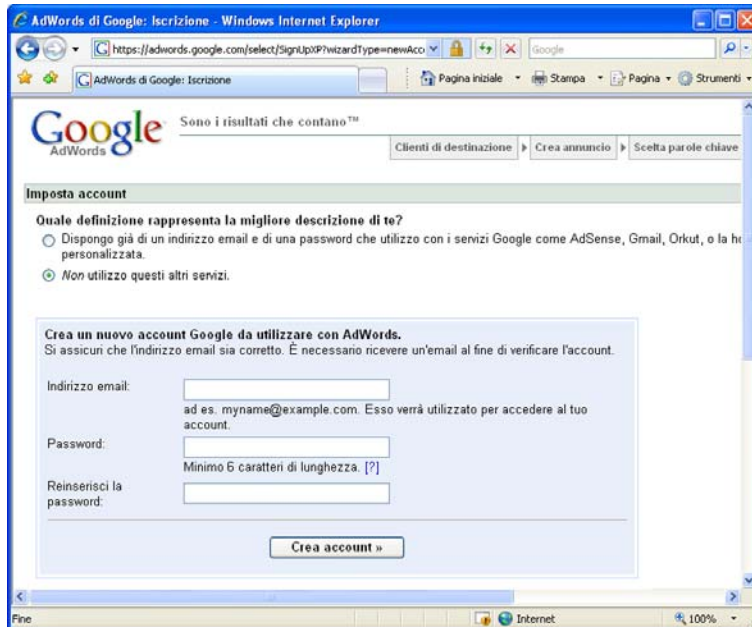
7) Seleziona Budget giornaliero e costo per clic (CPC):



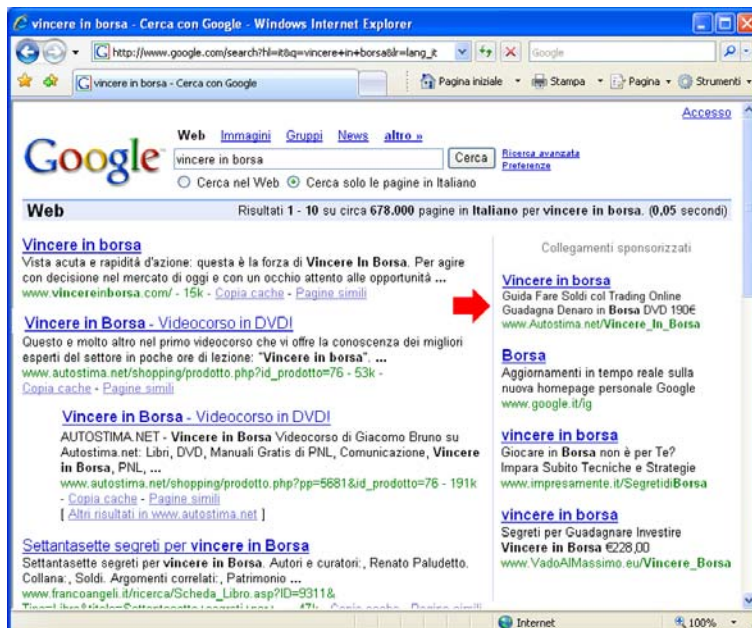
8) Verifica che la campagna pubblicitaria sia corretta:



9) Inserisci i tuoi dati per registrarti e creare il tuo account:



10) Il tuo annuncio è online su Google quando un utente cerca una delle parole chiave che hai selezionato:



Quando dovevo pubblicizzare il mio ultimo videocorso “Vincere in Borsa”, sono entrato nel mio account su Adwords, ho creato una nuova campagna e ho inserito questo annuncio:

Collegamenti sponsorizzati

Vincere in borsa

Guida Fare Soldi col Trading Online

Guadagna Denaro in **Borsa** DVD 190€

www.Autostima.net/Vincere_In_Borsa

Come parole chiave ho scelto tutte quelle correlate al mio prodotto, quindi “borsa, trading online, trading, vincere in borsa, azioni, investire in borsa, investimenti, giocare in borsa” e centinaia di altre parole particolarmente efficaci che ho scoperto attraverso tre strumenti di ricerca che ti presenterò tra poche pagine.

In questo modo ogni volta che una persona fa una ricerca su Google, e in particolare cerca una di quelle parole che io ho selezionato, il mio annuncio apparirà tra gli sponsor di quella ricerca. In questo modo potrà leggerlo e se colpisce la sua attenzione, arriverà a cliccarlo. Solo a quel punto mi verrà addebita il costo di quel clic. Quindi se il sig Mario Rossi cerca

su Google “trading online” tra gli annunci sponsorizzati apparirà il mio. Lui cliccherà, arriverà sul mio sito, vedrà la scheda del videocorso e lo comprerà. E io avrò incassato 240 euro a fronte di una spesa di pochi centesimi. Chiaro il meccanismo?

Come budget mensile ho inserito 1.000 euro e come costo massimo per clic ho messo 10 centesimi di euro che è un prezzo molto basso. Infatti la scala di prezzo parte da 5 centesimi (in realtà anche da 1 centesimo, ma per la maggior parte delle parole chiave questo valore non è sufficiente ad apparire online) e può arrivare a cifre spropositate come 4 o 5 euro per ciascun clic. In questa guida ti insegnerò delle tecniche assolutamente sconosciute per pagare i clic tra cifre comprese tra i 5 e i 10 centesimi di euro. Non di più. Perché pagarli di più rischia di far fallire l’investimento.

Come ti spiegherò dopo nei dettagli, l’ordine con cui vengono visualizzati gli annunci a pagamento dipende da diversi fattori, il primo dei quali è il meccanismo dell’asta. Cioè chi offre di più sale più in alto. Quindi diventa importante la cifra che tu offri come prezzo massimo per clic (CPC): ecco perchè la gente

comune tende a spendere molti soldi per essere primo. Invece la realtà è un'altra e io ti insegnerò ad essere primo nei risultati anche offrendo il minimo.

Il bello è che anche se nella mia campagna pubblicitaria ho offerto 10 centesimi pagherò di meno i clic che riceverò. Infatti il medesimo meccanismo di asta fa sì che il costo che ti viene addebitato è superiore di un centesimo rispetto all'offerta che c'è prima. Quindi se sotto di me c'è solo uno che ha offerto 5 centesimi, io pagherò i miei clic solo 6 centesimi e non 10. Quindi Google tende a farti anche risparmiare denaro, nel reciproco interesse e nella reciproca soddisfazione.

Questo è il pay per click, cioè tu paghi solamente per i clic che ottieni. Non, come accadeva nella vecchia pubblicità, con il sistema ad impression, cioè per quante volte il tuo annuncio viene visualizzato. Paghi esclusivamente quando una persona vedendo il tuo annuncio lo clicca. Per questo funziona: paghi solo se ci sono risultati.

Le vecchie pubblicità ad impression, hanno smesso di funzionare nel corso degli anni perché non erano sufficientemente cliccate.

La gente ha cominciato ad ignorare completamente i banner, ad escluderli dalla vista, e così nessuno vi ha più investito. Un tempo si pagava 2,5 centesimi per la sola visualizzazione, e poi cliccava uno su cento o anche meno. Si arrivava a spendere 2 o 3 euro per un clic, decisamente troppi. Oggi puoi spendere 5 centesimi per acquistare pubblicità, quindi una cifra di gran lunga inferiore.

Come avrai avuto modo di notare i risultati di una ricerca appaiono su internet in un certo ordine. Il fatto di essere primo mi consente di avere più visitatori. Ovviamente il primo risultato viene cliccato di più perché è il primo ad essere visto. Il secondo un po' di meno, il terzo ancora meno.

Innanzitutto c'è da dire che esiste un modo per farsi notare pur non essendo i primi della lista, ed è quello di costruire un annuncio originale che attiri l'attenzione, anche un po' provocatorio ed ironico, tipo:

Tu non sarai mai ricco.

Io invece lo sono diventato

grazie a questa guida online

www.faresoldionline.it

SEGRETO n. 9: crea un annuncio originale e provocatorio per attirare l'attenzione delle persone.

Nel presentarti la possibilità di acquistare pubblicità, il sistema di Google ti consiglia di investire cifre abbastanza elevate, anche da 1 a 5 euro a clic, a seconda della parola chiave che hai scelto. Quindi ti dà un budget stimato per apparire per primo fra i risultati. E' vera questa cosa? In parte sì. Più offri, maggiori sono le tue possibilità di successo, esattamente come succede durante un'asta.

Però è anche vero che non esiste solo questa componente, ce ne sono altre più importanti. Se io mi baso solo sul pagare tanto, spenderò molti soldi ed otterrò risultati normali. Al contrario io voglio spendere pochissimo ed ottenere risultati straordinari.

Riassumiamo il funzionamento del pay per click, perché è importante che tu lo abbia afferrato bene. Crei un account su Adwords, metti il tuo nome, cognome, dati e così via. Ti chiederà di scegliere alcune parole chiave sulle quali vuoi apparire. Ad esempio dici che quando l'utente digita la parola “ricette”, vuoi

apparire con il tuo annuncio. Poi, magari, dici che vuoi apparire anche quando l'utente digita “ricette” combinato con altre parole correlate, come ad esempio, “ricette cucinare”, “ricette cinesi”. Il tuo annuncio a questo punto potrebbe avere il seguente testo:

Guida Ricette Cinesi

Migliora la tua cucina cinese

con 150 esclusive ricette pronte

www.ricette-cinesi.it.

Ogni volta che una persona cercherà la parola “ricette”, o una di quelle altre parole che tu hai selezionato, apparirà il tuo annuncio; se poi verrà cliccato allora tu pagherai la cifra che hai impostato. Poiché sulla parola “ricette” c'è molta concorrenza, probabilmente Google Adwords ti consiglierà di pagare una cifra sostenuta per essere ai primi posti, magari 80 o 90 centesimi o addirittura un euro invece del minimo di 0,05.

Ci sono delle parole chiave in America, dove tutti usano Adwords, tipo “mutui” o “real estate”, cioè immobili, che sono talmente ricercate da costare fino a 4-5 euro per clic. Ti senti

male se ci pensi. Però le aziende che trattano immobili sono disposte a pagarli perché il margine di guadagno è poi elevatissimo, quindi ne vale la pena.

Il problema è capire quanto puoi arrivare a spendere. Io però penso che bisogna sempre cercare di spendere il meno possibile. Oggi ti insegnerò come investire al massimo 10 centesimi anche su termini come “ricette” e massimo 5 centesimi su combinazioni di parole correlate a termini molto ricercati, come “ricette cucinare” ed altri. Non voglio che tu spenda di più, perché sennò non arrivi a coprire il tuo investimento.

Una buona media è un acquisto ogni cento visite, ogni cento clic. Se compri 100 clic al prezzo di un euro ciascuno, avrai speso 100 euro. Se la tua guida costa 100 euro ed un solo visitatore compra, sarai andato in pari, non avrai guadagnato niente, quindi non vale la pena. I tuoi clic li deve pagare massimo 10 centesimi l'uno, in modo che quelle 100 persone le avrai pagate 10 euro in totale, vendi 100 euro di prodotto ed hai un ritorno di 90 euro netti, che è moltissimo. Spendi 10, ricavi 100 e guadagni 90. In termini finanziari il ROI netto è del 900%!

In Borsa e nel settore degli immobili se li sognano margini di guadagno così alti. Il motore di ricerca ti permette un ritorno sull'investimento del 1.000, 2.000, 3.000 per cento, anche su singoli annunci, su campagne che durano una settimana. Fornisce percentuali altissime su un investimento che può anche essere molto basso.

Questo è tanto più importante quanto più non hai un prodotto tuo. Se partecipi ad un programma di affiliazione, tu puoi vendere i prodotti di altri e guadagnare una percentuale sulle vendite. Ad esempio con il [programma di affiliazione](#) di Autostima.net, tu puoi rivendere i nostri prodotti e guadagnare ben il 30% su tutte le vendite che generi.

Se la persona acquista un prodotto che vale 100 euro, tu ne guadagni 30. Questo è ottimo e vuol dire anche che non puoi aver speso più di 30 euro per comprare pubblicità, altrimenti non ci rientri e comunque non ti converrebbe neanche andare in pari. Devi aver speso un massimo di 10 euro e quindi non più di 10 centesimi a clic in media.

A me, grazie ad un servizio che offre la mia carta di credito, arriva un sms ogni volta che mi viene fatto un addebito. Ogni 2-3 giorni mi arriva l'sms di Google per dirmi che gli ho lasciato 500 euro, 600 euro. Perché spendo tanto? Perché so che automaticamente mi rientrano moltiplicati. Più spendo e più guadagno. Spendo 1.000, mi entrano 3.000, spendo 10.000, mi entrano 30.000. E' matematico, ecco perché è necessario imparare strategie.

SEGRETO n. 10: pagare pochi centesimi i tuoi visitatori fa la differenza tra un investimento sbagliato e uno di successo.

Se hai già letto il mio libro “Fare Soldi Online in 7 Giorni” e ti sei messo in attività, sei fortunato a leggere queste nuove strategie. Perché altrimenti rischieresti di spendere troppo in pubblicità, in strategie non ottimizzate e chissà in che altra cosa. Vale sempre la pena investire per imparare delle strategie che ti aiutano e ti servono per la tua formazione.

La questione più importante è partire bene, analizzare il target e trovare un mercato che di persone interessate ne abbia tante.

Infatti potrei anche comprare pubblicità per sponsorizzare carta da parati, ma se la carta da parati non è un prodotto che su internet si vende bene, allora sto facendo l'investimento sbagliato.

Quindi, innanzitutto, devi scegliere un settore che funziona. Infatti, se scegli di fare un sito web su un qualcosa di relativamente inutile, la tua impresa è destinata a fallire. In realtà questo è un discorso relativo, perché per qualsiasi genere di prodotto, puoi trovare qualcuno a cui serve. Ad esempio, se fai un sito sulle moquette, potrà esserci comunque qualcuno che troverà utile il sito, se sarà fatto bene.

Però ci sono dei settori che funzionano da sempre, sono sempre quelli da dieci anni a questa parte, non sono cambiati, nonostante l'evoluzione delle cose. I settori che funzionano meglio sono gli stessi: la musica, il sesso, la telefonia, il software e le cose gratis.

Partiamo dal primo settore, il sesso. Pensi che ti possa andare a genio dedicarti ad un e-commerce a sfondo sessuale? Probabilmente no. Comunque dipende da te, puoi anche farlo. Io

non me ne sono mai occupato perché non mi interessa il campo. Non mi piace l'idea di lavorare alla creazione di un'azienda basata sul sesso o sulle chat line erotiche. Sicuramente c'è chi lo fa, è pieno di siti hard, però non è un settore che a me personalmente piace. Oltretutto la concorrenza è tale da non lasciarti molto spazio per emergere.

Puoi parlare di musica? Sicuramente. Tuttavia qui i contro consistono nel fatto che fornire files audio gratis è illegale. Inoltre ci sono ormai i grandi portali che offrono musica a pagamento con prezzi molto contenuti e ti fanno scaricare una canzone anche a 99 centesimi. Quindi anche questo settore è da sconsigliare. In un caso avresti problemi con la legge, nell'altro saresti schiacciato dalla concorrenza.

Faresti un sito sul gratis? Forse la parola "gratis" è una delle più ricercate su internet. Però sarebbe un controsenso proporre degli acquisti ad un target che sta cercando materiale gratis. Ma anche in questo settore esistono casi di grande successo. Sicuramente conosci il sito "Tuttogratis" che è tra i 20 siti più visitati d'Italia. Di Tuttogratis conosco molto bene i responsabili, e saltai

veramente sulla sedia quando seppi, nel 2000, momento del boom delle società internet, che il 10% del sito era stato acquistato dal gestore del portale “superEva”, per 5 miliardi di lire. Ed io mi dicevo, incredulo: “Come? Per il 10% 5 miliardi di lire?”, mi sembrava una cifra assurdamente spropositata. Poi ho scoperto che era il sito web più visitato in Italia sul gratis, con 40 milioni di contatti e numeri che funzionano, quindi un grande valore, specie all'epoca. Tuttora è uno dei siti più visitati, offre un sacco di contenuti, alcuni anche a pagamento con banner e così via, quindi funziona, va bene, va per la sua strada.

Pensa a questo però, se fai un sito sul gratis, a parte avere dei contatti, cosa vendi ai visitatori? Che target di utenti arriva su un sito che offre il gratis? Gente che vuole roba gratis, quindi non è disposta a pagarti un prodotto, a meno che non sia qualcosa di eccezionale. Se qualcuno viene sul tuo sito perché ha cercato la parola “gratis” sul motore di ricerca, non è disposto a pagare in linea di massima, sei d'accordo? Non è il target giusto, secondo me. Quindi per quanto sia la parola chiave più ricercata, per quanto possa funzionare e tu possa avere un gran numero di visitatori, nessuno ti darà un euro.

Quindi, attenzione, devi saper distinguere, ci sono delle cose che funzionano, sì, ma attirano un target disposto anche a pagare per quel materiale? Nel caso del gratis la risposta è no. Quindi ti sconsiglio un sito che sia solo sul gratis. In ogni caso il gratis, dosato con intelligenza, può attirare persone e questo ha dei vantaggi ovviamente.

La telefonia? E' una cosa che funziona ancora molto bene. Vi sono servizi, suonerie, contenuti, sms, video. Adesso che c'è l'umts, un sacco di persone scaricano video a pagamento. Quindi è un settore che nella mia opinione va approfondito per bene.

Pensiamo al settore del software. Magari crei un software, ti fai creare un software da qualcuno, lo metti in vendita e funziona. Ad esempio, una persona che ha seguito il mio corso Fare Soldi Online™, ha creato un software per inviare messaggi gratuiti dal cellulare. Attenzione questa è una forma di gratis interessante, perché lui comunque il prodotto lo vende, però ti permette di mandare poi gratis dal cellulare gli sms, con questo sistema, quindi, ti ripaghi il software e risparmi una quantità di soldi.

L'idea è straordinaria, funziona e sta andando molto bene. Questo è l'importante, avere idee, farti venire idee. I settori funzionano ma attenzione che sia roba che venga pagata.

SEGRETO n. 11: molti settori funzionano bene su internet, ma solo per alcuni si è disposti a pagare denaro.

Ci sono tre risorse che ti fornisco per orientarti nel mondo dell'e-commerce e per capire al meglio quale sia il settore più giusto per te. Non buttarti mai in un settore prima di aver analizzato se funziona: rischieresti di buttare tempo, denaro e risorse. Nella mia esperienza di Coach finanziario ho aiutato due miei clienti ad evitare degli investimenti perdenti in partenza. L'uno voleva rivendere "ricette per il caffè", l'altro "apparecchi per magnetoterapia". Senza nulla togliere al valore di questi prodotti, la realtà delle analisi di mercato diceva che queste parole chiave erano state ricercate non più di 2/3 volte in un mese. Questo significa non fare neanche una vendita, e non è certo l'obiettivo che mi pongo per i miei clienti.

Si tratta di servizi che ti dicono quante volte una certa parola chiave è stata ricercata nei motori di ricerca nel mese precedente.

In questo modo tu puoi avere dati esatti e concreti di quanto un certo settore risulta interessante e ricercato dal pubblico.

1. Generatore di Parole Chiave di Miva/Espotting:

<https://account.it.miva.com/advertiser/Account/Popups/KeywordGenBox.asp>

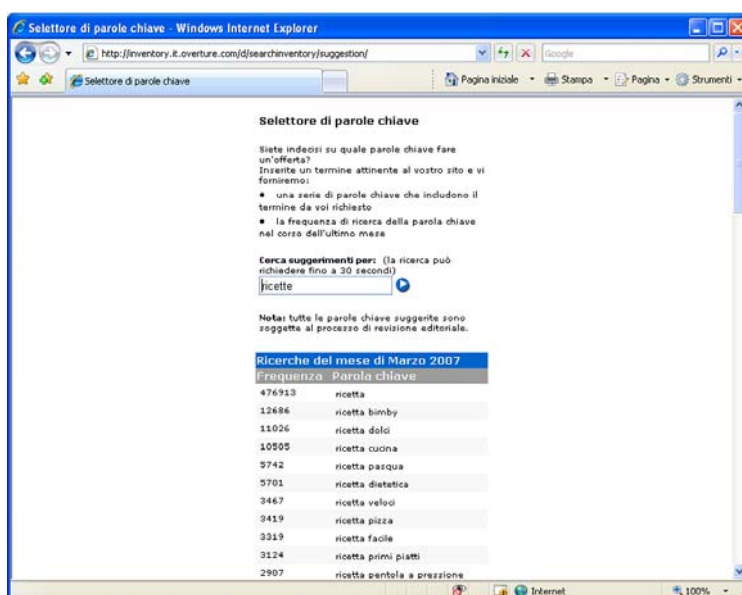
2. Selettore di Parole Chiave di Overture/Yahoo:

<http://inventory.it.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>

3. Keyword Tool di Google:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

I primi due servizi, Miva e Overture, sono molto simili in quanto ti indicano i numeri esatti delle ricerche della parola che ti interessa. Se inserisco la parola “ricette”, trovo che nel mese di marzo 2007 è stata cercata 477.000 volte su Yahoo.



The screenshot shows a web browser window titled "Selettore di parole chiave - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL <http://inventory.it.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>. The page content includes instructions for using the tool and a table of search results for the keyword "ricette".

Selettore di parole chiave

Siete indecisi su quale parole chiave fare un'offerta? Inserite un termine attinente al vostro sito e vi forniremo:

- una serie di parole chiave che includono il termine da voi richiesto
- la frequenza di ricerca della parola chiave nel corso dell'ultimo mese.

Cerca suggerimenti per: (la ricerca può richiedere fino a 30 secondi)

ricette

Note: tutte le parole chiave suggerite sono soggette al processo di revisione editoriale.

Ricerca del mese di Marzo 2007

Frequenza	Parola chiave
476913	ricetta
12686	ricetta bimby
11026	ricetta dolci
10505	ricetta cucina
9742	ricetta pasqua
9701	ricetta dietetica
3467	ricetta veloci
3419	ricetta pizza
3319	ricetta facile
3124	ricetta primi piatti
2907	ricetta paninola e pressione

Con il medesimo procedimento vedo che nello stesso mese è stata cercata anche 11.000 volte su Miva, che è un numero comunque molto alto per un motore di ricerca non molto famoso. Sia sola o abbinata a parole a lei correlate, come ad esempio i binomi “ricette di cucina”, “ricette dolci”, “ricette veloci”.



SEGRETO n. 12: i selettori di parole chiave di Overture e Miva ti aiutano ad individuare con precisione i settori che funzionano.

Invece il keyword tool di Google non ti dice esattamente il numero di volte che la parola è stata ricercata, ma quanto, secondo una percentuale, quella parola è stata ricercata e quali

sono le parole correlate. Inoltre ti dà una informazione aggiuntiva che è importantissima, cioè ti dice quanta concorrenza c'è a livello pubblicitario su quella parola. Se, ad esempio cerco la parola “ricette”, appare una prima colonna che ti dice quanta concorrenza c'è tra inserzionisti ed il volume della ricerca. La parola “ricette” è molto cercata perché quella barra è quasi piena. Questo significa centinaia di migliaia di ricerche al mese. Con un minor numero di ricerche all'attivo appaiono le combinazioni della parola “ricette” con altre parole ad essa correlate, ad esempio: “ricette cucina”, “ricette dolci”, “ricette pasta”.

Parole chiave più specifiche - ordinato per pertinenza [?]		
Parole chiave	Concorrenza tra inserzionisti[?]	Volume di ricerca[?]
ricette		
ricette cucina		
ricette dolci		
ricette bimby		
ricette pasta		
ricette antipasti		
ricette carciofi		
ricette riso		
ricette funghi		
ricette lasagne		
pizza ricette		
ricette dolce		
ricette cucinare		
ricette zucca		
risotto ricette		
ricette patate		
ricette pesce		
ricette melanzane		

Controlla però la concorrenza tra inserzionisti. Sulla parola “ricette” c’è molta concorrenza, perché sono in molti coloro che intendono vendere qualcosa che riguarda le ricette, ad esempio una guida, un libro o un abbonamento a qualche rivista. Ovviamente è necessario aver riguardo ad assicurarsi parole che rendano più possibile visibile e visitabile il nostro annuncio. Però non mi interessa solo “ricette”: comprerò non solo il termine ricette, che mi dà la possibilità di essere cliccato da un gran numero di persone, ma potrei comprare anche parole correlate come “ricette cinesi”, “ricette americane” o “ricette cucinare” da abbinarvi, in modo da allargare notevolmente la cerchia dei possibili visitatori.

Ma c’è una cosa importante da sottolineare. Guarda il binomio “ricette cucinare”: ha un volume di ricerca comunque ancora alto, infatti è fra le prime quindici parole relative alle ricette; però vi è una concorrenza estremamente limitata. Questo vuol dire che se compri un annuncio con la combinazione di queste due parole lo paghi pochissimo. Al massimo 5 centesimi, che è veramente niente, ed è il segreto per fare un investimento di successo su internet.

Quindi questo Keyword Tool di Google ti fornisce subito delle parole chiave molto cliccate, ma con pochissima concorrenza, il che ti garantisce di poter pagare poco i tuoi clic.

SEGRETO n. 13: il Keyword Tool di Google ti indica le parole chiave su cui puoi risparmiare tantissimo denaro.

Il bello della pubblicità sui motori di ricerca è che è l'unica che ora funziona e, anzi, è in espansione. Il fatto è che puoi avere visitatori ad un prezzo irrisorio, 5 centesimi a visitatore o poco più. Non c'è paragone con la pubblicità sulle riviste, con la pubblicità offline, con campagne di marketing che comportano un sacco di spese.

Per questo dico che passare da 100 a 500 visitatori richiede pochissimo. Facciamo due conti, 5 centesimi per 400 fa 20 euro, e con questa cifra puoi moltiplicare il numero dei visitatori, magari arrivando a decuplicare i tuoi guadagni giornalieri, come abbiamo visto all'inizio. Alcuni studenti, durante le mie lezioni, mi chiedono se possono comprare una parola che richiami molti visitatori, prendiamo il solito esempio, "ricette", per poi

pubblicizzare un prodotto diverso, ad esempio delle scarpe. Certo, il target di persone che ha interesse ai due tipi di prodotti può essere simile, si tratta sempre di qualcosa di utile. Tuttavia io mi sento di sconsigliare questa politica. Se una persona clicca su “ricette” lo fa perché, bene o male, cerca argomenti attinenti alla cucina. Se chi ha comprato la parola “ricette” l’ha fatto solo per attirare molte persone ma poi fa trovar loro un sito che parla di scarpe, la cosa non funziona.

Qualche anno fa c’era chi adottava questa strategia, comprava le parole chiave più cliccate come sesso, mp3, musica per poi vendere tutto un altro prodotto. Ma la verità è che se la gente non ti clicca almeno un certo numero minimo di volte, Google ti toglie, non ti fa più apparire tra i risultati, quindi automaticamente ti esclude. E’ giusto così.

La questione è che comunque anche la parola “scarpe”, è tra le più ricercate ed attira moltissimi visitatori, quindi c’è tutto un mercato dedicato in cui il commerciante online può crearsi la sua nicchia piccola o grande che sia. Il consiglio è quello di investire sempre nel tuo settore. Basta provare. Se cerchi scarpe lo troverai

cliccato 20.000/30.000 volte al mese. Per non parlare poi delle specifiche riguardanti le varie marche ed i vari tipi, da ginnastica, scarpe sportive e così via. Migliaia di ricerche sulle quali puoi investire. Con il keyword tool di Google puoi riuscire a scovare parole chiave con concorrenza assente e quindi molti visitatori a costi irrisori.

L'intelligenza, a questo punto, sta nel saper combinare i benefici offerti dai tre strumenti per individuare parole chiave da poter pagare una cifra irrisoria a visitatore. Tramite il keyword tool di Google sappiamo quanta concorrenza c'è nelle inserzioni pubblicitarie, attraverso l'uso del selettore di parole chiave di Overture o di Miva veniamo a conoscenza dei numeri e di quale settore può funzionare bene.

A questo punto diventa facile scovare nuovi settori, oltre ai classici di cui abbiamo parlato, che possano appassionare il grande pubblico. Sfrutta le tue idee, le tue passioni, il tuo talento. Non so, una moglie fa la casalinga e dice: "A me piace cucinare e sono bravissima nel farlo", bene, che scriva una guida alle ricette. C'è spazio per tutti. Chiunque abbia in mente di organizzarsi

un'attività tramite qualcosa di cui è appassionato ha buone probabilità di riuscire. Puoi scrivere una guida, puoi fare un libro, un ebook, un sito web che dà, all'inizio, prodotti gratis e poi, col tempo, inserirci uno o più prodotti da vendere.

Se non hai un sito, non hai idee, non hai nulla, scava dentro di te. Cosa sai fare bene? Cos'è che ti piace fare? Sei un appassionato di motori? Bene, dedicati a creare un sito sulle automobili. Poi magari cerchi qualcuno che venda prodotti correlati, lo contatti, prendi accordi e li sponsorizzi sul tuo sito percependo una percentuale sulle vendite. Ad esempio ho visto un sito di questo genere pubblicizzare un prodotto che messo vicino al carburatore permetteva di risparmiare il 20% di benzina. Ecco perché dico che non è necessario avere a tutti i costi un tuo prodotto. Parti dalla tua passione e poi il prodotto lo trovi, magari vendi quello di qualcun altro in cambio di una commissione: questo fa parte dei programmi di affiliazione, partnership e così via.

Questi strumenti di ricerca di parole chiave sono fondamentali. Il selettore di parole chiave di Overture e di Miva sono abbastanza conosciuti, il keyword tool di Google un po' meno, però è molto

utile come hai visto. Lo strumento di Google ti serve per capire quali parole chiave costano pochissimo, però ovviamente se costano poco e c'è poca concorrenza, anche il numero di clic non è altissimo. Ma io ti garantisco che è comunque alto perché se esce lì vuol dire che almeno qualche decina di migliaia di persone ricercano quelle parole ogni mese. D'altra parte, se vuoi arrivare al target dei 477.000 che cercano ricette, dovrai comunque investire su parole ad alto tasso di visitatori. “Ricette” è una di queste e tu hai bisogno di conoscere come fare per pagarla poco. Altrimenti Google ti chiederà di offrire troppi soldi. E allora come fare a pagarla poco?

A questa domanda ti risponderò tra poco svelandoti la formula segreta di Google per stare al primo posto pagando il minimo indispensabile. Utile? Io direi che questo è il valore aggiunto più importante che c'è in questa guida rispetto alle mie precedenti pubblicazioni, perché non è scritta da nessuna parte, non la conosce praticamente nessuno e soprattutto non dipende da quanto tu puoi offrire.

Quindi, per quanto Google ti suggerirà: “Per questa parola chiave, se vuoi stare al primo posto devi spendere 1 euro a clic”,

non ci credere, è un'esagerazione assurda, esiste comunque un metodo per pagarla 5 o 10 centesimi al massimo. Io non ho parole chiave che pago più di pochi centesimi. Grazie alla formula segreta dell'Ad Rank di Google Adwords.

RIEPILOGO:

- **SEGRETO n. 8:** il pay per click è il metodo più veloce ed efficace per trovare visitatori a bassissimo costo.
- **SEGRETO n. 9:** crea un annuncio originale e provocatorio per attirare l'attenzione delle persone.
- **SEGRETO n. 10:** pagare pochi centesimi i tuoi visitatori fa la differenza tra un investimento sbagliato e uno di successo.
- **SEGRETO n. 11:** molti settori funzionano bene su internet, ma solo per alcuni si è disposti a pagare denaro.
- **SEGRETO n. 12:** i selettori di parole chiave di Overture e Miva ti aiutano ad individuare con precisione i settori che funzionano.
- **SEGRETO n. 13:** il Keyword Tool di Google ti indica le parole chiave su cui puoi risparmiare tantissimo denaro.

Giacomo Bruno

Tratto da

FARE SOLDI ONLINE

CON GOOGLE



**La Formula e i Trucchi Segreti per
essere Primo su Google Adwords**