

# Tendenze 2013 PPC nel Marketing per l'istruzione superiore

Presentato da:

HOST EDUCATION MARKETING

aprile 2014

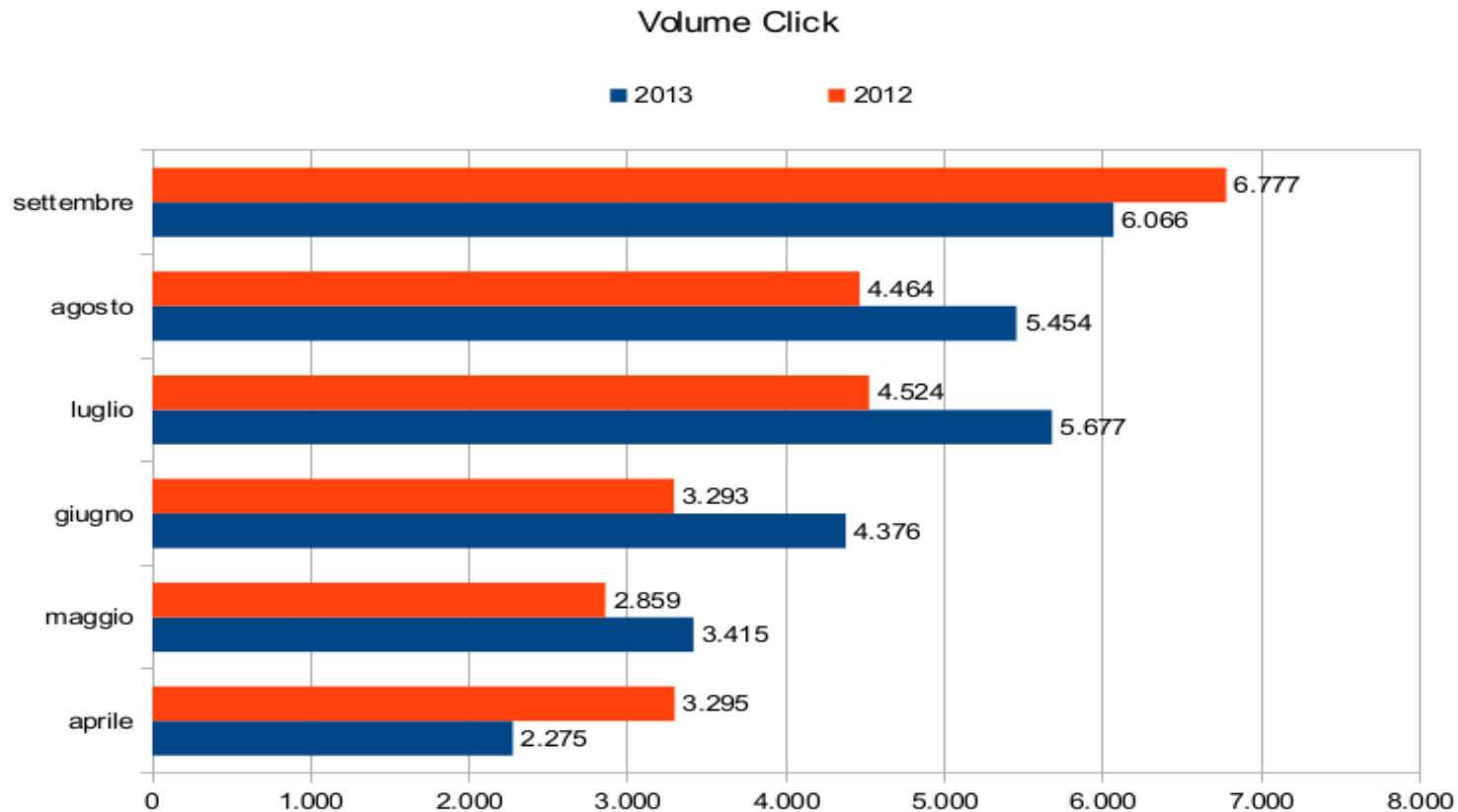
1) I dati qui presentati sono stati presi a campione da alcune campagne Google Adwords che Host Education gestisce per conto di clienti

2) L'intervallo di date preso in considerazione va dal 1 aprile 2013 al 30 settembre 2013 confrontato con lo stesso periodo dell'anno 2012

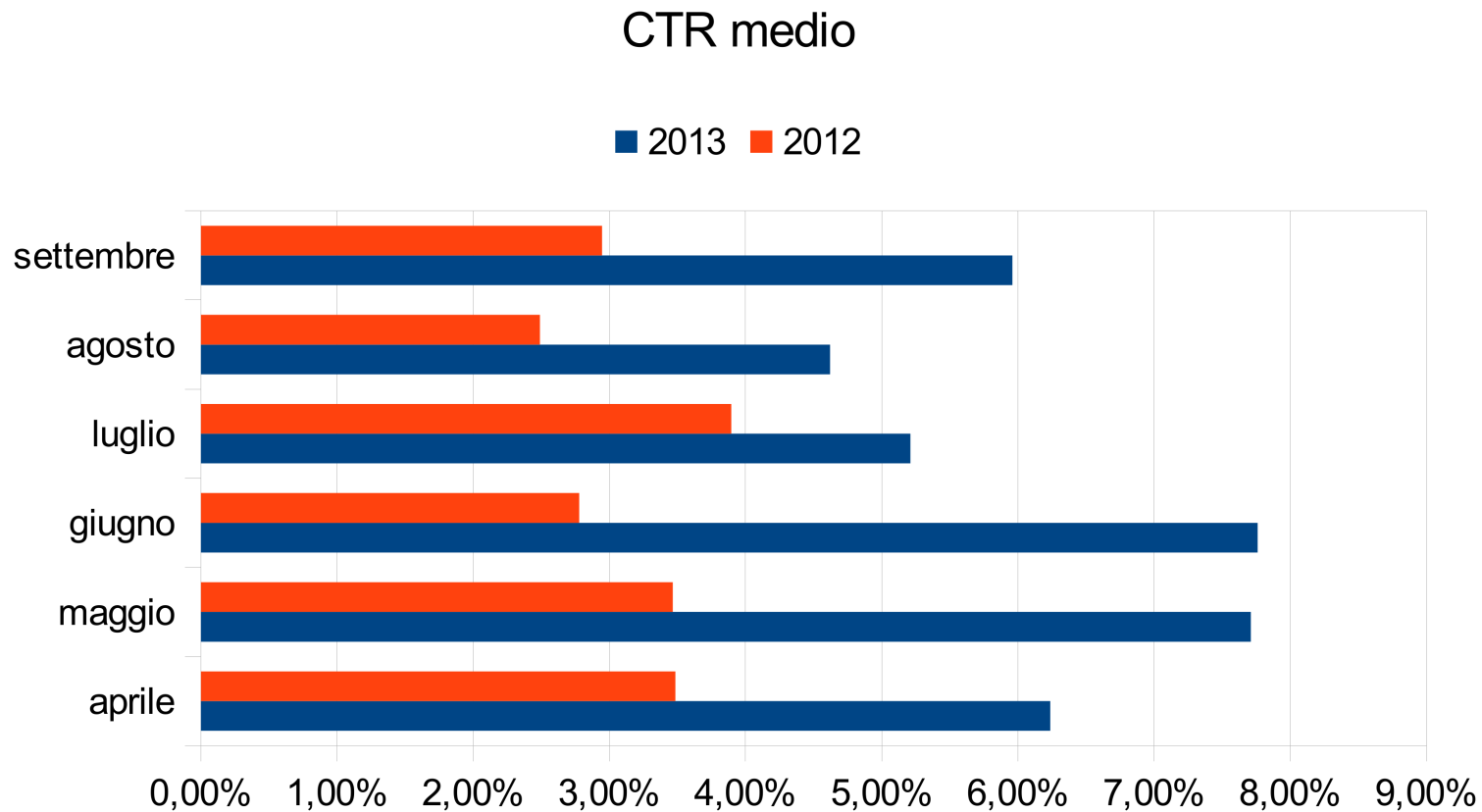
- ① Il confronto del volume di click nei diversi mesi
- ② Il CTR medio mese per mese
- ③ Il CPC medio per i diversi device (desktop, smartphone e tablet)
- ④ La distribuzione del budget tra i diversi device
- ⑤ I pro e i contro di gestire internamente le campagne PPC  
confrontati con i pro e i contro di esternalizzare il servizio

# Volume Click

- Nel 2013 la crescita dei click è stata costante per tutti e 6 i mesi (al di là del calo naturale di agosto), mentre nel 2012 c'è stato un andamento altalenante con picchi ad aprile e a settembre. Questo nonostante nel 2013, per la prima volta, ci siano stati dei test d'ingresso fatti in primavera e non tutti in settembre.



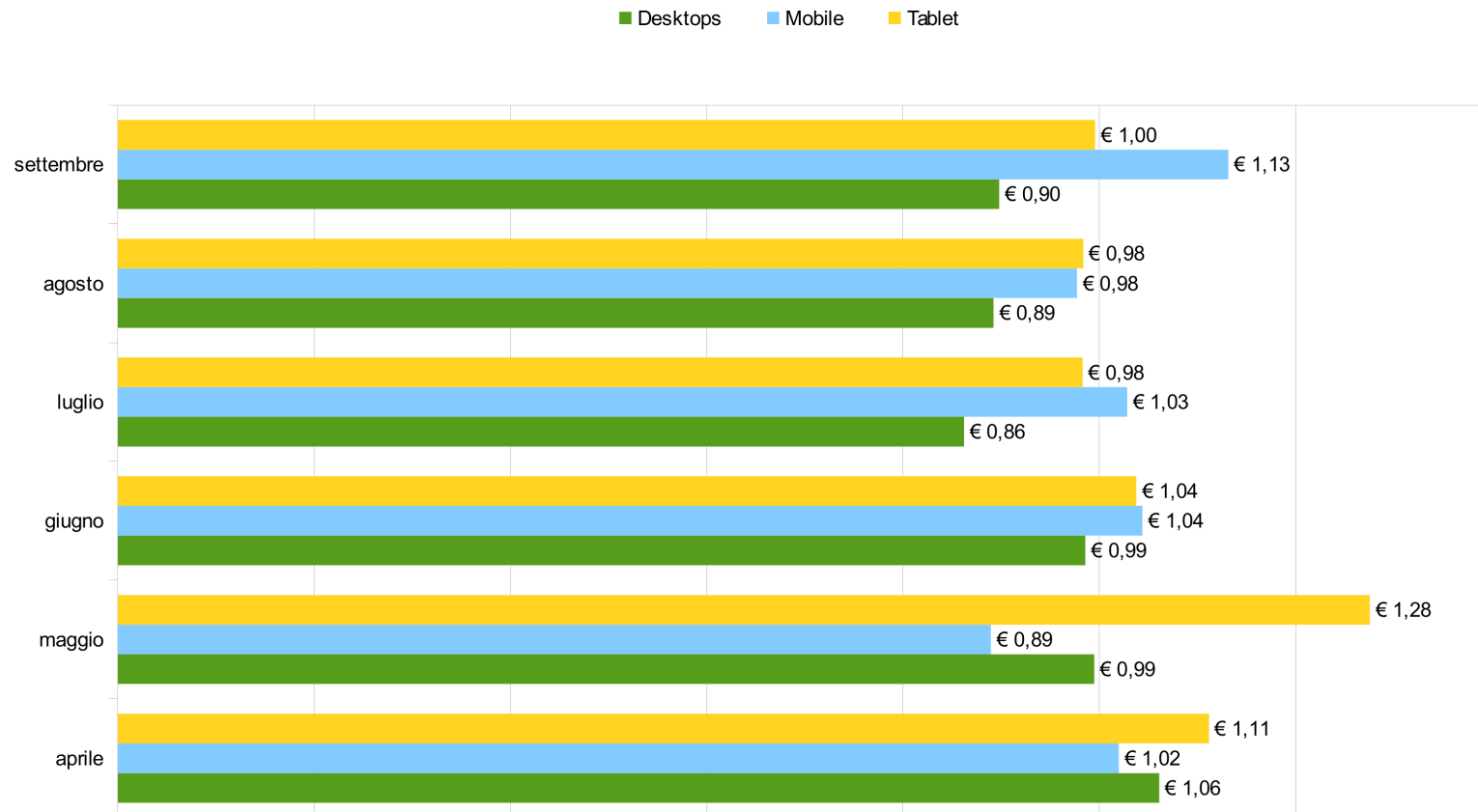
- Nel 2013 vediamo come il CTR sia decisamente superiore rispetto all'anno prima. In entrambi gli anni si evidenzia un calo del CTR nel mese di agosto per poi tornare a salire nel “periodo caldissimo” di settembre



# CPC medio tra i vari device

- Come si vede il CPC più “economico” è quello dei desktop, mentre l'unico che costa sempre di più rispetto ai desktop è quello del tablet. L'andamento dei CPC nel secondo è in crescita costante per tutti e tre i device.

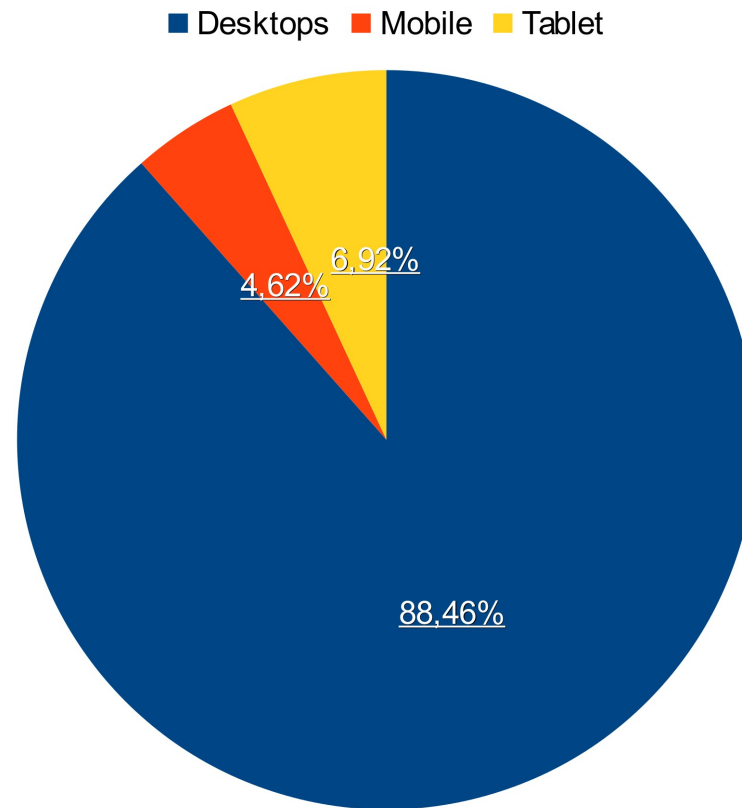
CPC medio dei diversi device 2013



# CPC medio tra i vari device

- Questo grafico a torta mostra la distribuzione del budget 2013 dei nostri clienti da cui abbiamo presi questi dati a campione.

Distribuzione del Budget tra i vari device



## **Pro:**

- Controllo diretto sul budget quotidiano
- Possibilità di sviluppare internamente capacità e conoscenze nel PPC
- Sviluppare un comprensione chiara di cosa funziona bene e cosa invece no
- Capacità di effettuare immediatamente delle modifiche con il copy, le landing pages, i budget
- Acquisire una migliore gestione del mezzo PPC

## **Contro:**

- Bisogna avere dello staff con esperienza tecnica e commerciale in grado di gestirlo
- È facile perdere soldi se non amministrato correttamente
- Necessità di tempo per effettuare il lavoro

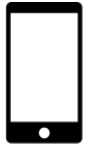


## **Pro:**

- È possibile comprare competenze e tempo secondo le necessità
- Utilizzare il servizio esterno per formare personale interno per gestire in futuro il compito
- I fornitori di servizio sono sempre aggiornati su pratiche e novità, tu non lo dovrai fare ma ne trarrai comunque i benefici
- Ottieni risultati più velocemente, e probabilmente con un ROI maggiore

## **Contro:**

- La selezione del fornitore è una sfida che richiede tempo ed energie
- Può essere difficile trovare un fornitore che decida di lavorare con un piccolo budget
- Il costo del servizio



+39 320 9648 958



[www.educationmarketing.it](http://www.educationmarketing.it)



[www.hostsnc.com](http://www.hostsnc.com)



[info@hostsnc.com](mailto:info@hostsnc.com)