

ADVERTISING

Kit campagne sostenibili

Economia, misurazione, coerenza tra messaggio e pagina, test e diagnosi del budget.

COME USARLO

Compila le caselle, conserva i dati usati e scegli una sola priorità per ciclo. I punteggi servono a ordinare il lavoro, non a promettere risultati.

e-roe.it/risorse



01 / Break-even

Dato	Valore	Fonte
Valore medio ordine		Gestionale
Margine di contribuzione		Contabilità
Tasso contatto→cliente		CRM
Valore cliente		Ordini storici

ATTENZIONE

Non confondere ricavi e margine. Una campagna può mostrare vendite e restare economicamente insostenibile.

Break-even ROAS = $1 / \text{margine di contribuzione}$. CAC massimo = $\text{valore cliente} \times \text{margine disponibile}$. CPL massimo = $\text{CAC massimo} \times \text{tasso contatto} \rightarrow \text{cliente}$.

02 / Tracking readiness

☐ Evento primario definito		☐ Evento testato	
☐ Valore inviato		☐ Deduplicazione	
☐ UTM coerenti		☐ Cookie e consenso	
☐ Pagina di conferma		☐ CRM collegato	
☐ Test da mobile		☐ Verifica settimanale	
Evento	Piattaforma	CRM	Esito test
Richiesta			
Appuntamento			
Proposta			
Cliente			

03 / Coerenza annuncio-pagina

Elemento	Annuncio	Pagina	Coerente?
Pubblico			
Problema			
Promessa			
Prova			
Azione			

04 / Matrice test e diagnosi budget

Segnale	Possibile causa	Primo controllo
Poche visite	asta o pubblico	copertura e CPM
Visite, poche azioni	pagina o offerta	coerenza e mobile
Azioni, pochi clienti	qualità o vendita	CRM e tempi risposta
Clienti, margine basso	economia	CAC e margine

TEST

Cambia una dimensione per volta: apertura, visual, pubblico oppure offerta. Registra ipotesi e criterio di arresto prima di avviare.

PASSO SUCCESSIVO

Conserva questo documento come baseline. Ripeti la valutazione tra 30 giorni e confronta solo dati raccolti con lo stesso metodo.