

LINKEDIN ADS

La lista di controllo per
campagne LinkedIn B2B efficaci



Definisci l'obiettivo della campagna



Brand awareness

Aumenta la **visibilità** del tuo marchio nel settore.



Generazione lead

Raccolta **contatti** qualificati per il tuo team commerciale.



Visite al sito

Indirizza **traffico** mirato verso le tue pagine web.



Conversioni

Spingi gli utenti a compiere **azioni specifiche**.

LinkedIn Ads

Scegli il tuo obiettivo di campagna

Notorietà

☐ Notorietà del brand

Considerazione

☒ Visite al sito web

☐ Coinvolgimento

☐ Visualizzazioni video

Conversioni

☐ Generazione di contatti

☐ Conversioni sul sito web

☐ Candidati per offerte di lavoro



Per il B2B, la generazione di lead con form nativo o una strategia contenuto-contatto risulta particolarmente efficace.



Perfeziona il targeting



Escludere attivamente i profili non pertinenti è fondamentale. Elimina freelance o studenti se vendi a grandi aziende.



Crea un'offerta di valore

Guide e report

Contenuti scaricabili che risolvono problemi specifici



Demo gratuita

Prova diretta del prodotto o servizio



Webinar

Eventi online con esperti del settore



Case study

Risultati concreti ottenuti con clienti reali



Offri contenuti che risolvono problemi reali del tuo target. Dimostri competenza prima ancora di chiedere un contatto commerciale.

Scegli il formato giusto

Immagine singola

Formato classico con alta visibilità nel feed.

Caroselli

Racconta una storia più complessa attraverso più immagini.

Video

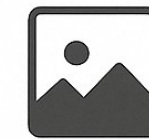
Aumenta l'**engagement** con contenuti dinamici.

Form lead generation

Raccogli **contatti** direttamente su LinkedIn.

LinkedIn ads

Formati della campagna



Annuncio con un'immagine



Annuncio con un video



Annuncio con un carosello



Annuncio a riquadro di testo



I formati caroselli e video generalmente producono lead di qualità superiore. Permettono di comunicare più valore in un singolo annuncio.



Pianifica budget e test

Imposta budget sostenibile

Imposta un budget in base ai tuoi obiettivi.
Non serve esagerare ma nemmeno stare troppo bassi, se no l'algoritmo non apprenderà.

Crea varianti creative

Testa 2-3 versioni diverse di copy e immagini.
Continua con quella che performa meglio.

Analizza per 10-15 giorni

Raccogli dati sufficienti prima di ottimizzare.
Aspetta a modificare subito, la campagna deve avere il tempo di performare.



Meglio testare pochi segmenti ben definiti che partire troppo larghi.
Concentrati su nicchie specifiche per massimizzare l'efficacia.



Ottimizza la destinazione

Form LinkedIn

Vantaggi:	Ideale per:
• Compilazione semplice • Dati precompilati • Meno attrito	• Formato: lead gen • Target: manager/operativi • Obiettivo: quantità di lead

Landing Page

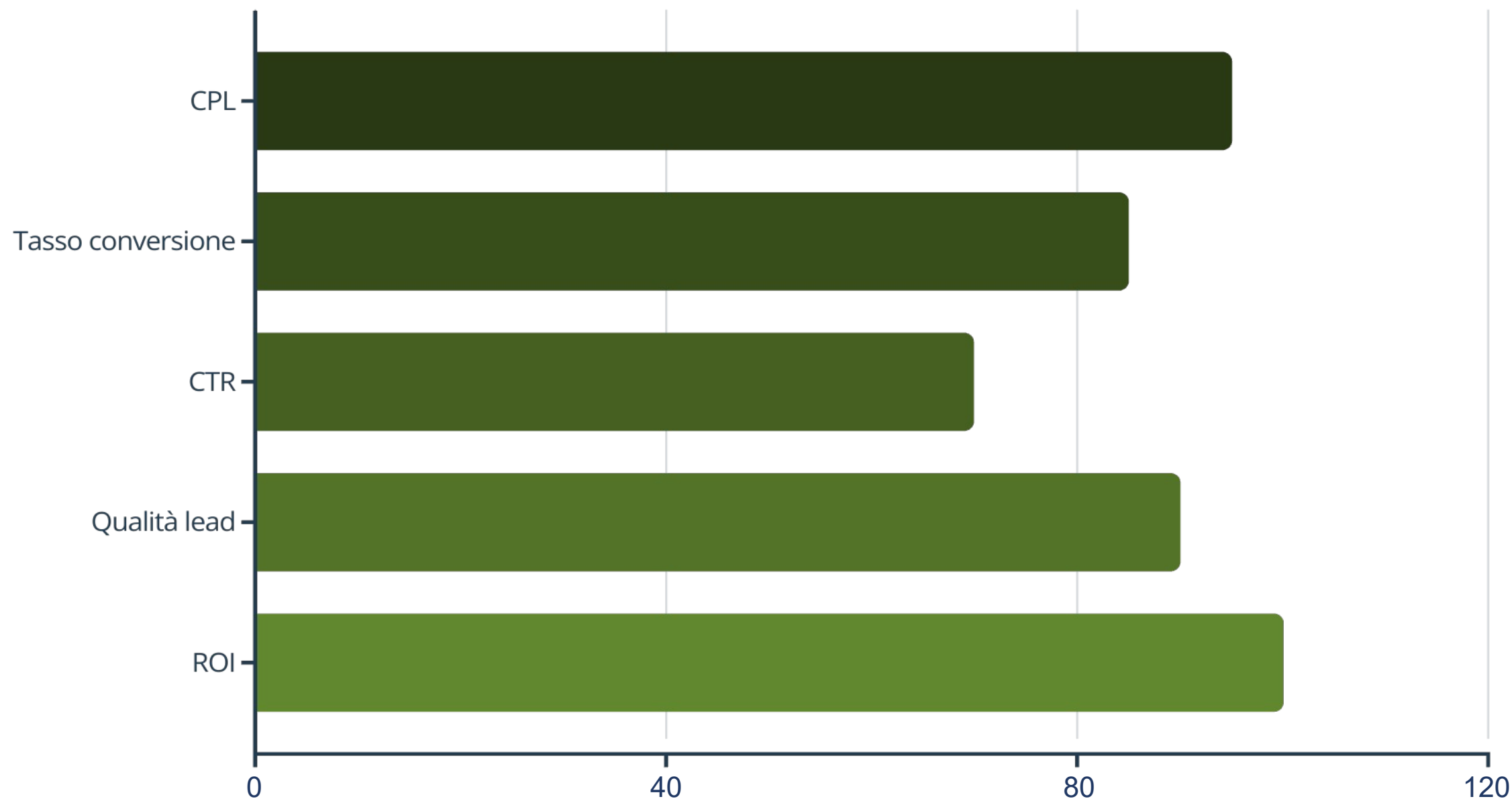
Vantaggi:	Ideale per:
• Maggiore controllo • Più spazio per i contenuti • Esperienze personalizzate	• Formato: conversation/document • Target: C-level/tecnici • Obiettivo: qualità di lead



In entrambi i casi, assicurati che l'esperienza sia coerente con l'annuncio. Scegli la destinazione migliore in base ai tuoi obiettivi di business.



Misura i KPI corretti



Non limitarti alle metriche standard. Verifica la qualità dei lead e traccia il loro percorso fino alla conversione finale.



E tu sei pronto a gestire campagne [LinkedIn Ads](#) efficaci?

Scopri di più richiedendo una consulenza gratuita!

Contattaci

