

LinkedIn Ads B2B: piano e registro

Prima della spesa: completa il brief con marketing e vendite e approva i limiti.

ID piano / offerta / responsabile	Periodo di acquisizione / data di revisione

Aziende servibili: area, settore, dimensioni; problema osservato e sua fonte.

Primo ruolo da raggiungere / altri decisori	Offerta / prova disponibile / passo successivo

Targeting: criteri AND/OR, lingua, esclusioni; copertura stimata e data.

Formato / destinazione / ID modulo	ID annunci A e B / unica differenza

Qualificato: requisiti verificabili. Opportunità: esigenza, responsabile e prossimo passo.

Proprietario lead / termine di ricontatto	Origine nel CRM / duplicati / due test esclusi

Finestra clic / vista / modello attribuzione	Tetto media / data fine / altri costi separati

Ipotesi di costo e fonte / quantità attese / costo massimo per opportunità.

Esempio simulato: 20 qualificati × 200 € = 4.000 € media; 40 richieste con qualifica al 50%. Non è un benchmark. Se i dati storici mancano, approva un limite esplorativo sostenibile.

Approvazione / interruzione per errore tecnico, perdita dati o limite di spesa:

LinkedIn Ads B2B: piano e registro

Durante e dopo la campagna: usa conteggi unici e conserva gli export alla stessa data.

ID piano / data export / fonte

Coorte: acquisiti dal / al; età minima e massima

Valutati = qualificati + non qualificati. In attesa = unici - valutati. Escludi test e duplicati. Conta una sola opportunità per trattativa, anche se coinvolge più contatti.

Data / controllo	Spesa €	Unici	Valutati	In attesa	Qualif.	Opp.
Giorno 2						
Giorno 5						
Giorno 10						
Giorno 20						
+5 gg lavorativi						
Lettura 30 gg						
Lettura 60 gg						
Lettura 90 gg						

30/60/90 giorni: indica la data di lettura e l'età dei contatti; usa coorti di maturazione comparabile. Se il ciclo di vendita è più lungo, continua il monitoraggio senza rinnovo automatico della spesa.

Costo per qualificato = spesa / qualificati. Quota qualificata = qualificati / valutati × 100. Rapporto opportunità/qualificati = opportunità / qualificati × 100: tratta persone e trattative come unità diverse. Costo per opportunità = spesa / opportunità. Denominatore zero: non calcolabile; conserva comunque il conteggio zero e la spesa.

Costo per qualificato / quota qualificata

Opportunità / qualificati; costo per opportunità

Anomalia o motivo di esclusione / prossima azione / proprietario / data:

Decisione: conferma con un nuovo limite approvato / correggi pubblico, offerta o ricontatto / attendi qualifica o maturazione / interrompi. Registra la ragione con i dati che la sostengono.

Esito / ragione / limite successivo, se approvato: