

Landing page Meta Ads: registro QA

Prepara le prove: annuncio, pagina e risultati attesi.

URL / versione della pagina	Annuncio / offerta / responsabile
Pubblico, promessa, condizioni e azione principale:	
Evento / quando inviarlo / ID della richiesta	Connettore / CRM / ambiente di test

Combinazioni proposte: A iPhone/Safari; B Android/Chrome; C Instagram su iPhone; D Facebook su Android. Registra versioni e dispositivi a pagina 2. Ripeti sei scenari in ciascuna combinazione: $6 \times 4 = 24$ percorsi per abbinamento annuncio/pagina. Due abbinamenti richiedono 48 percorsi e due copie del registro.

ID	Azione	Esito atteso
S1	Apri senza scegliere nel banner.	Pagina e modulo accessibili; nessun invio pubblicitario browser/server.
S2	Rifiuta il tracciamento e invia una richiesta valida.	Una richiesta salvata e una conferma; nessun evento pubblicitario.
S3	In un contesto nuovo, accetta e invia dati validi.	Una richiesta salvata; copie Lead con nome e ID uguali, conteggiate una sola volta.
S4	Con consenso: email errata, poi correzione e invio.	Errore vicino al campo, altri dati conservati; Lead solo dopo il salvataggio.
S5	Con consenso: doppio tap e ricarica della conferma.	Un salvataggio e un solo Lead conteggiato; ricaricare la conferma non genera un nuovo evento.
S6	Accetta, revoca prima di inviare, esci e torna.	Scelta conservata, invii successivi bloccati; richiesta e conferma funzionanti.

Imposta la preferenza di tracciamento richiesta da ogni scenario; in S6 verifica che resti al ritorno. Il test di errore di rete e recupero, se necessario, è aggiuntivo ai 24 percorsi. Disattiva notifiche e automazioni reali ed escludi i contatti di prova dai report commerciali.

Landing page Meta Ads: registro QA

Registra ogni prova; indica dove trovare log e screenshot senza dati personali.

Abbinamento / data / esecutore

URL / versione / ID annuncio

Dispositivo, sistema, app/browser e versioni:

A iPhone/Safari

B Android/Chrome

C Instagram su iPhone

D Facebook su Android

Esito: OK (riuscito), FAIL (fallito), NE (non eseguito). ID: richiesta e copie browser/server. Prova/CRM: indica il log o lo screenshot che documenta il risultato e l'arrivo nel CRM. Descrivi i difetti a pagina 3.

Percorso	Consenso / esito	ID richiesta / evento	Prova / CRM	Difetto
A / S1				
A / S2				
A / S3				
A / S4				
A / S5				
A / S6				
B / S1				
B / S2				
B / S3				
B / S4				
B / S5				
B / S6				
C / S1				
C / S2				
C / S3				
C / S4				
C / S5				
C / S6				
D / S1				
D / S2				
D / S3				
D / S4				
D / S5				
D / S6				

I conteggi riguardano percorsi; più fallimenti possono avere la stessa causa. Non copiare dati personali o token di accesso nel registro.

Landing page Meta Ads: registro QA

Riepiloga gli esiti, assegna le correzioni e programma le verifiche successive.

Percorsi riusciti / falliti / non eseguiti	Somma = 24 / prove aggiuntive separate

Difetto 1: percorsi coinvolti, osservazione e riferimento alla prova:

Responsabile / correzione / versione	Percorsi da ripetere / esito / data

Difetto 2: percorsi coinvolti, osservazione e riferimento alla prova:

Responsabile / correzione / versione	Percorsi da ripetere / esito / data

Per confrontare i contatti reali, usa la stessa offerta e gli stessi criteri. Lascia al commerciale lo stesso tempo per valutare ogni richiesta, qualunque sia la sua origine. Conta una sola volta le richieste ripetute dello stesso contatto.

Periodo di arrivo / data della valutazione	Origine / criterio di pertinenza / responsabile

Pertinenti + esclusi + da chiarire = contatti unici. Quota pertinente = $\frac{\text{pertinenti}}{\text{unici}} \times 100$.

Che cosa hai osservato? Quale causa sospetti e come puoi verificarla?

Decisione / responsabile / data del prossimo controllo:

Se perdi richieste, conti due volte un invio o tracci chi ha rifiutato, correggi il problema prima del lancio. Assegna i controlli non eseguiti a chi può completarli. Dopo una correzione, verifica anche gli altri dispositivi che usano il componente modificato.