

# TikTok Ads: scheda budget e registro

Margine e tetto di acquisizione | Prima di richiedere il preventivo

| Progetto / referente / data | Periodo / mercato / valuta |
|-----------------------------|----------------------------|
|                             |                            |

Prodotto, offerta, pagina di arrivo e azione misurata:

**Usa lo stesso denominatore:** ordini validi oppure nuovi clienti. Nel secondo caso conta solo i nuovi clienti e attribuisce loro i costi pertinenti. Non inserire dati personali.

|                                                                              |  |
|------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>A</b>   Ricavo netto per ordine (tolti IVA, sconti e rimborsi)            |  |
| <b>B</b>   Costi variabili: merce, logistica, commissioni, assistenza e resi |  |
| <b>C</b>   Margine prima del marketing: A – B                                |  |
| <b>D</b>   Quota da lasciare a costi fissi e risultato                       |  |
| <b>E</b>   Tetto completo di acquisizione: C – D                             |  |
| <b>N</b>   Ordini validi previsti / fonte dello storico                      |  |
| <b>O</b>   Costi operativi attribuiti al periodo (pagina 2)                  |  |
| <b>M</b>   Tetto media per ordine: $E - O / N$ (con $N > 0$ )                |  |

**Esempio simulato, non benchmark:**  $244 / 1,22 = 200$  € netti; meno 80 € variabili = 120 €; meno 20 € di quota richiesta = 100 € tetto completo. Con 75 ordini e 3.800 € operativi, restano  $100 - 3.800 / 75 = 49,33$  € per ordine per la pubblicità.

Ipotesi da confermare / resi da attendere / fonte e data dei margini:

# TikTok Ads: scheda budget e registro

Preventivo e cassa | Compila quantità, inclusioni ed esclusioni

Avvio / fine / fuso orario / giorni

ID campagna / gruppo / tipo di budget

Minimi documentati in USD: campagna > 50; gruppo giornaliero > 20; gruppo totale almeno 20 × giorni. Verifica i minimi in valuta e la compatibilità nell'account. Campagna e gruppo non sono due spese da sommare. Con budget giornaliero dinamico alcuni giorni possono spendere fino al 25% in più; il limite settimanale è 7 × budget giornaliero.

| Voce                 | Quantità / inclusioni | Importo netto € |
|----------------------|-----------------------|-----------------|
| Pubblicità (media)   |                       |                 |
| Strategia / idee     |                       |                 |
| Produzione / diritti |                       |                 |
| Gestione             |                       |                 |
| Pagina / misurazione |                       |                 |
| Extra / rinnovi      |                       |                 |
| Totale del ciclo     |                       |                 |

Operativi O = totale meno media. Esempio simulato: 3.000 € media (30 giorni × 100 € medi) + 500 € strategia (10 h × 50) + 1.800 € produzione (6 × 300) + 900 € gestione (18 h × 50) + 600 € pagina (12 h × 50) = 6.800 €. Operativi: 3.800 €. Sei video = tre idee × due esecuzioni. Un gruppo ordinario non distribuisce necessariamente 500 € a ciascun video.

Revisioni, territori, periodo dei diritti, rinnovi, esclusioni e scadenze di pagamento:

IVA aggiunta / importo lordo da pagare

Ricariche / saldo disponibile / cambio e commissioni

L'IVA e il saldo non speso vanno distinti dal budget consumato. Conferma il trattamento delle fatture con il commercialista. Approvazione: tetto media + operativi + esborso alle scadenze.

Responsabile approvazione / data

Tetto di perdita autorizzato / controllo previsto

# TikTok Ads: scheda budget e registro

Registro ed esito | Ripeti ai controlli e alla lettura finale

|                                                 |                                              |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Periodo osservato / data lettura / responsabile | Evento / attribuzione clic e visualizzazioni |
|                                                 |                                              |

Proposta della guida: controllo tecnico giorno 2; dati e spesa ai giorni 7, 14, 21, 30. Con finestra di 7 giorni dopo il clic, lettura al giorno 37; attendi anche le altre finestre e aggiorna il conto quando maturano i resi. Non sommare attribuzioni di più piattaforme.

| Dato del periodo                                       | Valore / fonte / data |
|--------------------------------------------------------|-----------------------|
| Spesa media effettiva €                                |                       |
| Costi operativi effettivi € / totale ciclo €           |                       |
| Impressioni / clic destinazione / visite pagina        |                       |
| Acquisti attribuiti / annullamenti / resi              |                       |
| Ordini validi / nuovi clienti (se misurati)            |                       |
| Media / ordini validi €                                |                       |
| Totale ciclo / ordini validi €                         |                       |
| Margine prima del marketing / ordine €                 |                       |
| Tetto completo / ordine € / esito provvisorio o finale |                       |

**Formule:** CPM = media / impressioni × 1.000; CPC = media / clic; CPA attribuito = media / acquisti attribuiti. Costo completo = (media + operativi) / ordini validi. Con denominatore zero il rapporto non è calcolabile: registra spesa e zero ordini.

**Esempio simulato:** 3.000 € / 50 acquisti = 60 € CPA attribuito; dopo 5 annullamenti, 3.000 / 45 = 66,67 € media e 6.800 / 45 = 151,11 € completi. Con margine 120 € per ordine, 45 × 120 – 6.800 = –1.400 € prima dei costi fissi. Il tetto completo è 100 €: non aumentare il budget sul solo CPA. Servirebbero 68 ordini validi a spesa e costi invariati.

Decisione / correzione necessaria / dato mancante / prossimo controllo:

|                                       |                                                   |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Nuovo perimetro e limite da approvare | Responsabile / scadenza / data aggiornamento resi |
|                                       |                                                   |