

# ChatGPT Ads è in Italia.

Cosa sapere per partire: accesso, struttura, bidding, tracciamento e un piano di test per i primi 30 giorni.

POWERED BY DAVIDE COSMAI



**Davide Cosmai**

META ADS EXPERT & GROWTH STRATEGIST

[www.davidecosmai.com](http://www.davidecosmai.com)

## Cosa sta succedendo davvero

Il punto chiave è distinguere il test degli annunci, l'apertura del self-service e il rollout europeo. Sono tre momenti diversi, e confonderli porta a decisioni sbagliate su quando partire.

### FASE 1 TEST USA

Parte il test degli annunci negli Stati Uniti, inizialmente per utenti adulti dei piani Free e Go.

### FASE 2 SELF-SERVICE

OpenAI avvia il rollout del beta self-service Ads Manager, introduce il CPC e amplia la misurazione con Pixel e Conversions API.

### FASE 3 EUROPA

ChatGPT Ads si espande in 31 mercati europei, Italia inclusa. L'accesso iniziale passa da Ads Solutions e partner.

### OGGI ITALIA

Il self-service tramite Ads Manager è disponibile nei 31 mercati europei: dall'Italia compri in autonomia, senza passare da un'agenzia.

**Attenzione a una confusione frequente.** Il test negli Stati Uniti e l'arrivo del beta self-service sono due momenti distinti: il primo riguarda la comparsa degli annunci, il secondo la possibilità di comprarli da soli.

#### Separati dalle risposte

Gli annunci sono etichettati e non influenzano le risposte di ChatGPT.

#### Conversazioni private

Gli inserzionisti non ricevono chat, memoria o dati personali degli utenti.

#### Free e Go

Gli annunci possono apparire sui piani Free e Go; non agli account identificati come under 18.

# Come si accede dall'Italia

L'Italia è dentro il rollout europeo e il self-service Ads Manager è aperto: puoi registrarti e comprare da solo. I canali assistiti restano disponibili per chi preferisce partire accompagnato.

## CANALE DIRETTO

### Self-service Ads Manager

Registri l'account, verifichi l'idoneità del mercato e crei la campagna da solo. È la strada normale oggi.

## CANALE ASSISTITO

### Ads Solutions, agency e partner

Il team commerciale di OpenAI e i partner tecnologici restano il canale per budget importanti o per chi vuole supporto in avvio.

## Cosa mettere a posto prima di spendere

1

### Account e idoneità

Registrati su [ads.openai.com](https://ads.openai.com) e verifica che il tuo mercato e il tuo settore siano ammessi.

2

### Impianto pronto

Tracciamento, pagina di destinazione, creatività e struttura vanno preparati prima del primo giorno di erogazione, non dopo.

3

### Criteri di uscita

Decidi in anticipo quale risultato rende accettabile il test e quale ti fa fermare. Dopo, con i dati davanti, è tardi.

Il vantaggio di chi arriva presto non è spendere prima. È arrivare con misurazione e criteri decisionali già pronti.

# La struttura è semplice. La logica di matching no.

## LIVELLO 1

### Campaign

Obiettivo, budget, date, paesi, piattaforme e, quando disponibili, audience.

## LIVELLO 2

### Ad Group

Tema, intento, context hints e strategia di offerta.

## LIVELLO 3

### Ad

Brand, titolo, copy, pagina di destinazione e immagine.

## Gli obiettivi disponibili

| OBIETTIVO | SERVE PER                           | PAGAMENTO               | OTTIMIZZAZIONE                                  |
|-----------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| CPM       | Reach e visibilità                  | Per 1.000 impression    | Delivery a scala                                |
| CPC       | Traffico e click                    | Per click valido        | Utenti più propensi al click                    |
| oCPC      | Azioni dopo il click                | Per click valido        | Conversioni che seguono un click                |
| oCPM beta | Azioni dopo click e visualizzazioni | Per impressioni servite | Conversioni che seguono click e visualizzazioni |

## CONTEXT HINTS

Descrivono quando il tuo prodotto o servizio può essere utile: conversazioni, temi, parole. Non sono keyword a corrispondenza esatta e non garantiscono la comparsa su una query specifica.

## IMPLICAZIONE PRATICA

Costruisci gli ad group attorno a problemi, bisogni e intenti, non copiando una struttura di interessi da Meta.

**Il valore del bid non è quello che credi.** Nelle campagne a conversione l'offerta massima non è un costo per click: è quanto sei disposto a pagare per una conversione. Nel pannello si chiama Bid Cap e non è né il prezzo della conversione né un CPA garantito. Via API si esprime in milionesimi dell'unità di valuta: 100 dollari si scrivono 100000000. Obiettivo, modello di fatturazione ed evento di conversione non si cambiano dopo la creazione.

# L'automatico c'è. Ma non garantisce efficienza.

## MAXIMIZE RESULTS

Per gli ad group idonei è selezionato di default. ChatGPT Ads imposta e modifica automaticamente le offerte per massimizzare click o conversioni dentro il budget.

## COSA FA

Ottimizza per il risultato scelto.  
Riduce la gestione manuale del bid.  
Può essere sostituito con controlli manuali o avanzati.

## COSA NON FA

Non garantisce un CPA specifico.  
Non garantisce un CPC o un ROAS target.  
Spendere non equivale a performare.

## Budget: il controllo più importante

### Daily

È un target di delivery: la spesa giornaliera può oscillare sopra o sotto il valore impostato.

### Total

È il limite complessivo della campagna e rappresenta il controllo più rigido sul totale speso.

**Minimo giornaliero (EUR)** 15 EUR · varia per valuta di fatturazione dell'account

**Bid di partenza consigliato (CPC)** 3-5 USD per click, indicazione di OpenAI

**Oscillazione del daily** mai oltre il doppio del giornaliero in un giorno, né oltre sette volte in sette giorni

**Approccio prudente.** Per un primo test definisci prima un tetto economico complessivo e il risultato di business che renderà il test accettabile. Poi lascia che il bidding lavori entro quel perimetro.

## Non portarti dietro la logica “interessi + creatività”.

### PIATTAFORME

Puoi includere iOS App, Android App e Web. Il reporting raggruppa i device in Mobile e Desktop: il dettaglio per singola piattaforma è ancora limitato.

### TARGETING

Sono disponibili targeting geografico e, per account idonei, custom audiences. La disponibilità delle località varia per mercato.

### L'annuncio: semplice, ma con specifiche precise

|                 |                                                                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titolo</b>   | 16-24 caratteri consigliati · massimo 50                                |
| <b>Copy</b>     | 32-48 caratteri consigliati · massimo 100                               |
| <b>Immagine</b> | PNG/JPG quadrata · massimo 1200 × 1200                                  |
| <b>Landing</b>  | URL valido, raggiungibile, non deve bloccare OAI-AdsBot e OAI-SearchBot |
| <b>Brand</b>    | Nome inserzionista + favicon/logo                                       |

L'annuncio può apparire mentre la persona sta esplorando, confrontando o decidendo. Il messaggio deve essere utile in quel momento, non solo capace di fermare lo scroll.

**Da dove partire:** domande commerciali reali, obiezioni, confronti, criteri di scelta e problemi che emergono nelle call, nelle email e nel CRM. Sono materiale più utile di una semplice trasposizione del tuo best ad Meta.

# Il tracking va messo prima del primo euro.

ChatGPT Ads supporta Pixel, Conversions API e parametri dinamici sull'URL. Il setup corretto ti permette di leggere insieme Ads Manager, analytics e CRM.

## OpenAI Pixel

Misura eventi web e cattura automaticamente `oppref` dalla landing page quando disponibile, conservandolo in un cookie di prima parte.

## Conversions API

Invia eventi lato server. Se `oppref` è disponibile, va passato senza modificarlo per aiutare il matching del click.

## Parametri URL dinamici supportati

```
{campaign_id} · {ad_group_id} · {ad_id} · {ad_account_id}
```

`oppref` non è uno dei macro UTM elencati: è un identificatore di attribuzione gestito separatamente dal Pixel e dalla Conversions API.

## Stringa UTM pronta all'uso

```
utm_source=chatgpt&utm_medium=paid&utm_campaign={campaign_id}&utm_term={ad_group_id}&utm_content={ad_id}
```

## Checklist minima

- ☐ Pixel inizializzato e testato sulla landing e sulla pagina di conversione.
- ☐ UTM visibili in GA4 con un click reale di test.
- ☐ CRM che salva almeno source, campagna, ad group, ad ed esito commerciale.
- ☐ Evento di conversione corretto e associato alla campagna prima del traffico.
- ☐ Con Pixel e CAPI insieme, stesso event ID per deduplicare lo stesso evento.

# Primo test: 30 giorni per trovare un segnale.

Questa è una struttura operativa prudente, non una regola ufficiale di OpenAI. Lo scopo è imparare senza frammentare troppo budget e dati.

## 1 Una campagna, un obiettivo di business

Non mescolare awareness, traffico e conversione nello stesso test mentale. Parti da ciò che vuoi realmente misurare.

## 2 Due o quattro ad group per intenti diversi

Problema urgente, confronto tra alternative, ricerca di prova e credibilità, ricerca di prezzo o di processo.

## 3 Due o tre messaggi realmente diversi per ad group

Cambia la promessa o l'angolo, non solo una parola nel titolo.

## 4 Budget giornaliero più un tetto deciso a monte

Il giornaliero governa la delivery; il tetto complessivo evita che una fase esplorativa diventi una rincorsa alla spesa.

## 5 Evita modifiche continue

Soprattutto su oCPC, valuta la performance su abbastanza volume prima di toccare bid, budget o creatività.

### D1

Tracking, delivery, URL, eventi.

### D7-14

CPC e CPM, comportamento sul sito, prime conversioni.

### D30

CAC e CPA reali, valore del lead, qualità commerciale.

## Come decidere dopo 30 giorni

Le soglie vanno definite prima di partire. Non esiste un benchmark universale di ChatGPT Ads che valga più della tua economia: margine, CAC sostenibile, valore del lead e tasso di chiusura.

| QUANDO           | COSA GUARDARE                                         | LA TUA SOGLIA |
|------------------|-------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Giorno 1</b>  | Pixel e CAPI, UTM, eventi e source nel CRM            | OK / KO       |
| <b>Giorno 7</b>  | Delivery, CPC e CPM medi, CTR, qualità delle sessioni | _____         |
| <b>Giorno 14</b> | Prime conversioni attribuibili e tasso di conversione | _____         |
| <b>Giorno 30</b> | CPA e CAC reali, oppure valore medio del lead         | € _____       |
| <b>Giorno 30</b> | Qualità di lead e clienti valutata da CRM o sales     | 1-5: _____    |

### Le tre uscite possibili

1

#### Continua e scala con criterio

Il risultato di business è dentro il range deciso e il volume è abbastanza stabile. Aumenta gradualmente e verifica che l'efficienza regga.

2

#### Tieni il test vivo, ma piccolo

C'è un segnale, ma costo o volume non convincono. Lavora su offerta, intenti, bid e landing senza moltiplicare la spesa.

3

#### Fermati, oppure correggi la misurazione e riparti

Nessun segnale dopo un volume sufficiente: stop. Se invece il tracking è incompleto, non concludere che il canale non funziona: il test è semplicemente non leggibile.

## Sei cose da ricordare

1

**L'Italia è dentro**

Il self-service Ads Manager è aperto nei mercati europei: compri in autonomia, senza intermediari.

2

**I canali assistiti restano**

Ads Solutions e i partner tecnologici sono ancora la strada per chi vuole supporto in avvio.

3

**Tre obiettivi, quattro modi di pagare**

CPM, CPC e l'obiettivo Conversioni, che si compra a click (oCPC) o a impressioni (oCPM, in beta). Maximize Results automatizza il bid, ma non garantisce CPA né ROAS.

4

**I context hints non sono keyword**

Aiutano il matching descrivendo quando il tuo prodotto serve, senza corrispondenza esatta né garanzia di delivery.

5

**Il tracking viene prima della spesa**

Pixel, Conversions API, `oppref`, UTM e CRM vanno predisposti prima del primo euro.

6

**La piattaforma è in beta**

Disponibilità, formati e funzioni possono cambiare rapidamente: verifica prima di applicare un'impostazione.

### Fonti ufficiali

OpenAI, annunci "ChatGPT Ads expands across Europe" ([openai.com/index/chatgpt-ads-expands-across-europe](https://openai.com/index/chatgpt-ads-expands-across-europe)) e "New ways to buy ChatGPT ads" ([openai.com/index/new-ways-to-buy-chatgpt-ads](https://openai.com/index/new-ways-to-buy-chatgpt-ads)).

OpenAI Help Center: Ads in ChatGPT: The Basics (art. 20001207) · Create Campaigns for ChatGPT Ads (20001210), da cui minimo giornaliero per valuta e piattaforme · Create Ad Groups (20001211) · Create Ads (20001212), da cui gli user agent da non bloccare · Launch Campaigns (20001209), da cui le specifiche creative · Conversion-optimized Campaigns (20001412), da cui oCPC, oCPM e Bid Cap · Maximize Results Bid Strategy (20001425) · Ads Manager Availability (20001245).

OpenAI Developers: Measurement Pixel; Conversions API; Supported Events; Campaign Targeting; Ad Groups; Ads API.

Le soglie del piano di test a 30 giorni sono una proposta operativa di chi scrive, non una regola di OpenAI.

## Domande?

Se stai valutando ChatGPT Ads per la tua azienda o per un cliente e vuoi capire come impostare un test misurabile, scrivimi.

POWERED BY DAVIDE COSMAI

Davide Cosmai

META ADS EXPERT & GROWTH STRATEGIST  
[www.davidecosmai.com](https://www.davidecosmai.com)