

P.O.R. PUGLIA 2014 – 2020
Avviso Pubblico N. 4/FSE/2018 approvato con Decisione C(2015)5854 del 13/08/2015
Corso ITS VIII Ciclo
“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentare”
(Acronimo: MiDia)

Docente: Dott.ssa Mariachiara Rago

AREA: Social Media Marketing

UF: Instagram



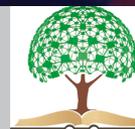


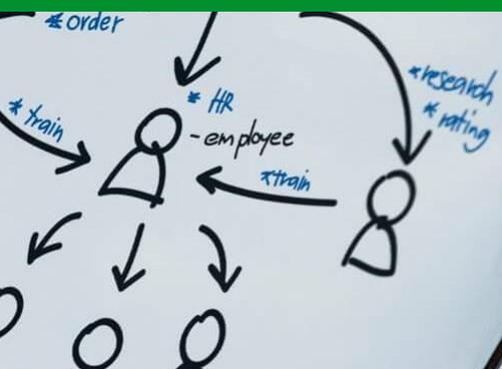
FACEBOOK.

Facebook anni fa, attraverso l'algoritmo, premiava la frequenza più assidua degli utenti attraverso la pubblicazione dei post. Oggi invece premia la qualità dei contenuti e il ciclo vitale di un post è di 3 ore circa (anche se dipende dal numero di interazioni che riceve e l'engagement che crea).

QUANTI POST PUBBLICARE DURANTE LA SETTIMANA?

Il numero ideale per un'ottima pianificazione dei post su Facebook e Instagram è 3/4. Ricordando però che la pagina Facebook non dev'essere utilizzata per riempirla esclusivamente di post finalizzati alla vendita del prodotto e/o servizio.





PLANNING

FACEBOOK.

PIANO EDITORIALE MENSILE

È un insieme di azioni strategiche, che puntano al raggiungimento di un obiettivo (come ad esempio brand awareness); sarà la tua guida per sapere cosa, quando e come pubblicare. L'aumento delle conversioni sarà una conseguenza di una serie di micro-obiettivi che ti sarai posto, dal numero di pubblicazioni giornaliere, settimanali e mensili, al tipo di canali da utilizzare.

FATTORE ENGAGEMENT

- VIDEO +24%
- FOTO +17%
- TESTO +5%





PAGINA VS ACCOUNT FACEBOOK.

«Confondere il profilo personale con la pagina Facebook è come confondere il proprio salotto con il negozio»

ACCOUNT PERSONALE

Il profilo personale è il tuo spazio privato su cui interagire con amici e conoscenti; non è un luogo pubblico dove far pubblicità o promuovere prodotti. È stato concepito da Facebook proprio per socializzare con gli altri.

FANPAGE AZIENDALE

La pagina pubblica serve invece a scopo di business e di promozione di un'attività o marchio.

VIOLAZIONI E RISCHI

Utilizzare il profilo personale per attività pubblicitarie legate alla tua azienda, è vietato.

Continuando ad utilizzare il tuo profilo personale per rappresentare un'agenzia, rischi di perdere in modo permanente l'accesso al tuo account.



FACEBOOK ADS.

COME AUMENTARE IL NUMERO DELLE INTERAZIONI SULLA PAGINA

I contenuti postati sulla pagina saranno visualizzati dai nostri utenti solo per il 4%. Per incrementare le interazioni con post, eventi, video è necessario ricorrere ad uno strumento: Facebook Ads.

COS'È

Facebook Ads è la piattaforma nativa di Facebook per la pubblicazione di annunci all'interno del social network. Se volete intercettare un pubblico che potrebbe essere interessato al vostro prodotto o servizio, sicuramente Facebook Ads farà al caso vostro.

VANTAGGI

A differenza dei vecchi strumenti di marketing tradizionale (volantinaggio, telemarketing ecc), la pubblicità sui social è misurabile e ha un costo molto contenuto rispetto ad altri strumenti di web marketing.



FACEBOOK ADS.

COSTI

Il costo relativo ad una sponsorizzata Facebook non sono definiti, dipendono da diversi fattori:

- TARGET (Età, Sesso, Posizione Geografica, Interessi)
- TIMING (Più è competitivo il settore, più i costi saranno elevati.

Durante le festività, i costi potrebbero aumentare notevolmente

PAGAMENTO

- PER IMPRESSION: pagate per ogni visualizzazione del vostro annuncio
- PER CLICK: pagate solo se qualcuno clicca sul vostro annuncio
- PER ACTION: pagate solo quando un utente compie una determinata azione, come compilare un form d'iscrizione, acquistare un prodotto o visitare una determinata pagina.



FACEBOOK ADS.

LETTURA DEI DATI INSIGHTS

Al termine di una campagna è fondamentale per le attività di advertising future, verificare e analizzare i risultati della promozione.

PRESTAZIONI



FACEBOOK ADS.

DATI DEMOGRAFICI

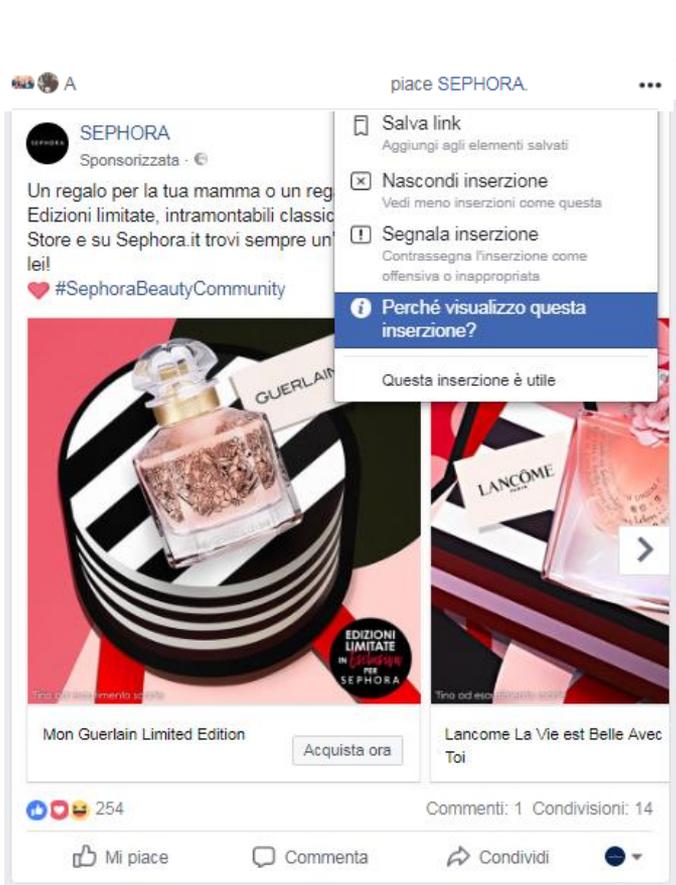


FACEBOOK ADS.

POSIZIONAMENTI



FACEBOOK ADS. PREFERENZE - INTERESSI



The image shows a Facebook advertisement for Sephora. The ad features two perfume bottles: Guerlain Mon Guerlain and Lancôme La Vie est Belle. The text of the ad reads: "Un regalo per la tua mamma o un regalo per te. Edizioni limitate, intramontabili classiche. Store e su Sephora.it trovi sempre un regalo per lei! #SephoraBeautyCommunity". Below the images are buttons for "Acquista ora" and "Acquista ora". A menu is overlaid on the right side of the ad, with a blue arrow pointing to the three-dot menu icon in the top right corner of the ad. The menu options are: "Salva link", "Nascondi inserzione", "Segnala inserzione", "Perché visualizzo questa inserzione?", and "Questa inserzione è utile".

Informazioni su questa inserzione di Facebook

Perché visualizzo questa inserzione?

Un motivo per cui vedi questa inserzione è che SEPHORA desidera raggiungere le persone interessate a: Bellezza. I dati si basano su attività come i "Mi piace" alle Pagine o i clic sulle inserzioni.

Potrebbero esserci altri motivi per cui vedi questa inserzione, tra cui la possibilità che SEPHORA desideri raggiungere le persone di età compresa tra 18 e 24 anni che vivono o si trovavano di recente presso: Italia. I dati si basano sulle informazioni presenti nel tuo profilo Facebook e sul luogo in cui ti connetti a Internet.

Indica se questo argomento ti interessa

Beauty 😊 😐

[Gestisci le tue preferenze relative alle inserzioni](#)

Comunicaci i tuoi commenti

Ti è stata utile questa spiegazione? [Sì](#) [No](#)

[Scopri di più sulle inserzioni di Facebook](#)



FACEBOOK ADS. PREFERENZE - INTERESSI

Le tue preferenze relative alle inserzioni

Scopri cosa influisce sulle inserzioni che vedi e controlla la tua esperienza con le inserzioni.

Scopri informazioni sulle inserzioni di Facebook [↗](#)



I tuoi interessi Chiudi ^

Viaggi, luoghi ed eventi Commercio e industria Notizie e intrattenimento Shopping e moda Hobby e attività **Tecnologia** Altro

Scegli un interesse per visualizzare l'anteprima degli esempi di inserzioni che potresti vedere su Facebook o per rimuoverlo dalle tue preferenze relative alle inserzioni.

 Social media

 Tecnologia

 Digital media

 Siti Web

 Rete sociale

 Inserzionisti con i quali hai interagito

 Le tue informazioni

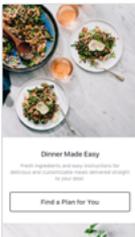
 Impostazioni delle inserzioni

 Nascondi argomenti delle inserzioni

 Come funzionano le inserzioni di Facebook [↗](#)

Inizia con un modello

I modelli sono preimpostati e pronti per l'uso. Devi solo aggiungere i tuoi contenuti. [Learn more.](#)



Aggiornato

Acquisizione dei clienti

Incoraggia i nuovi clienti a scoprire il tuo brand e i tuoi prodotti con una pagina di destinazione per mobile che li incoraggi ad eseguire azioni.

Usa modello

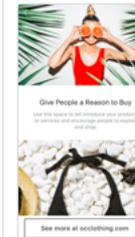


Novità

Modulo

Usa un modulo per creare una lista di clienti potenziali.

Usa modello



Vendi prodotti (senza catalogo)

Crea un'esperienza di acquisto mobile caricando le informazioni dei tuoi prodotti invece di usare un catalogo.

Usa modello

Crea un'esperienza istantanea personalizzata

Crea la tua esperienza interattiva con un layout personalizzato e altre opzioni di progettazione e interazione.

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA
Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”





RIEPILOGANDO...

- Frequenza della pubblicazione (pertinenza, correttezza, qualità, orari)
- Informazioni sull'azienda e sul personal branding (rilasciare contatti utili)
- Rispondete sempre alle domande dei vostri contatti e fatelo in fretta
- Date la precedenza ai contenuti informativi (Regola del 80/20 = 80% contenuti di valore 20% promozione)
- Non siate ripetitivi e non esagerate con l'autopromozione
- Condividete le vostre conoscenze ed esternalizzate la vostra professionalità



COME CREARE UN ACCOUNT FACEBOOK.

- COMPILARE I CAMPI RICHIESTI
- INSERIRE IMMAGINE PROFILO (320 x 320 pixel)
- INSERIRE IMMAGINE COPERTINA (820 x 312 pixel): foto – video – slideshow

AGGIUNGERE AMICI

Le tue richieste di amicizia dovrebbero essere inviate ad amici, familiari e altre persone che conosci e di cui ti fidi su Facebook.

MESSAGGI

I messaggi su Facebook ti consentono di raggiungere all'istante le persone che ti interessano. Puoi inviare foto, allegati, adesivi e GIF ai tuoi amici dalla chat di Facebook o da Messenger.com

FOTO E VIDEO

Puoi condividere una foto o creare un album con una raccolta di foto di un momento o un luogo speciale, come una festa di compleanno o una vacanza. Spetta a te decidere chi può vedere le tue foto e gli album. Se qualcuno ti ha taggato in una foto in cui desideri non essere taggato, puoi rimuovere il tag.

Crea un nuovo account

È gratis e lo sarà sempre.

Data di nascita

Perché devo fornire la mia data di nascita?

Donna

Uomo

Cliccando su Crea account, accetti le nostre [Condizioni e confermi di aver letto la nostra Normativa sui dati, inclusa la Normativa sull'uso dei cookie](#). Potresti ricevere notifiche tramite SMS da Facebook e puoi disattivare questa opzione in qualsiasi momento.

Crea account

Crea una Pagina per un personaggio famoso, una band o un'azienda.

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”



COME CREARE UNA PAGINA FACEBOOK.

INFORMAZIONI PAGINA FACEBOOK

In base al tipo di Pagina, puoi aggiungere diverse informazioni di base. Ad esempio, se il tipo di Pagina è Impresa locale, puoi aggiungere l'indirizzo, il numero di telefono e altre informazioni relative alla tua azienda.

TASTO CALL TO ACTION

Inserire il tasto chiama ora per rendere più semplice il contatto con l'utente Facebook.

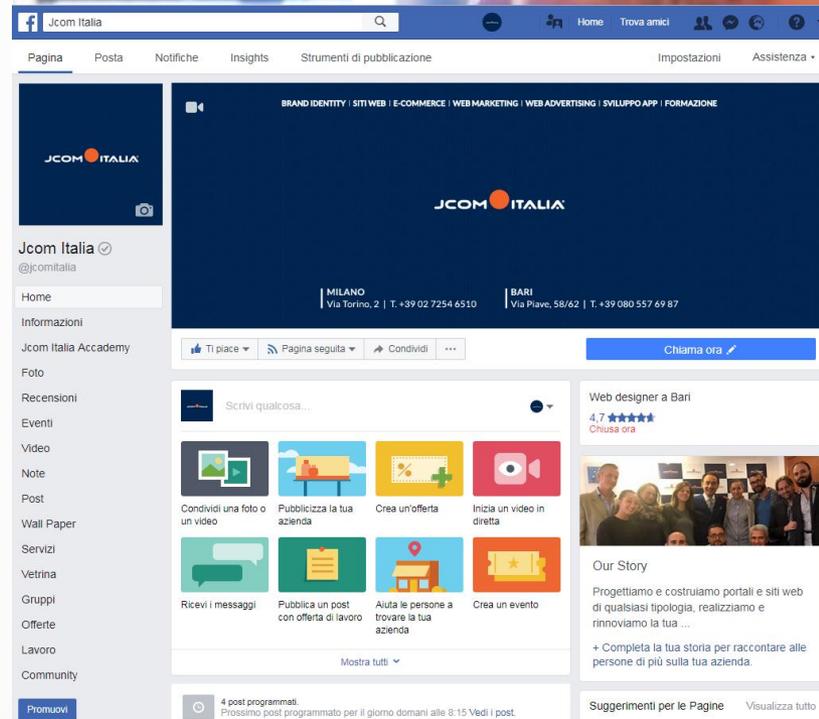
NOMINARE UN AMMINISTRATORE

La gestione della Fanpage può essere eseguita da diversi account personali. A ciascuno si può associare un ruolo diverso (Amministratore, Editor ecc.)

INVITARE AMICI

Per incrementare il numero di seguaci della pagina, è possibile condividerla su:

- Diario Personale
- Bacheca di un amico
- Gruppo
- Invitare amici





SUGGERIMENTO: VERIFICARE LA PAGINA FACEBOOK



FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA
Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”



COME CREARE UN EVENTO SU FACEBOOK.

DIMENSIONE COPERTINA: 784 X 295 PIXEL

INFORMAZIONI PAGINA FACEBOOK

- 1) Clicca su Eventi nel menu a sinistra nella sezione Notizie.
- 2) Clicca su Crea evento
- 3) Dopo aver scelto tra un evento pubblico e uno privato, inserisci il nome, i dettagli, il luogo e l'ora dell'evento.
- 4) Puoi integrare le informazioni inserendo:
 - Categoria per la tua Pagina.
 - Parole chiave dell'evento.
 - Link a un sito web che vende biglietti per l'evento.
 - Specifica per Evento Gratuito
- 5) Clicca su Crea.
- 6) Visualizzerai la pagina dell'evento in cui potrai invitare persone, caricare foto, condividere post e modificare i dettagli dell'evento.

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

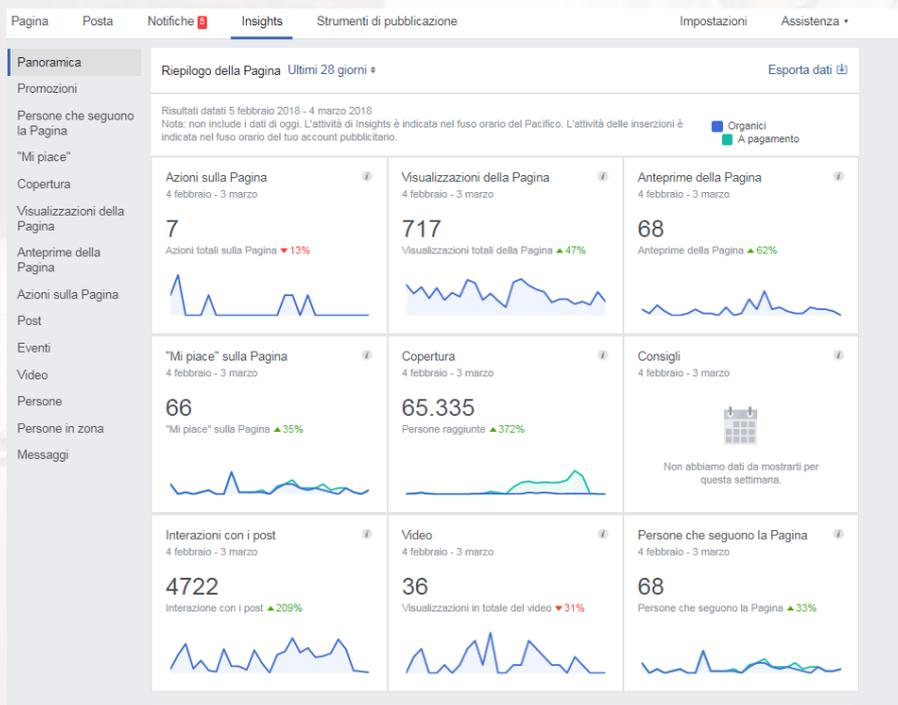
Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”



INSIGHTS.

La Fanpage genera automaticamente dei dati relativi alla gestione delle attività svolte negli ultimi 7 – 28 giorni.



STRUMENTI DI PUBBLICAZIONE.

I post possono essere programmati attraverso lo strumento di pubblicazione su Facebook e Instagram.



Pagina Centro... Posta **1** Eventi Gestis... **Strum...** Altro ▾ Edit Page Info Impostazioni Assistenza ▾

Storie
Archivio delle storie

Post
Post pubblicati
Post programmati
Bozze
Post temporanei

Video
Libreria video
Video per cui puoi effettuare il cross-posting

Strumenti
Creator Studio ↗
Raccolta di audio ↗

Offerte di lavoro
Candidature per l'offerta di lavoro

Contenuti brandizzati
Post da controllare
I tuoi post

Post pubblicati [+ Crea](#)

Cerca... Azioni ▾

<input type="checkbox"/>	Post	Copertura	Clic/Azioni	Publicati
<input type="checkbox"/>	Vivi un'esperienza da protagonista e aggiudicati uno stage formativo in	265	8	10 ott 2019 alle ore 12:24 Mariachiara Jcom Rago
<input type="checkbox"/>	Jcom Italia ha condiviso un post.	166	6	10 ott 2019 alle ore 11:46 Pietro Jcom Zingaro
<input type="checkbox"/>	Mattinata formativa rivolta agli agenti immobiliari aderenti al Consorzio CAI. II	873	83	8 ott 2019 alle ore 14:16 Mariachiara Rago
<input type="checkbox"/>	Dopo il grande successo della prima edizione, Jcom Italia riapre le porte della	537	42	4 ott 2019 alle ore 17:06 Mariachiara Rago
<input type="checkbox"/>	Jcom Italia presenta il nuovo sito web della Scuola dei Fiori: Nido e scuola	356	14	3 ott 2019 alle ore 11:00 Pietro Jcom Zingaro
<input type="checkbox"/>	Jcom Italia ha aggiunto un evento.	179	2	3 ott 2019 alle ore 10:00
<input type="checkbox"/>	Il team della Jcom Italia comunica la chiusura anticipata delle iscrizioni relative	704	26	2 ott 2019 alle ore 18:15 Pietro Jcom Zingaro
<input type="checkbox"/>	Il team della Jcom Italia augura a tutti, indimenticabili momenti da condividere	861	46	2 ott 2019 alle ore 10:30 Pietro Jcom Zingaro
<input type="checkbox"/>	Jcom Italia è lieta di presentarvi il nuovo sito web di Numeri Primi Srl, azienda	810	37	1 ott 2019 alle ore 12:40 Pietro Jcom Zingaro
<input type="checkbox"/>	Siamo lieti di comunicare che il dott. Marco Guaragnella, direttore marketing	589	33	28 set 2019 alle ore 17:00 Pietro Jcom Zingaro

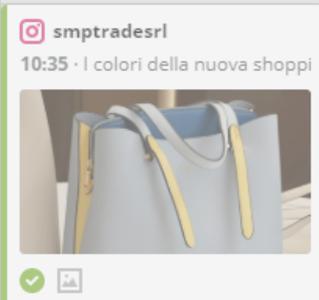
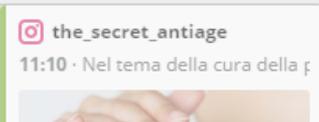
FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA
Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”



Editor Pianificazione Contenuto Promuovi

Tutti i post < > 13-19 ottobre 2019 OGGI ESTESO

	GMT +02:00	Sole 13	1	Mon 14	2	mar 15	2	sposare 16	1
MATTINO	07:00								
8 DEL MATTINO									
9 DEL MATTINO									
10 DEL MATTINO									
11 DI MATTINA									

RETE

- Logo 1
- Logo 2
- Logo 3
- Logo 4
- Logo 5
- Logo 6
- Logo 7
- Logo 8
- Logo 9
- Logo 10
- Logo 11
- Logo 12



FACEBOOK – CREATOR STUDIO

The screenshot displays the Facebook Creator Studio interface. At the top, there's a blue navigation bar with 'Creator Studio', a Facebook icon, and an Instagram icon. Below this, the user profile 'Jcom Italia' is visible. The main area is titled 'Home' and contains several sections:

- Publicazione su Instagram e IGTV ora disponibile:** A section for publishing content to Instagram and IGTV. It includes a 'Pubblica qualcosa...' input field, a 'Carica un video' button, and a 'Trasmetti in diretta' button. Below this is a 'Prova subito' button and an 'Ignora' link.
- Recenti Post:** A list of recent posts from the last 7 days. Two posts are shown:
 - Vivi un'esperienza da prot:** Published on 10/10/2019 at 12:24. It has 0 visualizations and 5 interactions.
 - Aggiornamento di stato:** Published on 10/10/2019 at 11:46. It has 0 visualizations and 1 interaction.
- Dati statistici (Ultimi 7 giorni):** A summary of performance metrics:
 - Minuti di visualizzazione: 1 (▼ 72.7%)
 - Visualizzazioni del video di 1 minuto: 0 (▼ 100%)
 - Follower netti: 0 (▲ 0%)
- Post (Ultimi 28 giorni):** A summary of post management:
 - 1 post programmato
 - 0 bozze
 - 0 post temporanei

A blue tooltip box is overlaid on the 'Dati statistici' section, containing the text: 'Ora ti forniamo le metriche relative a visualizzazioni e interazioni per tutti i post pubblicati negli ultimi 7 giorni.'



FACEBOOK – GESTIONE INSERZIONI

★ Usati di frequente	☰ Pianificazione	+ Creazione e gestione	📊 Misurazione e report	🗄️ Risorse	⚙️ Impostazioni
Gestione inserzioni Analytics Audience Insights	Audience Insights Pianificazione delle campagne Creative Hub	Business Manager Gestione inserzioni Gestore delle vendite Post della Pagina Dashboard gestione app Strumento di assistenza per le inserzioni sulle app Regole automatizzate	Report pubblicitari Testa e impara Attribution Analytics Gestione eventi Pixel Eventi offline Eventi nell'app Conversioni personalizzate Integrazioni partner	Pubblico Immagini Cataloghi Sedi dei punti vendita Brand safety Liste di elementi bloccati Video	Impostazioni Impostazioni di Business Manager Fatturazione
Tutti gli strumenti >	 Posiziona il cursore per ottenere maggiori informazioni su un link.				



FACEBOOK – GESTIONE INSERZIONI: CAMPAGNE

Panoramica account | Campagne | Gruppi di inserzioni | Inserzioni

+ Crea | Duplica | Modifica | Regole

Visualizza configurazione | Colonne: Personalizzata | Dettagli

	Nome della campagna	Pubblicazione	Budget	Risultati	Copertura	Impression	Costo per risultato	Importo speso	Fine	Frequenza	Clic unici sul link	Clic sul link	Iscrizioni completate sul sito web
<input checked="" type="checkbox"/>	MASTERCLASS STUDENTI 3 EDIZIONE	Attiva	€ 50,00 Totale	19 Contatti (m...	4276	10.889	€ 2,52 Per contatt...	€ 47,87	15 ott 2019	2,55	52	59	—
<input checked="" type="checkbox"/>	ABRACADABRA BABBO NATALE	Attiva	€ 50,00 Totale	1769 Copertura	1769	1769	€ 0,38 Per 1000 p...	€ 0,68	31 ott 2019	1,00	—	—	—
<input checked="" type="checkbox"/>	Post: "La notte di Halloween si avvicina 🎃 Hai già..."	Attiva	€ 10,00 Totale	29 Interazioni ...	854	1001	€ 0,09 Per interazi...	€ 2,63	18 ott 2019	1,17	3	3	—
<input checked="" type="checkbox"/>	MASTERCLASS 3 - APPASSIONATI	Programmata 16 ott 2019, 09:00	€ 50,00 Totale	— Contatto (...)	—	—	— Per contatt...	€ 0,00	20 ott 2019	—	—	—	—
<input checked="" type="checkbox"/>	Post: "Illumina il cuore di chi ami con il neon led a..."	Programmata 31 ott 2019, 10:00	€ 10,00 Totale	— Interazione...	—	—	— Per interazi...	€ 0,00	4 nov 2019	—	—	—	—



FACEBOOK – GESTIONE INSERZIONI: PUBBLICO

Crea un pubblico salvato ✕

Nome del pubblico

Pubblico personalizzato ⓘ

[Escludi](#) | [Crea nuovo](#) ▼

Tutte le persone in questo luogo ▼

Luoghi ⓘ

Italia

📍 Italia

📍 Includi ▼ | Digita per aggiungere altri luoghi | [Sfoggia](#)

[Aggiungi i luoghi in gruppo](#)

Età ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Genere ⓘ **Tutti** Uomini Donne

Lingue ⓘ

Includi le persone che soddisfano ⓘ

Targetizzazione dettagliata ⓘ [Suggerimenti](#) | [Sfoggia](#)

[Escludi delle persone](#)

Connessioni ⓘ ▼

[Annulla](#) [Crea pubblico](#)

Pubblico potenziale:
Copertura potenziale: 34.000.000 persone ⓘ

Dettagli sul pubblico:

- Luogo:
 - Italia
- Età:
 - 18 - 65+



FACEBOOK ADS.

1. COME CREARE UN'INSERZIONE

Cliccate su Crea Inserzione nel menù in alto a destra del vostro profilo personale.



The image shows a screenshot of a Facebook profile page for 'JCOM ITALIA'. The profile header includes the name 'JCOM ITALIA' and a cover photo. Below the header, there are navigation tabs: 'Diario', 'Informazioni', 'Amici 94', 'Foto', and 'Altro'. The main content area shows a post creation prompt: 'A cosa stai pensando?' with options for 'Foto/video', 'Stato d'animo/attività', and 'Avvenimenti'. A dropdown menu is open on the right side of the page, listing various actions: 'Le tue Pagine:', 'Crea una Pagina', 'Gestisci le Pagine', 'Crea gruppo', 'I tuoi gruppi', 'Crea una raccolta fondi', 'Crea inserzioni' (highlighted), 'Gestisci inserzioni', 'Registro attività', 'Preferenze della sezione Notizie', 'Impostazioni', and 'Esci'. The background of the screenshot is a blurred image of a person's hands holding a smartphone over a laptop.



FACEBOOK ADS.

2. OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA

Una volta comparsa la schermata sottostante, dovrete scegliere l'obiettivo della vostra campagna.

Campagna scegli il tuo obiettivo.

Notorietà	Considerazione	Conversione
Notorietà del brand	<input checked="" type="checkbox"/> Traffico	Conversioni
Copertura	Interazione	Vendita dei prodotti del catalogo
	Installazioni dell'app	Visite al punto vendita
	Visualizzazioni del video	
	Generazione di contatti	
	Messaggi	

Traffico

Rimanda più persone a una destinazione all'interno o all'esterno di Facebook, ad esempio un sito web, un'app o una conversazione su Messenger.

Crea test A/B: Test A/B delle tue creatività, del posizionamento, del pubblico e delle strategie per l'ottimizzazione della pubblicazione [Novità](#) ⓘ

Nome della campagna ⓘ

[Continua](#)



FACEBOOK ADS.

3. DEFINIZIONE DEL TARGET

In questa fase dobbiamo decidere a chi mostrare il nostro annuncio, ossia il nostro pubblico. Il target è l'aspetto più importante di una campagna di Facebook Advertising.

COME CREARE UN PUBBLICO

- **LUOGO** (Tutte le persone in questo luogo, Persone che vivono in questo luogo, Persone che di recente si trovavano in questo luogo, Persone che viaggiano in questo luogo)
- **ETÀ** (Fascia d'età 13 - 65+)
- **GENERE** (Tutti – Uomini – Donne)
- **LINGUE**

Pubblico
Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. Scopri di più.

Crea nuovo Usa un pubblico salvato ▼

Pubblico personalizzato ⓘ

Mostra le inserzioni alle persone che conoscono la tua azienda ⓘ
Puoi creare un pubblico personalizzato per mostrare le inserzioni ai tuoi contatti, a chi visita il sito Web o a chi usa l'applicazione. Crea un pubblico personalizzato.

Luoghi ⓘ Tutte le persone in questo luogo ▼

Italia
Bari, Puglia + 40km ▼

Includi ▼ Digita per aggiungere altri luoghi Sfoglia

La posizione del tuo pubblico è stata modificata da Italia a Bari. Annulla la modifica ⓘ

Aggiungi i luoghi in gruppo

Età ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Genere ⓘ Tutti Uomini Donne

Lingue ⓘ Inserisci una lingua...

Crea più gruppi di inserzioni in un unico passaggio

Aggiungi variabili per luoghi, targetizzazione dettagliata, fasce d'età e pubblico personalizzato per creare velocemente più gruppi di inserzioni alla volta.

Crea più gruppi di inserzioni

Dimensioni pubblico

Il tuo pubblico è definito.

Specifico Ampio

Copertura potenziale: 710.000 persone ⓘ

Risultati giornalieri stimati

Copertura 3500 - 14.000 ⓘ

Click sul link 72 - 450 ⓘ

L'accuratezza delle stime si basa su fattori come i dati delle campagne passate, il budget che hai inserito e i dati di mercato. I numeri vengono forniti per darti un'idea delle prestazioni per il tuo budget, ma si tratta solo di stime che non garantiscono risultati.

Queste stime sono state utili?



FACEBOOK ADS.

4. BUDGET

Il Budget di una Campagna Facebook è un po' come la benzina di una macchina.

BISOGNA STABILIRE:

- Posizionamento
- Budget totale
- Inizio e Fine (DATA e ORA)

Posizionamenti

Mostra le tue inserzioni alle persone giuste nei posti giusti.

Novità! Inserzioni nella Home di Messenger

Ora puoi pubblicare inserzioni che le persone vedranno nella tab Home della propria app mobile Messenger. Questa opzione è disponibile anche tramite i posizionamenti automatici.

Posizionamenti automatici (scelta consigliata)

Le tue inserzioni saranno mostrate automaticamente al tuo pubblico dove potrebbero ottenere i risultati migliori. Per questo obiettivo, i posizionamenti potrebbero includere Facebook, Instagram, Audience Network e Messenger. [Scopri di più.](#)

Modifica posizionamenti

La rimozione dei posizionamenti potrebbe ridurre il numero di persone che raggiungi e rendere meno probabile il raggiungimento dei tuoi obiettivi. [Scopri di più.](#)

Budget e programmazione

Stabilisci quanto desideri spendere e quando desideri mostrare le tue inserzioni.

Budget  Budget totale
€ 150,00 EUR

Programmazione della durata

Inizio
Fine
(Fuso orario di Roma)

La tua inserzione sarà pubblicata fino a Giovedì 15 marzo 2018.
Spenderai un massimo di € 150,00 in totale.

Ottimizzazione per la pubblicazione dell'inserzione 



FACEBOOK ADS.

5. IDENTITÀ

- Scegliere la pagina Facebook
- Collegare un eventuale account Instagram aziendale
- Scegliere il Formato dell'inserzione

Identità

Pagina Facebook

La tua azienda è rappresentata nelle inserzioni dalla relativa Pagina Facebook o da un account Instagram.



Account Instagram

La Pagina selezionata non ha un account Instagram collegato. La tua inserzione userà il nome e l'immagine del profilo della Pagina. Gestisci i collegamenti dalle [Page settings](#).

Usa la Pagina Facebook selezionata

OPPURE

Aggiungi un account

Formato

Scegli l'aspetto che deve avere la tua inserzione.



Carosello

Crea un'inserzione con 2 o più immagini o video tra cui scorrere



Immagine singola

Crea fino a 6 inserzioni con un'immagine ciascuna senza costi aggiuntivi



Video singolo

Crea un'inserzione con un video



Slideshow

Crea un'inserzione video in loop con un massimo di 10 immagini



Novità



Raccolta

Contiene una raccolta di elementi che si aprono come esperienza mobile a schermo intero. Scopri di più.

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”



FACEBOOK ADS.

6. IMMAGINI

- Dimensioni immagine singola (1200 x 628 Pixel)
- Dimensioni Carosello (600 x 600 pixel)



FACEBOOK – TESTO SOVRAPPOSTO



The screenshot shows the Facebook image text overlay tool interface. At the top, there are fields for 'E-mail o telefono' and 'Password', and an 'Accedi' button. Below this is the 'Verifica del testo dell'immagine' section, which includes instructions on how to use the tool and a 'Carica' button. The main area displays three examples of text overlays on a grid, each with a status indicator (green checkmark or yellow warning triangle) and a brief explanation of the result. The first example shows 'Ok' status, the second 'Bassa' (low) status, and the third 'Media' (medium) status. To the right, there is a 'Valutazioni del testo dell'immagine' section with a list of three status types: 'Ok', 'Bassa', and 'Elevata', each with a brief description. Below this is an 'FAQ' section with two questions and answers regarding text quantity and quality in image overlays.

facebook [Iscriviti](#)

E-mail o telefono

Password

[Accedi](#)

Non ricordi più come accedere all'account?

Verifica del testo dell'immagine

Carica un'immagine per stabilire la quantità di testo presente nell'immagine della tua inserzione. Se la proporzione tra testo e immagine è troppo elevata, le tue inserzioni potrebbero non raggiungere tutto il pubblico.

Facciamo eccezioni per la pubblicità di alcuni tipi di prodotti. Visita il [Centro assistenza](#) per scoprire quali sono le eccezioni, vedere esempi di immagini con testo e consultare altre linee guida.

[Carica](#)

Valutazioni del testo dell'immagine

- Testo dell'immagine: Ok**
La tua inserzione verrà pubblicata normalmente.
- Testo dell'immagine: Basso**
La copertura della tua inserzione potrebbe essere leggermente inferiore.
- Testo dell'immagine: Medio**
La copertura della tua inserzione potrebbe essere molto inferiore.
- Testo dell'immagine: Elevata**
La tua inserzione potrebbe non essere pubblicata.

FAQ

Cosa significa che nell'immagine è presente troppo testo?
Il testo presente nell'immagine di un'inserzione comprende il testo sovrapposto a una foto o a un'illustrazione, logo di tipo testuale o watermark usati nell'immagine di un'inserzione. Comprende inoltre il testo presente nelle immagini di anteprima usate nei video e nelle immagini usate come immagini di copertina o del profilo delle Pagine promosse.

Quanto testo può essere presente nell'immagine della mia inserzione?
Facebook preferisce immagini delle inserzioni con poco o senza testo, in quanto le immagini con molto testo potrebbero creare un'esperienza di bassa qualità per le persone su Facebook.

Cosa devo fare per ridurre la quantità di testo?
Prendi in considerazione l'idea di inserire la maggior parte del testo nell'area apposita dell'inserzione anziché nell'immagine dell'inserzione. Se devi usare del testo, scegli dimensioni ridotte e una quantità inferiore di parole per ridurre la proporzione tra testo e immagine. Prova a ridurre il testo dell'immagine e controllala di nuovo usando questo strumento.



Valutazioni del testo dell'immagine

- Testo dell'immagine: ok**
La tua inserzione verrà pubblicata normalmente.
- Testo dell'immagine: poco**
La copertura della tua inserzione potrebbe essere leggermente inferiore.
- Testo dell'immagine: medio**
La copertura della tua inserzione potrebbe essere molto inferiore.
- Testo dell'immagine: tanto**
La tua inserzione potrebbe non essere pubblicata.



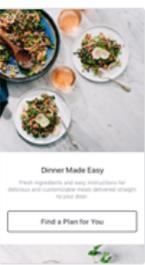
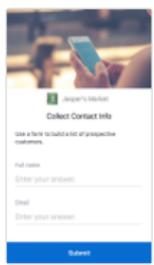
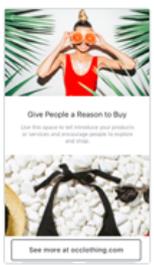
FACEBOOK ADS.

7. LINK – TESTO – CALL TO ACTION

- LINK (Landing Page – Sito Web)
- TESTO (Descrizione del post visualizzato sulla parte superiore della pagina)
- TITOLO (Breve e accattivante)
- CALL TO ACTION (Scopri di più, iscriviti, Contattaci ecc.)

⚡ Inizia con un modello ⓘ

I modelli sono preimpostati e pronti per l'uso. Devi solo aggiungere i tuoi contenuti. [Learn more.](#)

 <p>Aggiornato</p> <h3>Acquisizione dei clienti</h3> <p>Incoraggia i nuovi clienti a scoprire il tuo brand i tuoi prodotti con una pagina di destinazione per mobile che li incoraggi ad eseguire azioni.</p> <p>Usa modello</p>	 <p>Novità</p> <h3>Modulo</h3> <p>Usa un modulo per creare una lista di clienti potenziali.</p> <p>Usa modello</p>	 <p>Vendi prodotti (senza catalogo)</p> <p>Crea un'esperienza di acquisto mobile caricando le informazioni dei tuoi prodotti invece di usare un catalogo.</p> <p>Usa modello</p>
---	--	---

⚙️ Crea un'esperienza istantanea personalizzata ⓘ

Crea la tua esperienza interattiva con un layout personalizzato e altre opzioni di progettazione e interazione.



ESERCITAZIONE

FACEBOOK ADS.

PIANIFICARE UNA SPONSORIZZATA FACEBOOK - INSTAGRAM, STABILENDO:

- TARGET (SESSO – ETÀ – LUOGO – INTERESSI)
- TIMING
- PROMOZIONE
- BUDGET
- FORMAT SCELTO
- OBIETTIVO



FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”

