



Eccellenze in digitale

# Facebook come risorsa strategica nel settore vitivinicolo

23 gennaio 2017



REGIONE  
TOSCANA



In collaborazione con



# DI COSA PARLEREMO:

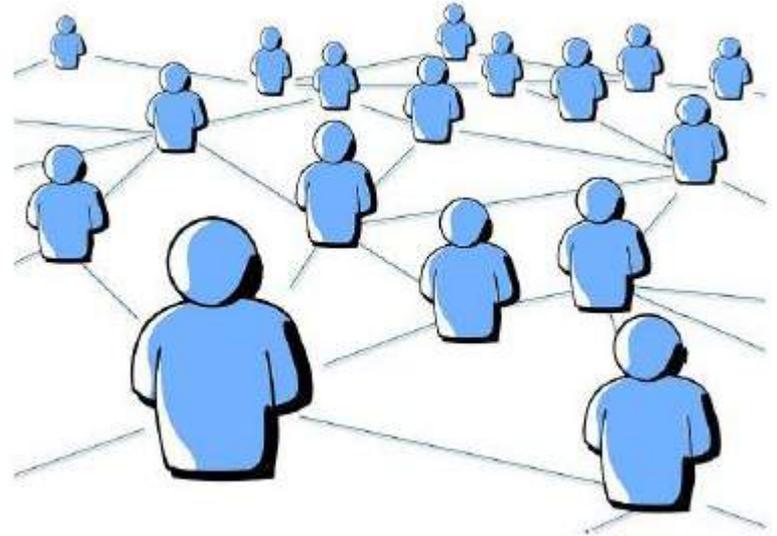
1. Il social media marketing
2. Come creare una pagina Facebook
3. Creare eventi e offerte
4. L'analisi del mio pubblico
5. Le campagne a pagamento
6. Facebook Strategy: come creare contenuti di successo
7. Esercizio pratico



# I SOCIAL NETWORKS

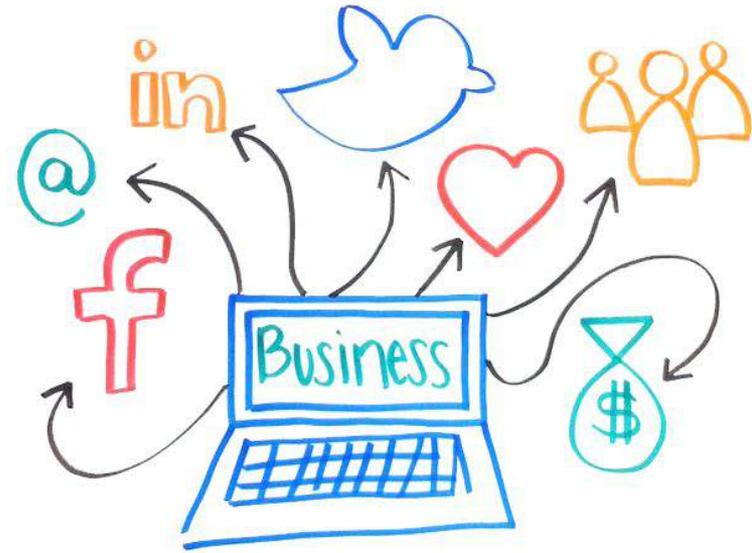
Una rete sociale (social network) consiste di un qualsiasi **gruppo di individui connessi tra loro** da diversi legami sociali. I legami vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari.

**Internet** è solo uno dei “luoghi” in cui le persone vivono e realizzano relazioni.



# COS'È IL SOCIAL MEDIA MARKETING

Con **social media marketing** si intende l'insieme delle attività di web marketing che si occupano di generare interesse verso un prodotto/servizio offerto, aumentare la consapevolezza di un brand e costruire relazioni significative con i clienti, tramite i **social media**, strumenti digitali che permettono lo scambio e la creazione di contenuti generati dagli utenti.



# CI VUOLE UNA STRATEGIA

Inserire i social network in una strategia “già” pensata:

1. Conoscere il **mercato**-target
2. Studiare la **concorrenza**
3. Avere un business model chiaro (e un business plan → **obiettivi**)
4. Fare **e-mail marketing** (raccolta lead e creazione comunità)
5. Avere un **sito** che *funziona* (o *funzionare* altrove: marketplace?)

MADE IN

ITALY

Social media marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# REGOLE PER UN SOCIAL MEDIA MARKETING DI SUCCESSO

Individuati gli **obiettivi** aziendali e quelli specifici:



1. Applicare **metodo** e **costanza**



2. Ascoltare e conoscere il nostro **pubblico**



3. Dare **considerazione** all'utente



4. Creare un **piano editoriale** *ad hoc* per la tua impresa



# FACEBOOK



1.65  
MILIARDI!!!

**Utenza:** tra gli iscritti le **donne** superano di poco gli uomini e la fascia d'età più rappresentata va dai **18 ai 30 anni**

**Obiettivo:** generare traffico al sito, fornire informazioni utili sull'azienda, presentare i prodotti/servizi, inserire aggiornamenti e news

**Contenuti:** **post**, link, **foto** e **video**, offerte ed eventi

MADE IN

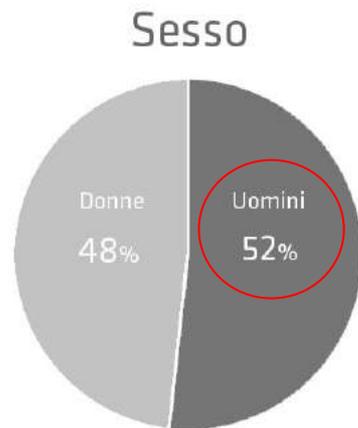
ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

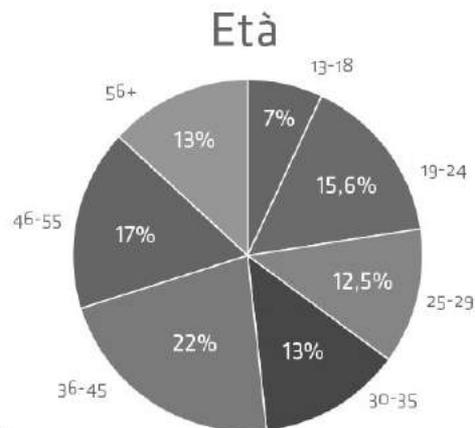
Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# FACEBOOK IN ITALIA



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

giugno 2016



source: www.facebook.com/ads

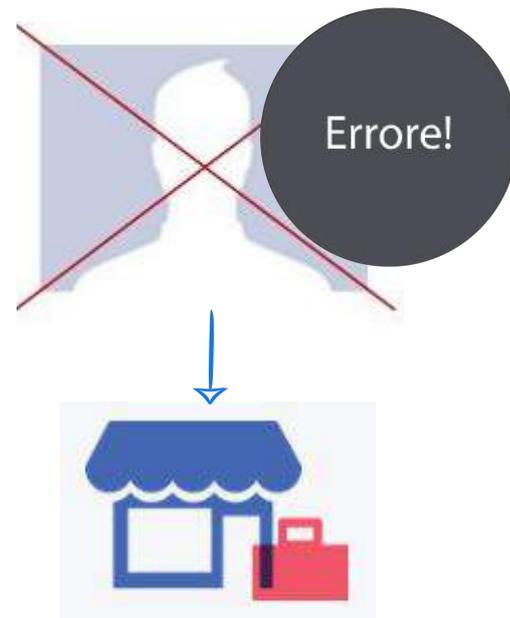


# CREARE UNA PAGINA AZIENDALE

Hai un profilo personale? → [Convertiti!](#)

La **Pagina aziendale**:

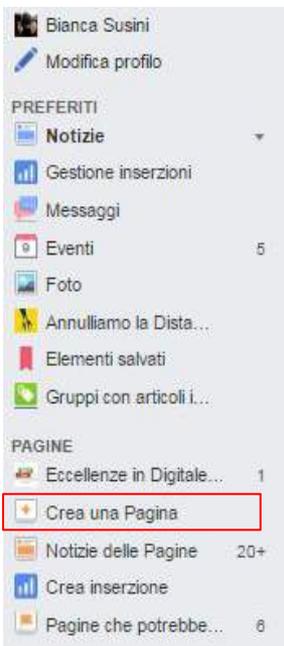
- Può essere **trovata** facilmente
- Offre **informazioni** utili
- Può essere **gestita** da più account
- **Monitora** pubblico e andamento
- Può creare **inserzioni** a pagamento



# CREARE UNA PAGINA AZIENDALE

## Selezionare "Crea Pagina"

## Inserire i dati dell'attività



Bianca Susini

Modifica profilo

PREFERITI

- Notizie
- Gestione inserzioni
- Messaggi
- Eventi 5
- Foto
- Annulliamo la Dista...
- Elementi salvati
- Gruppi con articoli i...

PAGINE

- Eccellenze in Digitale... 1
- Crea una Pagina**
- Notizie delle Pagine 20+
- Crea inserzione
- Pagine che potrebbe... 6

### Crea una Pagina

Attribuisci al tuo marchio, azienda o causa una voce su Facebook e connetti con le persone importanti per te. La configurazione è gratuita. Basta scegliere un tipo di Pagina per iniziare.



Grid of six options for creating a page:

- Impresa locale o luogo** (highlighted with a red circle)
- Azienda, organizzazione o istituzione
- Marchio o prodotto
- Artista, gruppo musicale o personaggio pubblico
- Intrattenimento
- Causa o comunità



**Impresa locale o luogo**

Scegli una categoria: ▼

Nome dell'azienda o del luogo

Indirizzo

Città

CAP

Telefono

Cliccando su **Inizia**, accetti le [Condizioni d'uso delle Pagine Facebook](#).

**Inizia**

# LA DESCRIZIONE

**Configurazione di Gioielli abc**

1 Informazioni 2 Immagine del profilo 3 Aggiungi ai preferiti 4 Pubblico preferito della Pagina

Aggiungi delle categorie, una descrizione e un sito Web per migliorare la posizione della tua Pagina nei risultati di ricerca.  
I campi contrassegnati con un asterisco (\*) sono obbligatori.

\*Categoria (es.: ristorante cinese, museo)

Aggiungi qualche frase per far sapere alle persone di cosa parla la tua Pagina. In questo modo, sarà visualizzata nei risultati di ricerca adeguati. Potrai aggiungere altri dettagli in un secondo momento dalle impostazioni della Pagina. 155

\*Fai sapere alle persone di cosa parla la tua Pagina...

Sito Web (ad es. il tuo sito Web, Instagram, Twitter e altri link a social media)

Gioielli abc è un'impresa, azienda o sede reale?  Sì  No  
In questo modo le persone potranno trovare più facilmente questo stabilimento, azienda o luogo su Facebook.

Hai bisogno di aiuto?



Creiamo valigie e accessori con un unico obiettivo: che a tutte le latitudini ogni uomo possa sentirsi un cittadino del mondo e possa muoversi sotto il segno della leggerezza, della bellezza della sicurezza e di uno stile inconfondibile

# L'IMMAGINE DEL PROFILO

## Configurazione di Gioielli abc

1 Informazioni 2 Immagine del profilo 3 Aggiungi ai preferiti 4 Pubblico preferito della Pagina



Carica dal  
computer

Importa da un  
sito Web

Salta



Eccellenze in  
Digitale Firenze

@eccellenzeindigitalefirenz  
e

Home

Informazioni



Ti piace

Invia messaggio

Altro

Contattaci

MADE IN  
ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# L'IMMAGINE DI COPERTINA

Adatta le tue  
immagini



con Canva



# OLD STYLE



MADE IN  
ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# NEW STYLE



Starbucks   
@Starbucks

Home  
Informazioni  
Foto

 Mi piace  Invia messaggio  Altro 

# INFORMAZIONI SULLA PAGINA

The image shows a Facebook page's 'Informazioni sulla Pagina' (Page Information) settings screen. The page name is 'ABC' and the user is 'Crea @nomeutente della Pagina'. The page category is 'Impresa locale' (Local Business). The address is 'via abc, 123456 Firenze'. The page is currently closed permanently. The 'Informazioni sulla Pagina' section is circled in red. The 'Modifica informazioni della Pagina' link is also circled in red. The 'Orario' (Hours) section is circled in orange, showing options for 'Nessun orario specificato', 'Sempre aperto', 'Chiuso permanentemente', and 'Aperto in orari selezionati'. The 'Aperto in orari selezionati' option is selected, and a time selection pop-up is visible, showing 'Dalle' and 'alle' fields, and a day selection row with 'Mar' (Tuesday) highlighted. The 'Mostra la mappa e le registrazioni sulla Pagina' checkbox is also circled in red. The map on the right shows the location 'via abc' in Firenze, with a red pin and a location name 'Mugnione'.

Aggiungi un'immagine

ABC  
Crea @nomeutente della Pagina

Home

**Informazioni**

Foto

Eventi

Recensioni

Persone a cui piace

Video

Post

Gestisci tab

Promuovi

Mi piace Invia messaggio Altro

+ Aggiungi pulsante

Aggiungi una copertina

Informazioni su ABC

[Modifica informazioni della Pagina](#)

Panoramica

**INFORMAZIONI SULLA PAGINA**

Categoria	Impresa locale
Nome	ABC
Sottocategorie	Scegli fino a tre sottocategorie
Nome utente	Crea @nomeutente della Pagina
Indirizzo	via abc, 123456 Firenze
Data di inizio	Inserisci la tua data di inizio

Indirizzo: via abc

Città/Paese: Firenze

CAP: 123456

Page fine-tuned location

Mugnione Viale Giovanni M... Segnala

Orario

- Nessun orario specificato
- Sempre aperto
- Chiuso permanentemente
- Aperto in orari selezionati

+ Aggiungi orari

Dalle [ ] alle [ ]

Lun Mar Mer Gio Ven Sab Dom

Applica a tutti i giorni

Aggiungi Annulla

Mostra la mappa e le registrazioni sulla Pagina

Salva le modifiche Annulla

# INFORMAZIONI SULLA PAGINA

Imposta l'indirizzo Web personalizzato:

**"facebook.com/latuaazienda"**

The screenshot shows the Facebook page settings interface. On the left sidebar, the 'Informazioni' menu item is circled in red. In the main content area, the 'Informazioni sulla Pagina' section is also circled in red. A red arrow points from this section to the right-hand dialog box.

INFORMAZIONI SULLA PAGINA	
Categoria	Impresa locale
Nome	ABC
Sottocategorie	Scegli fino a tre sottocategorie
Nome utente	Crea @nomeutente della Pagina

The dialog box titled 'Crea nome utente della Pagina' explains that users can find the page more easily with a unique username. It shows a preview of the username '@nome utente' next to a location pin icon. Below the preview, there is a text input field containing '@nome utente' and a character count '0 / 50'. At the bottom, there are 'Annulla' and 'Crea nome utente' buttons.

Le persone possono trovare la tua Pagina nelle ricerche in modo più facile se ha un nome utente unico. Le Pagine con nomi utenti possono anche creare URL personalizzati che permettono alle persone di visitarle e inviare messaggi velocemente.

Nome utente 0 / 50

Ti serve aiuto? Ricevi suggerimenti su scegliere un nome utente.

# CALL-TO-ACTION



Abc-Def  
Crea @nomeutente della Pagina

Home

Informazioni

Foto

Mi piace Invia messaggio Altro

Aggiungi un'immagine

Aggiungi una copertina

+ Aggiungi pulsante

Aggiungi un pulsante alla tua Pagina

Aggiungi un pulsante sulla tua Pagina che rimandi le persone direttamente al tuo sito Web o alla tua applicazione. Scopri di più.

Scegli un pulsante

- Contattaci
- Prenota subito
- Chiama ora
- Contattaci
- Invia un messaggio
- Usa l'applicazione
- Gioca
- Acquista ora
- Iscriviti
- Guarda il video
- Invia e-mail
- Scopri di più

Sito Web iPhone Android

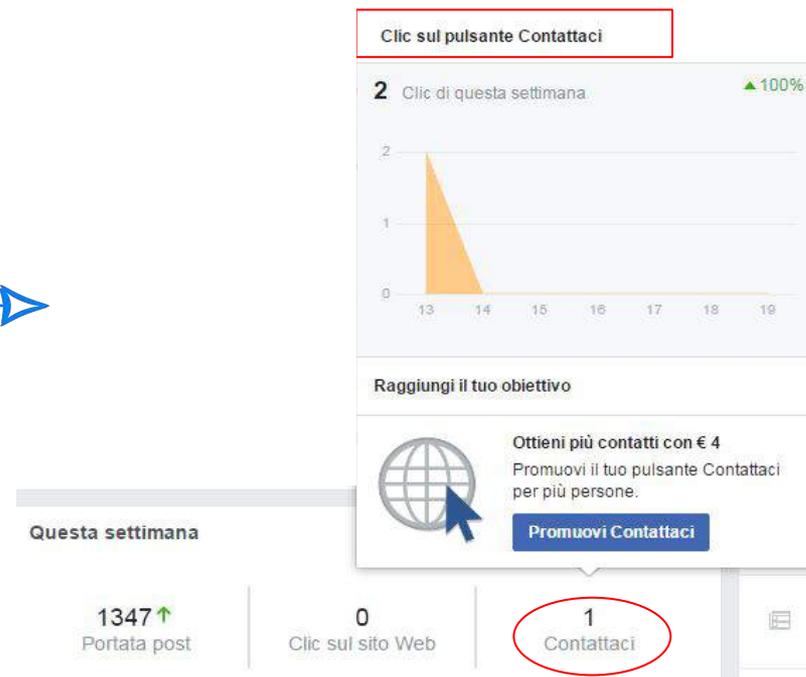
Contattaci

Annulla Crea

Crea un “invito all’azione”  
e scegli quello che più si  
adatta alle tue esigenze!



# CALL-TO-ACTION



# POST MULTILINGUA

**Post in più lingue**  Consenti alle persone che gestiscono questa Pagina di scrivere post in più lingue[?]

**Salva le modifiche** Annulla

Stato Foto/video Offerta, Evento +

Scrivi qualcosa...

**+** ,Scrivi il post in un'altra lingua [?]

Metti in evidenza il post **Pubblica** ▾

Scrivi qualcosa...

Predefinita: Italiano ▾

Scrivi in Inglese...

**Inglese ▾** Rimuovi

**+** ,Scrivi il post in **Inglese** Mostra le lingue disponibili

Metti in evidenza il post **Pubblica** ▾

# I PRIMI FAN



Inserisci i rimandi e il logo di Facebook sul tuo sito, sul tuo biglietto da visita, alla tua firma digitale, etc..



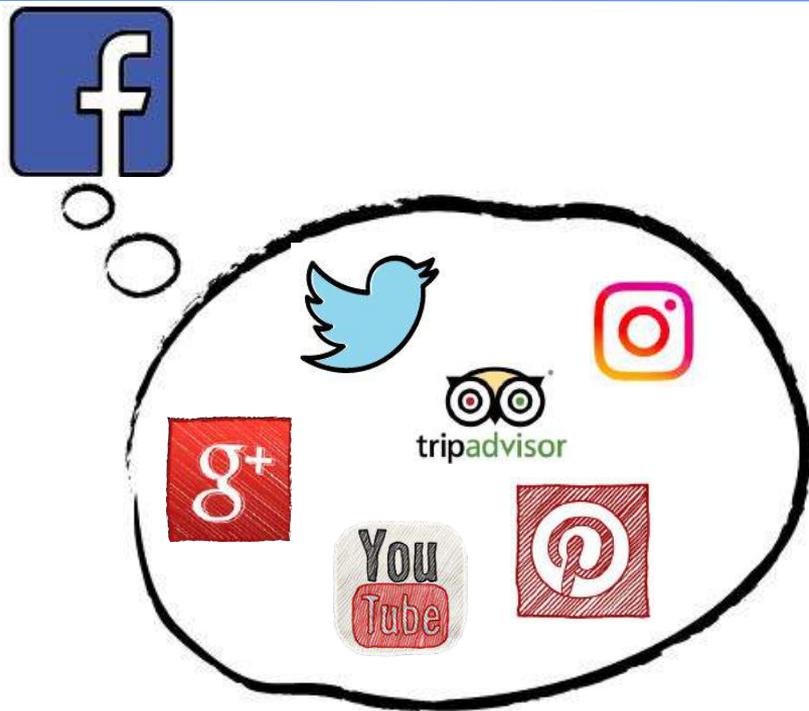
Invita i tuoi amici a mettere “mi piace” alla tua pagina e chiedi di condividerla sulla loro bacheca



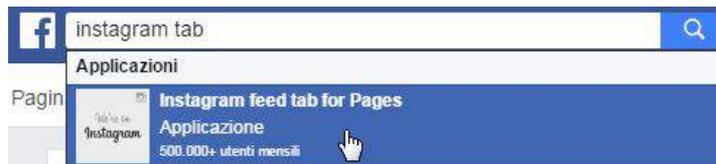
Interagisci con pagine e gruppi inerenti al tuo campo professionale ed instaura con loro una relazione



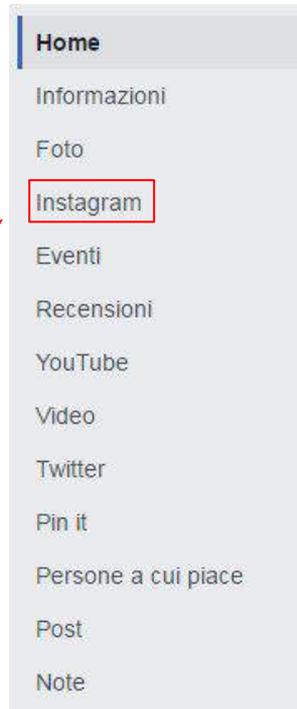
# LE TABS



Ricerca sulla barra di ricerca Facebook il nome del social che si vuole integrare seguito dalla parola "tab"



N.B. per inserire la TAB di tripadvisor seguire le istruzioni a [questo link](#)



# LE NOTE

The image shows a screenshot of the Facebook Notes interface with several annotations:

- Left Sidebar:** A vertical menu with options: ABC, Crea @nomeutente della Pagina, Home, Informazioni, Acquista, Eventi, Recensioni, Foto, Persone a cui piace, **Note** (highlighted with a red box), Video, and Post.
- Top Header:** A tab labeled "Note" with sub-tabs "Le mie note" and "Le mie bozze". A button "+ Aggiungi nota" is highlighted with a red box.
- Main Content Area:** A large grey area with the text "Trascina o clicca per aggiungere una foto" and a red underline. Below it is a "Carica una nuova foto" button with a "Cassa" button next to it.
- Text Editor:** A text input field with the placeholder "Scrivi qualcosa...".
- Rich Text Editor:** A toolbar with options: Foto, Incorpora, H1, H2, bulleted list, numbered list, quote, and code. A red circle highlights the "+" icon below the toolbar.
- Final Output:** The text "H2 Preparazione" is shown, with a red arrow pointing from the "H2" option in the toolbar to it.

# LE NOTE

ABC  
7 minuti fa · €



## La pappa al pomodoro

La pappa al pomodoro è un piatto povero, di origine contadina, tipicamente toscano. Preparato con pane toscano raffermo, pomodori pelati, aglio, basilico e abbondante olio extravergine di oliva, originariamente veniva realizzato come piatto di recupero del pane avanzato.

Ottima d'inverno come zuppa calda, la pappa al pomodoro è altrettanto invitante e gustosa d'estate a temperatura ambiente, da g...

...

[Altro...](#)

via abc  
123456 Firenze



[Modifica nota](#)

## La pappa al pomodoro

ABC · VENERDÌ 9 SETTEMBRE 2016 · €

La pappa al pomodoro è un piatto povero, di origine contadina, tipicamente toscano. Preparato con pane toscano raffermo, pomodori pelati, aglio, basilico e abbondante olio extravergine di oliva, originariamente veniva realizzato come piatto di recupero del pane avanzato.

Ottima d'inverno come zuppa calda, la pappa al pomodoro è altrettanto invitante e gustosa d'estate a temperatura ambiente, da gustare irrorata con ottimo e abbondante olio extravergine d'oliva e foglie di basilico spezzettate.

Come spesso è accaduto per i piatti semplici e poveri, anche la pappa al pomodoro ha subito delle piccole varianti in base ai gusti personali, come per esempio l'aggiunta di un soffritto di

MADE IN  
ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# LE NOTE



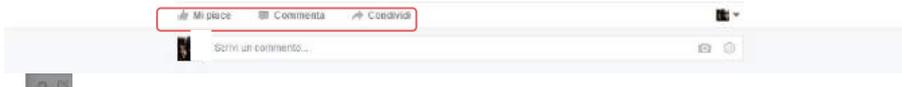
## Gli ingredienti

- Passata di pomodoro (800 g)
- Pane toscano raffermo (300 g)
- Brodo Vegetale (1l)
- Olio Extravergine di oliva

- Zucchero (1 pizzico)
- Sale fino
- Pepe nero
- Basilico

## Preparazione

Per preparare la pappa al pomodoro cominciate con la preparazione del brodo vegetale. Nel frattempo appoggiate su un tagliere il pane e tagliatelo a fette sottili. Quindi prendete una leccarda e dopo averla ricoperta con carta da forno riponetevi le fette di pane toscano una affianco all'altra senza sovrapporle. Infornate a 200° C per qualche minuto. Una volta estratte dal forno, lasciatele intiepidire. Quando saranno intiepidite strofinateci sopra gli spicchi di aglio preventivamente sbucciati. Prendete ora una padella antiaderente dai bordi alti e ponetevi all'interno il pane tostato. Versate all'interno la passata di pomodori ed il brodo vegetale affinché le fette di pane vengano totalmente ricoperte. A questo punto unite lo zucchero e fate cuocere a fuoco basso per 40-50 minuti, per far evaporare il liquido. Mescolate di tanto in tanto per consentire una cottura uniforme e ridurre il pane in pappa. Aggiustate quindi di sale e pepe. A cottura ultimata, spegnete il fuoco e guaruite con foglie di basilico per dare un sapore fresco ed intenso alla vostra pappa al pomodoro che sarà così pronta da servire i ciotole individuali o piatti fondi da irrorare con abbondante olio di oliva!



# IL TEMPO E' DENARO

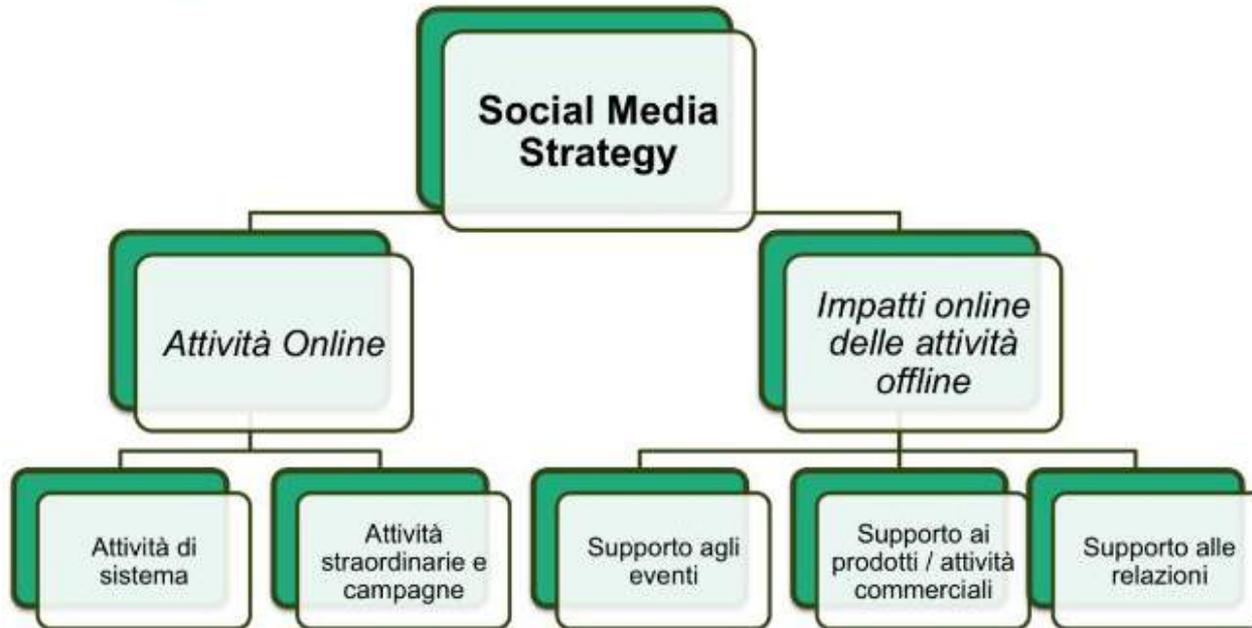


Hootsuite è una piattaforma che permette di condividere con un solo click i tuoi contenuti sui tuoi social network. Non richiede l'installazione di alcun software e viene gestito online tramite il proprio browser.



Chi ha una pagina FB, ha la possibilità di **programmare** i post scegliendo la data e l'ora

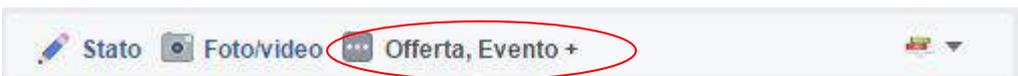
# SOCIAL MEDIA STRATEGY



# SUPPORTO AGLI EVENTI



# CREARE UN EVENTO



Stato Foto/video **Offerta, Evento +**

- Crea un'offerta che le persone possano richiedere
- Crea un evento**
- Aggiungi un traguardo alla tua Pagina
- Scrivi una nota
- Fai in modo che le persone scrivano alla tua azienda
- Aiuta le persone a trovare la sede della tua azienda
- Fai in modo che le persone chiamino la tua azienda

Immagine dell'evento



Orario dell'evento



Nuovo evento di Eccellenze in Digitale Firenze

Foto dell'evento



Per ottenere i risultati migliori usa un'immagine da 1920 X 1080 pixel (proporzioni 16:9)

Nome evento

Luogo

Inizio	<input type="text" value="6/7/2016"/>	<input type="text" value="14:00"/>	<input type="text" value="UTC+02"/>
Fine	<input type="text" value="6/7/2016"/>	<input type="text" value="17:00"/>	<input type="text" value="UTC+02"/>

Descrizione

Tag

URL dei biglietti

# CREARE UN EVENTO

- **Invita** i tuoi amici su FB a partecipare
- **Pubblica** post regolarmente
- Per promuovere l'evento a pagamento clicca su **"promuovi evento"**
- Tieni sotto controllo i **partecipanti** e le **visualizzazioni**

Publico · Organizzato da ABC

Promuovi evento ★ Mi interessa **Invita** Modifica ...

Oggi dalle ore 15:00 alle ore 18:00  
Inizia tra un'ora · 33° Prevalentemente sereno

ABC  
via abc, 123456 Firenze Mostra mappa

Informazioni Discussione

Post Foto/video Crea sondaggio

Scrivi qualcosa...

Informazioni sul locale

ABC  
Impresa locale

Vai al diario di ABC

SUGGERIMENTI SUGLI EVENTI  
Prossimo suggerimento  
Raggiungi più persone, condividi il tuo evento

Aiuta le persone a trovare informazioni sul tuo evento condividendolo nella sezione Notizie.

Condividi evento

INVITATI

0	0	0
interessati	partecipanti	invitati

INSIGHTS

1	Persone raggiunte	+1 questa settimana
1	Visualizzazioni	+1 questa settimana
0	Risposte fornite	+0 questa settimana

Dalla seguente data: 06/07/2016

Vedi tutti gli insights

# CREARE UN EVENTO



# CREARE UN EVENTO



Immagine  
dell'evento



Nuovo evento di Eccellenze in Digitale Firenze

Foto dell'evento

Per ottenere i risultati migliori usa un'immagine da 1200 X 1300 pixel (proporzioni 16:9).

Nome evento:

Luogo:

Inizio	<input type="text" value="6/7/2016"/>	<input type="text" value="14:00"/>	<input type="text" value="UTC+02"/>
Fine	<input type="text" value="6/7/2016"/>	<input type="text" value="17:00"/>	<input type="text" value="UTC+02"/>

Descrizione:

Tag:

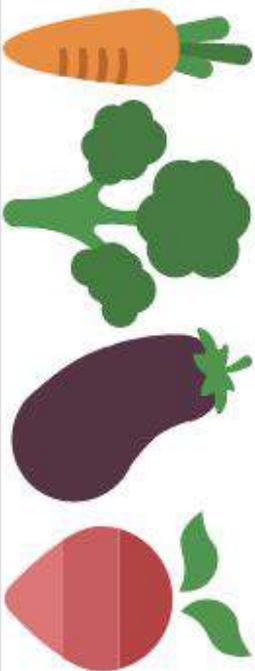
URL dei biglietti:

Orario  
dell'evento



# SUPPORTO AI PRODOTTI

Per supporto ai prodotti si intendono tutte quelle attività finalizzate a dare visibilità ai prodotti



# CREARE UN'OFFERTA



# CREARE UN'OFFERTA

1. *Tu crei l'offerta*



ABC hanno condiviso un'offerta.  
Adesso · 🌐

Spendi 50 € e ottieni il 15% di sconto sul tuo primo ordine!



15% di sconto sul tuo primo ordine  
Scadenza: 13 luglio 2016

RICEVI QUESTA OFFERTA PRIMA DI TUTTI

Ricevi offerta

3. *I tuoi fan la utilizzano*



2. *I tuoi fan la richiedono*



# CREARE UN'OFFERTA

- Almeno **300** "mi piace"
- Inserisci una data di **scadenza**
- Aggiungi un **link** per l'utilizzo online
- Non è possibile vedere chi ha aderito all'offerta

**Crea un'offerta**

Offer Availability  
Choose where people can use this offer  
 Online  **Not punto vendita**

Tipo di offerta **Percentuale di sconto**  
▼ Percentuale di sconto  
Valore percentuale 15  
Titolo 13 / 50  
15% di sconto  
Descrizione 55 / 90  
Solo per questa settimana le nostre fragole in offerta!  
Foto  
Aggiungi fino a 5 foto.  
Foto

**Anteprima dell'offerta**  
Sezione Notizie dei computer | Sezione Notizie mobile

ABC ha condiviso un'offerta  
Pubblicata da Bianca Susini  
Solo per questa settimana le nostre fragole in offerta!

15% di sconto  
Scadenza: 17 luglio 2016  
453 persone hanno ricevuto questa offerta  
Ricevi l'offerta

Mi piace | Commenta | Condividi

**Crea un'offerta**

# I CASI

- Santa Maria La Nave  
→ day by day
- Le Rive  
→ supporto ai prodotti
- Cecchi Winery  
→ grafiche personalizzate
- Tannico  
→ conversioni all' e-commerce

The image shows a Facebook post from Cecchi Winery, dated August 24th at 13:52. The post is a link share from Tannico, dated August 5th. The link preview features a promotional graphic for 'Saldi estivi' (Summer Sales) with a 45% discount. The graphic includes the text 'Grandi sconti per brindare in spiaggia' and 'scopri'. There are also circular icons for '96pt. JAMES SUCKLING' and 'BICCHIERI GAMBERO ROSSO'.

Cecchi Winery  
24 agosto alle ore 13:52 - \*

Tannico ha condiviso un link.  
Da Pe cri htt #p  
5 agosto - 🌐

SCONTO 45%

**Saldi estivi**  
Grandi sconti per brindare in spiaggia

scopri

96pt. JAMES SUCKLING  
BICCHIERI GAMBERO ROSSO

Saldi estivi  
Anche ad Agosto abbiamo pensato a voi con circa 60 prodotti in saldo per accompagnarvi nel mese più strepitoso dell'estate.  
TANNICO.IT

# NUOVI TIPI DI POST

Stato Foto/video **Offerta, Evento +**

- Crea un'offerta che le persone possano richiedere
- Crea un evento
- Aggiungi un traguardo alla tua Pagina
- Scrivi una nota
- Fai in modo che le persone scrivano alla tua azienda**
- Aiuta le persone a trovare la sede della tua azienda**
- Fai in modo che le persone chiamino la tua azienda**



MADE IN ITALY  
Scrivi qualcosa...

Scrivi il post in un'altra lingua [?]

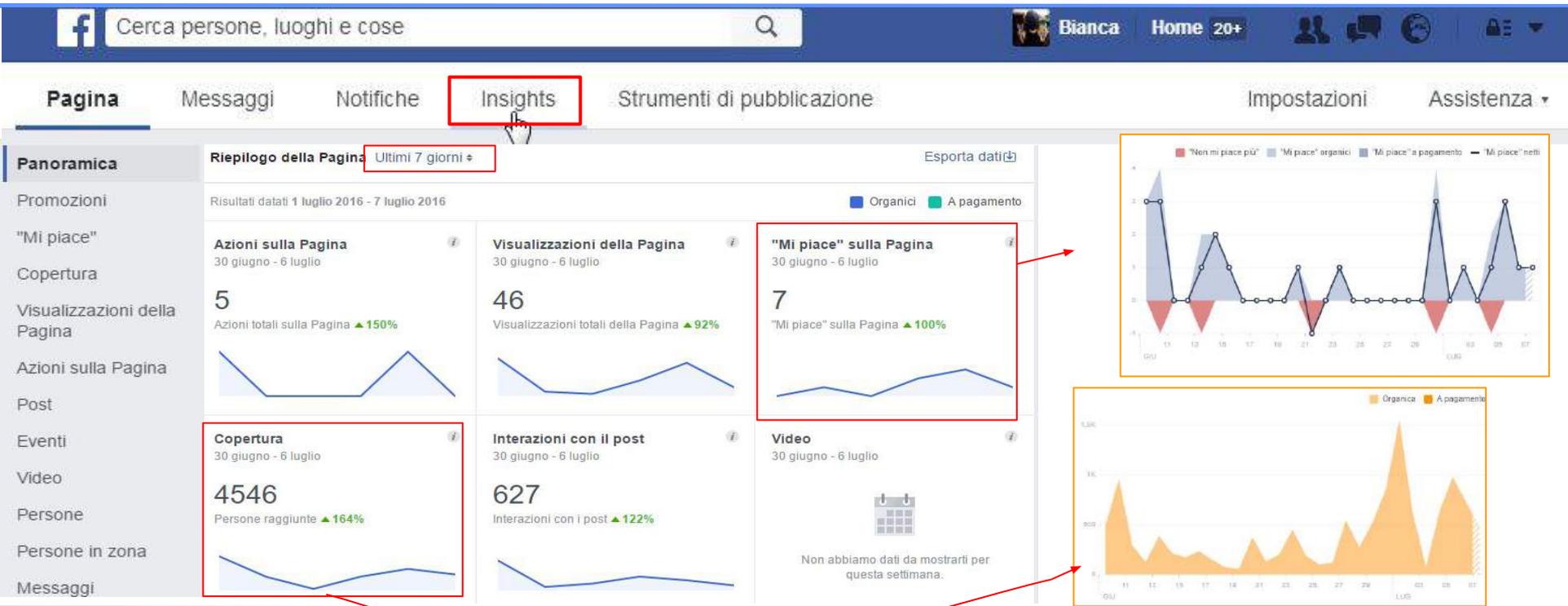
**Eccellenze in Digitale Firenze**  
Pagina dedicata al progetto "Eccellenze in Digitale" presso la Camera di Comme...  
@ECCELLENZEINDIGITALEFIRENZE

**Invia un messaggio**

hotos/770892056350867/ **Pubblica**



# L'ANALISI DEL MIO PUBBLICO



# L'ANALISI DEL MIO PUBBLICO

Panoramica

"Mi piace"

Copertura

Visualizzazioni della Pagina

Azioni sulla Pagina

**Post**

Eventi

Video

Persone

Persone in zona

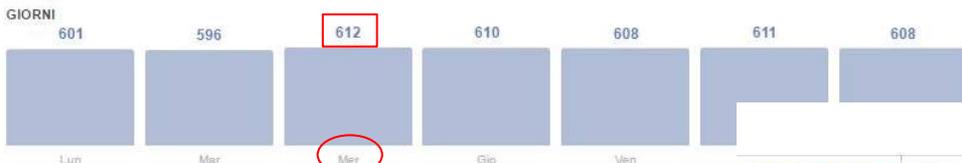
Messaggi

Quando i tuoi fan sono online

Tipi di post

Post popolari delle Pagine che tieni sotto controllo

Dati relativi a un intervallo recente di 1 settimana. Gli orari sono mostrati nel fuso orario impostato sul tuo computer.



## Cosa piace?

Copertura: Fan / Non Fan

Clic sul post Reazioni, cor

Data pubblicazione	Post	Copertura	Visualizzazioni	Interazioni
06/07/2016 14:00	La f... digit...			1 3
05/07/2016 10:32	Venerdi 8 lugli o, al Mercato C	668	39 25	
04/07/2016 12:30	Mancano 10 gi orni al nostro p	988	29 6	
01/07/2016 10:58	Oggi è il compl eanno del tea	1,3K	168 84	
30/06/2016 15:01	Il logo è un ele mento importa	261	14 6	
30/06/2016 9:53	Non perdeti i nostri prossimi	1K	35 12	

# L'ANALISI DEL MIO PUBBLICO

Panoramica

Promozioni

"Mi piace"

Copertura

Visualizzazioni della Pagina

Azioni sulla Pagina

Post

Eventi

Video

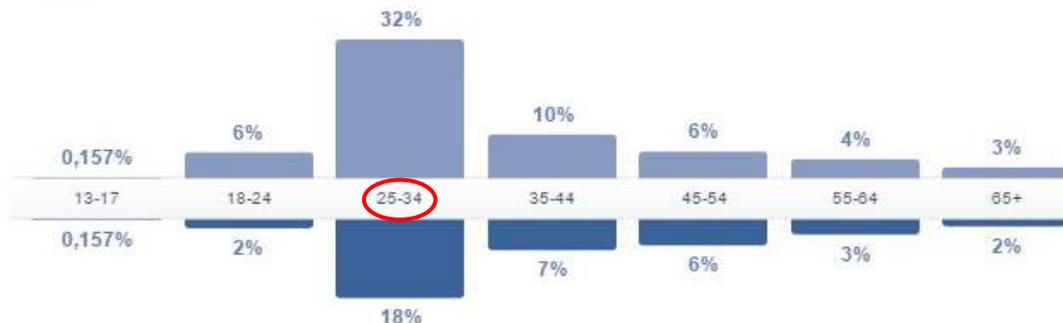
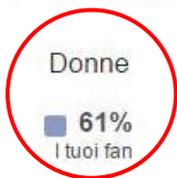
**Persone**

Persone in zona

Messaggi

I tuoi fan | **Persone raggiunte** | Persone coinvolte

Le persone a cui piace la tua Pagina



Paese	I tuoi fan	Città	I tuoi fan	Lingua	I tuoi fan
Italia	591	Firenze, Toscana	138	Italiano	563
Stati Uniti d'America	6	Milano, Lombardia	22	Inglese (USA)	33
Regno Unito	6	Roma, Lazio	18	Inglese (Regno Unito)	22
Spagna	5	Prato, Toscana	16	Spagnolo	5

MADE IN

ITALY

Facebook Marketing

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# CHI E' VICINO ALLA TUA AZIENDA?

Panoramica

Promozioni

"Mi piace"

Copertura

Visualizzazioni della  
Pagina

Azioni sulla Pagina

Post

Eventi

Video

Persone

**Persone in zona**

Messaggi

Scegli un raggio e un intervallo di date per scoprire di più sull'area in cui si trova la tua azienda.

 Tutti i dati sono anonimi. Scopri di più.

Intervallo di tempo

1 S **1 M** 1 T

Raggio

50 m **150 m**



## Attività e orari di punta

 Persone nelle vicinanze 

— Questo mese  
— Il mese scorso



La fascia di età principale è **25 - 34**. La maggior parte delle persone sono **turisti**.

 Orari più attivi 

**12:00 - 13:00**

Orari della giornata

**Sabato**

Giorno della settimana

MADE IN

ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# CHI E' VICINO ALLA TUA AZIENDA?

Panoramica

Promozioni

"Mi piace"

Copertura

Visualizzazioni della  
Pagina

Azioni sulla Pagina

Post

Eventi

Video

Persone

**Persone in zona**

Messaggi

Scegli un raggio e un intervallo di date per scoprire di più sull'area in cui si trova la tua azienda.

 Tutti i dati sono anonimi. Scopri di più.

Intervallo di tempo

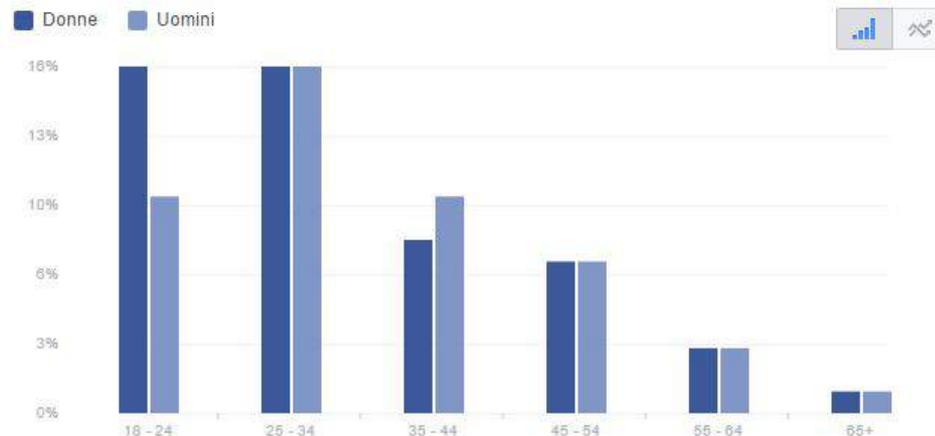
1 S **1 M** 1 T

Raggio

50 m **150 m**

## Dati demografici

Età, genere e residenza delle persone presenti su Facebook che si trovano entro 150 metri dalla tua azienda durante lo scorso mese. Scopri di più.



## DETTAGLI PER

- Età
- Genere
- Residenza ⓘ
- Età e genere



*Informazioni  
demografiche*

MADE IN

ITALY

Facebook Marketing

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi



Eccellenze in digitale

# facebook



Advertising

# PERCHÈ FARE PUBBLICITÀ SU FACEBOOK?



→ Crea un bisogno nelle persone che si connettono per rilassarsi nel tempo libero



# QUAL È LA STRUTTURA DELLE INSERZIONI SU FB



**Campagna:** la base. Qui sceglierai l'obiettivo pubblicitario per il tuo gruppo di inserzioni

**Gruppo di inserzioni:** qui stabilirai la modalità di pubblicazione per la tua inserzione. Quindi definirai pubblico, budget e programmazione ed eventualmente offerta.

**Inserzione:** qui sceglierai il "post" che vedrà il tuo pubblico.

# COSTRUIRE UNA CAMPAGNA DI INSERZIONI

**Cosa** si può promuovere?

- f** Pagina
- f** Post
- f** Link esterno
- f** Applicazione



**Dove** si può promuovere?

- f** Newsfeed desktop
- f** Newsfeed mobile
- f** Colonna a destra del desktop
- f** App mobile di partner (Audience Network)
- f** Instagram



MADE IN

ITALY

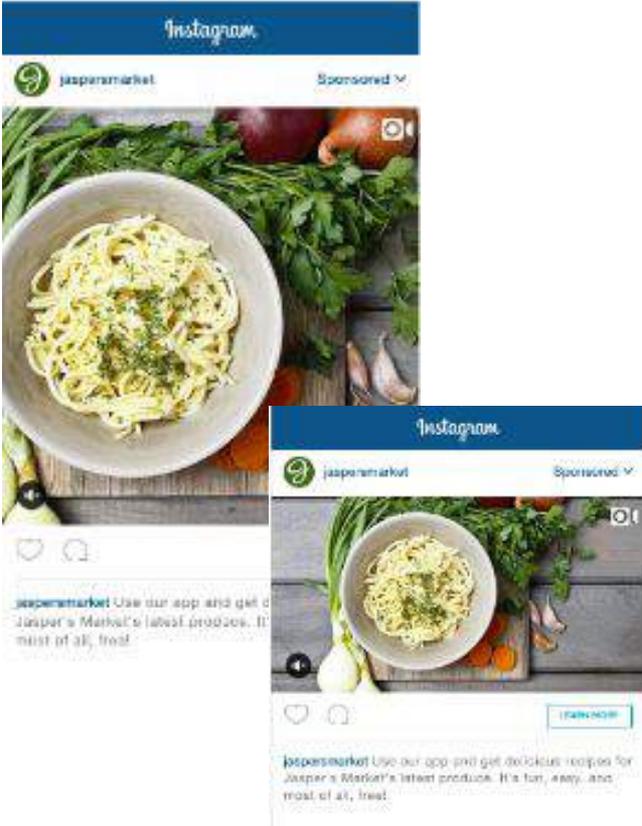
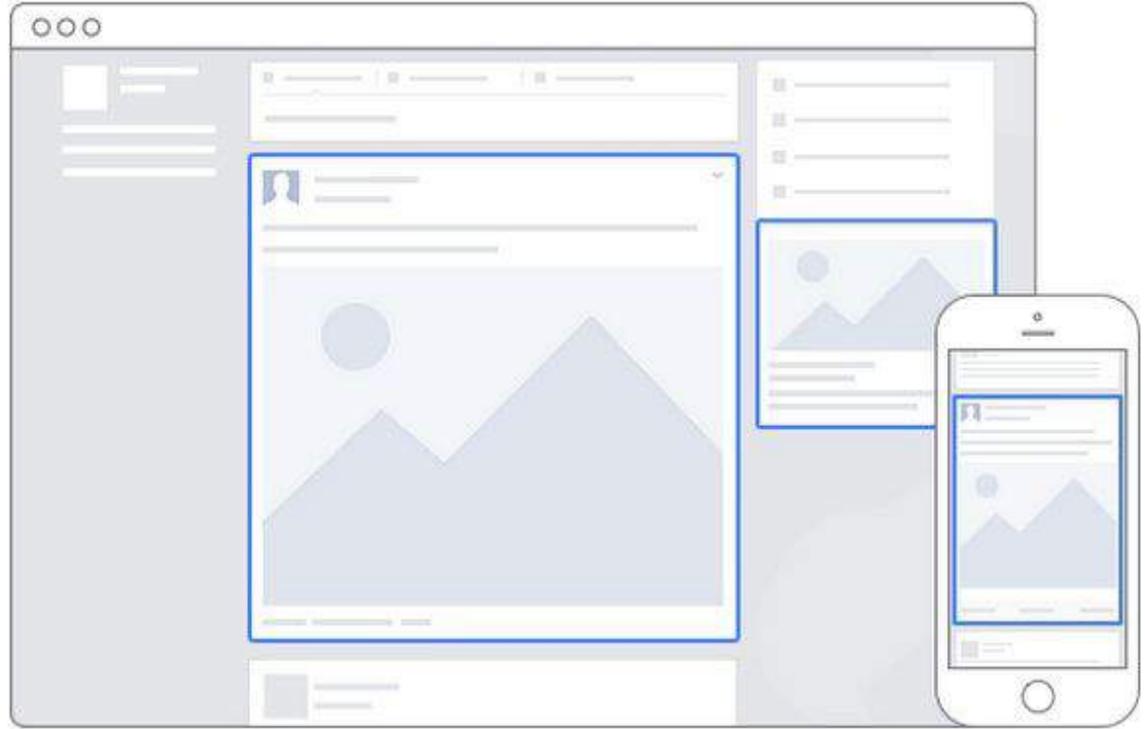
Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# DOVE COMPARE L'ANNUNCIO?

Facebook Desktop and Mobile



MADE IN  
ITALY

Facebook Ads

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# DOVE COMPARE L'ANNUNCIO?

The image shows a Facebook profile page for Giulia Foconi. The left sidebar contains navigation options like 'Notizie', 'Messaggi', and 'COLLEGAMENTI RAPIDI'. The main content area shows a post from Google, which is a sponsored advertisement. The ad features the Google logo, the text 'Sponsorizzata - €', and an illustration of hands using various devices (laptop, tablet, smartphone) with a coffee cup. Below the illustration, the text reads 'Programma Referral di G Suite' and 'Programma Referra'. At the bottom of the ad, there are two buttons: 'Aggiornali sulle nuove tecnologie' with an 'Iscriviti' button, and 'Presenta loro Google Apps'. To the right of the ad, there are two more sponsored posts. The top one is for 'Build Your Store on FB!' with a cityscape image and the text 'Cash in on your dreams.'. The bottom one is for 'FOODY FARM Firenze' with an image of a woman and the text 'LAVORA CON NOI << Sei un tipo che, ama cantare sotto la doccia; risponde con il sorriso...'. At the bottom of the page, there is a language selection menu with options for Italiano, English (US), Română, Español, and Português (Brasil).

Giulia Foconi

Mi piace Commenta Condividi

3

Scrivi un commento...

Google

Sponsorizzata - €

Mostra ai clienti come lavorare più smart, guadagna col Programma Referral di G Suite.

Programma Referral di G Suite

Programma Referra

Aggiornali sulle nuove tecnologie

Iscriviti

Presenta loro Google Apps

SPONSORIZZATA

Crea un'inserzione

Build Your Store on FB!

www.shopify.com

Cash in on your dreams.

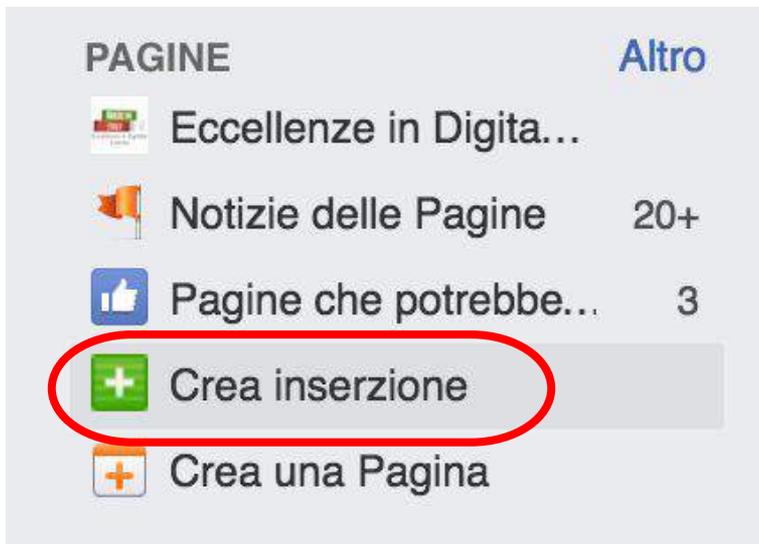
FOODY FARM Firenze

>> LAVORA CON NOI << Sei un tipo che, ama cantare sotto la doccia; risponde con il sorriso...

Mi piace questa Pagina

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

# AVVIO DI CAMPAGNE



Scopo principale: **Promozione**

Cosa è possibile promuovere:

**15 obiettivi diversi**

# COSTRUIRE UNA CAMPAGNA DI INSERZIONI



Qual è il tuo obiettivo di marketing?

Notorietà	Considerazione	Conversione
Metti in evidenza i tuoi post	Invia le persone a una destinazione su Facebook o fuori Facebook	Aumenta le conversioni sul tuo sito Web
Promuovi la tua Pagina	Ottieni installazioni della tua app	Aumenta l'interazione con la tua app
Raggiungi le persone vicine alla tua azienda	Incrementa la partecipazione al tuo evento	Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta
Aumenta la notorietà della marca	Ottieni visualizzazioni del video	Promuovi un catalogo prodotti
Aumento della copertura	Raccogli contatti per la tua azienda	Fai in modo che le persone visitino i tuoi punti vendita



MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCEGLIERE L'OBIETTIVO?

## Notorietà



Aumentare la  
notorietà  
dell'azienda/ del  
brand

## Considerazione



Acquisire nuovi  
potenziali clienti per  
l'azienda

## Conversione



Ottenere più  
conversioni =  
raggiungere più volte  
l'obiettivo aziendale

# COME SCEGLIERE L'OBIETTIVO?

## Notorietà

-  Metti in evidenza i tuoi post
-  Promuovi la tua Pagina
-  Raggiungi le persone vicine alla tua azienda
-  Incrementa la notorietà della marca
-  Aumento della copertura

## Considerazione

-  Invia le persone a una destinazione su Facebook o fuori Facebook
-  Ottieni installazioni della tua app
-  Incrementa la partecipazione al tuo evento
-  Ottieni visualizzazioni del video
-  Raccogli contatti per la tua azienda

## Conversione

-  Aumenta le conversioni sul tuo sito Web
-  Aumenta l'interazione con la tua app
-  Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta
-  Promuovi un catalogo prodotti
-  Fai in modo che le persone visitino i tuoi punti vendita

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCEGLIERE L'OBIETTIVO?



Jasper's Market

Sponsorizzata -

Mi piace

Jasper's is a unique community destination for fresh, ultra-premium prepared food.

Visualizza traduzione



Jasper's Market

Stop by to today to check out our daily specials

Indicazioni stradali

**Obiettivo=Notorietà:**  
raggiungi le persone vicine alla tua azienda

Jasper's Market vuole aumentare la notorietà nella zona presso la quale vende frutta e verdura. Deciderà ovviamente di mostrare l'annuncio alle persone in zona.

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCEGLIERE L'OBIETTIVO?



The image shows a Facebook post from Jasper's Market. The post is sponsored, as indicated by the red box around the word "Sponsorizzata". The text of the post reads: "It's fig season! Not sure what to do with figs? Here's a great dessert recipe to share. Visualizza traduzione". Below the text is a photo of a Fig Tart with Almonds. The caption for the photo says: "Fig Tart with Almonds The simplicity of this tart perfectly accents ripe fig... www.jaspers-market.com". At the bottom of the post, there are 98 likes, 5 comments, and 14 shares. The interaction buttons "Mi piace", "Commenta", and "Condividi" are visible.

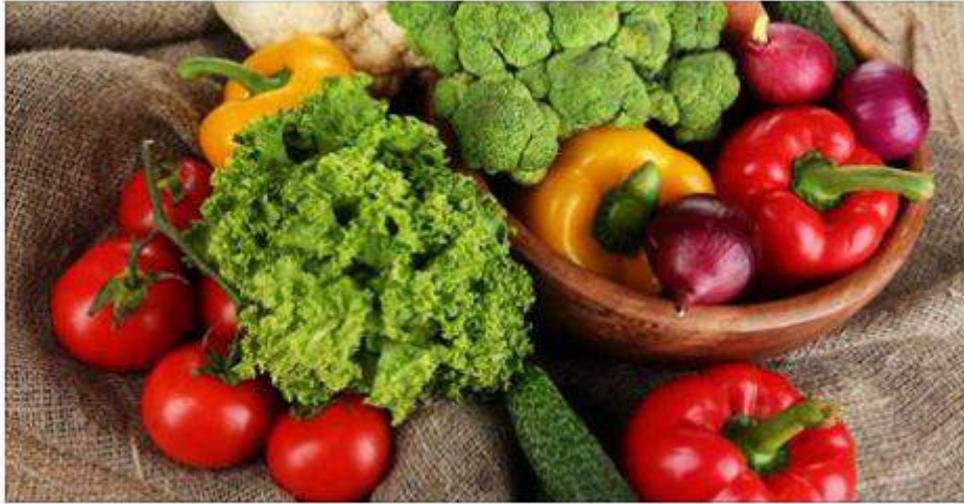
**Obiettivo=Considerazione:**  
invia le persone a una  
destinazione fuori Facebook  
(sito web)

Per raggiungere questo obiettivo,  
Jasper's Market decide di  
promuovere un post che rimandi al  
proprio sito web.

# COME SCEGLIERE L'OBIETTIVO?



Spend \$50 and get \$10 off your first order.



**\$10 off your first order**

Scaduta

6783 persone hanno richiesto quest'offerta

**Obiettivo=Conversione:**  
voglio che le persone  
richiedano l'offerta.

In questo caso, sempre per raggiungere una nuova e più vasta clientela, Jasper's Market decide di proporre un'offerta.

MADE IN  
ITALY

Facebook Ads

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCEGLIERE IL PUBBLICO?

Il marketing oggi si basa sulle persone



MADE IN  
ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCEGLIERE IL PUBBLICO?

Persone  
completamente  
diverse

Gusti e interessi  
completamente  
diversi



MADE IN  
ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# PUBBLICO STANDARD

## Scegli il tuo pubblico

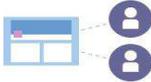
**f** Località: CAP, stato, città 

Luoghi  **Tutte le persone in questo luogo**  
Le persone che vivono in questo luogo  
Le persone che di recente si trovavano in questo luogo  
Le persone che viaggiano in questo luogo

**f** Demografiche: età, sesso, relazione, avvenimenti importanti 

**f** Interessi: musica, moda 

**f** Comportamenti: carica foto, acquista online, proprietario di PMI 

**f** Connessioni: utente sito, amici dei fan, uso dispositivo 

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# PUBBLICO STANDARD

Targetizzazione dettagliata **INCLUDI** le persone che soddisfano almeno **UNO** dei seguenti requisiti ⓘ



Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti

| [Suggerimenti](#)

| [Sfoglia](#)

[Escludi delle persone](#)

Posso includere o escludere persone a seconda dei dati demografici, interessi o comportamenti.

Es. una steak house escluderà vegetariani e vegani

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# PUBBLICO STANDARD

Esempio di targetizzazione per pubblico standard



# QUANTE PERSONE VEDRANNO IL MIO ANNUNCIO?

Dopo aver stabilito le impostazioni di targetizzazione Facebook calcola una stima delle persone a cui sarà effettivamente mostrato il tuo annuncio.

Valuta attentamente la voce “**Copertura giornaliera stimata**” per capire se hai effettuato le scelte giuste.



**Definizione del pubblico**



Il pubblico selezionato è abbastanza ampio.

**Dettagli sul pubblico:**

- Luogo:
  - Stati Uniti d'America
- Età:
  - 18 - 65+
- Posizionamenti:
  - sulle Pagine: Sezione Notizie su computer, Sezione Notizie su dispositivi mobili, Colonna destra su computer. Applicazioni e siti

Copertura potenziale: 194.000.000 persone

**Copertura giornaliera stimata**

**f 1400 - 3700 persone su Facebook**



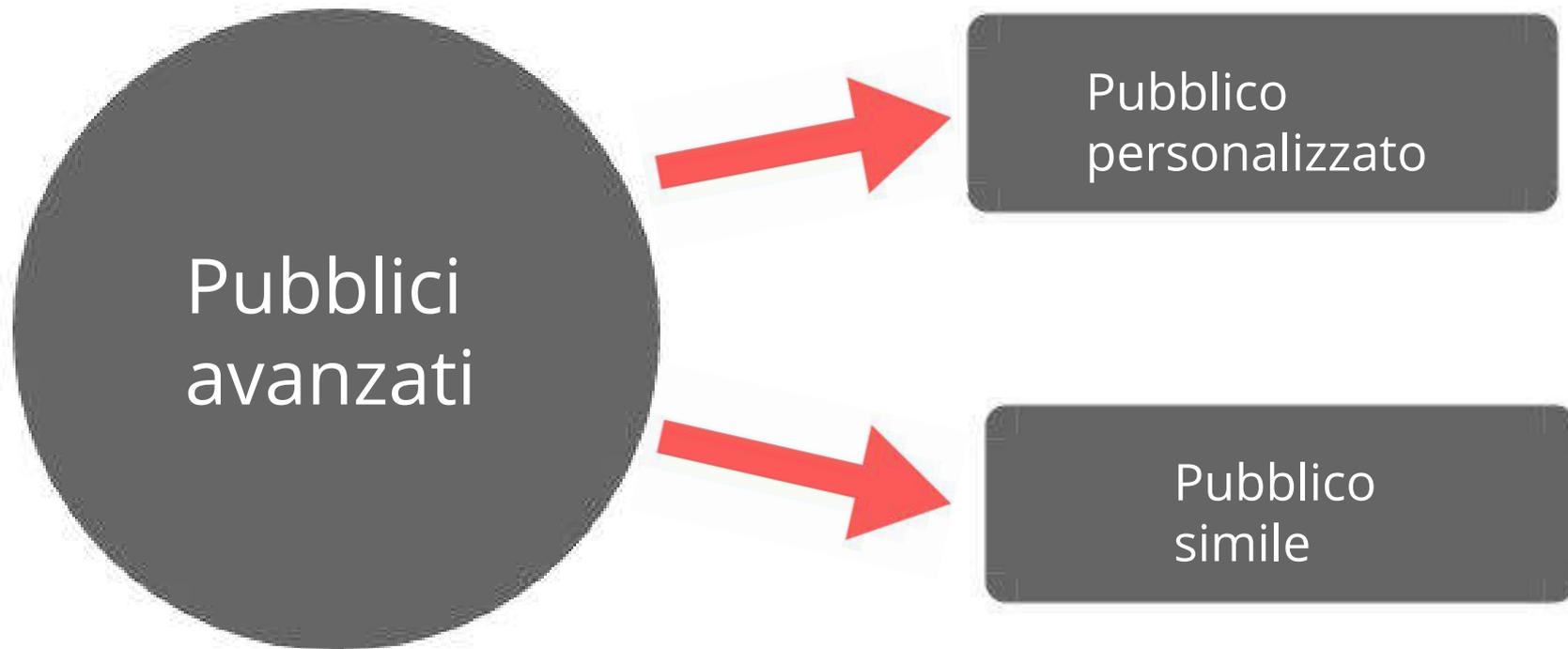
0 di 130.000.000 ⓘ

**📷 3000 - 8000 persone su Instagram**



0 di 34.000.000 ⓘ

# COME SCEGLIERE IL PUBBLICO?



# PUBBLICO PERSONALIZZATO

## PUBBLICO PERSONALIZZATO

Persone iscritte  
a Facebook



Persone che  
l'azienda conosce



# PUBBLICI AVANZATI

## PUBBLICO PERSONALIZZATO



Persone iscritte alla newsletter e su Facebook



Persone che visitano il sito e su Facebook



Persone che hanno interagito con la vostra pagina



### File clienti

Usa un file clienti per trovare corrispondenze tra i tuoi clienti e le persone su Facebook e creare un pubblico dalle corrispondenze. I dati verranno sottoposti a una procedura di hashing prima del caricamento.



### Visite sul sito Web

Crea una lista di persone che visitano il tuo sito Web o visualizzano pagine Web specifiche



### Attività nelle applicazioni

Crea una lista di persone che hanno eseguito un'azione specifica nella tua applicazione o nel tuo gioco



### Interazioni su Facebook Nuovo

Crea un lista di persone che hanno interagito con i tuoi contenuti su Facebook

# PUBBLICI AVANZATI

## PUBBLICO PERSONALIZZATO



Persone iscritte alla newsletter e su Facebook



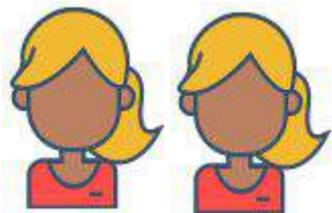
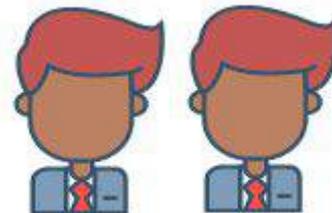
Persone che visitano il sito e su Facebook



Persone che hanno interagito con la vostra pagina



## PUBBLICO SIMILE



# IL PIXEL DI FACEBOOK: COS'È



## Pixel di Facebook

Adesso puoi creare un pixel per il monitoraggio, l'ottimizzazione e il remarketing. [Scopri di più](#)

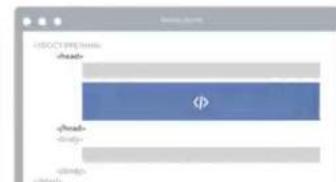
[Crea un pixel](#)

### Visualizza il codice di base del pixel

Copy Pixel



Paste Pixel



Riproduci

### Installa il codice di base del pixel (obbligatorio)

Copia il codice e incollalo tra `<head>` e `</head>` nel codice del tuo sito Web. Il pixel monitorerà le visite su ogni pagina del tuo sito Web. [Ottieni assistenza con l'installazione del tuo pixel.](#)

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
!function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)n=
n._fbq=n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');

fbq('init', '1068192459941380');
fbq('track', "PageView");</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# IL PIXEL DI FACEBOOK: COSA FA?

- **Misura le conversioni su più dispositivi:** scopri come i tuoi clienti passano da un dispositivo all'altro prima di effettuare una conversione.
- **Ottimizza la pubblicazione raggiungendo le persone che potrebbero eseguire un'azione:** assicurati che le tue inserzioni siano viste dalle persone che potrebbero eseguire l'azione che desideri, ad esempio effettuare un acquisto o compilare un modulo.
- **Crea automaticamente un pubblico composto dalle persone che visitano il tuo sito Web per cui effettuare il retargeting:** crea un pubblico personalizzato composto dalle persone che eseguono azioni specifiche sul tuo sito Web, ad esempio quelle che hanno visitato la pagina di un prodotto, aggiunto qualcosa al carrello o acquistato un prodotto.
- **Crea un pubblico simile.** Trova altre persone simili ai tuoi clienti migliori.
- **Pubblica le inserzioni dinamiche per i prodotti.** Crea inserzioni pertinenti nel momento opportuno su Facebook in base ai prodotti che le persone hanno visualizzato nel tuo sito Web.
- **Accedi agli Insights sul pubblico.** Ottieni dati di Insights interessanti sulle persone che visitano il tuo sito Web.

# DOVE COMPARE L'ANNUNCIO?

Utile per esempio per includere o escludere Instagram

## Posizionamenti automatici (consigliati)

Le tue inserzioni saranno mostrate automaticamente al tuo pubblico nei luoghi che potrebbero ottenere i risultati migliori. Per questo obiettivo, i posizionamenti potrebbero includere Facebook, Instagram e Audience Network. 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.

**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.

Tipi di dispositivo: Tutti i dispositivi (scelta consigliata)

Piattaforme:

- Facebook
- Instagram
- Audience Network  Non selezionabile

Opzioni avanzate

Dispositivi mobili e sistemi operativi specifici: Tutti i dispositivi mobili

Solo con connessione Wi-Fi

**Budget e programmazione**

Instagram

Audience Network

**PO SIZIONAMENTI**

Instagram

**DISPOSITIVI**

Mobile abilitato

Disabilitato per computer

Sezione Notizie su dispositivi mobili, Sezione Notizie su computer o Colonna destra su computer

**Criteri di corrispondenza:**

- Interessi: Volontariato, Aiuti umanitari o Organizzazione non governativa

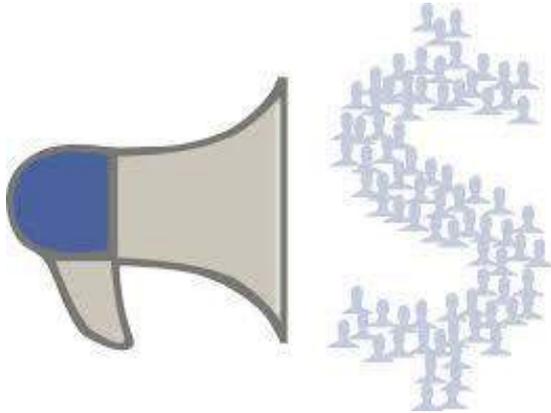
**Placements:**

- Facebook Sezione Notizie e

# QUALE BUDGET IMPOSTARE?

Stabilisci un budget

- f** Importo massimo giornaliero o totale
- f** Tipo di offerta: CPC o CPM
- f** Durata



MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# BUDGET o IMPORTO SPESO?



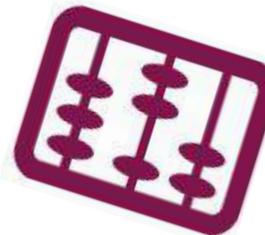
- **Budget:** l'importo che sei disposto a pagare per mostrare le inserzioni durante il periodo di tempo scelto. Non stai acquistando inserzioni: il budget è l'importo che pagheresti per mostrare le tue inserzioni al tuo pubblico

## Budget giornaliero

l'importo medio che puoi spendere al giorno per il gruppo di inserzioni

## Budget totale

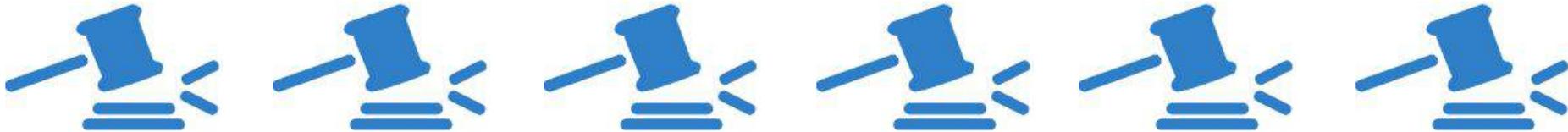
L'importo massimo che sei disposto a spendere per il tuo gruppo di inserzioni



- **Spesa totale:** l'importo che paghi effettivamente (la quantità del budget usata) per il tuo gruppo di inserzioni. In teoria, i tuoi gruppi di inserzioni spenderanno la maggior parte del budget, se non tutto.

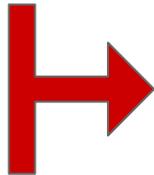
# È POSSIBILE NON SPENDERE TUTTO IL BUDGET?

Mario vuol mostrare i prodotti della sua azienda agroalimentare a persone che vivono a Firenze, di circa 40 anni e interessate al bio. Tante altre aziende come quella di Mario cercano persone con quelle caratteristiche: scatta **l'asta pubblicitaria**.



**Facebook** mostrerà la pubblicità che ritiene abbia più valore in base a:

- **l'offerta dell'inserzionista**
- **pertinenza dell'inserzione**



**VALORE COMPLESSIVO**

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COS'È L'OFFERTA?

## Offerta manuale

Sei tu a proporre un'offerta: punta il massimo che sei disposto a investire per la promozione; investire meno significherebbe aumentare le probabilità di perdere l'asta.

## Offerta automatica

Facebook sceglie l'offerta ottimale per ottenere i migliori risultati

Es. "Ottieni il maggior numero di conversioni sul sito Web al miglior prezzo"



# COME VINCERE UN NUMERO MAGGIORE DI ASTE?



**Fai la giusta offerta:** se imposti l'offerta manualmente devi fare attenzione alla tua proposta. Se puoi spendere fino a 5€, offri 5€. Offrire meno significa perdere aste che altrimenti la tua inserzione avrebbe vinto.



**Determina il giusto budget:** per assicurarsi che la pubblicazione di un gruppo di inserzioni avvenga in modo costante e senza interruzioni impostare un budget giornaliero superiore all'offerta.

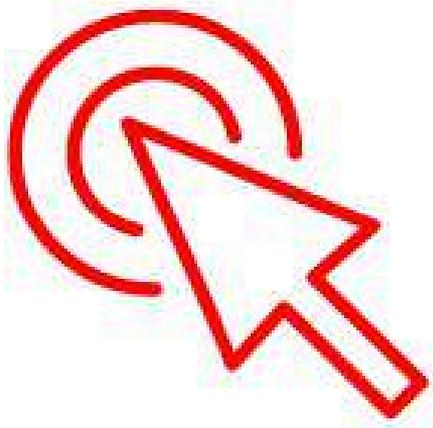


**Scegli l'ottimizzazione in base al tuo obiettivo:** se vuoi più conversioni al sito web, scegli l'ottimizzazione per le conversioni al sito web, e non quelle per i clic sul post.

# QUANDO RICEVO GLI ADDEBITI?

**CPC**

Costo per click



**CPM**

Costo per mille



# QUANDO RICEVO GLI ADDEBITI?



# OGNI QUANTO RICEVO GLI ADDEBITI?



Alla fine del mese

Quando raggiungo la **soglia di fatturazione** un'importo stabilito da me

# COME IMPOSTARE IL LIMITE DI SPESA?



Il **limite di spesa dell'account** ti permette di impostare una soglia per il tuo account pubblicitario da non superare, a prescindere dalle impostazioni relative ai budget.

★ Usati di frequente	☰ Pianificazione	+ Creazione e gestione	📊 Misurazione e report	🗄️ Risorse	⚙️ Impostazioni
Gestione inserzioni	Insights sul pubblico	Gestione inserzioni	Report pubblicitari	Pubblico	Impostazioni dell'account pubblicitario
Power Editor		Power Editor	Conversioni personalizzate	Immagini	<b>Fatturazione e metodi di pagamento</b>
Pubblico		Post della Pagina	Insights sulla pubblicazione	Pixel	
Pixel				Cataloghi prodotti	

# COME IMPOSTARE IL LIMITE DI SPESA?



Il **limite di spesa dell'account** ti permette di impostare una soglia per il tuo account pubblicitario da non superare, a prescindere dalle impostazioni relative ai budget.

 **Limite di spesa dell'account** 

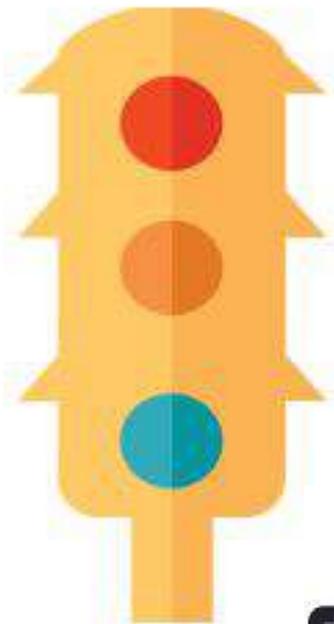
## Controlla quanto spendi

Imposta il limite di spesa del tuo account per controllare l'importo totale di denaro che desideri spendere nel tuo account pubblicitario. Dopo aver raggiunto il limite di spesa dell'account, le tue inserzioni saranno disattivate per impedirti di spendere più del limite che hai impostato.

[Imposta il limite di spesa dell'account](#)

# NORMATIVE PUBBLICITARIE DI FACEBOOK

L'analisi delle inserzioni su Facebook può richiedere fino a 24h.

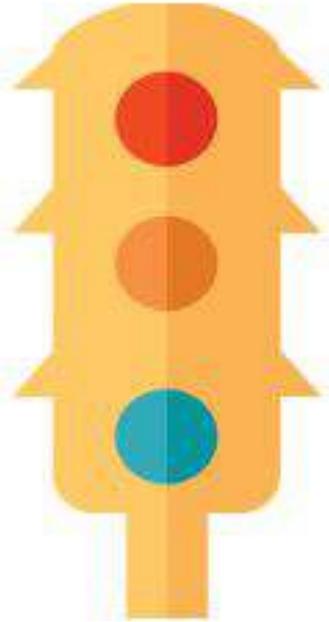


# NORMATIVE PUBBLICITARIE DI FACEBOOK

L'analisi delle inserzioni su Facebook richiede 24h. Gli errori più comuni:

- Uso del testo nelle immagini
- Menzioni di **Facebook**
- Materiali con limitazioni in base all'età (es. Alcolici)

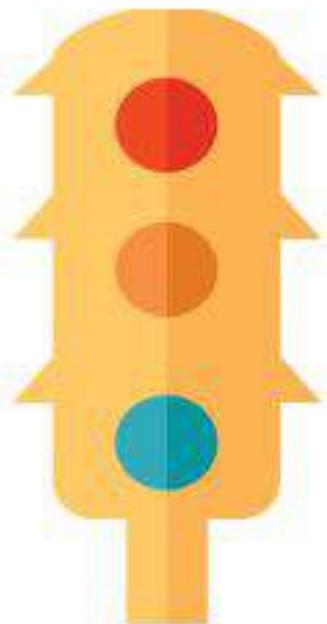
[Normative pubblicitarie di Facebook](#)



# NORMATIVE PUBBLICITARIE DI FACEBOOK

**Targetizzazione:** è soggetta a tutte le leggi, le normative, le linee di condotta del settore applicabili e le presenti linee guida. È possibile destinare le inserzioni che promuovono l'alcol solo alle persone che rientrano nelle seguenti fasce d'età:

1. Requisiti relativi all'età per l'India disponibili [qui](#)
2. Almeno 25 anni in Svezia
3. Almeno 21 anni in Camerun, Micronesia, Palau, Isole Salomone, Sri Lanka e negli Stati Uniti
4. Almeno 20 anni in Giappone, Islanda, Thailandia e Paraguay
5. Almeno 19 anni in Canada, Corea e Nicaragua
6. Almeno 18 anni negli altri Paesi (esclusi i Paesi specificati nella Sezione 3.1 delle presenti Normative pubblicitarie)



# COME SCEGLIERE L'IMMAGINE DELL'ANNUNCIO?

## Valutazioni del testo dell'immagine



Testo dell'immagine: **Ok**

La tua inserzione verrà pubblicata normalmente.



Testo dell'immagine: **Bassa**

La copertura della tua inserzione potrebbe essere leggermente inferiore.



Testo dell'immagine: **Media**

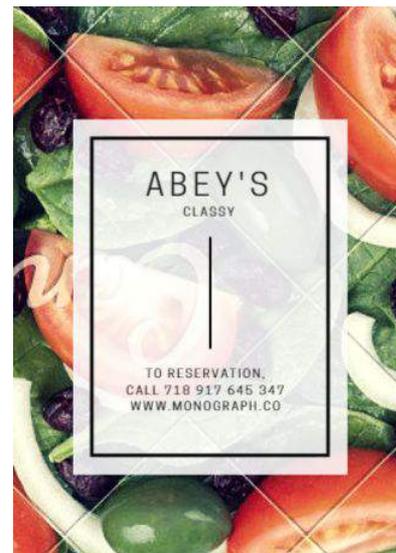
La copertura della tua inserzione potrebbe essere molto inferiore.



Testo dell'immagine: **Elevata**

La tua inserzione potrebbe non essere pubblicata.

Per verificare la quantità di testo della tua foto: [Text Overlay](#)



MADE IN

ITALY

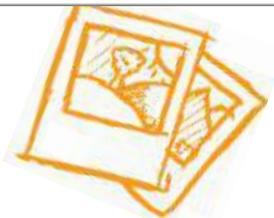
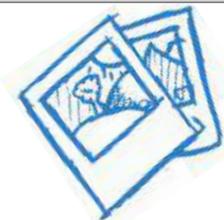
Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# IMMAGINE DELL'ANNUNCIO SECONDO LE NORMATIVE PUBBLICITARIE DI FB

Dimensioni consigliate per le immagini		6 consigli per inserzioni più efficaci	
Clic sul sito Web	1200 x 628 pixel		
Conversioni sul sito Web	1200 x 628 pixel		
Interazione con il post della Pagina	1200 x 900 pixel	Interazione con l'app	1200 x 628 pixel
		Notorietà nei dintorni	1200 x 628 pixel
"Mi piace" sulla Pagina	1200 x 444 pixel	Risposte all'evento	1200 x 444 pixel
Installazioni dell'app	1200 x 628 pixel	Richieste di offerte	1200 x 628 pixel
		Visualizzazioni del video	1200 x 675 pixel
		Generazione di contatti	1200 x 628 pixel



MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COME SCRIVERE IL TESTO DELL'INSERZIONE?

- ✓ Sii breve: testi lunghi potrebbero subire troncamenti
- ✓ Mostra il vantaggio per il cliente
- ✓ Usa un'immagine semplice ma accattivante (il tuo post deve competere con quelli "organici" di amici e parenti!)
- ✓ Mostra il tuo prodotto contestualizzato

Pagina consigliata

 **Jasper's Market**  
Sponsorizzata

We are now open downtown. Like our Page for the latest news and invites to special events.



**Jasper's Market**  
Generi alimentari  
Piace a 551.029 persone.

 Mi piace

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# COSTRUIRE UNA CAMPAGNA DI INSERZIONI

<https://www.facebook.com/business/ads-guide>

Carosello

- Interazione con il post della Pagina
- "Mi piace" sulla Pagina
- Installazioni dell'applicazione
- Interazione con l'applicazione
- Notorietà in zona
- Risposte all'evento
- Richieste di offerte
- Visualizzazioni del video
- Acquisizione di contatti

SEZIONE NOTIZIE DEI COMPUTER



Jasper's Market

Sponsorizzata ·

Jasper's is more than just groceries! You can now find all of your cooking tools and utensils on our website.



Set of five white ceramic bowls

\$20



White ceramic mortar and pestle

\$25

Place a 7 persone · 2 commenti · 3 condivisioni

Mi piace

Commenta

Condividi

SEZIONE NOTIZIE DEI DISPOSITIVI MOB



Jasper's Market

Sponsorizzata ·

Jasper's is more than just groceries! You can now find all of your cooking tools and utensils on our website.



Set of five white ceramic bowls

\$20

Place a 7 persone · 2 commenti · 3 condivisioni

Mi piace

Commenta

Condividi

Visualizza l'anteprima per i feature phone

MADE IN  
ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# L'IMPORTANZA DEL MONITORAGGIO



Che riscontro sto  
ottendendo con il mio  
gruppo di inserzioni?

# LA VIDEATA DI MONITORAGGIO



Gestione inserzioni

Cerca



Account: Madeleine Sieger

Cerca

Filtri

Ultimi 30 giorni

Spesa degli ultimi 7 giorni: \$ 0,00

\$ 0,01

\$ 0,00

\$ 0,00  
27/06

\$ 0,00  
28/06

\$ 0,00  
29/06

\$ 0,00  
30/06

\$ 0,00  
01/07

\$ 0,00  
02/07

\$ 0,00  
Oggi



Prova Facebook Pixel Helper

Ricevi assistenza con la configurazione dei tuoi pixel e la risoluzione degli errori più comuni grazie al plug-in Facebook Pixel Helper.



Tutte le campagne

+ Crea campagna

Colonne: Prestazioni

Dettagli

Esporta



Nome della campagna

Pubblicazione

Risultati

Copertura

Costo

Importo spe...

Data di fine

Nessun risultato trovato

Cerca di nuovo o usa filtri diversi.

Crea inserzione

MADE IN

ITALY

Facebook Ads

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# MONITORARE PER MIGLIORARE

Voglio promuovere online il mio e-shop di scarpe. Investo 25€ per la mia campagna pubblicitaria su Facebook.

Come faccio a stimare il guadagno ottenuto dall'annuncio su FB?



Prima della campagna	Cosa ho ottenuto?	Di quanto sono aumentate le vendite?
Gli acquisti nel mio shop online erano intorno a 30 alla settimana.	60 acquisti online alla settimana con un investimento di 25€	100%

# IL PIANO EDITORIALE



# IL PIANO EDITORIALE: PERCHÉ E COME

Inserire Facebook in una strategia:

1. Conoscere il **mercato** [giovane/anziano, locale/internazionale...]
2. Studiare la **concorrenza** [cosa hanno in mente con la pagina FB/co-marketing... ]
3. Business model chiaro [**obiettivi**: degustazioni/storytelling...]
4. Fare **e-mail marketing** [apertura pagina/follow us/offerte su FB]
5. Avere un **sito** che *funziona* (o *funzionare* altrove: marketplace?) →  
VENDERE

# IL PIANO EDITORIALE



Definire gli **obiettivi**



Pianificare la tempistica: **calendario**



Definire il **target**



**Monitoraggio** costante



Individuare i **contenuti**



**Promuovere**

MADE IN  
ITALY

Facebook Strategy

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# CONTENUTI: CORE E NO-CORE

Obiettivi, target e poi:

- Presentare chi e cosa
- Presentare come
- Storytelling aziendale
- Coupon, offerte e sconti
- Recensioni, pareri e consigli
- Informazioni utili e formative
- Emozioni e ispirazione



# PUBBLICARE CONTENUTI DI SUCCESSO

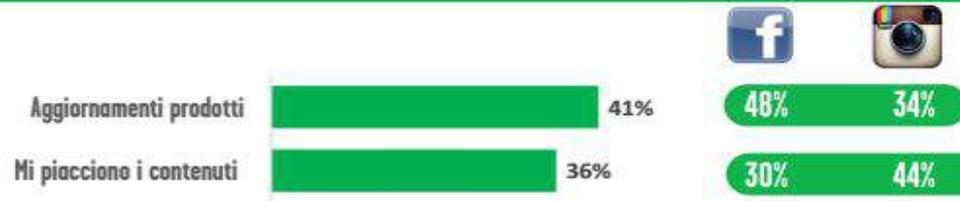
Il **post**: cosa pubblicare?

- Foto/Video = 
- Link a sito e blog aziendali
- Link a siti esterni

→ Non è solo una vetrina!



*Che cosa ti spinge a seguire un brand sui social network?*



MADE IN  
ITALY

Facebook Strategy

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# PUBBLICARE CONTENUTI DI SUCCESSO



# CASO: Saraceni Wine

**Fratelli Saraceni Wines Official**  
15 agosto alle ore 18:02 · 🇪🇺

Buon Ferragosto!!! Grab your favorite chilled sparkling Saraceni wine and uncork a day of fun under the sun!

#BuonFerragosto #Ferragosto #SparklingWines #Summer #Blumond #LiveInBlue #FratelliSaraceni #MadeInItaly #BlueChampagne #BlueWine #ItalianWine #SaraceniWines

Visualizza traduzione

Mi piace · Commenta · Condividi

41

Commenti più in vista

**Fratelli Saraceni Wines Official**  
18 agosto alle ore 17:02 · 🇪🇺

Have you made a Volare Cocktail yet? Try out this refreshing and cool summer drink recipe while you dip your toes in the pool and watch the sun go down.

Volare to Florence Recipe: 1/4 Volare, 1/4 Gin, 1/4 Campari, and 1/4 Red Vermouth

Take brunch to new heights!... Altro...

Visualizza traduzione

Mi piace · Commenta · Condividi

12

**Fratelli Saraceni Wines Official**  
20 agosto alle ore 18:05 · 🇪🇺

Add a little sparkle to your night and pop open a bottle of our award winning Prosecco DOC. Pair it with your light summer dinner or just enjoy it while you watch the lighting bugs slowly take over the night.

#ExtraDryProsecco #FratelliSaraceni #SaraceniWines #MadeInItaly #ItalianWine #Aperitif #AwardWinning #Tuscany #Luxury #Summer #SparklingWines

Visualizza traduzione

Mi piace · Commenta · Condividi

13



# CASO: Pasta GAROFALO

<https://www.facebook.com/PastaGarofaloItalia>

Grazie ad una strategia chiara:

1. Sviluppano engagement
2. Aumentano la percezione del brand
3. Portano traffico al sito
4. Vendono



# #PokémonGo

**Ninja Marketing**  
17 ore fa · 🌐

Perché cercare una palestra quando puoi allenarti al nostro Creat (sì, ci siamo cascati anche noi #PokemonGO #sorrynotsorry)



**Biscotti Plasmon**  
21 ore fa · 🌐

Prendili tutti! #PokemonGo



**Qantas** ✓  
13 luglio alle ore 8:31 · 🌐

Catch 'em all before you catch your flight! Have you had any luck with #PokemonGo on your travels yet?

Visualizza traduzione



MADE IN  
ITALY

Facebook Strategy

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# TROVARE CONTENUTI DI SUCCESSO

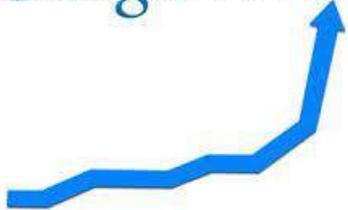


[Google Alert](#)

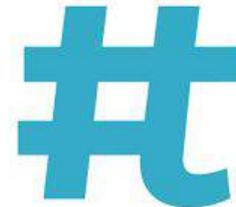


[Buzzsumo](#)

Google Trends



[Google Trend](#)



[Tagboard](#)

MADE IN

ITALY

Facebook Strategy

Eccellenze in digitale

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi

# IL PIANO EDITORIALE



# A SCUOLA DI Facebook Strategy



Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
[monitoraggio - programmazione ]	Cooking Class Ricette	Storytelling aziendale	Degustazione (appuntamento per il weekend)	#happyfriday (presentazione vino; offerta; uscita su marketplace)		Degustazione realtime



Eccellenze in digitale



**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE!**

Riccardo Di Virgilio - Giulia Foconi



Eccellenze in digitale



**Riccardo Di Virgilio**

[riccardodivirgilio.fi@gmail.com](mailto:riccardodivirgilio.fi@gmail.com)



**Giulia Foconi**

[giulia.foconi@gmail.com](mailto:giulia.foconi@gmail.com)



REGIONE  
TOSCANA

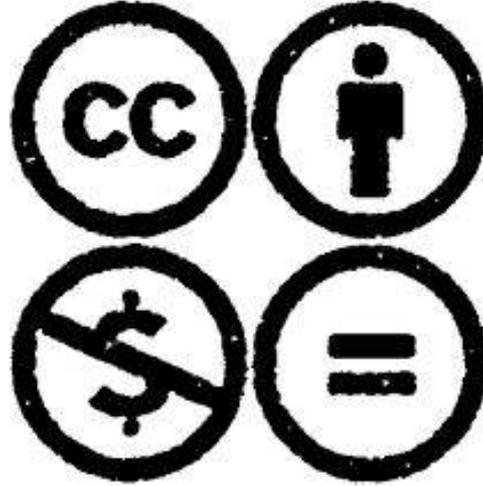


In collaborazione con



**PromoFirenze**

AZIENDA SPECIALE  
Camera di Commercio di Firenze



**Tutti i diritti riservati, vietata la riproduzione non autorizzata e l'uso a scopi commerciali.  
Si prega di contattare gli autori per qualsiasi altro utilizzo, differente da quelli disposti.**