

Webinar Gratuito

Strategie e strumenti per
sponsorizzare il tuo business nella
Ricerca Google e sui Social

Il webinar si svolgerà su
Google Meet



Digital ADV

Martedì 17 Maggio
ore 14:30



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA



Il ruolo del Paid Adv

Il ruolo del Paid Adv a supporto delle PMI



Una buona strategia SEO, volta a indicizzare e poi a posizionare quante più pagine possibile tra i primi risultati della SERP non garantisce risultati immediati e stabili su tutti i prodotti e servizi che proponiamo. Il paid ci consente di presidiare la SERP in maniera mirata, su keyword strategiche per il nostro business

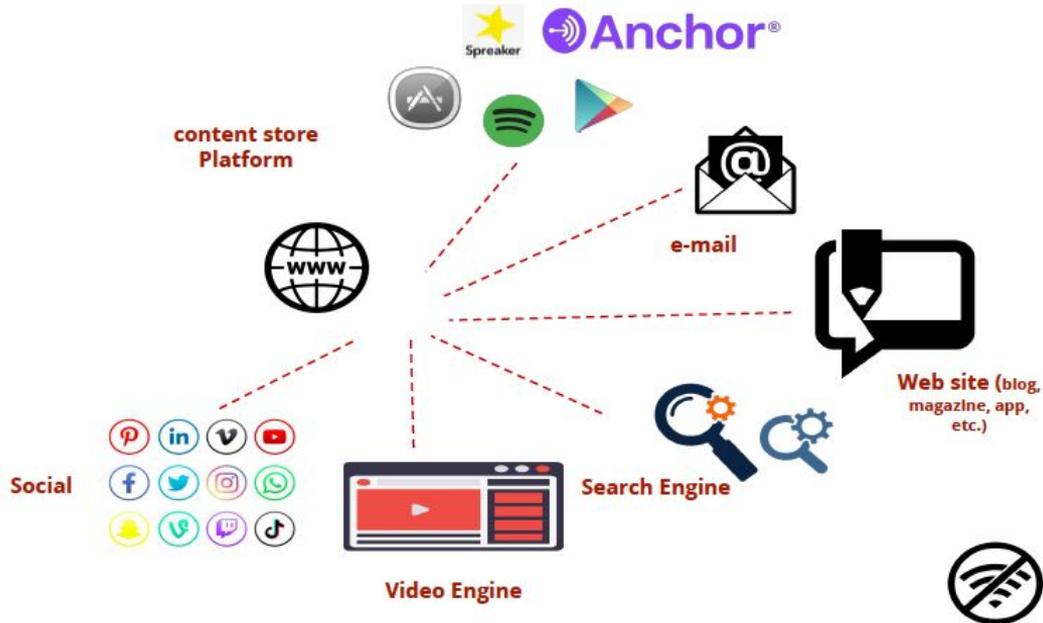


Dopo aver progettato e ottimizzato il nostro sito web da un punto di vista di UX e UI è bene che questo venga promosso e reso visibile presso l'audience target di riferimento, sia quando il nostro target è proattivamente alla ricerca dei nostri servizi prodotti sia perché potenzialmente interessata ad essi



Definire quali Social Network presidiare e curare le proprie pagine aziendali è fondamentale per coltivare relazioni più profonde e durature con la propria audience, ma sappiamo che gli algoritmi social non ci consentono facilmente di ottenere visibilità gratuita verso un pubblico nuovo e non ancora ingaggiato, ed è lì che una strategia paid mirata può aiutarci a raggiungere i risultati desiderati

Il ruolo del Paid Adv a supporto delle PMI



I canali digitali che è possibile sollecitare e coinvolgere in una strategia di Digital Content Marketing possono essere ascritti a cinque macro categorie

- Social Network
- Search & Video Engine
- Web & mobile Application
- E-mail
- Content store Platform

Tutti i canali citati consentono azioni strategiche **paid** e **unpaid**, ma sempre e comunque basate su contenuto valoriale

In una strategia di content marketing ottimale (dove ottimale spesso significa disponibilità di budget congrui) i canali digitali e i **canali tradizionali**, i cosiddetti touchpoint fisici, dovrebbero essere parte di una strategia integrata

Targeting & Profiling

Come e dove intercettiamo gli utenti: differenze



- L'utente nei social network viene profilato per quello che "dichiara" o "Non dichiara" all'interno del social network di riferimento.
- Sui Social Network vi è un'audience socio demo molto più netta
- L'utente può essere raggiunto solo all'interno del social network e delle sue "estensioni"



- Nella suite Google Ads l'utente anonimizzato può essere clusterizzato per le sue reali abitudini di navigazione e interessi mentre:
 - fa ricerche
 - guarda Video su YouTube
 - interagisce con la propria Gmail
 - usa il suo navigatore
 - naviga negli store o sulle App Mobile
 - naviga all'interno del Display Network
 - utilizza un assistant
- Su Google Ads non vi è una specifica audience socio demografica
- L'utente può essere raggiunto non solo sulle property di Google ma su milioni di siti e App durante la sua navigazione abituale

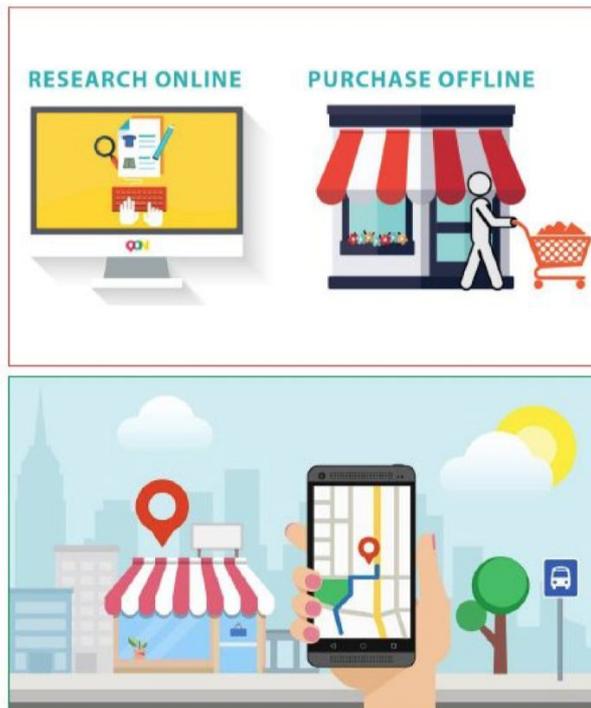
La Ricerca su Google

- **Ogni giorno** vengono effettuate circa **3.5 miliardi** di ricerche
- Ogni utente ne effettua circa **1,4 al giorno a testa**
- il **57%** delle prime ricerche online è seguito da almeno una **seconda ricerca con parole chiave più specifiche** per ottimizzare i risultati della ricerca stessa
- **15%** di tutte queste ricerche **non è mai stato cercato** prima su Google



Cresce la Local Search

- L'81% degli acquirenti effettua **ricerche informative** online **sul prodotto** prima di **acquistarlo** (anche ROPO).
- l'80% delle persone effettua **ricerche sull'azienda** prima di effettuare un acquisto con essa (anche offline).
- Il 97% dei consumatori naviga online per **trovare un'attività locale o servizi locali**.
- L'86% delle persone cerca la posizione di un'attività commerciale su Google Maps e spesso **attiva il navigatore o fa partire una chiamata**



Cresce la Local Search

- 4 consumatori su 5 utilizzano i motori di ricerca per trovare informazioni locali (indirizzo del negozio, orari d'apertura, disponibilità del prodotto e indicazioni).
- Il 50% dei consumatori che ha effettuato una ricerca locale sul proprio smartphone ha visitato un negozio entro un giorno
- Il 18% di ricerche locali su smartphone portano a un acquisto entro un giorno contro il 7% di ricerche non locali.



orario di apertura
indirizzo del negozio

indicazioni stradali



Fonte: Google "Understanding Consumers' Local Search Behavior" - Ipsos Media/Purchased

Local SEM



Fonte: Google "Understanding Consumers' Local Search Behavior" - Ipsos Media/Purchased

Search Engine Marketing

Il SEM è una forma di **pubblicità su Internet** che promuove i siti web facendoli comparire nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca.

Il processo di offerta del SEM si basa su strategie di **pay-per-click**, di **segmentazione** e di **uso mirato di parole chiave** che consentono di mostrare un annuncio in cima alla pagina dei risultati di ricerca grazie a una corrispondenza con termini rilevanti

Google Ads consente di pubblicare gli annunci su Google e altri siti grazie allo strumento Google Display Network

Avg. CPC
£1.08
£1.14
£1.09



Vantaggi di fare SEM

L'utente, attraverso una ricerca effettuata mediante una parola chiave, richiama a sé il messaggio. Gli utenti, quindi, esprimono chiaramente un loro bisogno.

Autoprofilazione dell'utenza: si ha la certezza di raggiungere un target interessato.

Contestualità: il rapporto con i risultati di ricerca è vissuto positivamente in quanto quest'ultimi sono contestuali agli argomenti cercati e pertanto non vengono percepiti come invasivi.

Viene addebitato un costo all'inserzionista solo quando vengono intraprese azioni specifiche sull'annuncio, come appunto il click su di esso.

In sintesi: **l'inserzionista paga solo se e quando un utente clicca sull'annuncio. Da qui il nome "pay-per-click", ossia "paga per click".**



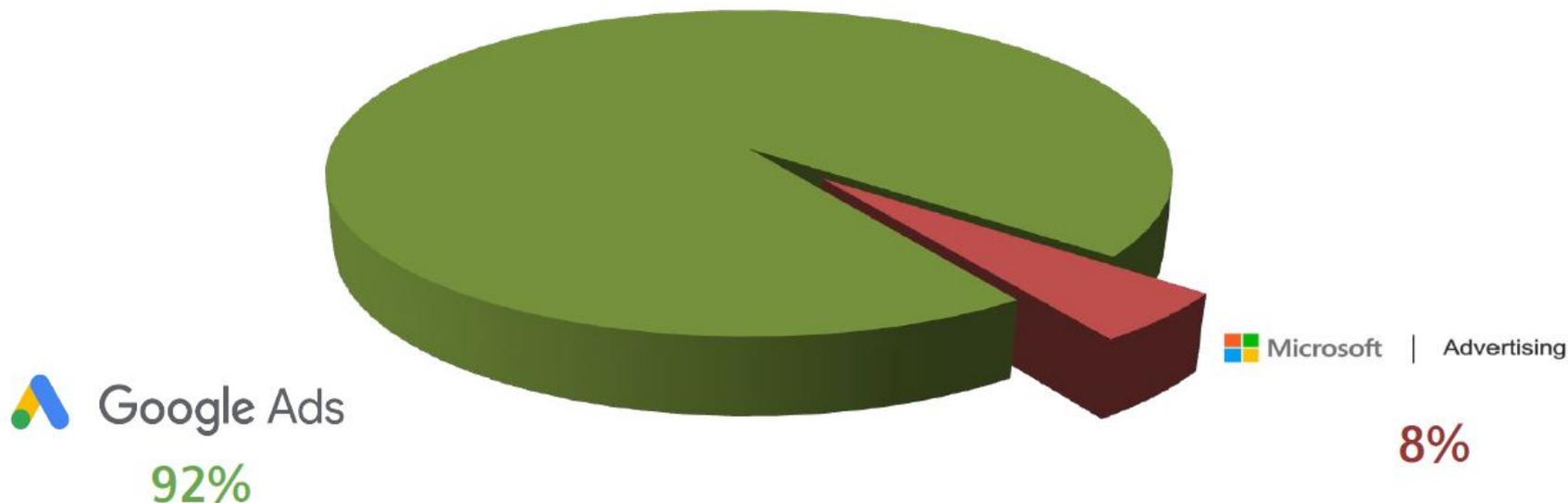
Chi può trarre vantaggio dal fare ADV sui motori di ricerca

- Tutte le attività commerciali con un punto vendita, e quindi anche grandi brand con molti punti vendita
- Professionisti (avvocati, commercialisti, psicoterapeuti, ingegneri, geometri, etc.)
- Studi medici e ambulatori veterinari
- Servizi alla persona (estetica, benessere e affini)
- Servizi specialistici (idraulica, serramenti, etc)
- Ristorazione
- Servizi accoglienza (hotel, agriturismi, b&b, etc.)



Piattaforme SEM

Ripartizione degli investimenti



Vantaggi di fare SEM



Pertinenza

Entrare in contatto con gli utenti giusti, al momento giusto e con il messaggio più adatto. Gli annunci possono essere pubblicati sulla rete di Ricerca Google, YouTube e non solo, proprio mentre gli utenti cercano prodotti o servizi come quelli che offri.



Controllo

Controllo completo del budget e della spesa che si vorrà sostenere. Infatti, è l'inserzionista a stabilire quanto spendere, impostando un budget giornaliero per ogni campagna.



Risultati

L'inserzionista sosterrà dei costi solo quando otterrà risultati specifici, come i clic sull'annuncio o le chiamate all'attività.

Gli strumenti di misurazione consentono di controllare facilmente il rendimento delle campagne.

✕
🔍

🔍 Tutti
🛒 Shopping
🖼️ Immagini
📰 Notizie
📺 Video
⋮ Altro
⚙️ Impostazioni
🛠️ Strumenti

Circa 3.040.000 risultati (0,72 secondi)

✕
🔍

🔍 Tutti
📍 Maps
📰 Notizie
🖼️ Immagini
🛒 Shopping
⋮ Altro
⚙️ Impostazioni
🛠️ Strumenti

Circa 161.000 risultati (0,89 secondi)

Annuncio · <http://www.ilpoderedellastrega.com/>

Agriturismo a Siena - Il Podere della Strega

Il Podere della Strega gode di una bellissima vista su **Siena**. Camera e Colazione inclusa! Prenota ora il tuo Soggiorno e Risparmia. Prenotazione sicura. Giardino esterno. Colazioni · Contatti · Camere · Matrimoni

nci · Acquista bijoux donna argento



- Bracciale
ento...

€

iz. gratuita
oogle



Top con bretelle
sottile con...

15,00 €
SHEIN

Da Google



BVLGARI
Serpenti Forev...

290,00 €
BVLGARI

Spediz. gratuita
Da Google



Saint Laurent,
Orecchini...

295,00 €
Mytheresa Italy

Spediz. gratuita
Da smec



Collane in
argento lettere

65,00 €
it.pdpaola.com

Da Google

Annuncio · <https://www.pdpaola.com/>

Collane PDPAOLA - Gioielli in Oro e Argento

Collane eleganti da indossare in ogni occasione. Scopri la gamma di Collane da **Donna**. Collane perfette per ogni giorno. Lasciati ispirare. Scegli gli ultimi arrivi da PDPAOLA. Placcatura in Oro 18k. Packaging Unico. Pezzi Personalizzati. Argento Sterling 925.

Il Ruolo del Paid Adv a supporto delle MPMI

pd punto
impresa
digitale



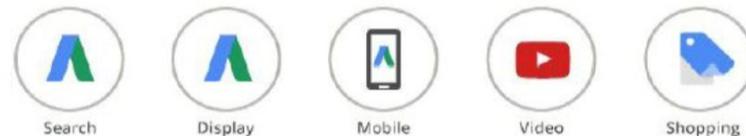
CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA

Tipologie di Campagne SEM

Google Ads offre la possibilità all'inserzionista di pubblicizzare i propri prodotti e servizi in corrispondenza di specifiche parole chiave e/o macro argomenti o in corrispondenza di specifici utenti.

Tramite la suite Google Ads sono disponibili all'inserzionista entrambe le macro strategie di Ads (Push & Pull)

- **pay per clic sul Motore di ricerca Google** e sui suoi siti Partner;
- **pubblicità targettizzata** in funzione o dei contenuti espressi all'interno del sito o in funzione delle caratteristiche dell'utente, tramite annunci testuali, video, schede prodotto e banner pubblicitari.



- **Campagna sulla rete di ricerca**
- **Campagna sulla Rete Display**
- **Campagna Shopping**
- **Campagna video**
- **Campagna per app**

Obiettivi

Ecommerce

Contatti Prospect

Chiamate

Traffico su Sito

Brand Awareness

Social Media
Engagement

Iscrizioni alla
Newsletter

Richieste
Informazioni

Visite al negozio

Recensioni

App Downloads

???

Segmentazione



Ricerca utenti il cui
profilo è adatto alle
caratteristiche del
prodotto



Ridurre i costi

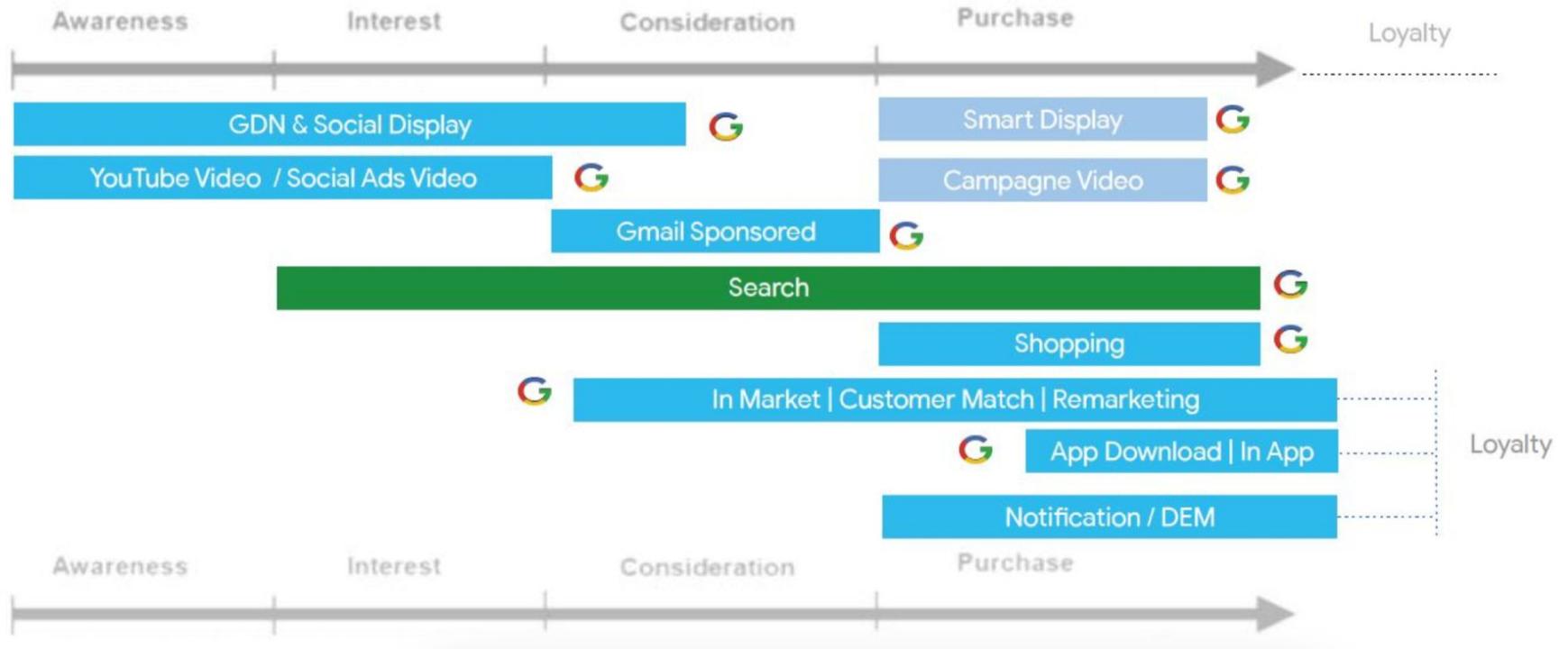


Mostrare gli annunci
nel momento in cui il
prodotto registra
l'impatto maggiore

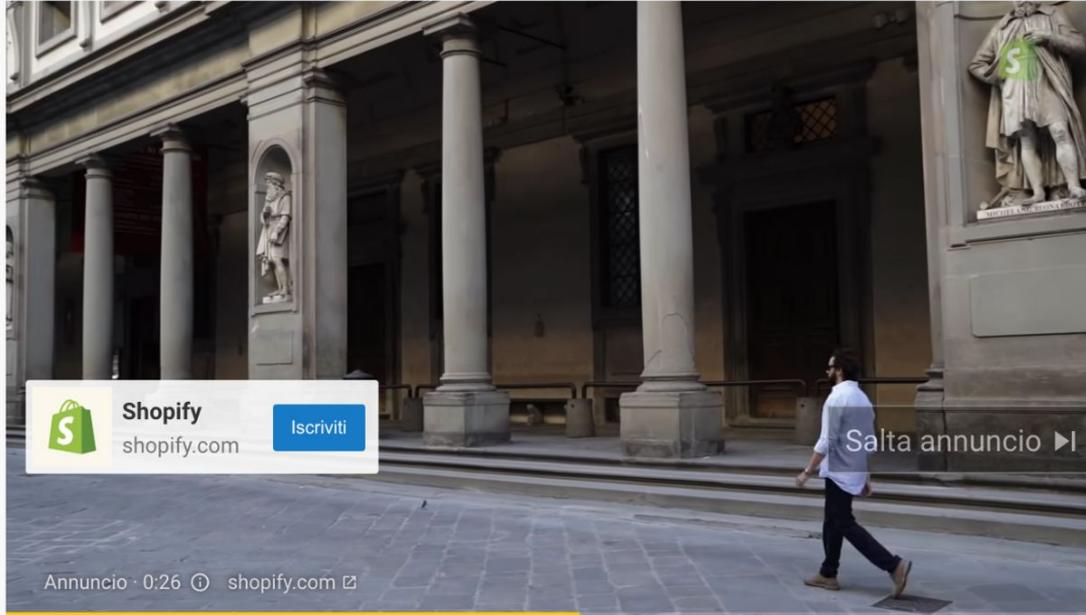


Utilizzare la lingua
degli utenti

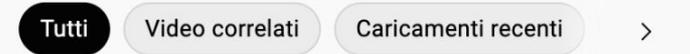
Google Ads nella Customer Journey



Google Ads nella Customer Journey



FINIMONDO



Google Ads nella Customer Journey

tavolo alessi

Tutti Immagini Shopping Notizie Maps Altro Strumenti

Circa 3.500.000 risultati (0,57 secondi)

Annunci · Acquista tavolo alessi

 <p>FORNASETTI Tavolo Bocca... 1.700,00 € Fornasetti Spediz. gratuita Da Google</p>	 <p>Tavolo da pranzo rotondo... 149,95 € SKLUM +29,99 € di sp... Da Google</p>	 <p>Tavolo rotondo terrazzo... 599,00 € Tikamoon.it +49,90 € di sp... Da Productca...</p>	 <p>Tavolo Ausiliario e Portariviste i... 86,95 € Themasie.com +19,99 € di sp... Da Klarna</p>	 <p>Tavolo Tulip 120 cm rotondo... 199,95 € ProduceShop Spediz. gratuita Da Google</p>
---	--	---	--	--

Tutti Immagini Shopping Notizie Video Altro Strumenti

Circa 11.900.000 risultati (0,57 secondi)

Annunci · Acquista fede matrimonio

 <p>Anello in Oro Pirouette 65,00 € it.pdpaola.com +3,95 € di spe... Da Klarna</p>	 <p>Gucci / Link to Love / anello... 2.200,00 € Oreste Troso Spediz. gratuita Da Google</p>	 <p>Fede Nuziale LV Volt Multi, Oro... 1.440,00 € louisvuitton.com Spediz. gratuita Da Google</p>	 <p>BVLGARI Marryme Anell... 1.250,00 € BVLGARI Spediz. gratuita ★★★★★ (18) Da Google</p>	 <p>Versace Anello oro caldo, Tagl... 220,00 € Zalando.it Spediz. gratuita Da Bigshopper</p>
---	---	---	---	--

Targeting ed estensioni per annunci efficaci

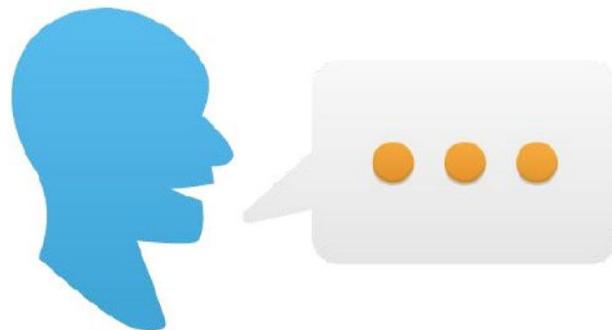
Targeting per Lingua

Il targeting per lingua consente di limitare la pubblicazione degli annunci in base alle impostazioni della lingua preferite dall'utente.

Definiamo la lingua sempre considerando l'esperienza dell'utente sulla landing. Lingua della Landing e Lingua degli Annunci dovrebbero corrispondere con la lingua utilizzata (abituale) dall'utente target per compiere ricerche.

Il **targeting per lingua** consente con le dovute accortezze di:

- raggiungere anche utenti bilingue (italiano / tedesco o finlandese /inglese)
- raggiungere utenti in altre country rispetto all'attività promossa (Hotel ad Assisi fa campagne in Spagna, per utenti di lingua spagnola, con landing e annunci in Spagnolo)



Targeting per Località

Località

Il targeting per località consente di selezionare località specifiche in cui pubblicare i propri annunci.

Per impostazione predefinita, gli annunci possono essere mostrati agli utenti che si trovano nelle località target, che le visitano regolarmente o che **hanno mostrato interesse verso di esse**.

Seleziona le località target 

- Tutti i paesi e le zone
- Italia
- Inserisci un'altra località

 Inserisci una località target o da escludere

[Ricerca avanzata](#)

Ad esempio, un paese, una città, una regione o un codice postale

^ Opzioni per località

Target 

- Presenza o interesse: utenti che si trovano nelle tue località target, le visitano regolarmente o hanno mostrato interesse per esse (consigliato)
- Presenza: utenti che si trovano nelle località target o che le visitano regolarmente
- Interesse di ricerca: utenti che cercano le tue località target

Escludi 

- Presenza: utenti che si trovano nelle tue località escluse (consigliato)
- Presenza o interesse: utenti che si trovano nelle tue località escluse, le visitano regolarmente o hanno mostrato interesse per esse

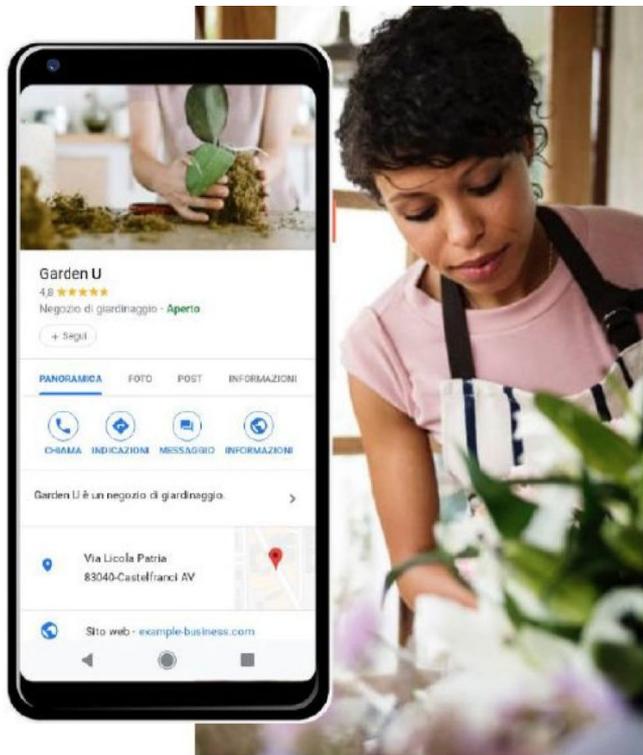
Targeting per Località

Garden U è un negozio di giardinaggio che offre un servizio di consegna a domicilio di piante e composizioni floreali nella città di Avellino.

Per promuovere il servizio, sceglie di realizzare delle campagne sulla Rete di ricerca Google. Seleziona, dunque, come località Avellino.

Ma se uno studente fuori sede originario di Avellino volesse regalare un bouquet per la festa della mamma facendolo recapitare direttamente a casa sua, cosa accadrebbe?

Se il titolare del negozio scegliesse di mostrare i propri annunci anche a coloro che mostrano interesse per la località target selezionata, allora non perderebbe visibilità nei confronti di un potenziale cliente.



Estensione degli annunci

Le estensioni sono elementi testuali che "estendono" gli annunci di testo.

Tendono a migliorare la visibilità dell'annuncio e possono contribuire ad aumentare la percentuale di clic (CTR).

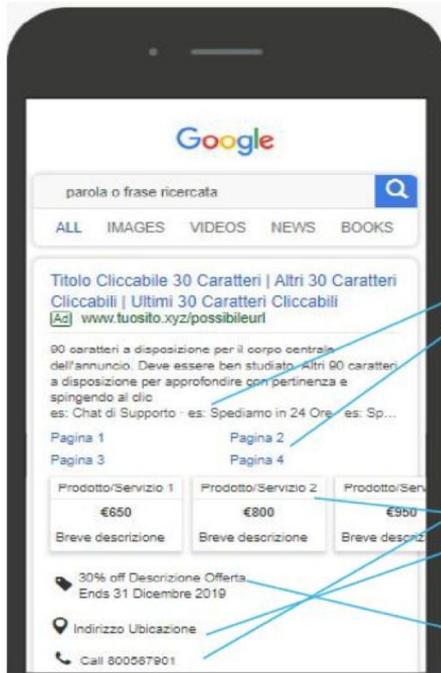
Si distinguono in:

estensioni manuali: devono essere selezionate manualmente dall'inserzionista in fase di setting delle impostazioni di campagna (sono comunque facoltative)

estensioni automatiche: vengono aggiunte all'annuncio automaticamente da Google quando lo ritiene opportuno (sono comunque disattivabili)



Potenzialità delle estensioni annunci



Estensione sitelink

Estensione callout

Estensione snippet strutturati

Estensione di chiamata

Estensione modulo per i lead BETA

Estensione di località

Estensione di località della società consociata

Estensione di prezzo

Estensione per app

Estensione di promozione

Potenzialità delle estensioni annunci

Località

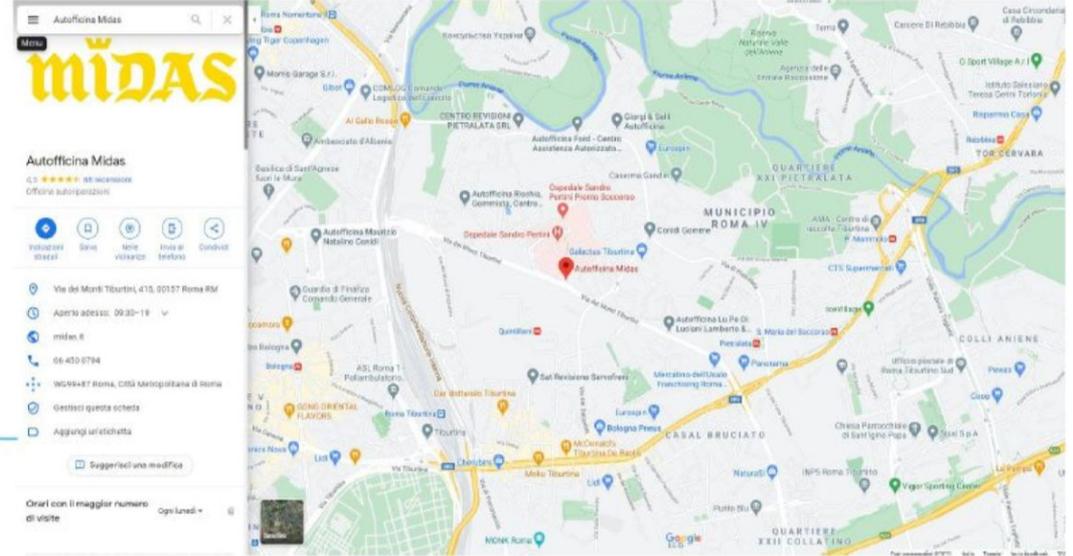
Annuncio · www.midas.it/ ▾

Prenota subito il cambio gomme - Rivolgiti al centro più vicino

Dalle migliori marche fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Dalle marche premium fino alle **gomme** low-cost. Orario continuato, anche sabato. Tenor2.

Fai un preventivo · Promozioni · Prestazioni cambio gomme · Cerca il tuo Centro Runway - a partire da 39.90 € - 175/65 R14 · Altro ▾

Via dei Monti Tiburtini 415, Roma - 06 450 0794 - Orari e servizi potrebbero variare



Potenzialità delle estensioni annunci

Sitelink

Annuncio · www.dentalpro.it/ ▾ 800 326 326

Dentista A Roma - Prenota il Tuo Appuntamento - DentalPro.it

La Prevenzione e la Cura Dei Denti in Sicurezza Sono Diritti che Spettano a Tutti. Aperti in Sicurezza. I Nostri Centri Proseguono Regolarmente l'Attività anche nel Weekend. Qualità DentalPro. Tecniche all'avanguardia. Rispondiamo in 24h o meno. Pagamento dilazionato.

📍 Roma · 10 luoghi nelle vicinanze

Le Nostre Convenzioni

Fondi, assicurazioni e convenzioni
Scopri le Nostre Convenzioni Attive

Sbiancamento Dentale

Riscopri il Tuo Sorriso con i
Nostri Servizi di Estetica Dentale

App

Annuncio · www.booking.com/alberghi ⓘ

Booking.com - Sito Ufficiale

Il sito ufficiale di Booking.com! Offerte e Hotel di ogni categoria. Ricevi subito la conferma. Cancellazione gratuita. Case Vacanze. Ville.

Valutazione per booking.com
4,9 ★★★★★ (826)

Case, appartamenti

Prenota un appartamento

Prenota per Stasera

Prenota per Domani

 Visualizza i risultati nell'app

Potenzialità delle estensioni annunci

Chiamata

Annuncio · www.monsignordellacasa.com/

Hotel Spa Toscana 5 Stelle - Country Resort & Spa Tuscany

Hotel Appartamenti Suites Spa Bikes Tennis 4
Piscine Ristorante Enoteca. Miglior Prezzo
Garantito. Prenota ora. Servizi: WI-FI free,
Parcheggio auto privato, Ristorante & Wine Bar,
Spa & Centro Benessere, Trattamenti benessere.

Sito Ufficiale

Benessere & Spa

Ristorante ec



Chiama 055 840821

Estensione di prezzo

Annuncio · bottegasolidale.medicisenzafrontiere.it/Bombonier...

Bomboniere Solidali MSF | Scegli un Regalo Solidale

Con una Donazione di Soli 4 € Vaccineremo 12 Bambini
Contro il Morbillo. Scegli una Bomboniera Solidale. Scegli
di Sostenere i Medici Senza Frontiere!

Scatolina Fiore Rossa

4,50 €

Con Intaglio Floreale

Aeroplanino Giallo

4,50 €

Porta-Confetti

Scato

Con Ape

Potenzialità delle estensioni annunci

Estensione per lead

Annuncio · www.talentgarden.org/

Digital Marketing Master - Talent Garden

Vuoi lavorare nel Digital Marketing? Scegli il Master di Talent Garden. 9 settimane di lezioni online + 12 settimane di career boost. Stage Garantito. Corsi Part Time/Full Time.

Digital Marketing Master

Digital HR Master



iscriviti

Accedi alle selezioni

Nome dell'attività commerciale

Titolo

Descrizione

Nome

Email

DIVULGAZIONE DA PARTE DI GOOGLE
Facendo clic su Invia, accetti di inviare le tue informazioni a Nome dell'attività commerciale in modo tale da essere contattato in merito alla tua richiesta. Nome dell'attività commerciale accetta di utilizzare le tue informazioni nel rispetto delle proprie norme sulla privacy. Google utilizzerà anche le tue informazioni in conformità con le sue norme sulla privacy.

INVIA

Inviato.

Descrizione

[Visita il sito web](#)

CONTINUA A CERCARE SU GOOGLE

Potenzialità delle estensioni annunci

Promozione

Annuncio · www.fabricatore.it/ ▾

Fabricatore© Ufficiale - Fino al 70% di Sconto

Studiati per garantirti il miglior riposo: memory & watercell, traspiranti, antiacaro. Kit Aloe in Omaggio e Pagamento a Rate. A partire da 179€. Consegna Gratuita. 100% Made in Italy.

★★★★★ Rating for fabricatore.it: 4,4 - 107 reviews

Saldi autunnali: 60% di sconto su Materasso Fisiorelax

Valutazioni del venditore

Calzature di design Carla

Annuncio www.example.com

Valutazione 4.0 ★★★★★ per calzature-carla.com

Spedizione gratuita, resi gratis su un grande assortimento di calzature firmate.

Sitelink dinamici

Panetteria per cani da Luigi

Annuncio www.example.com

Biscotti e torte artigianali. Il tuo cane se li merita tutti!

Specialità · Chi siamo · Biscotti · Dieta sana

Snippet strutturati dinamici

Elettronica ACME - Negozio di computer chiavi in mano

Annuncio www.example.com

Presso Elettronica ACME troverai laptop, smartphone, videogame e altro ancora!

Servizi: Assist. tecn., Riciclo rifiuti RAEE, Riparaz. computer, Programmazione

Fatti trovare con una semplice Ricerca!

olio toscano

Tutti Immagini Shopping Notizie Maps Altro Impostazioni Strumenti

Circa 1.820.000 risultati (0,91 secondi)

Annuncio · <https://www.ilbottaccio.com/shop/toscana> · 0565 228951

Olio Extravergine TOSCANO - Shop online

Olio Extravergine **Toscano** alla qualità **Toscano** IGP, Biologico, Monocultivar, Shop Online

BIOLOGICO Verde con riflessi brillanti, dal fruttato medio	AROMATIZZATI Basilico, Peperoncino, Limone, Aglio e Rosmarino
TOSCANO I.G.P. Blend di Frantoiano, Moraiolo, Leccino e Leccio del Corno	OLIVE Olive in salamoia e in extravergine Olive Leccino e Nocellara

Annuncio · https://www.oleificioolma.it/shop/toscana_igp

Acquista Olio EVO Toscano - 100% Toscano IGP

OL.MA significa **Olio** EVO IGP estratto a freddo, certificato e completamente tracciabile. Scegli il formato e ordina la tua scorta di tradizione. Spedizione sempre gratuita!

Annuncio · <https://www.quintovizio.com/>

Acquista online olio toscano - Olio e aceto tradizionali

Vendita online di **olio** e aceto tipici della tradizione **toscana**. Autenticità e tradizione...

<https://www.oliotoscanoigp.it>

Consorzio Olio Extravergine di Oliva Toscano | Olio d'Oliva IGP

Il consorzio che rappresenta le aziende produttrici di **olio** extravergine d'oliva **Toscano**: le caratteristiche organolettiche e gli eventi.

Annunci · olio toscano

 Olio Neca, Extravergine di... 33,00 € Mezzecrete Da Google	 Olio Extra Vergine Toscano Oro di R... 40,00 € Buonamico Da Google	 L'Avvocato-Agrifood Confezione di olio... 52,20 € L'Avvocato-Agrif... Spediz. gratuita Da Google
 Olio Extravergine di oliva TOSCANO... 63,00 € Officina di Camp... Spediz. gratuita Da Google	 Olio Extravergine Biologico Toscan... 10,82 € Tenuta Gramineta Da Google	 Erbario Toscano OLIO SECCO... 17,10 € farmacienonsolo Da Google

BM (Business Manager Meta - ex facebook)

Perché una PMI dovrebbe fare pubblicità sui social?

1. Perché contano miliardi di **utenti attivi** al mondo.
2. Per raggiungere un **numero maggiore di utenti target**.
3. Per raggiungere potenziali clienti **sempre e ovunque**.
4. Per **far conoscere il proprio prodotto/servizio** a chi non lo conosce.
5. Per **intercettare nuovamente utenti** che sono già venuti in contatto con l'impresa ma non sono ancora diventati clienti.
6. **Costi** contenuti.
7. Ogni inserzione che crei può essere **misurata** usando dati statistici, metriche e strumenti.



Business Manager, di che si tratta?

<https://business.facebook.com/>

Il Business Manager è **uno strumento gratuito** professionale di gestione delle attività di marketing su Facebook.

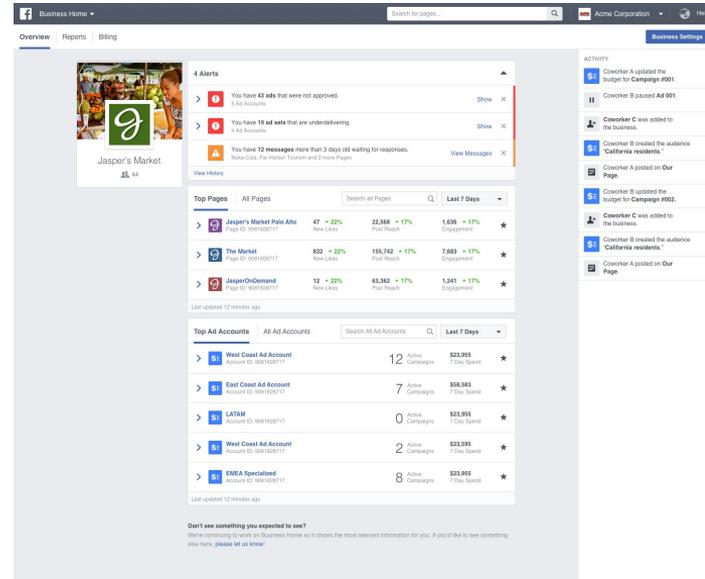
Permette di gestire:

- Account pubblicitari
- Pagine
- Instagram Adv
- Permessi e ruoli
- Gestire un catalogo prodotti
- Configurare Shop
- Fatturazioni differenti



Cosa permette di fare il BM

- Creare **account pubblicitari separati**
- È possibile **richiedere l'accesso alle pagine e agli account pubblicitari di altri soggetti**
- È possibile **dare accesso ad agenzie a delle risorse specifiche**
- Pagare con **metodi di pagamento e fatturazione differenti**
- Accedere ad una **reportistica dettagliata**
- **Gestire permessi e ruoli** per coordinare al meglio il team di lavoro
- Collegare un **profilo Instagram**



La struttura

All'interno del Business Manager si possono ricoprire 2 ruoli, **amministratore** e **impiegato**: il primo può tutto, dal fornire ruoli ad altri dipendenti e amministratori fino alla creazione, annessione di asset vari e cancellazione eventuale del Business Manager stesso, il secondo invece ricopre solo i ruoli che vengono a lui concessi dall'amministratore.



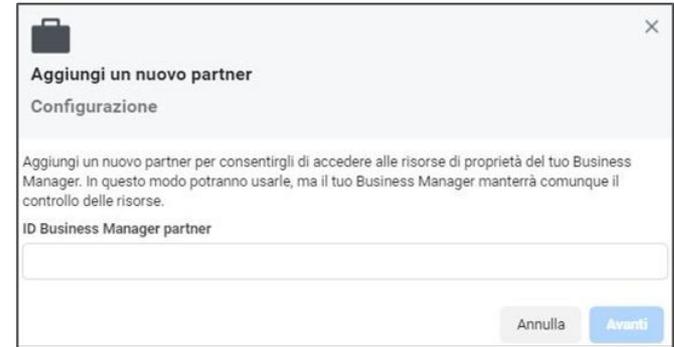
Business Manager - Raccomandazioni

In generale è importante fare attenzione alle seguenti impostazioni di Business Manager:

- Se un membro del team deve operare con una qualsiasi risorsa (Pagina Facebook, profilo Instagram, Account pubblicitario...) deve avere i **permessi** per farlo.
- Si **aggiunge** un'entità al BM se è di nostra proprietà, altrimenti o se ne crea una nuova, o si **richiede l'accesso**.
- Tutte le volte che inserite una **risorsa nuova** date ai membri del team i permessi per operare su quella risorsa.

Esempio: Se l'impresa vuole affidare la gestione delle campagne pubblicitarie ad un'agenzia come deve fare?

- Si può invitare un'agenzia ad essere Partner (*Impostazioni del Business Manager > Utenti > Partner*) facendoci dare l'ID del BM dell'agenzia. Si assegnano permessi e ruoli per la gestione delle entità interessate. In questo esempio si concede all'agenzia il ruolo di inserzionista sulla Pagina e sull'Account pubblicitario.



The screenshot shows a configuration dialog box titled "Aggiungi un nuovo partner" (Add a new partner) with a sub-header "Configurazione". The main text reads: "Aggiungi un nuovo partner per consentirgli di accedere alle risorse di proprietà del tuo Business Manager. In questo modo potranno usarle, ma il tuo Business Manager manterrà comunque il controllo delle risorse." Below this is a text input field labeled "ID Business Manager partner". At the bottom right, there are two buttons: "Annulla" (Cancel) and "Avanti" (Next).

Business Manager? Vantaggi e svantaggi



- **Maggiore controllo** sui vari asset aziendali e messa in sicurezza degli stessi;
- Utilizzo di **strumenti indispensabili per vendere** online (l'Account per le vendite con relativa creazione dei cataloghi, possibilità di fare retargeting su Fb, insiem di eventi offline etc);
- Possibilità di creare **inserzioni creative su misura** per un pubblico target specifico;
- Possibilità di **condivisione** di pixel e pubblici personalizzati tra i vari account;
- **Distribuzione semplificata** degli accessi ai vari asset;
- **Eliminazione** degli accessi da parte di un partner/collaboratore con un clic.



- Maggior livello di **complessità** che si va ad aggiungere alla gestione delle attività quotidiane;
- Alcuni **bug** periodici che impediscono di utilizzare questa o quella funzionalità.

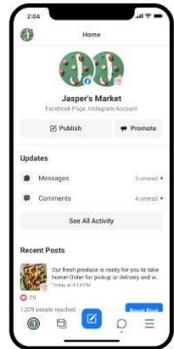
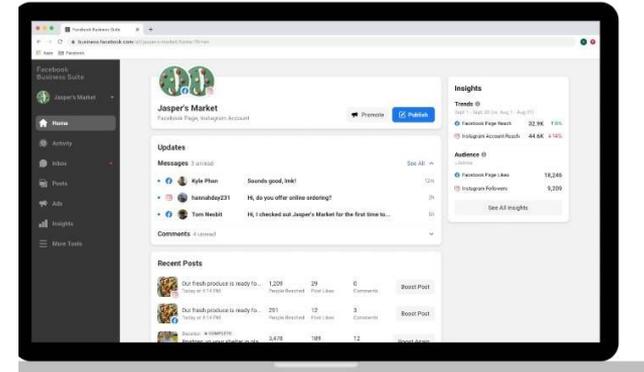
Business Manager VS Business Suite

Cos'è Meta Business Suite?

La **Business Suite** è stata rilasciata per **accorpare le funzioni e le attività** da svolgere con gli account aziendali di **Facebook** e **Instagram**. Una particolarità dello strumento consiste proprio nel presentare, assieme, un **pannello di controllo** sia per uno che per l'altro social.

Ma cosa permette di fare la Business suite?

- **pubblicare e programmare post;**
- **leggere e rispondere ai commenti;**
- **gestire le chat private di Messenger e IG Direct;**
- **visionare le inserzioni;**
- **visualizzare dati statisti.**



Business Manager VS Business Suite

Qual'è la differenza tra Business Manager e Business Suite?

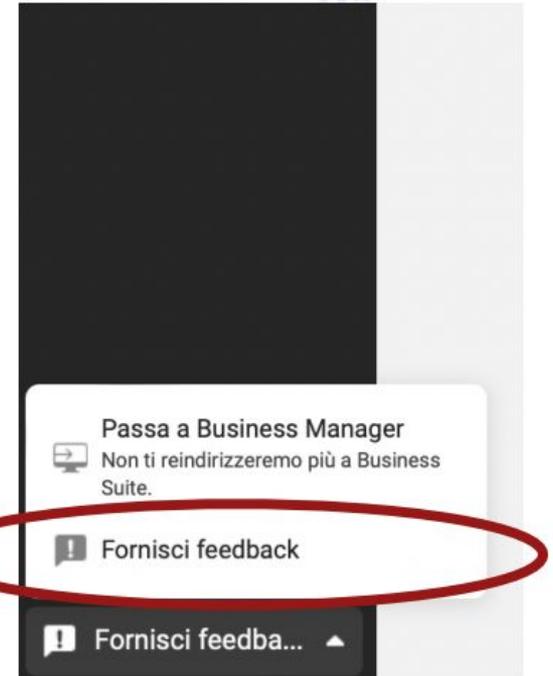
Per dirla in maniera semplice Business Suite è la **versione semplificata** del Business Manager.

La BS **da app** è l'unico strumento nativo per gestire le pagine insieme al Creator Studio.

La BS è un'interfaccia, se cerchiamo funzionalità più avanzate "il motore" al quale rimanda è il Business Manager.

E' infatti possibile passare da BS a BM in qualunque momento -> da desktop basta cliccare in basso a sinistra su "Fornisci feedback", si apre una finestra che ti permette di passare al BM, in modo definitivo.

Non è possibile passare da BM a BS.



Business Manager VS Business Suite

Business Suite se...

- Micro-impresa
- Piccolo imprenditore “fai da te”

Business Manager se...

- Professionista
- Agenzia
- Brand strutturato (+ accessi e fornitori)
- Azienda con + brand
- Uso di tool esterni per pubblicazione

Sponsorizzazioni e ADV su Facebook e su Instagram

Facebook ADS

Facebook Ads è lo **strumento pubblicitario di Facebook**, ideato per aiutare le imprese a farsi pubblicità sul canale social più usato del mondo, consente di creare delle **inserzioni pubblicitarie** che vanno ad apparire nella home di utenti selezionati in base a specifiche caratteristiche.



Facebook ADS: le aste

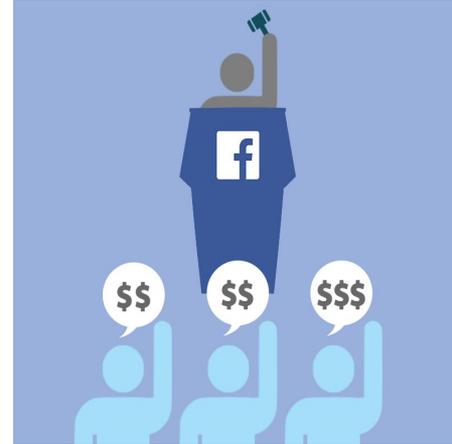
Il sistema secondo cui una pubblicità su Facebook appare o meno in un dato momento e nel feed di una data persona è determinato da delle [aste](#).

Lo spazio pubblicitario disponibile è limitato e ci sono molte aziende che vogliono usarlo per far crescere il proprio business.

Al contrario, gli inserzionisti devono **fare un'offerta per assicurarsi un posizionamento pubblicitario**. In parole povere è un'asta, e chi fa l'offerta più alta vince il posizionamento e può mostrare il proprio annuncio al suo target di riferimento.

L'asta si basa su **tre componenti** principali:

- **Offerta** -> il **CPC** (Costo Per Click) che l'inserzionista decide di investire nella campagna.
- **Tasso di azione stimato** -> una stima fatta dalla piattaforma **in base ai dati storici**, basata sul pubblico selezionato e sulla tipologia del contenuto.
- **Punteggio di pertinenza** -> calcolato in base alle **interazioni positive e negative** che si prevede verranno ricevute dall'inserzione da parte del **pubblico di destinazione**.



L'obiettivo

Facebook Ads Manager ti presenterà un elenco di obiettivi suddivisi in **tre categorie: notorietà, considerazione e conversione.**

Selezionare l'obiettivo giusto è fondamentale, perché Facebook utilizza la tua scelta per determinare quali obiettivi, formati e posizionamenti saranno più appropriati per le tue inserzioni.

Es. Se hai uno store online, probabilmente il tuo obiettivo principale sarà quello di **umentare le vendite**. In questo caso l'opzione più adatta alla tua campagna sarà **“Conversioni”**.

Ti consente anche di decidere **dove reindirizzare** gli utenti che cliccano sulle tue inserzioni Instagram, puoi mandarli al tuo store online, a un'app, su Messenger o su WhatsApp.

Crea una nuova campagna

Scegli un obiettivo della campagna
[Scopri di più](#)

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


Conversioni

Mostra le tue inserzioni alle persone che potrebbero eseguire azioni importanti per te, come un acquisto o l'aggiunta delle informazioni di pagamento, sul tuo sito web, nella tua app o su Messenger.

Il budget



Quanto costa FB ADS?

Tutto dipende dal **budget** che hai intenzione di spendere per acquistare le inserzioni e che potrai **regolare in base alle tue esigenze e ai tuoi obiettivi**. Per la creazione di una campagna è lo stesso Facebook a chiedere l'impostazione di un budget, che può essere **giornaliero o totale**:

- **Budget giornalieri**: impostando un budget giornaliero, FB Ads fa in modo di **spendere indicativamente l'intero importo ogni giorno, per raggiungere l'obiettivo prefissato**. Tuttavia, dal momento che alcuni giorni potrebbero essere più produttivi di altri, la piattaforma si riserva di spendere fino al 25% in più rispetto al budget indicato. Il tutto, naturalmente, ha il solo scopo di rendere la campagna il più efficiente ed efficace possibile.
- **Budget totali**: con l'impostazione di un budget totale, invece, si stabilisce **un massimo da spendere per la propria campagna, da spendere lungo tutta la sua durata**. In questo caso, FB Ads divide l'importo totale giorno per giorno, calcolando una cifra utile da spendere a seconda dei risultati ottenibili in ogni giornata. La cifra indicata non può essere superata, ma l'importo speso giornalmente può essere maggiore in determinati giorni piuttosto che in altri, a fronte di condizioni particolarmente favorevoli che potrebbero portare maggiori risultati.

Per rendere tutto il processo più fluido, FB Ads richiede anche un **budget minimo**, affinché le inserzioni siano pubblicate con costanza giorno dopo giorno. Il budget va naturalmente a influire sul pubblico raggiungibile e sui risultati ottenibili grazie all'inserzione.

La scelta del target

Quando si decide di fare una campagna per raggiungere un obiettivo di marketing è importante considerare quale sia il **pubblico target** della campagna.

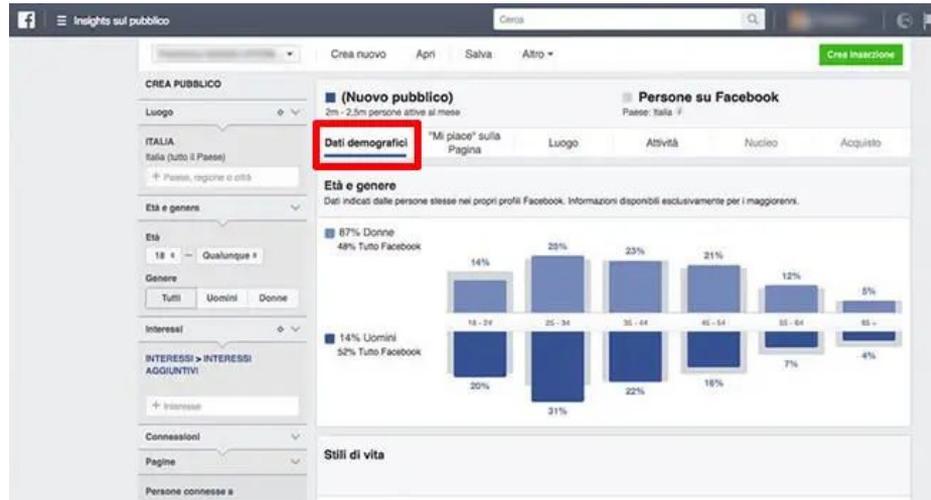
Il primo passo per una PMI è fare leva sulla propria **conoscenza del target** e sull'**esperienza maturata**.

Chi sono i clienti? Che tipo di lavoro fanno? Che interessi hanno? ...

Dove trovare i dati sul nostro pubblico obiettivo?

Ricerche di mercato, analisi dei propri database, analisi attraverso piattaforme analytics... **possiamo però reperire dati interessanti anche da Facebook stesso.**

Grazie a **Audience Insight** possiamo avere dati sugli interessi e dati demografici sia dei vostri follower che degli utenti con particolari interessi.



Il pubblico

Sulla piattaforma Facebook Advertising esistono 3 differenti tipi di pubblico:

1. **Pubblico chiave:** Definisci il tuo pubblico per una targetizzazione delle inserzioni più efficace. Con il pubblico chiave, sei tu a scegliere dove pubblicare le tue inserzioni. Modifica il tuo pubblico di destinazione definendone le dimensioni e le caratteristiche in base ai criteri seguenti:

- Luogo
- Dati Demografici (Età, sesso, genere, istruzione, titolo professionale)
- Interessi (Hobby e passioni)
- Comportamenti (acquisti effettuati o utilizzo dei dispositivi)
- Connessioni (includi chi ti segue o escludilo per trovare nuovo pubblico)

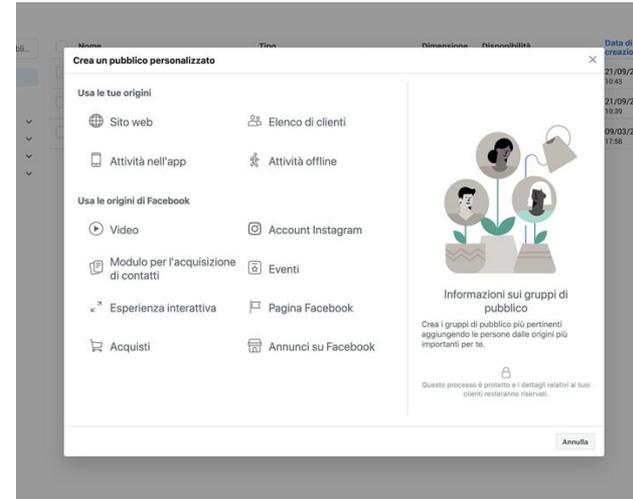


Il pubblico

2. **Pubblico personalizzato.** Entra in contatto con le persone che conoscono già la tua azienda. Il pubblico personalizzato ti consente di connetterti con le persone che hanno già mostrato interesse per la tua azienda, che si tratti di clienti fedeli o di persone che hanno usato la tua app o visitato il tuo sito web.

- Lista contatti (CRM, Mailing list)
- Visitatori del sito (grazie al pixel)
- Utenti dell'app (se è installato l'SDK*)

*come il Pixel per le app



Il pubblico

3. **Pubblico simile.** Raggiungi nuove persone simili ai tuoi clienti attuali. Il pubblico simile rappresenta un modo rapido ed efficace per connetterti con le persone che potrebbero rispondere alle tue inserzioni. Non devi fare altro che creare un pubblico di origine composto dalle persone che conosci. Le tue inserzioni raggiungeranno quindi le persone con interessi e caratteristiche comuni.



Il pubblico

È possibile **combinare le diverse tipologie di pubblico** per avvicinarci più possibile al nostro pubblico obiettivo.

Un esempio concreto:

dovete promuovere un servizio turistico in una località specifica, si tratta di un tour in barca a vela.

Quali tipologia di target potreste usare?

Non c'è una risposta univoca a questa domanda ma si possono formulare alcune ipotesi:

- **geotargeting:** utenti che viaggiano nella località interessata (in estate).
- **caratteristiche socio-demo** di cui sono a conoscenza (esperienza pregressa).
- **lista di clienti** che non hanno ancora usufruito del tour.
- **pubblico simile** agli utenti presenti in lista clienti.
- **interesse** barca a vela.
- **visitatori** della pagina dedicata.

I differenti tipi di targetizzazione possono essere utilizzati separatamente e messi in competizione, oppure possono essere combinati. (Geotargeting + socio-demo + interesse, visitatori + lookalike clienti...)

I posizionamenti

I gruppi di inserzioni vi danno la possibilità di selezionare il posizionamento che preferite per la vostra inserzione. Facebook possiede altre applicazioni popolari, con la possibilità di inserire inserzioni al di fuori del proprio News Feed. Se siete interessati a raggiungere solo gli utenti di Instagram, per esempio, i gruppi di inserzioni vi permettono di escludere tutti gli altri posizionamenti.

I posizionamenti disponibili per Facebook Ads sono moltissimi:



Facebook

- ✓ Feed (Notizie)
- ✓ Instant article
- ✓ Video in-stream
- ✓ Colonna destra
- ✓ Marketplace
- ✓ Risultati di ricerca
- ✓ Storie

Instagram

- ✓ Feed
- ✓ Storie
- ✓ Esplora
- ✓ Reels

Pixel

Attraverso il pixel è possibile rilasciare un **cookie** nel dispositivo degli utenti, registrare le loro azioni durante la navigazione e **raggiungerli con inserzioni mirate**. Grazie al pixel si può attuare il *retargeting sequenziale* — che consiste nel mostrare una sequenza di inserzioni ai visitatori per accelerare il loro percorso verso la conversione. Si può monitorare il comportamento dei visitatori anche dopo averli raggiunti con le inserzioni, quando tornano sul vostro sito web.

Il pixel di Facebook tiene traccia di eventi come:

- Visualizzazioni di pagina
- Aggiunte al carrello
- Acquisti
- Scorrimento di pagina
- Tempo sulla pagina

[Configura e installa Pixel](#)

Crea un pubblico personalizzato dal sito web ×

1 **Aggiungi persone al tuo pubblico** Mostra suggerimenti

Includi le persone che soddisfano questi requisiti **QUALSIASI** dei seguenti criteri:

Pixel di

Tutti i visitatori del sito Web negli ultimi 30 giorni

Includi più persone Escludi delle persone

2 **Dai un nome al tuo pubblico**

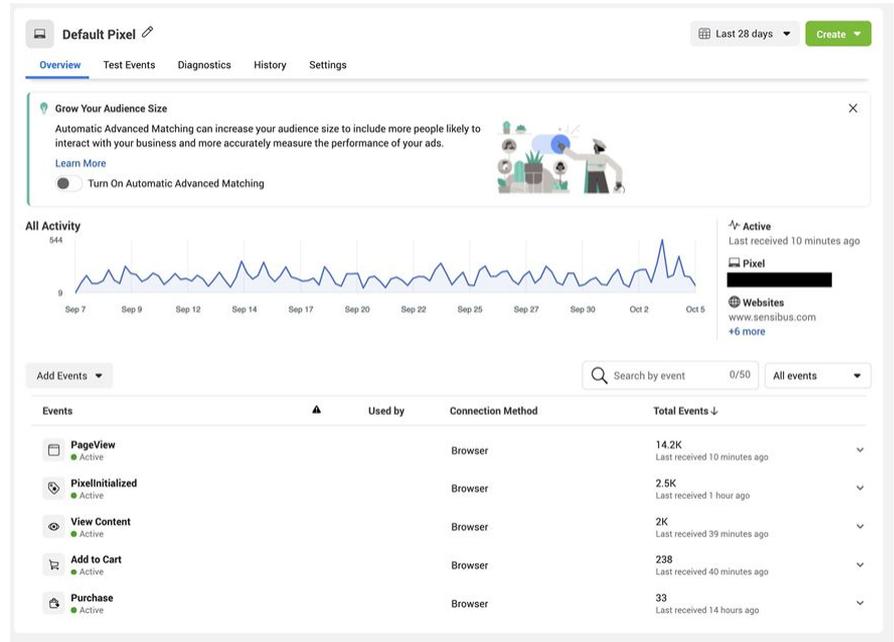
Dai un nome al tuo pubblico 50 [Aggiungi una descrizione](#)

Events Manager

Il Pixel di Facebook si può gestire da Gestione eventi, va collegato all'account pubblicitario su cui si deve operare. In questa sezione si possono creare **conversioni personalizzate** e dove è possibile controllare il monitoraggio delle azioni standard tracciate attraverso il Pixel.

Come configurare il pixel di Facebook:

1. Accedi a Gestione eventi.
2. Clicca su  Connetti le origini dei dati e seleziona Web.
3. Seleziona Pixel di Facebook e clicca su Collega.
4. Inserisci un nome del pixel.
5. Inserisci l'URL del tuo sito web per controllare le opzioni di configurazione semplice.
6. Clicca su Continua.



Instagram ADS: le inserzioni

Per creare delle inserzioni su Instagram ci sono **due** opzioni:

1. **Sponsorizzare post che hai pubblicato in passato**, e che magari hanno generato più engagement, con un “profilo business”, fai tap sul pulsante **“Metti in evidenza”** nell’angolo in basso a destra.
E’ il modo più semplice per iniziare a fare pubblicità su Instagram.

<https://business.instagram.com/ad-solutions>



Instagram ADS: le inserzioni

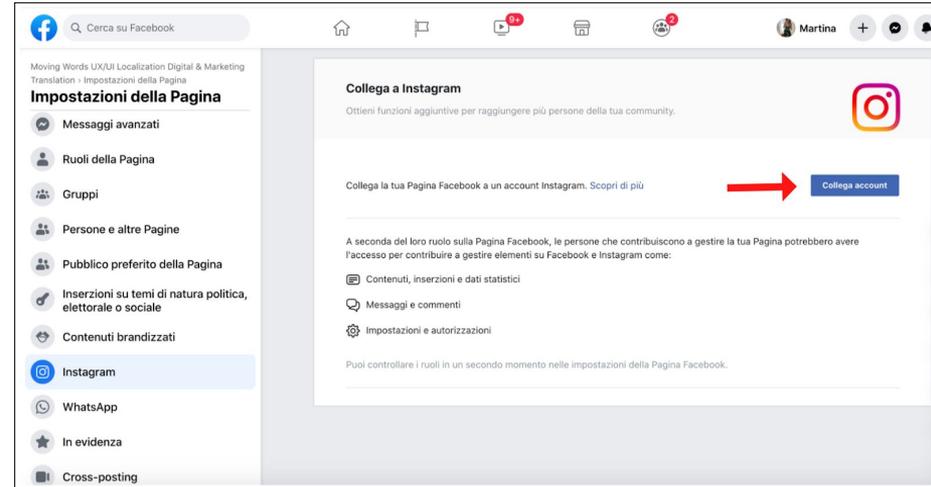
2. Creare inserzioni con Facebook Ads Manager.

Per accedere a Facebook Ads Manager devi avere un account Facebook collegato a una pagina Facebook aziendale, a cui dovrai connettere anche il tuo account Instagram.

Come fare:

- ✓ apri la tua pagina Facebook aziendale;
- ✓ vai a Impostazioni pagina > Instagram;
- ✓ clicca sul pulsante blu “Collega account”;
- ✓ aggiungi i dettagli del tuo account IG;
- ✓ clicca su “Salva”.

<https://business.instagram.com/ad-solutions>



Instagram ADS: le inserzioni

Partner di Instagram

Se si ha **poco tempo** o bisogno di ulteriore assistenza, è possibile trovare un partner di Instagram che **gestisca le campagne di advertising** sulla piattaforma e si occupi di tutti i passaggi successivi.

Si ha a disposizione una lista molto ricca per scegliere il partner ideale.

Tutti i partner sono definiti da Instagram come:
“Esperti autorevoli nel proprio campo e approvati da noi.”



<https://www.facebook.com/business/marketing-partners>

Instagram ADS: le inserzioni

Inserzioni con Immagini

Attraverso le inserzioni con immagini è possibile attirare le persone su siti web o app di destinazione oppure raggiungere altri obiettivi pubblicitari tramite **contenuti visivi coinvolgenti e di alta qualità**.

È possibile caricare foto in formato quadrato, orizzontale o verticale nelle seguenti proporzioni:

- Quadrato: 1:1
- Orizzontale: 1,91:1
- Verticale: 4:5



Instagram ADS: le inserzioni

Inserzioni con Video

Attraverso le inserzioni con video (video singolo oppure slideshow) è possibile attirare gli utenti usando l'audio e il movimento.

È utile sfruttare i video per mostrare particolari dei propri prodotti o servizi.

Le inserzioni video devono avere una durata massima di **120 secondi**.

Su Instagram Stories, le inserzioni video della durata massima di 15 secondi sono riprodotte per intero, mentre quelle di durata maggiore sono suddivise tra più unità.



Instagram ADS: le inserzioni

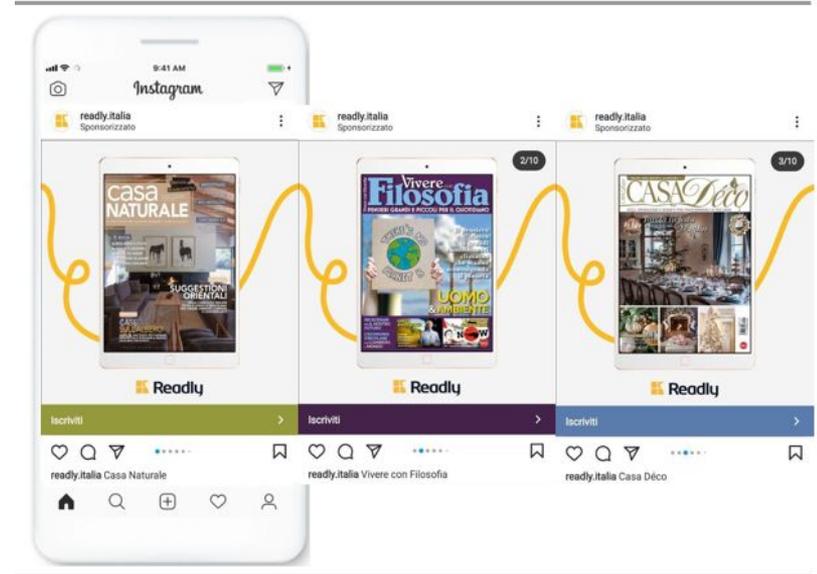
Inserzioni con Carosello (Feed e Stories)

Il formato carosello consente di mostrare fino a dieci immagini o video all'interno di una sola inserzione, con un link per ciascun contenuto.

Rappresenta uno spazio maggiore per le **creatività** all'interno di un'inserzione e consente di:

- **mostrare prodotti differenti**
- **evidenziare specifici dettagli** di un prodotto, di un servizio o di una promozione
- **raccontare una storia sul brand** che si dispiega in ogni unità del carosello.

Il vantaggio di questo formato accattivante è che offre molto **spazio** per mostrare e raccontare ciò che si desidera.



Instagram ADS: le inserzioni

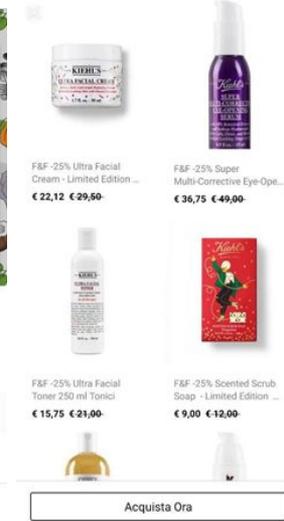
Inserzioni con Raccolta

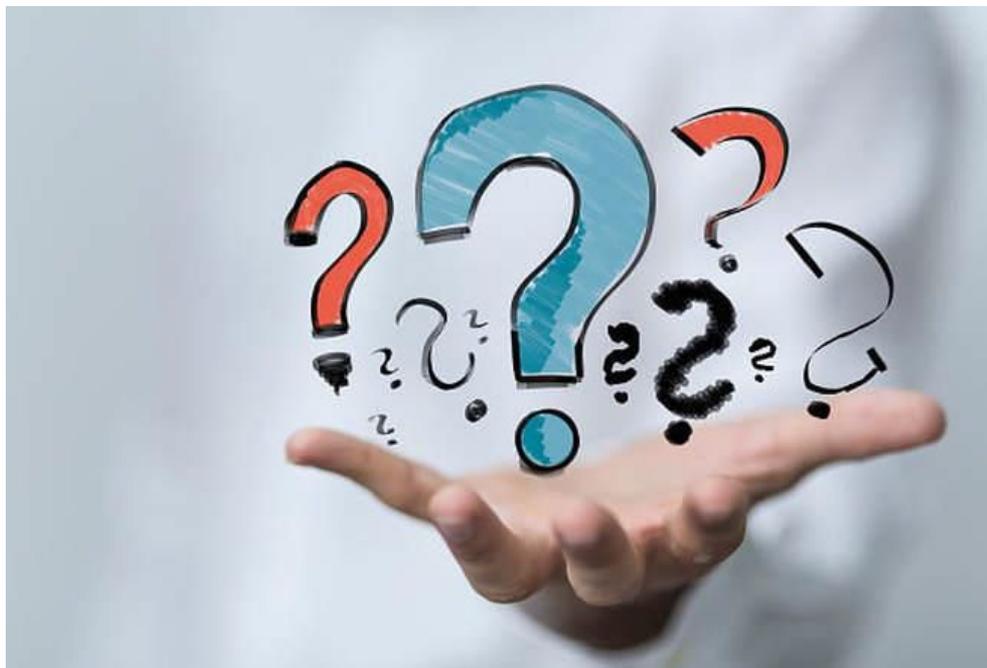
La raccolta è un formato pubblicitario che consente di scoprire, visualizzare e acquistare con più facilità prodotti e servizi da dispositivo mobile **tramite un'esperienza visiva e immersiva.**

Ogni inserzione con raccolta presenta un video o un'immagine principale con quattro immagini di accompagnamento più piccole disposte a griglia.

Gli utenti che toccano l'inserzione con raccolta per **saperne di più**, verranno indirizzati a un'esperienza interattiva.

Queste vengono caricate istantaneamente, sono ottimizzate per mobile e progettate per catturare l'attenzione del pubblico. Qui, gli utenti possono guardare video e foto, scorrere le unità carosello, inclinare lo schermo per una visualizzazione panoramica e vedere immagini di lifestyle con prodotti taggati, tutto in un'unica inserzione.





Domande?

Grazie

pid@as.camcom.it

 **Eccellenze**
in Digitale



UNIONCAMERE

con il supporto di

Google.org



CAMERA DI COMMERCIO
AREZZO-SIENA



punto
impresa
digitale