



**LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING
PRESENTAZIONE N° #5**

FACEBOOK: LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE E DELLE ADS

24 maggio 2024



SOMMARIO

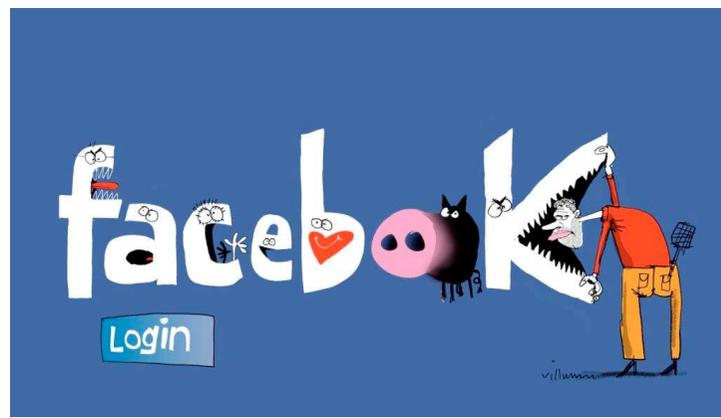
#1. INTRO, PERCHÈ UN'AZIENDA DOVREBBE AVERE UNA FAN PAGE

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE, CONSIGLI E STRATEGIE

#4. CONSIGLI PER LE AZIENDE: CREAZIONE ADS E RETARGETING

NOTA: Per le fonti del presente elaborato consultare la presentazione «#8. 2024 - Bibliografia e fonti autorevoli».



Facebook (Mark Zuckerberg – 2004) Il #socialnetwork più popolare che trae ispirazione dagli annuari universitari e si basa sul tenere in contatto persone che si conoscono.

La rete diventa pop: non siamo più «oggetto» di comunicazione ma «soggetto» di questa (Giovanni Boccia Artieri, 2012).

Si parla dell'**ascesa della cyberborghesia** ovvero della classe media digitale che partecipa attivamente informando e intrattenendo.

#1. PERCHÈ UN'AZIENDA DOVREBBE AVERE UNA FAN PAGE

Esistono tre modi per essere presenti professionalmente su Facebook e misurare i ritorni:

- 1) gestendo una pagina ufficiale;**
- 2) integrando il plug-in di Facebook nel sito web;**
- 3) utilizzando gli strumenti pubblicitari di Facebook.**

#2. PERCHÈ UN'AZIENDA DOVREBBE AVERE UNA FAN PAGE

- Aumentare la visibilità e la riconoscibilità del marchio
- Dare alle persone la possibilità di farsi trovare e di connettersi facilmente con il brand
- Comunicare in tempo reale informazioni
- Aumentare l'affidabilità
- Studiare le proprie audience e quelle dei competitor
- Vedere come comunicano i competitor
- Mostrare i servizi che vengono offerti
- Mostrare la propria competenza e professionalità
- Sostenere una causa
- Rispondere in tempo reale alle persone che ci seguono e ai potenziali clienti

#2. PERCHÈ UN'AZIENDA DOVREBBE AVERE UNA FAN PAGE

- Pubblicare articoli
- Mostrare il lato umano del lavoro (persone, backstage...)
- Raccontare la propria storia
- Seguire le pagine autorevoli del settore e restare aggiornati
- Commentare e condividere contenuti utili
- Coinvolgere i propri fan con attività, sondaggi e contest
- Creare eventi
- Rivolgere promozioni ad audience mirate
- Mostrare l'opinione degli utenti nei riguardi del nostro lavoro
- Aprire uno shop
- ...

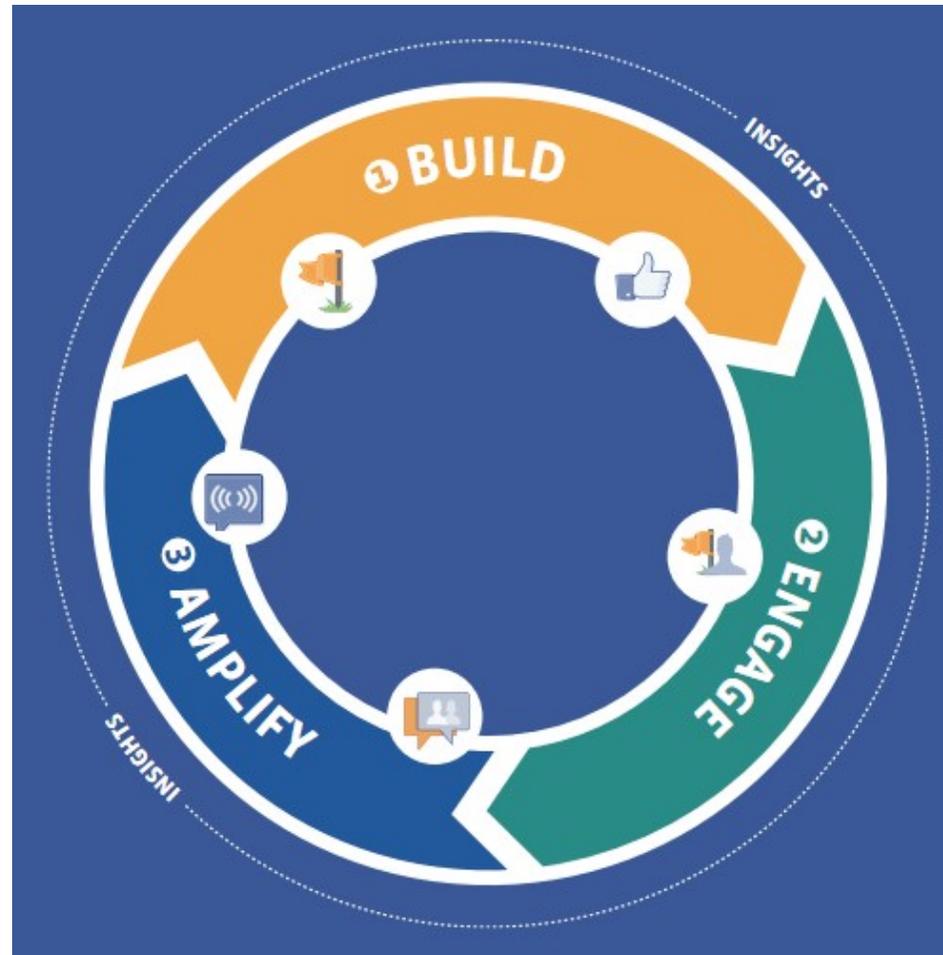
#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Le fasi della costruzione di una pagina:

- 1) **Build:** apertura della pagina, cura della grafica, compilazione campi descrittivi , la redazione di una policy di comportamento, un'idea di piano editoriale.
- 2) **Engage:** è la fase della attività quotidiana di pubblicazione e interazione con i fan, secondo il posizionamento del brand e il tono previsti. C'è una fase di rodaggio in cui si rivedono alcune decisioni sull'organizzazione del lavoro.
- 3) **Amplify:** Facebook suggerisce poi delle azioni di amplificazione dei contenuti mediante un investimento pubblicitario.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Le fasi della costruzione di una pagina: le fasi sono ricorsive e accompagnate dal costante monitoraggio degli Insights.



#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

La prima regola è aprire una Fan Page e non un Profilo Personale.

PROFILO PERSONALE	FAN PAGE
Solo per uso individuale e non commerciale, rappresenta una persona singola	È gestita da amministratori che posseggono un profilo personale, non è un account indipendente e non dispone di informazioni d'accesso distinte da quelle del profilo
Facebook si riserva il diritto di chiudere senza preavviso e in qualsiasi momento individuare i "profili illegittimi", facendo perdere tutti i contenuti	Soddisfa il regolamento: non si rischia di essere bannati, né chiusure improvvise
Non fornisce statistiche	Mette a disposizione degli admin i dati statistici e di analytics dei comportamenti degli utenti (Insights)
Accettazione manuale delle richieste di amicizia	Accettazione delle richieste automatica (l'utente clicca su Mi Piace ed è subito fan)
Limite di 5000 amici	Nessun limite di adesione
Gestibile da un solo account (tramite user e psw)	Il numero di amministratori è illimitato e ad ognuno può essere assegnato un ruolo, limitandone i poteri
Strumenti di promozione limitati	Possibilità di creare campagne pubblicitarie
Possibilità di inviare messaggi privati (a max 20 amici in una volta sola)	È possibile scambiare messaggi privati, uno a uno, solo con le persone che hanno già contattato la tua Pagina
Limiti sulla modifica di Tab e Applicazioni	Tab e Applicazioni personalizzabili
Mancanza di social plug-in su siti esterni	Possibilità di usare social plug-in (Like button, Like box...)
I contenuti non sono indicizzabili sui motori di ricerca	Contenuti indicizzabili sui motori di ricerca
Non esiste la funzione "Aggiungi ai Preferiti della mia Pagina"	Una Pagina può essere aggiunta ai Preferiti di un'altra

→ migrazione da profilo a fanpage: facebook.com/pages/create.php?migrate

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

La prima regola è aprire una Fan Page e non un Profilo Personale.

The image shows a Facebook fan page for 'Sol'aria Centro Estetico'. At the top is a large promotional banner with a red and white background. On the left, a woman is shown from the back, with a white grid overlaying her skin, next to a piece of cosmetic equipment. Text on the banner includes 'SINTONIZZATI SULLA BELLEZZA', 'VIENI A SCOPRIRLA IN ISTITUTO', 'SCONTO 50% sulla prima seduta viso e corpo', and 'SFORZACOSTA Zona Ind.le Via Gandhi 43/a'. A circular logo with a sunburst and the text 'SOL'ARIA' is on the right. Below the banner is the profile picture of the fan page, which is a circular logo with the text 'Sol'aria Centro Estetico' and 'Vieni a trovarci e scopri tante altre Offerte'. The page name is 'Sol'aria Centro Estetico', with '550 amici • 4 in comune' below it. There are buttons for 'Aggiungi agli amici' and 'Messaggio'. At the bottom, there are tabs for 'Post', 'Informazioni', 'Amici', 'Foto', 'Video', 'Registrazioni', and 'Altro'. A 'In breve' section is visible at the bottom left, and a 'post' section is visible at the bottom right.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: essere chiaramente identificabili



IKEA verificato
@IKEAItalia · Negozio di mobili

Scopri di più
ikea.com

Home Shop Foto Community Altro

Ti piace Messaggio

Informazioni Mostra tutto

- Benvenuti sulla pagina ufficiale di IKEA Italia.
- 32.427.394 persone hanno messo "Mi piace" a questa Pagina, tra cui 51 dei tuoi amici
- 32.432.957 persone seguono questa Pagina
- 608.209 persone si sono registrate qui
- <http://IKEA.it/>
- Invia messaggio
- Negozio di mobili · Arredamento · Centro commerciale
- <http://www.instagram.com/ikeaitalia/>

IKEA ha taggato prodotti del suo shop.
9 maggio alle ore 18:00

Basta poco per sentirsi già in vacanza, anche nel giardino di casa. Accendi l'atmosfera e invita gli amici per una serata in compagnia in pieno relax.
Scopri tante idee per i tuoi spazi esterni qui: <https://bit.ly/3L6G6ZU>
#IKEAItalia #SiamoFattiPerCambiare

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: essere chiaramente identificabili

- **Immagine del profilo:** logo del soggetto promotore;
- **Immagine della copertina:** enfasi sul servizio offerto o sul luogo di appartenenza

Presentarsi con cura (sezione Informazioni della Pagina)

- **Scelta del nome utente**
- **Scelta della categoria:** scegliere da una a tre categorie che descriva meglio il tipo di azienda o organizzazione che appare accanto al nome utente.
- **Descrizione:** spiega di cosa si occupa l'azienda, quali servizi offre o qual è lo scopo della Pagina.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: imposta una call to action



#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: imposta una call to action



LEROY MERLIN 

@leroymerlin · Azienda

 [Invia un messaggio](#)

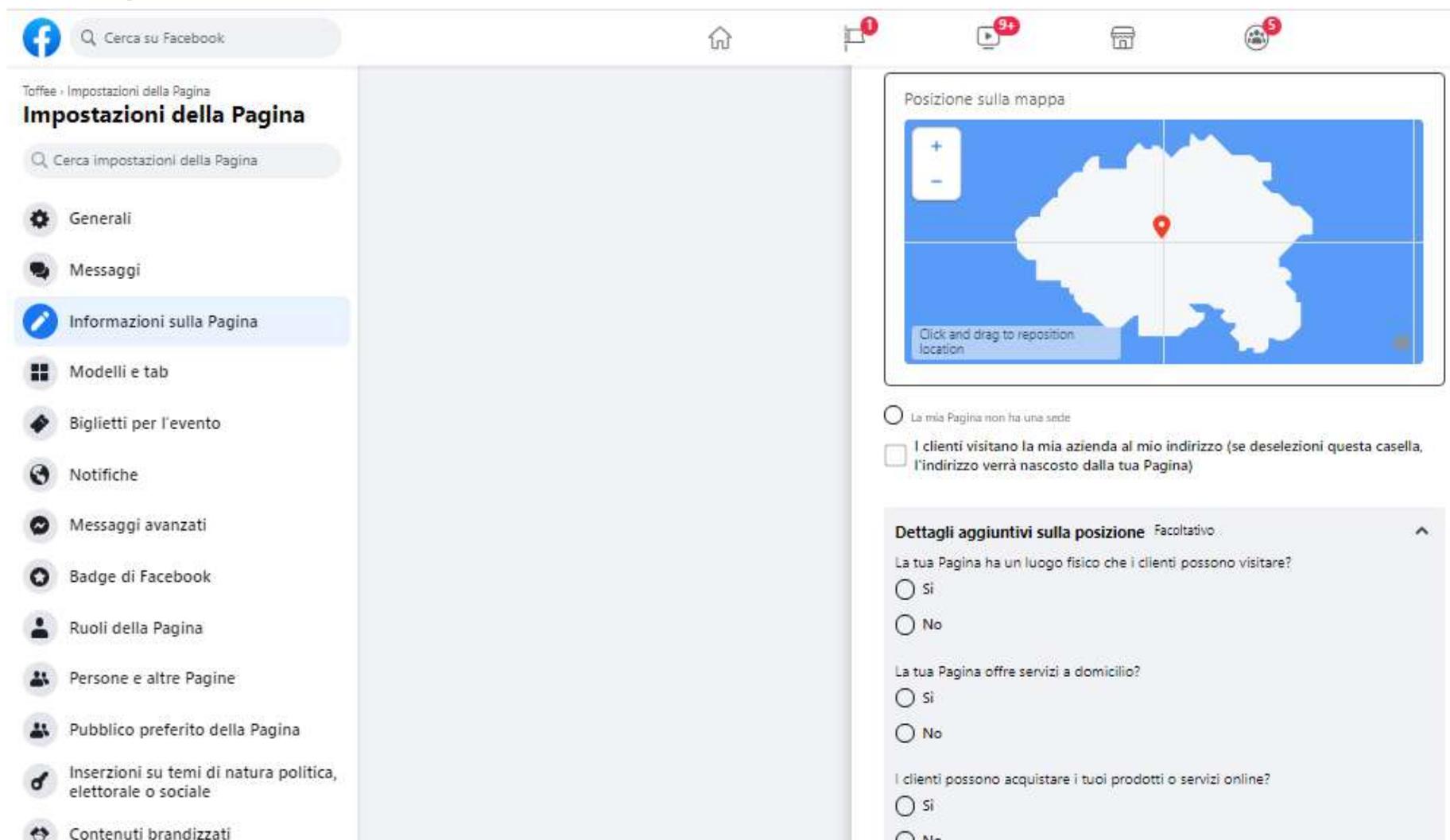
#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: sfrutta la possibilità di raccontare



#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: introduci le coordinate geografiche e i dettagli sulla posizione



The screenshot displays the Facebook Page Settings interface for a user named 'Toffee'. The left sidebar lists various settings categories, with 'Informazioni sulla Pagina' (Page Information) selected. The main content area shows the 'Impostazioni della Pagina' (Page Settings) section, specifically the 'Posizione sulla mappa' (Map Location) settings. A map of Italy is shown with a red location pin. Below the map, there are two radio button options: 'La mia Pagina non ha una sede' (My Page does not have a location) and 'I clienti visitano la mia azienda al mio indirizzo (se deselezioni questa casella, l'indirizzo verrà nascosto dalla tua Pagina)' (My customers visit my business at my address (if you unselect this box, the address will be hidden from your Page)). Below these are three optional questions under the heading 'Dettagli aggiuntivi sulla posizione' (Additional location details): 'La tua Pagina ha un luogo fisico che i clienti possono visitare?' (Does your Page have a physical location that customers can visit?), 'La tua Pagina offre servizi a domicilio?' (Does your Page offer home services?), and 'I clienti possono acquistare i tuoi prodotti o servizi online?' (Can customers buy your products or services online?). Each question has 'Sì' (Yes) and 'No' radio button options.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: compila la fascia di prezzo e il collegamento con altri canali social

Toffee > Impostazioni della Pagina

Impostazioni della Pagina

Cerca impostazioni della Pagina

- Generali
- Messaggi
- Informazioni sulla Pagina**
- Modelli e tab
- Biglietti per l'evento
- Notifiche
- Messaggi avanzati
- Badge di Facebook
- Ruoli della Pagina

Fascia di prezzo

- €
Economico
- €€
Moderato
- €€€
Costoso
- €€€€
Carissimo
- Non specificato**
Scegli se non vuoi specificare una fascia di prezzo
- Non applicabile**
Fascia di prezzo non applicabile

Altri account

Inserisci il nome utente dell'account
<https://www.instagram.com/amo>

Instagram

×

Inserisci il nome utente dell'account
<https://www.pinterest.it/amotoffi>

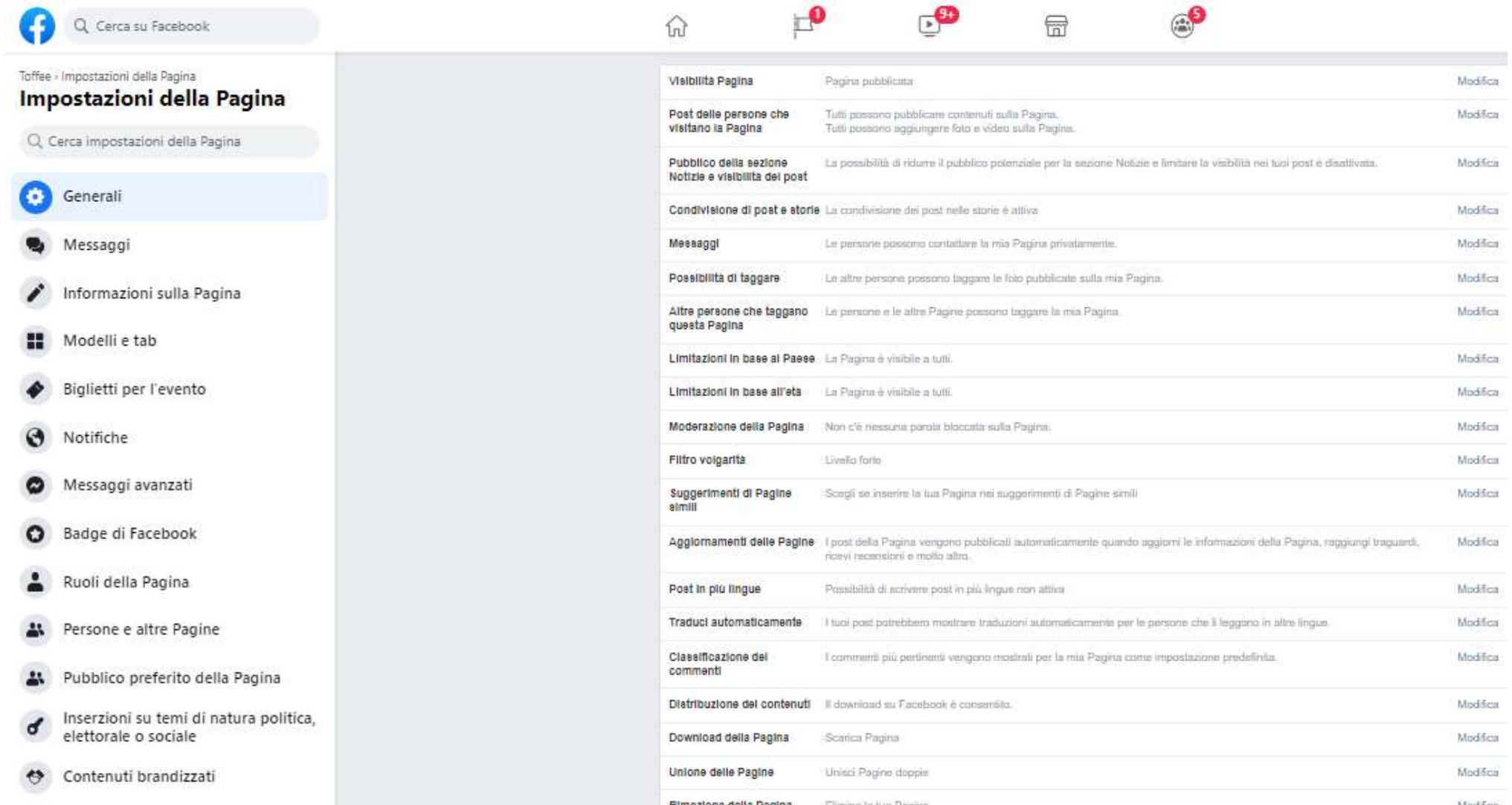
Pinterest

+

×

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: inserisci attentamente le informazioni



The image shows a screenshot of the Facebook 'Impostazioni della Pagina' (Page Settings) interface. The left sidebar contains a search bar and a list of settings categories: Generali, Messaggi, Informazioni sulla Pagina, Modelli e tab, Biglietti per l'evento, Notifiche, Messaggi avanzati, Badge di Facebook, Ruoli della Pagina, Persone e altre Pagine, Pubblico preferito della Pagina, Inserzioni su temi di natura politica, elettorale o sociale, and Contenuti brandizzati. The main content area displays a list of settings for a page named 'Toffee'. Each setting includes a title, a description of the current state, and a 'Modifica' (Edit) button.

Setting	Description	Action
Visibilità Pagina	Pagina pubblicata.	Modifica
Post delle persone che visitano la Pagina	Tutti possono pubblicare contenuti sulla Pagina. Tutti possono aggiungere foto e video sulla Pagina.	Modifica
Pubblico della sezione Notizie e visibilità dei post	La possibilità di ridurre il pubblico potenziale per la sezione Notizie e limitare la visibilità nei tuoi post è disattivata.	Modifica
Condivisione di post e storie	La condivisione dei post nelle storie è attiva.	Modifica
Messaggi	Le persone possono contattare la mia Pagina privatamente.	Modifica
Possibilità di tagging	Le altre persone possono tagging le foto pubblicate sulla mia Pagina.	Modifica
Altre persone che taggano questa Pagina	Le persone e le altre Pagine possono tagging la mia Pagina.	Modifica
Limitazioni in base al Paese	La Pagina è visibile a tutti.	Modifica
Limitazioni in base all'età	La Pagina è visibile a tutti.	Modifica
Moderazione della Pagina	Non c'è nessuna parola bloccata sulla Pagina.	Modifica
Filtro volgarità	Livello forte.	Modifica
Suggerimenti di Pagine simili	Scegli se inserire la tua Pagina nei suggerimenti di Pagine simili.	Modifica
Aggiornamenti delle Pagine	I post della Pagina vengono pubblicati automaticamente quando aggiorni le informazioni della Pagina, raggiungi traguardi, ricevi recensioni e molto altro.	Modifica
Post in più lingue	Possibilità di scrivere post in più lingue non attiva.	Modifica
Traduci automaticamente	I tuoi post potrebbero mostrare traduzioni automaticamente per le persone che li leggono in altre lingue.	Modifica
Classificazione dei commenti	I commenti più pertinenti vengono mostrati per la mia Pagina come impostazione predefinita.	Modifica
Distribuzione dei contenuti	Il download su Facebook è consentito.	Modifica
Download della Pagina	Scarica Pagina.	Modifica
Unione delle Pagine	Unisci Pagine doppie.	Modifica
Eliminazione della Pagina	Elimina la tua Pagina.	Modifica

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: personalizza l'invio dei messaggi. Usa Messenger e Whatsapp (meglio **Whatsapp Business**) per il customer care

Impostazioni della Pagina

Cerca Impostazioni della Pagina

- Generali
- Messaggi**
- Informazioni sulla Pagina
- Modelli e tab
- Biglietti per l'evento
- Notifiche
- Messaggi avanzati
- Badge di Facebook
- Ruoli della Pagina
- Persone e altre Pagine
- Pubblico preferito della Pagina
- Inserzioni su temi di natura politica, elettorale o sociale
- Contenuti brandizzati

Impostazioni dei messaggi

Configura le funzioni e modifica le preferenze per gestire i messaggi su Messenger e Instagram. Puoi gestire le impostazioni di notifica nella tab Notifiche.

Sezioni

- Impostazioni generali [Vai alla sezione](#)
- Avvio di una conversazione su Messenger [Vai alla sezione](#)
- Durante una conversazione di Messenger [Vai alla sezione](#)

Impostazioni generali

Usa il tasto Invio per spedire messaggi Sì No

Premi il tasto Invio da computer per inviare messaggi di Messenger e Instagram. Se questa funzione non è attiva, clicca su Invia.

Le impostazioni per le domande frequenti sono state spostate nella tab Risposte automatiche della posta. [Accedi a Risposte automatiche](#)

Avvio di una conversazione su Messenger

Mostra un saluto Sì No

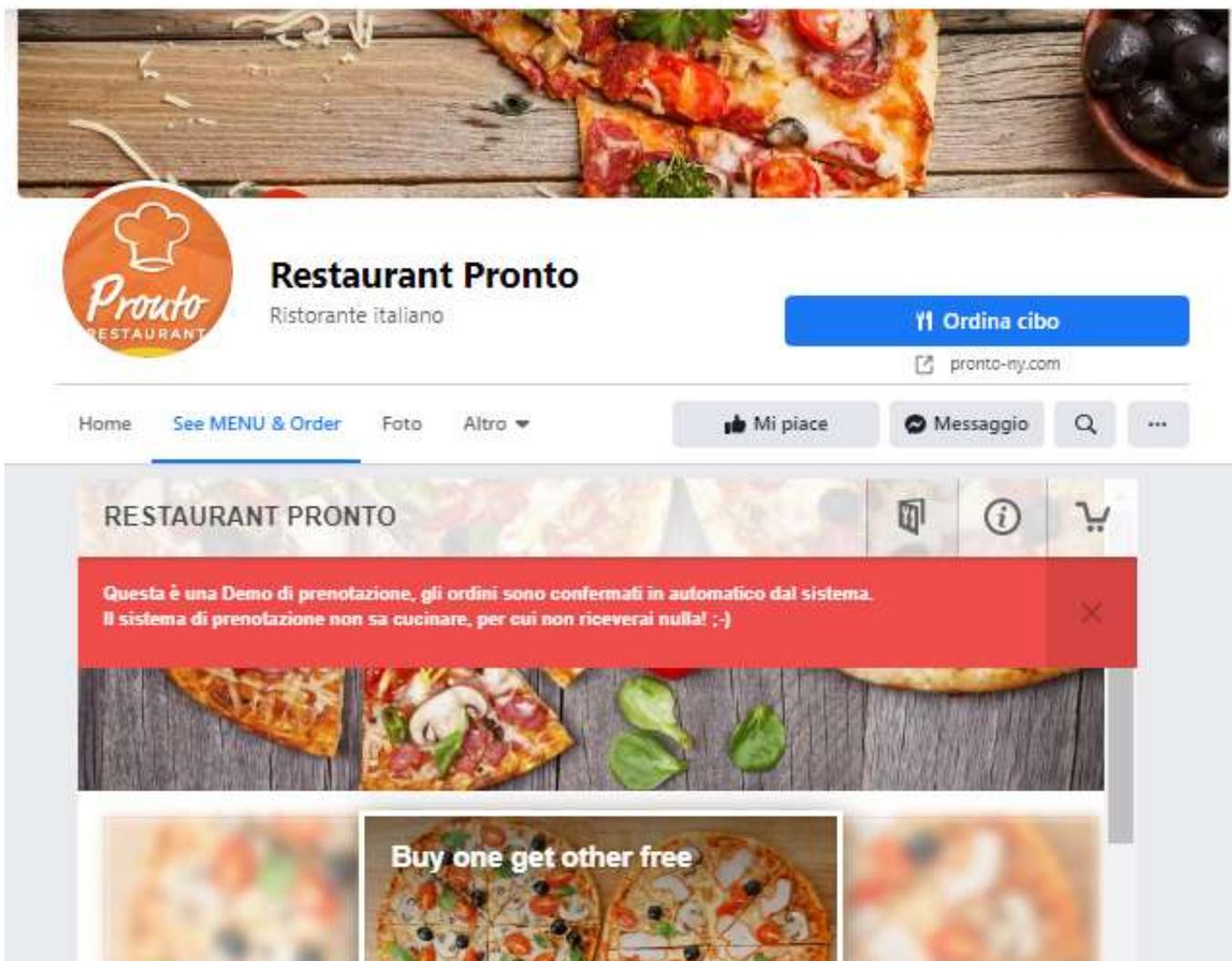
Saluta le persone prima che invino un messaggio alla tua Pagina. Il tuo saluto viene visualizzato nella finestra della chat prima che venga inviato un messaggio oppure nella sezione Informazioni del profilo Messenger della tua azienda.

Il tuo URL di Messenger

Usa il tuo link di Messenger al di fuori di Facebook, ad esempio su un volantino, in un'e-mail o in un SMS. Il tuo link di Messenger indirizza le persone a una conversazione con la tua Pagina.

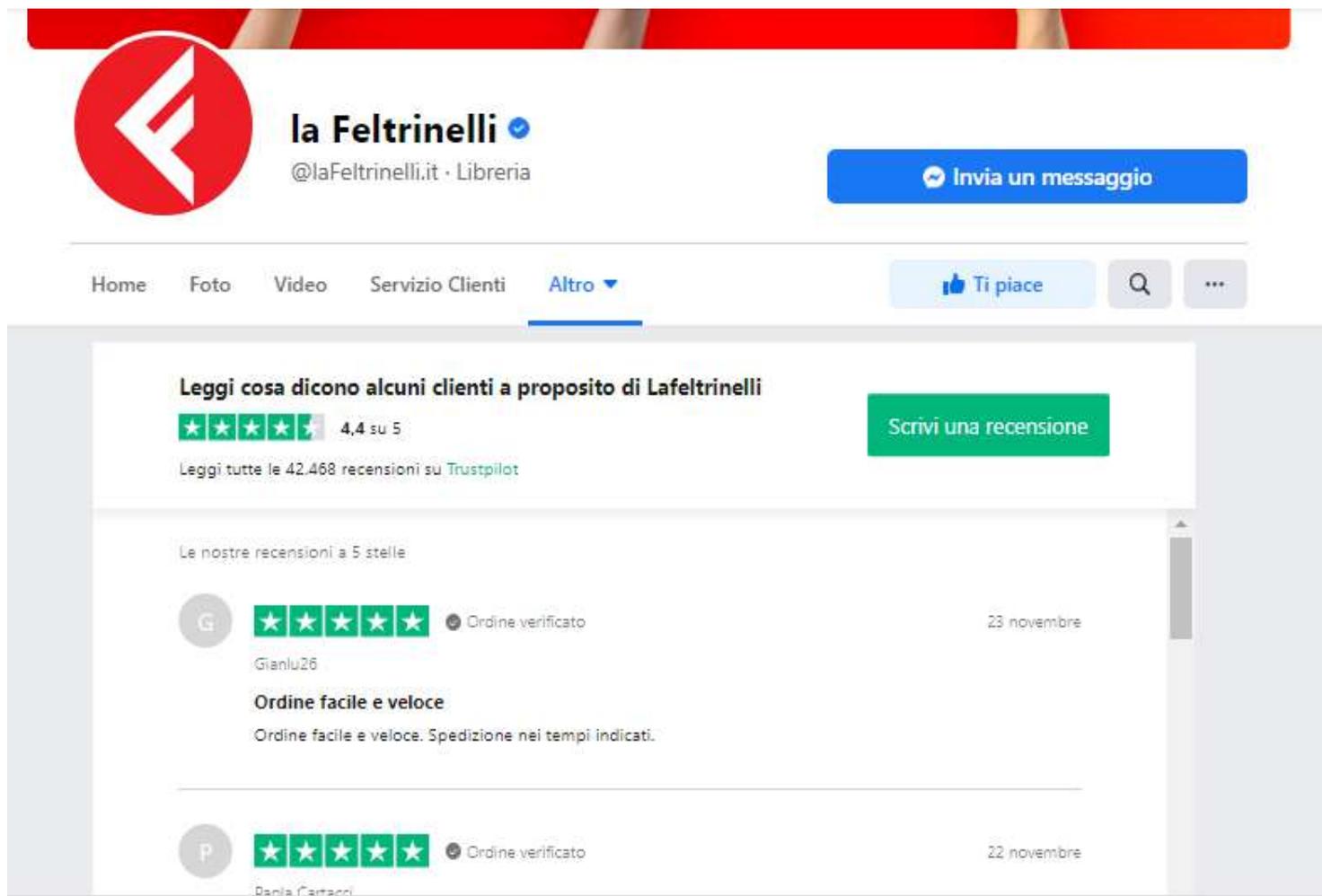
#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Presentarsi con cura: i ristoranti possono inserire una tab con il menu



#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

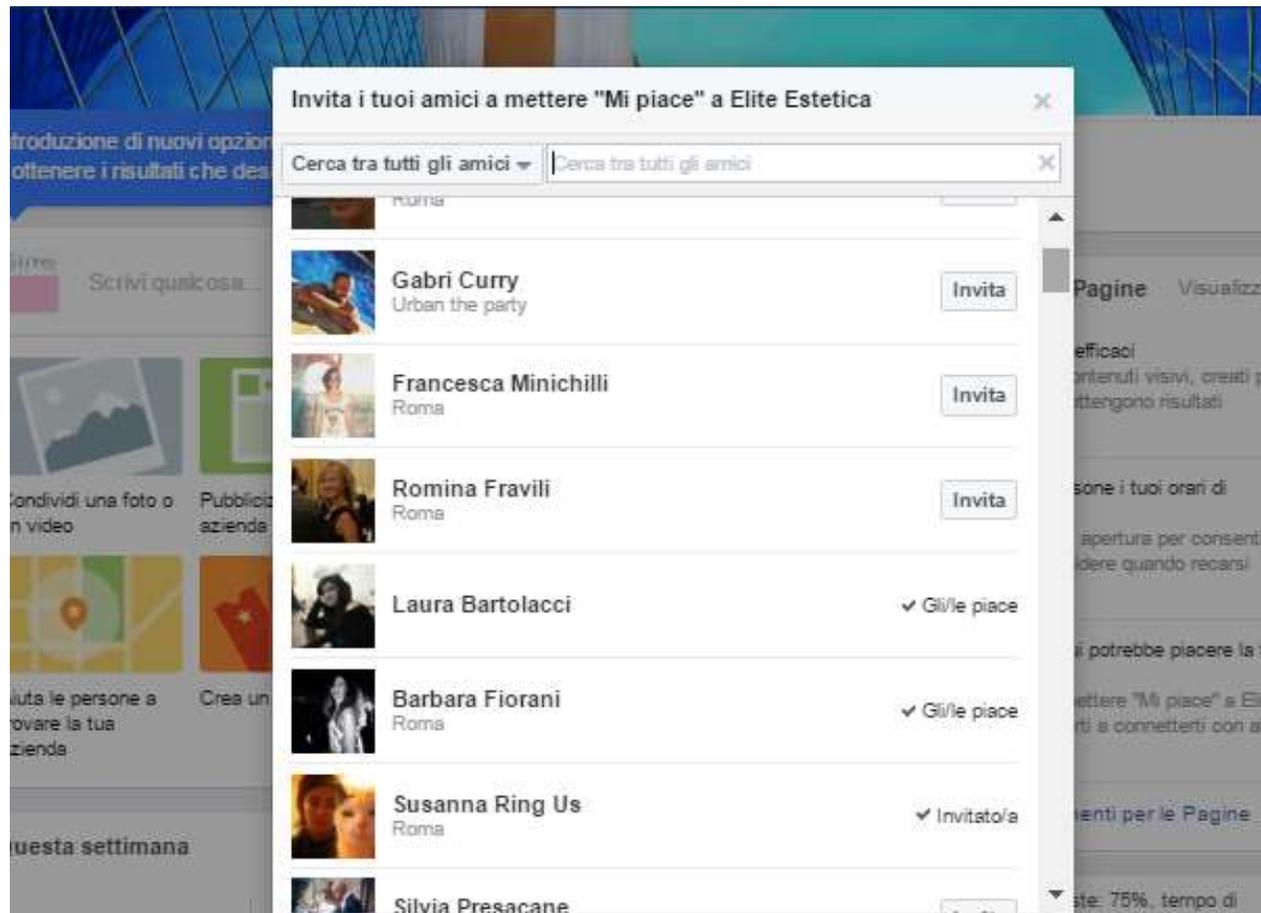
Curare le recensioni, chiedere a clienti e amici di iniziare...



The screenshot displays the Facebook profile of 'la Feltrinelli', a verified business page. The profile picture is a red circle with a white stylized 'F' logo. The name 'la Feltrinelli' is followed by a blue checkmark and the handle '@laFeltrinelli.it · Libreria'. A blue button labeled 'Invia un messaggio' is visible. Below the profile information, there are navigation tabs: 'Home', 'Foto', 'Video', 'Servizio Clienti', and 'Altro'. A 'Ti piace' button with a thumbs-up icon is also present. The main content area features a section titled 'Leggi cosa dicono alcuni clienti a proposito di Lafeltrinelli' with a 4.4 star rating (4.4 su 5) and a green button 'Scrivi una recensione'. Below this, there are two customer reviews, both with 5-star ratings and 'Ordine verificato' status. The first review is from Gianlu26, dated 23 novembre, with the text 'Ordine facile e veloce. Spedizione nei tempi indicati.' The second review is from Paola Carracci, dated 22 novembre.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Chiedere ai propri amici di **mettere mi piace** sulla pagina? Meglio mandare un messaggio privato e scrivere qualcosa tipo «conosci qualcuno che possa essere interessato...»



#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Gestire i ruoli della pagina (amministratore, editor)

The screenshot displays the Facebook Page Settings interface. On the left is a navigation menu with the following items: 'Generali', 'Messaggi', 'Informazioni sulla Pagina', 'Modelli e tab', 'Biglietti per l'evento', 'Notifiche', 'Messaggi avanzati', 'Badge di Facebook', 'Ruoli della Pagina' (highlighted), and 'Persone e altre Pagine'. The main content area is titled 'Ruoli della Pagina' and includes a sub-header 'Sezioni' with three links: 'Assegna un nuovo ruolo nella Pagina', 'Titolare della Pagina', and 'Ruoli della Pagina esistenti'. Each link has a 'Vai alla sezione' button to its right. In the top right corner of the main area, there are three circular profile icons representing page roles.

#2. LA COSTRUZIONE DI UNA FAN PAGE

Seguire pagine autorevoli del settore

Esempio nel campo degli studi dentistici

- ANDI Associazione Nazionale Dentisti Italiani
- AIO Associazione Italiana Odontoiatri
- FNOMCeO Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri
- Dentisti Italia
- ...



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: condividi gli aggiornamenti in tempo reale come gli orari di apertura o i servizi offerti (cucina da asporto, consegna a domicilio...)



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: offri servizi online

The image shows a Facebook post from 'Driadi Fitness & Beauty' dated October 29 at 19:31. The post text reads: 'PIÙ ATTIVI E CON PIÙ CORSI! 🙌 Ci teniamo a seguire il vostro percorso di allenamento anche in questo periodo difficile, per questo abbiamo aumentato di numero e frequenza i nostri corsi! Però attenzione, per avere la massima professionalità per tutti i partecipanti, i corsi live hanno posti limitati. Prenotate subito ed attivati con noi!'. Below the text are two green checkmarks: 'Prenota per essere seguito personalmente' and '... Altro...'. The bottom half of the image is a teal-colored graphic titled 'ORARIO CORSI ONLINE' with the contact number '328 5319232'. It features a grid for the days of the week (LUN to SAB) with specific course times and names.

ORARIO CORSI ONLINE
Per partecipare ai corsi online chiamaci o scrivici al 328 5319232

LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
			8:10 Functional		
					10:00 Circuit
					11:00 Metodo Pilates
12:50 Functional	12:50 Func. Pilates	12:50 Functional	12:50 Func. Pilates	12:50 Functional	

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: bisogna mettere in campo nuove energie, sapersi reinventare

Hotel La Rosa dei Venti
29 ottobre alle ore 15:06 · 🌐

LA ROSA DEI VENTI
HOTEL
RISTORANTE PIZZERIA
Monte San Giusto

Prenota il tuo Day Use con Cena...
scegli la tua liberta' in tutta tranquillita'!!!

Week End

COVID-19
In piena linea con le Linee GUIDA...
Da dicembre il nostro ristorante
"Protogigi" di Col
restaurante Ferrati

Day Use ore 19.00 / 23.00 euro 35.00 a persona
Cena all inclusive, Camera

1 notte euro 45.00 a persona
2 notti euro 80.00 a persona
Cena all inclusive, Camera, Colazione

info prenotazioni 0733.530500

Via Macerata 77, 62015 Monte San Giusto (MC) | info@hotellarosadeiventi.com | www.hotellarosadeiventi.com

Hotel La Rosa dei Venti
Ristorante italiano

Invia un messaggio

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: chiedere aiuto alla comunità locale

Parco del Mulino
27 novembre alle ore 10:45 · 🌐

"Se vuoi la nostra Pizza...: Te la portiamo a casa, siamo su Deliveroo!
Oppure chiama il 3345969241 e vieni a prenderla da noi"
Vi aspettiamo con un grande sorriso e un abbraccio virtuale
"I RAGAZZI DEL PARCO"

LIVORNOTODAY.IT
Parco del Mulino, conti in rosso e rischio chiusura.
L'appello: "Prenotate una pizza da noi per tenere in vita il..."

102

Parco del Mulino
28 Novembre alle ore 11:49 · 🌐 · 🌐

La solidarietà dimostrata è stata veramente importante oltre le nostre aspettative.
Ieri sera siamo stati travolti Ci scusiamo se abbiamo avuto ritardi e fatto errori. Non pensavamo di ricevere così tanti ordini.
Noi ce l'abbiamo messa tutta e ci stiamo organizzando per un servizio migliore già da stasera. Grazie a tutti!

104

Condivisioni: 37

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: usa la pagina come canale educativo. Pubblica articoli interessanti (ricorda di cancellare il link per evitare di «sporcare» il post)



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: non essere autoreferenziale, condividi post. Accompagna sempre le condivisioni con un commento



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: usa un tono di comunicazione adeguato (professionale ma non formale) e immagini coerenti



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: evita in tutti i modi l'impersonalità. In questo momento non usare foto di assemblamenti di persone



Più Valore alle Famiglie Italiane e all'Odontoiatria di Qualità

 **Dentista Più**
Azienda medica

 Prenota subito

 dentistapiu.it

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: intrattieni e fai sentire importante i tuoi fan, chiedi la loro opinione sui contenuti condivisi



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: dai importanza alle persone che lavorano con te, presenta e coinvolgi le persone



Associazione Argo

@argomacerata · Organizzazione no-profit

[Invia un messaggio](#)

[Home](#) [Recensioni](#) [Video](#) [Foto](#) [Altro](#) ▼

[Ti piace](#)



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: ringrazia dipendenti e fornitori, soprattutto se la tua è considerata un'attività essenziale prevista dall'ultimo DPCM



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: mostra l'«how to», il work in progress

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



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: condividi il dietro le quinte, il «lavoro sporco»



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: tieni conto della stagionalità, delle festività e dell'attualità



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: sii curioso e informato, sfrutta i tormentoni (tratto dall'opera Comedian di Cattelan)



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: sfrutta il real time marketing ovvero la capacità di creare contenuti sfruttando le tendenze del momento. Fai attenzione al tono di comunicazione



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: pubblica citazioni motivazionali, storie di ispirazione e strumenti pratici



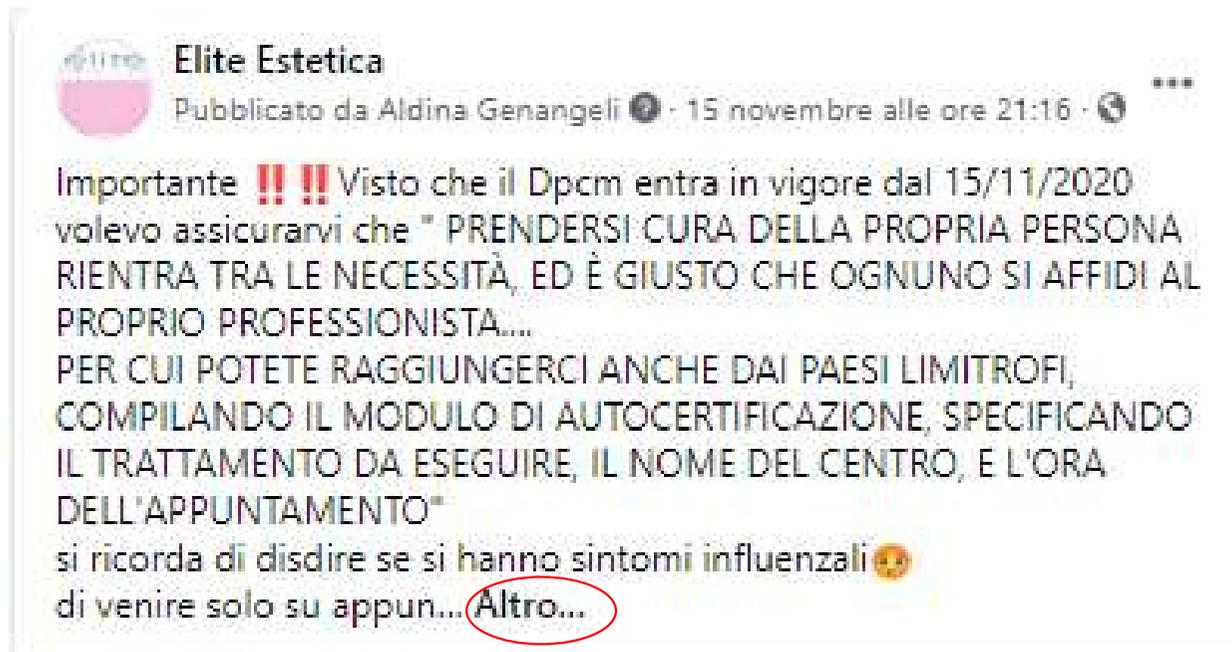
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: crea coinvolgimento con un rituale personalizzato e afferente alla tua pagina



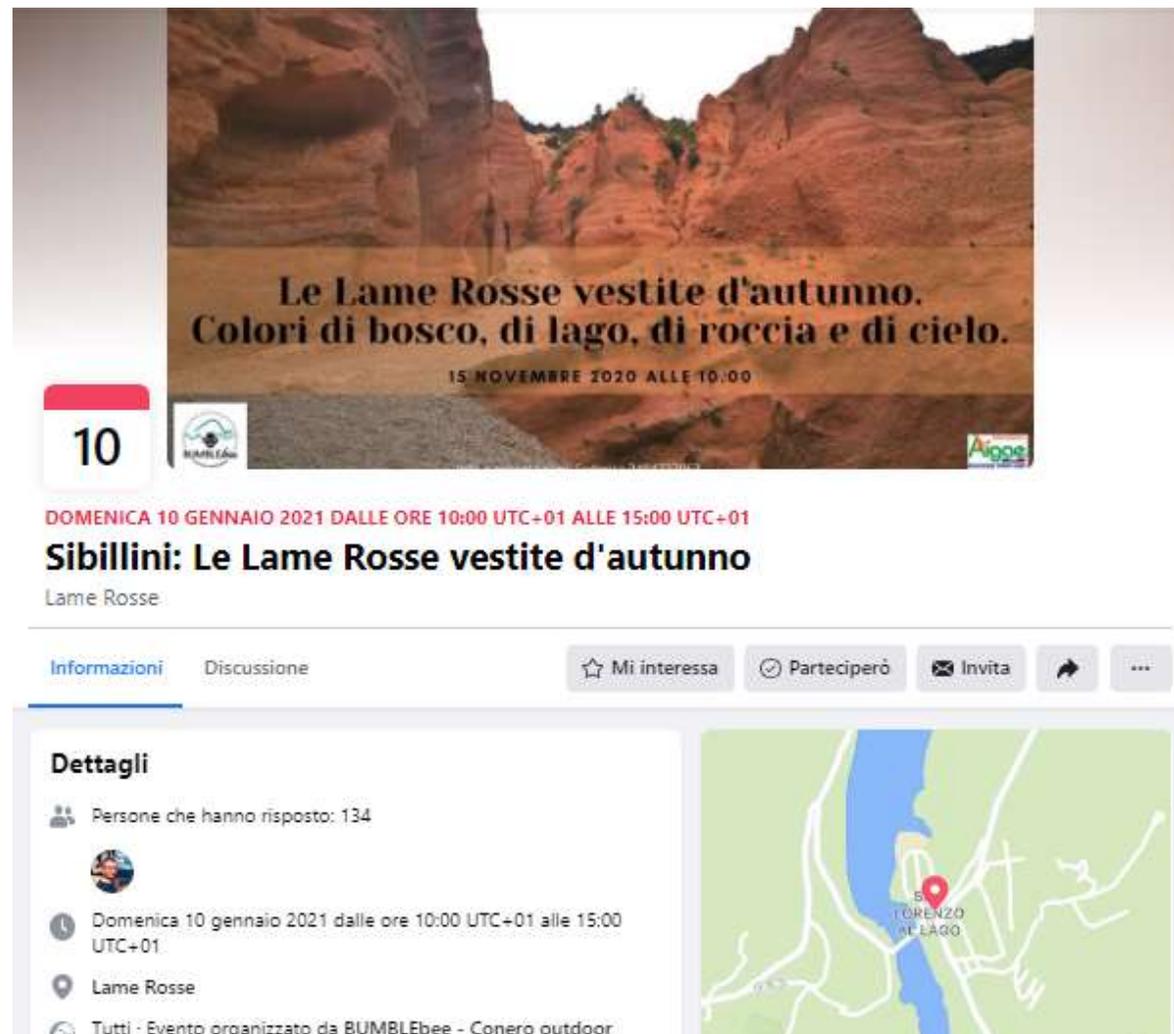
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: attenzione all'uso del maiuscolo, della punteggiatura, delle emoji e alla lunghezza del testo. Un linguaggio eccessivamente esuberante non è indicato per il periodo che viviamo



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: crea senso di appartenenza organizzando eventi



The image shows a screenshot of a Facebook event page. The main visual is a landscape photograph of the Lamme Rosse in the Sibillini mountains, with a text overlay that reads: "Le Lamme Rosse vestite d'autunno. Colori di bosco, di lago, di roccia e di cielo." Below this, it says "15 NOVEMBRE 2020 ALLE 10:00". To the left of the image is a calendar icon for the 10th of January. Below the image, the event title is "Sibillini: Le Lamme Rosse vestite d'autunno" and the location is "Lame Rosse". The event is scheduled for "DOMENICA 10 GENNAIO 2021 DALLE ORE 10:00 UTC+01 ALLE 15:00 UTC+01". The page includes standard Facebook event interaction buttons: "Mi interessa", "Parteciperò", "Invita", and a share icon. The "Dettagli" (Details) section on the left shows that 134 people have responded, the event is on Sunday, January 10, 2021, from 10:00 to 15:00 UTC+01, the location is Lame Rosse, and it is organized by BUMBLEbee - Conero outdoor. A map on the right shows the location of Sibillini al Lago.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: lancia un giveaway, stimola la produzione di user generated content.



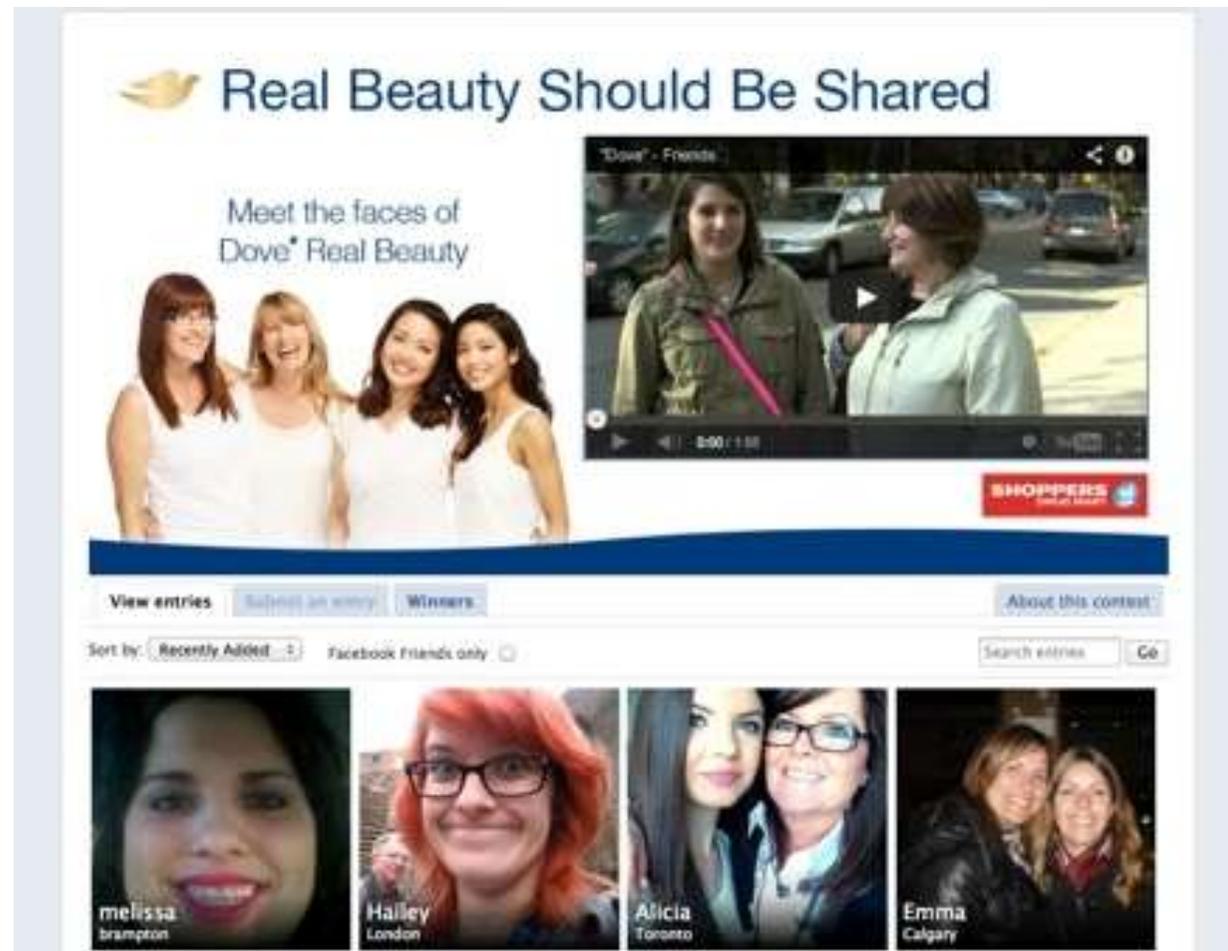
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Per quanto riguarda i concorsi la normativa italiana vigente è complessa ma ci sono delle **escamotage** che ci consentono un certo margine di manovra e dunque possiamo agire senza rischio di sanzioni e sono:

- se il concorso viene indetto per la **produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche**;
- quando vengono regalati dei **campioni omaggio**;
- per le operazioni a premio in cui l'oggetto sia un **premio di "minimo valore"** (assimilabile a quello di un lapis, di una bandierina o di un calendario) e non includano alcun vincolo di acquisto;
- nelle manifestazioni a premio che abbiano lo scopo di **donare le vincite a enti benefici**.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: lancia un giveaway, crea contenuti coinvolgenti, fai storytelling



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: lancia un giveaway, case history maceratese



7 MAR 2015 ALLE ORE 18:00 UTC+01 - 14 MAR 2015 ALLE ORE 20:00 UTC+01

**CONTEST FOTOGRAFICO "LE DONNE DI MACERATA" by
Ca'BARet**

Ca' BAR et

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: lancia un giveaway, case history maceratese

Dettagli

 Persone che hanno risposto: 1

 7 mar 2015 alle ore 18:00 UTC+01 - 14 mar 2015 alle ore 20:00 UTC+01

 Ca' BAR et

 Tutti · Evento organizzato da Ca' BAR et

A poco più di una settimana dall'8 Marzo, al CaBaret si è deciso di omaggiare la donna come sempre nel modo più originale e coinvolgente possibile.
Come? Con un contest fotografico dedicato alle donne e alla provincia di Macerata...

Il gioco è semplice:

- 1) Scatta una tua foto con lo sfondo del tuo paesaggio preferito di Macerata (e provincia) o il tuo prodotto locale più amato;
- 2) Carica la foto sulla pagina dell'evento ricordando di geolocalizzare o taggare il Paese/prodotto di riferimento;
- 3) Passa da noi dal 7 al 12 marzo: le foto saranno in mostra al CaBaret e per le donne che hanno partecipato una sorpresa in omaggio da Laura e Giorgio 😊

"Le donne di Macerata" - bellezza e genuinità locale !! Mostra meno



Ca' BAR et
Via Gramsci, 57, Macerata

Non il solito bar! Un luogo di promozione del territorio dove poter degustare vini, birre e varie prelibatezze offerti d... Altro...

Partecipa con gli amici [Mostra tutti](#)

Francesca Arienzo_Digital e Social Media Marketing @unimc

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: fai uso degli hashtag e delle emoticon



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: intrattieni, informa, coinvolgi. Validata soluzione l'uso dei quiz e dei sondaggi



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: pubblica video ancora meglio se Live.
L'importanza dei sottotitoli.



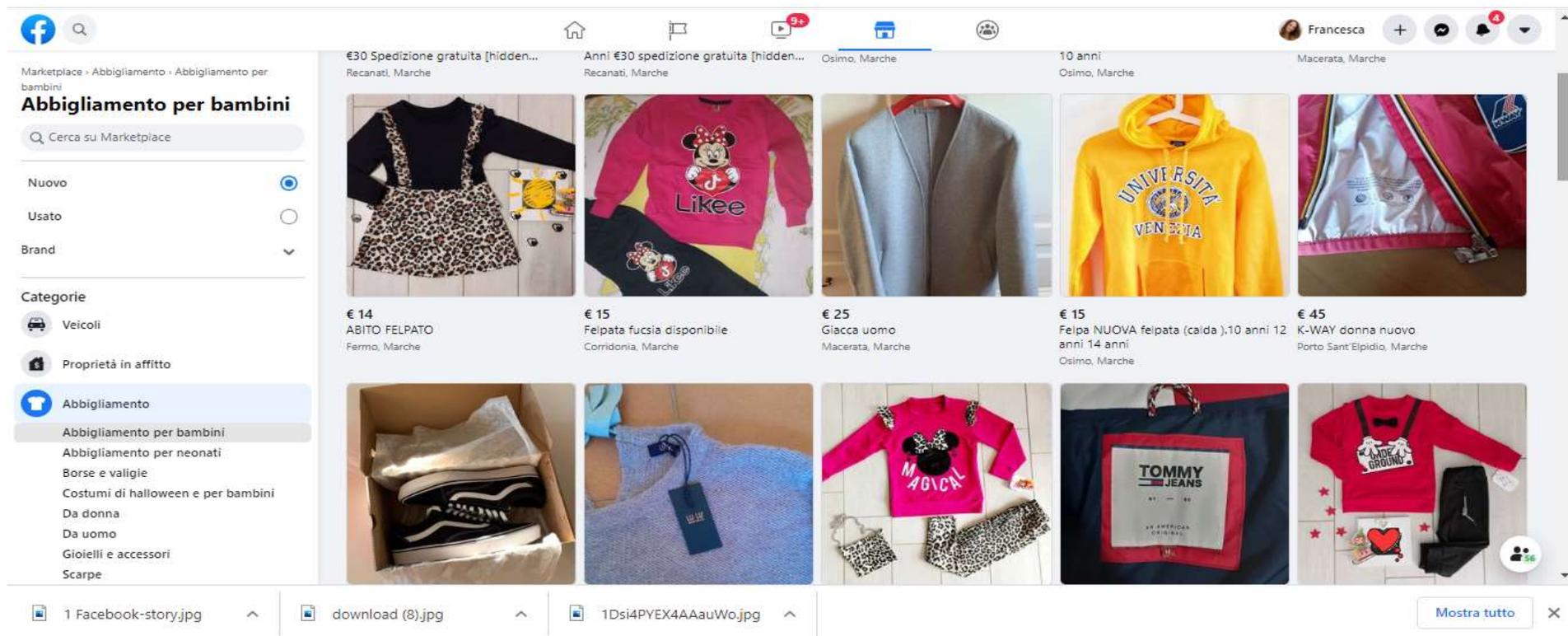
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: usa le Stories per condividere foto e video visibili per 24 ore o anche per veicolare campagne pubblicitarie



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: pubblicare su Marketplace può essere una soluzione



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

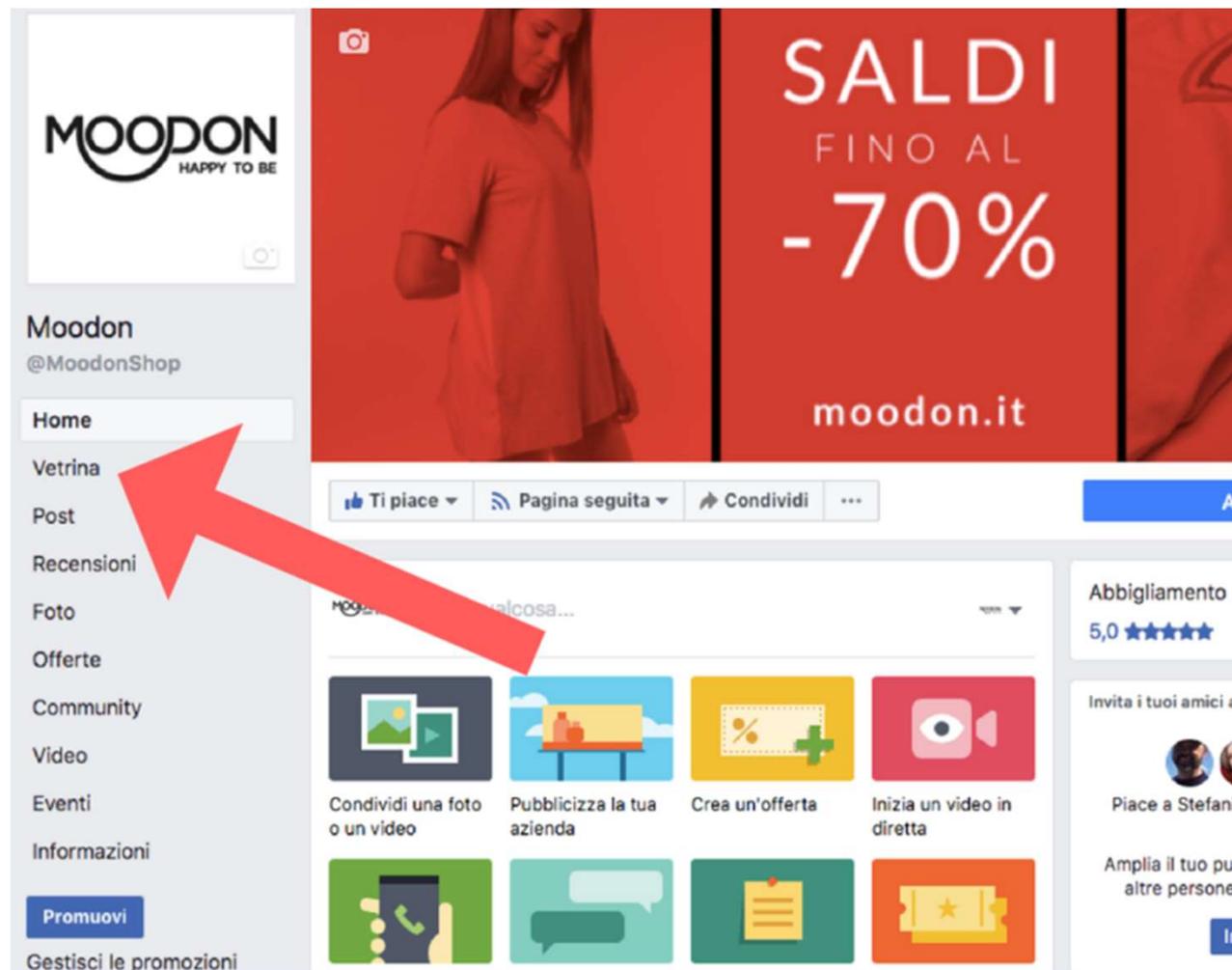
Spunti di riflessione: puoi creare un negozio senza app e senza uscire dalla pagina di Facebook, opportunità che può rivelarsi molto utile in questo momento.



The image shows a screenshot of a Facebook post. On the left, there is a profile picture of a baby sleeping. Below it, the profile name is "Spear Mint Baby" with a verified badge and a heart icon. The bio reads "Negozio di abbigliamento per bambini e neonati". To the right of the profile name is a thumbs-up icon and the text "Mi piace". Below the profile information is a blue button with a shopping bag icon and the text "Visualizza shop". To the right of the button are icons for Messenger and a menu. On the right side of the post, there is a large image of a baby wearing a pink headband with a bow. Below the image, the text "Per i bambini alla moda" is displayed, followed by a white button with the text "Acquista". At the bottom of the post, there is a small image of a floral pattern.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Se vendi qualcosa **crea un catalogo prodotti** fornito di descrizioni e prezzo, dagli visibilità attraverso la TAB «Vetrina».



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: lancia una challenge, crea engagement

Getty @GettyMuseum · 25 mar

We challenge you to recreate a work of art with objects (and people) in your home.

- 1 Choose your favorite artwork
- 2 Find three things lying around your house
- 3 Recreate the artwork with those items

And share with us.

4.890 14.479 26.695

Getty 27 luglio

A marzo nasceva la #GettyMuseumChallenge. Ti abbiamo sfidato a ricreare la tua opera d'arte preferita con oggetti a casa, e tu hai consegnato. Le ri-creazioni sono arrivate e non si sono mai fermate, con oltre 100,000 spuntate su Twitter, Facebook, Instagram, Reddit, blog, news media e altro ancora.

E ora sarà un libro! "Off the Walls: Inspired Re-Creations of Iconic Artworks" costa \$ 14, contiene 246 ricreazioni e saranno disponibili questo settembre.

Tutti i profitti saranno donati all'Artista Relief di beneficenza, che supporta artisti che stanno affrontando emergenze finanziarie dovute alla pandemia di coronavirus.

[Vedi l'originale](#) · [Nasconde questa traduzione](#)

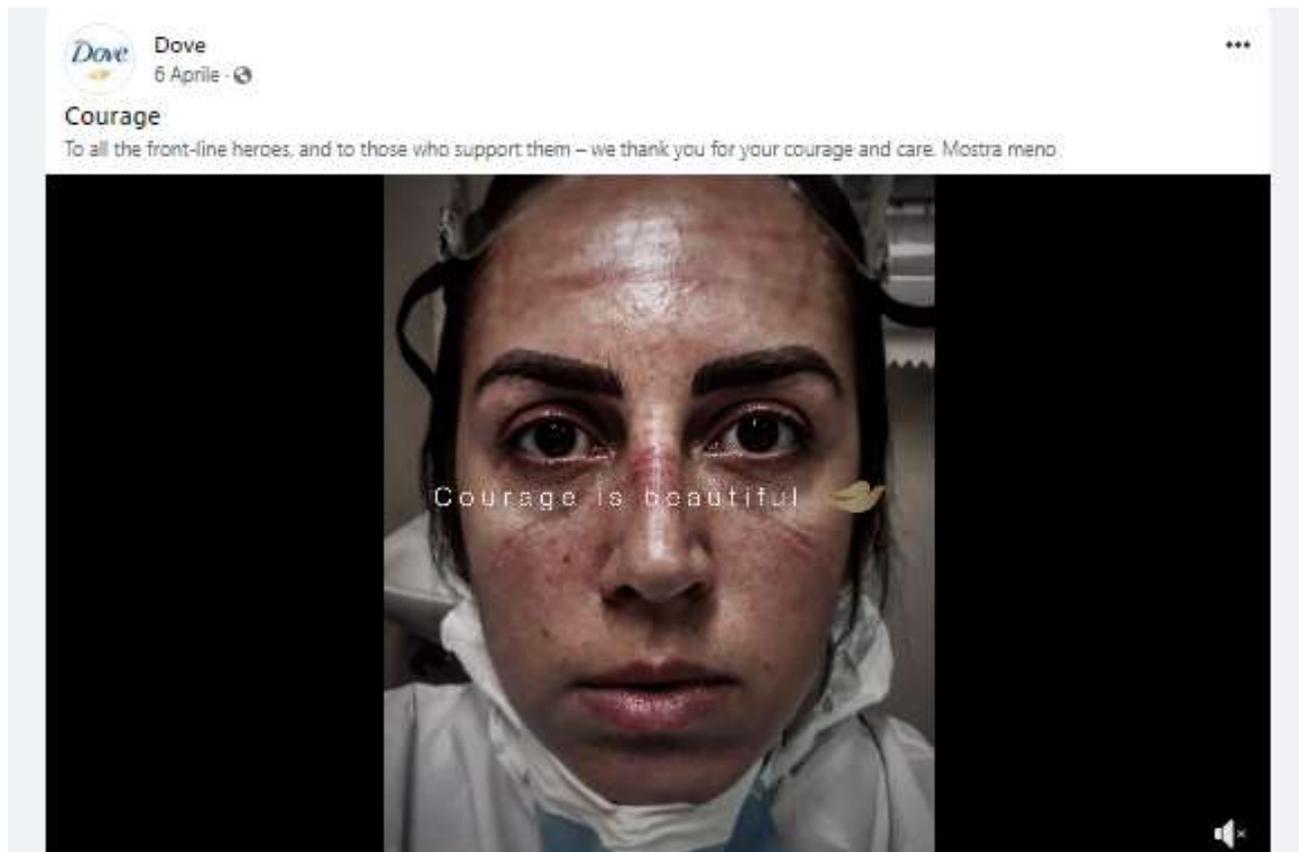
562

Commenti: 33 Condivisioni: 176

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: fai campagne di sensibilizzazione, soddisfa desideri di ordine valoriale

https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=225213682043230&external_log_id=4f6bd837-57c4-48b5-9f94-8579b9791980&q=courage%20is%20beautiful%20dove



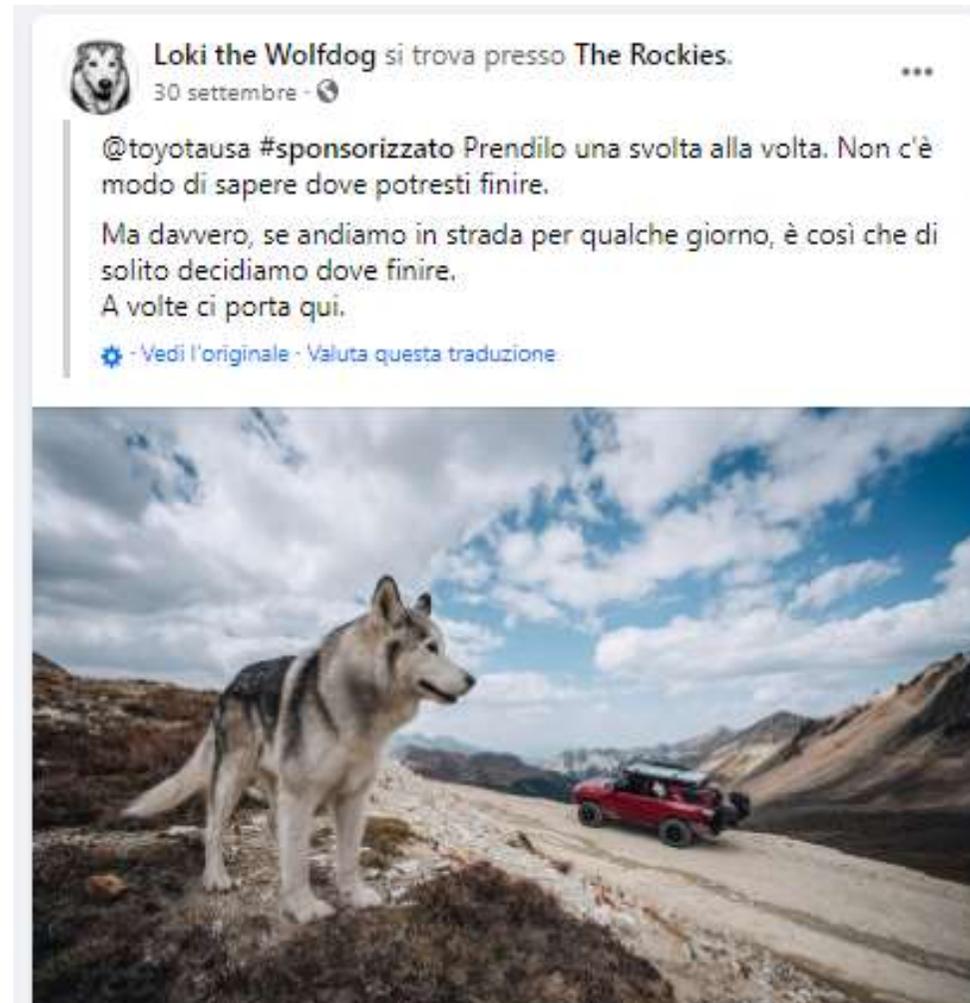
#3. FACEBOOK: LA FAN PAGE

Spunti di riflessione: pubblica esperimenti culinari, allenamenti domestici, consigli per l'intrattenimento, meglio ancora con collaborazione di un influencer



#3. FACEBOOK: LA FAN PAGE

Spunti di riflessione: incentiva collaborazioni credibili e mirate, dai spazio ai nano influencer bit.ly/InfluNano



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: fai community e rafforza il senso di appartenenza con i gruppi. Crea, partecipa, ascolta



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Spunti di riflessione: stabilisci delle regole se si gestisce un gruppo

Regole del gruppo

I membri del gruppo accettano di rispettare queste regole:

Accetto le regole del gruppo

1 Gentilezza e cortesia

Siamo tutti in questo gruppo per creare un ambiente accogliente. Trattiamo tutti con rispetto. I dibattiti sani sono giusti, ma è necessario sempre co... **Altro...**

2 Nessuna attività di incitazione all'odio o bullismo

Assicurati che tutti si sentano al sicuro. Non è consentita nessuna forma di bullismo e i commenti umilianti relativi a razza, religione, cultura, ori... **Altro...**

3 Rispetto per la privacy di tutti

Per far parte di questo gruppo è richiesta fiducia reciproca. Discussioni autentiche ed espressive rendono i gruppi efficaci, ma potrebbero anche esse... **Altro...**

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Quanto postare? Meglio pochi contenuti curati, che tanti mediocri e tappabuchi



Less is more.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Tranquilli... si può anche sbagliare!



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Come si gestiscono gli account social dei clienti?

Bisogna aiutare i clienti ad aprire account social a loro nome con loro dati.

Attivare la partnership per gestire gli account social dei clienti.

Associare tutti gli asset (pagine, account pubblicitari, pixel) ai Business Manager (piattaforma che gestisce l'account pubblicitario) del cliente.

Nel 2020 è stato introdotto **Meta Business Suite**, piattaforma che permette di gestire insieme le funzionalità relative a tutti gli account social di Meta.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

<https://www.facebook.com/business/news/introducing-facebook-business-suite>

Che cos'è Meta Business Suite?

Meta Business Suite è il punto di riferimento unico per la gestione di tutte le tue attività di marketing e pubblicitarie su Facebook e Instagram. Centralizza gli strumenti che ti aiutano a connetterti con i clienti in tutte le app e a ottenere risultati di business migliori.

Non importa se lo usi su computer o da mobile: Meta Business Suite rende più semplice visualizzare le notifiche e rispondere rapidamente ai messaggi. Puoi anche creare o programmare post, Storie e inserzioni per la tua attività e trovare insights utili a ottimizzare le tue iniziative.

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Inizia subito a usare Meta Business Suite

1. Assicurati di avere una Pagina Facebook per la tua attività. In caso contrario, creane una.
2. Accedi a Meta Business Suite da computer all'indirizzo business.facebook.com oppure scarica e apri l'app Meta Business Suite su iOS o Android.
3. Se vuoi gestire la tua Pagina Facebook e il tuo account Instagram da Meta Business Suite, collegali in Meta Business Suite da computer o dall'app mobile.

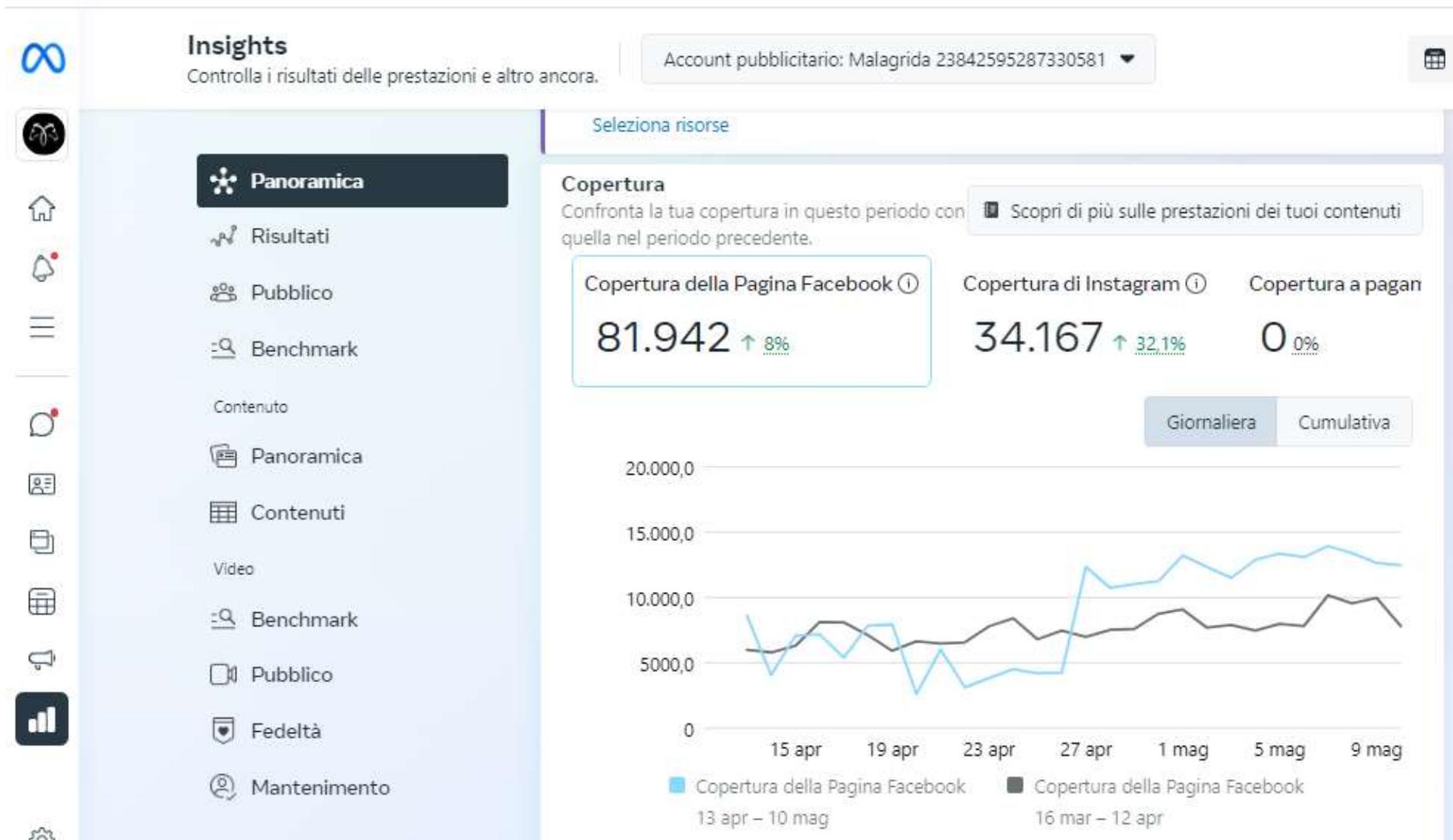
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Programmare i post con il calendario editoriale

The screenshot displays the Facebook content planning tool interface. At the top, it is titled "Strumento di pianificazione" (Planning tool) with the subtitle "Pianifica il tuo calendario di marketing creando, programmando e gestendo i tuoi contenuti." (Plan your marketing calendar by creating, scheduling and managing your content). On the right, there are buttons for "Crea inserzione" (Create ad) and "Crea" (Create). Below the header, the calendar view is set for "maggio 2023" (May 2023). The calendar grid shows days from Sunday to Saturday. The 11th of May (gio 11) is highlighted in blue. On this date, two posts are scheduled for 10:00: one for Facebook (with 5 likes) and one for Instagram (with 10 likes). Other days show posts scheduled for 10:45. On the left side, there is a notification for "Reazioni (37)" (Reactions (37)) with a "Send invites" button. On the right side, there is a "Momenti" (Moments) section with a lightbulb icon and the text "Nessun momento in programma" (No moments in program) and "Non sono presenti momenti in programma nei prossimi 75 giorni. I promemoria dei momenti in programma saranno visualizzati qui." (No moments in program are present in the next 75 days. Reminders of moments in program will be displayed here).

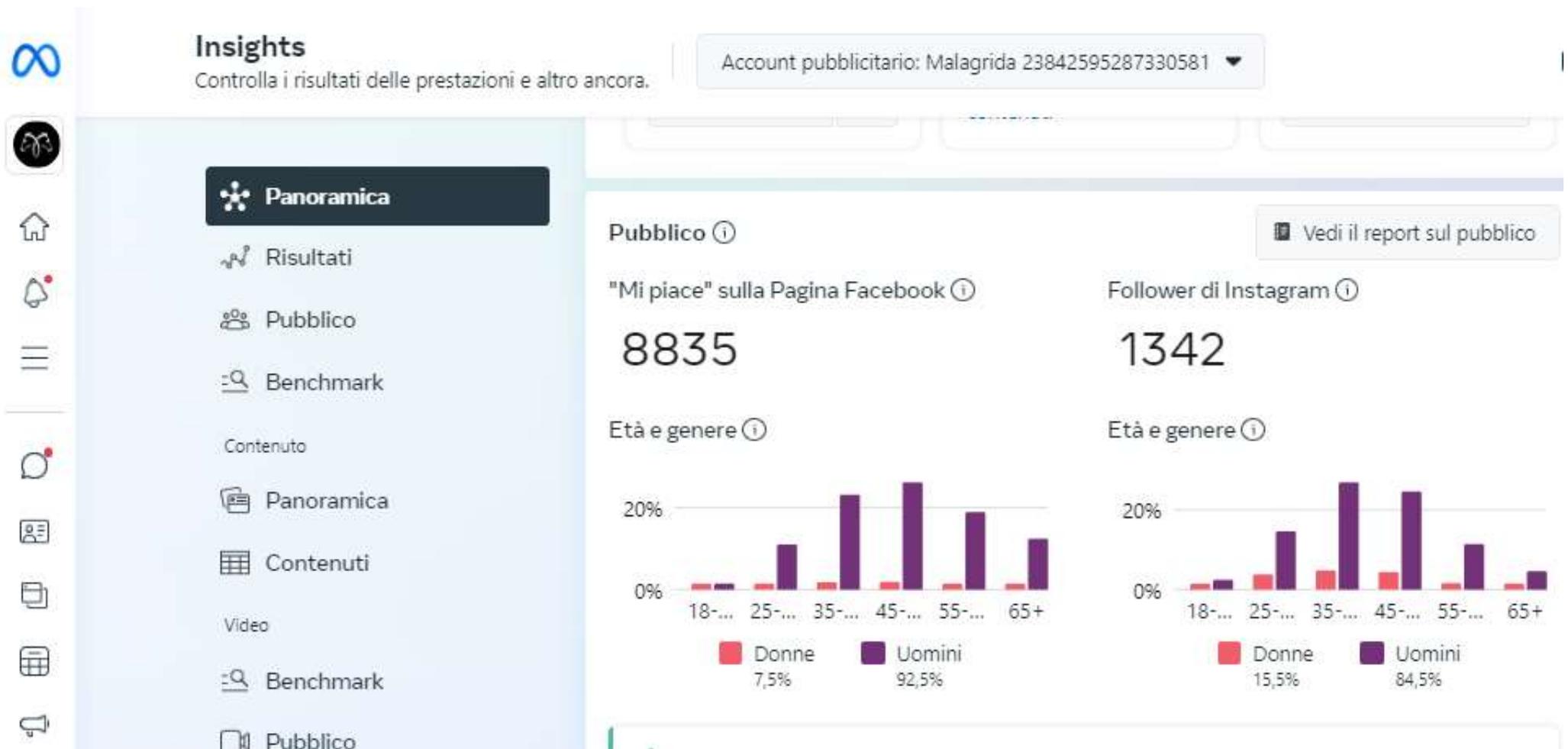
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: panoramica



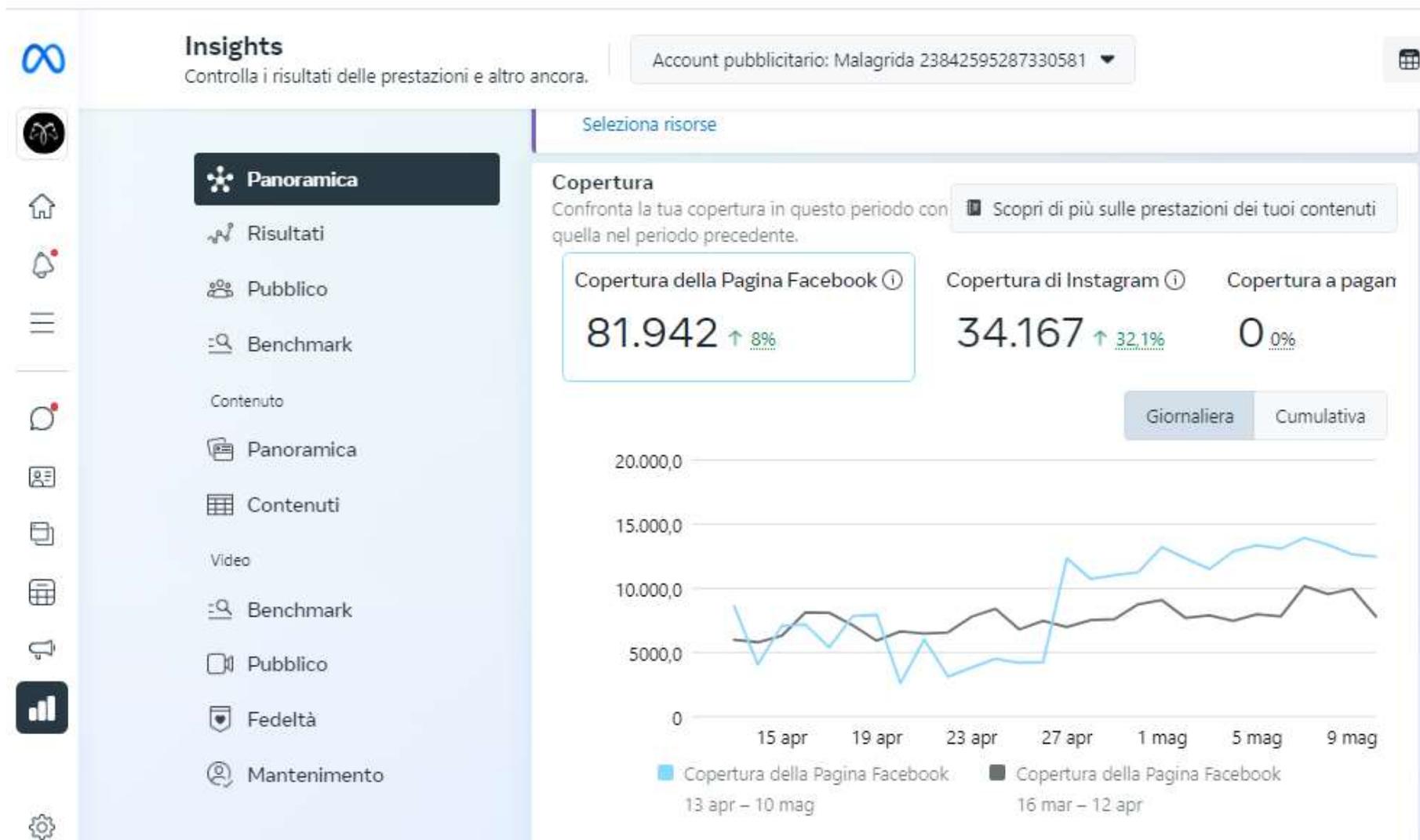
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: panoramica



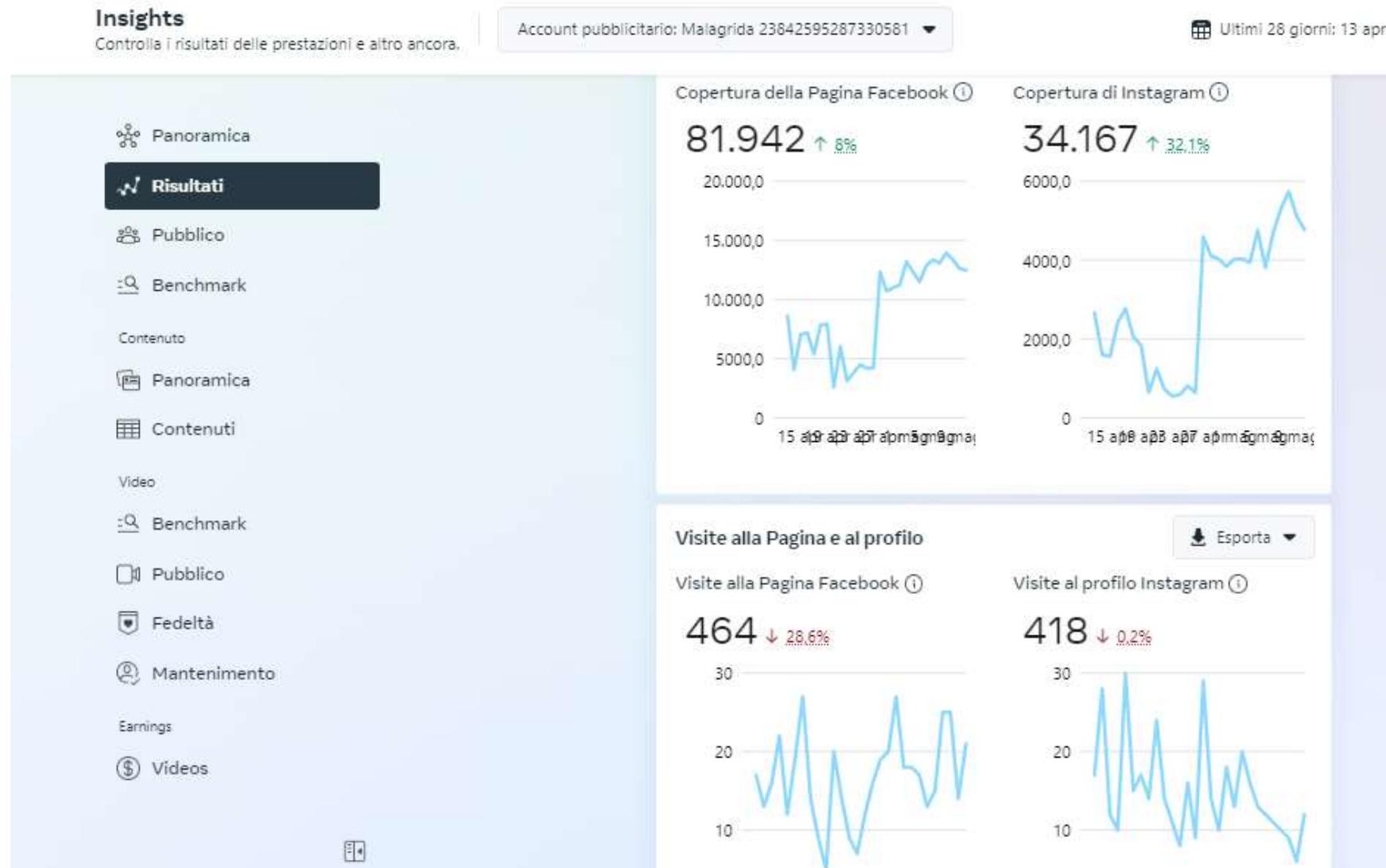
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: panoramica



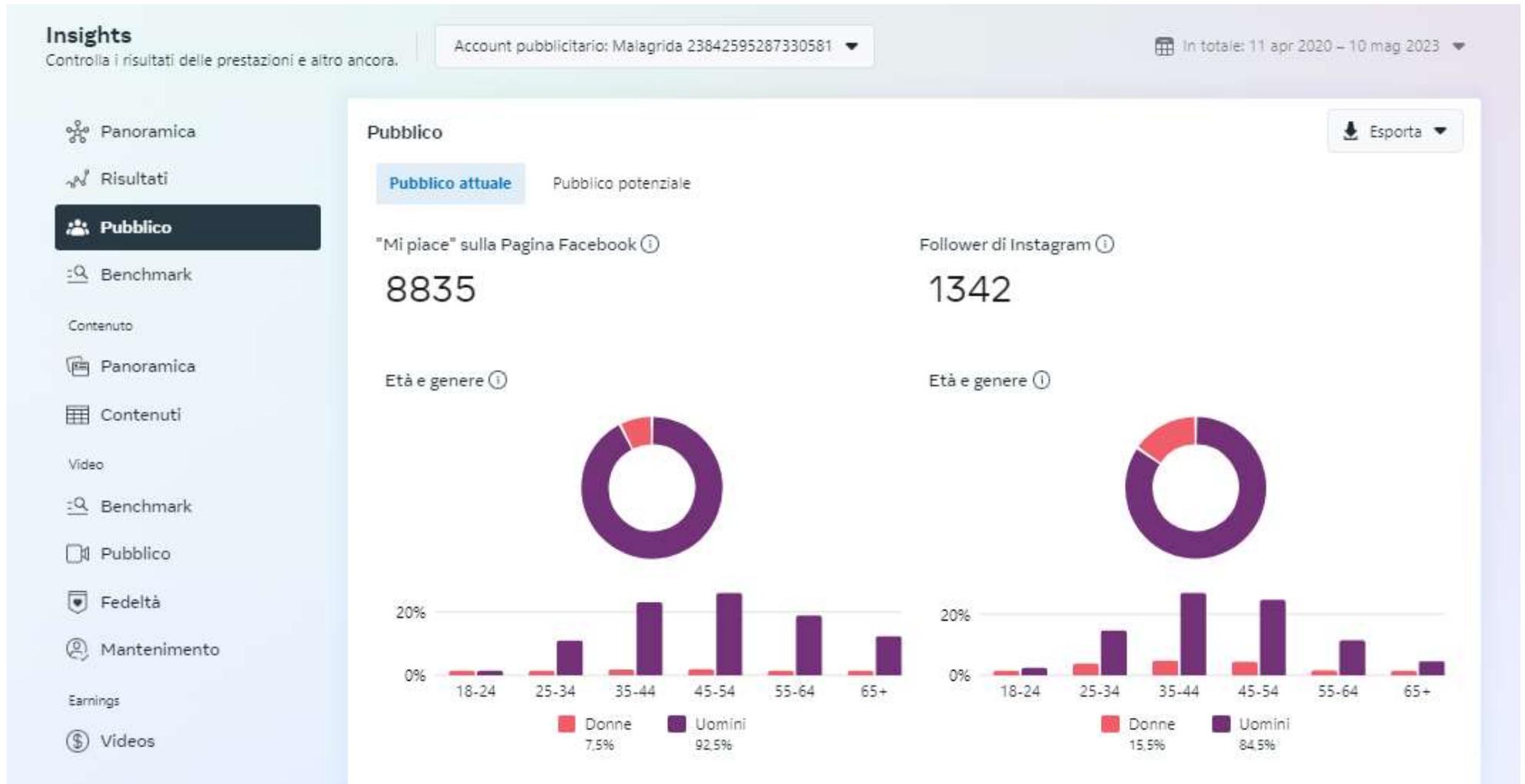
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: risultati



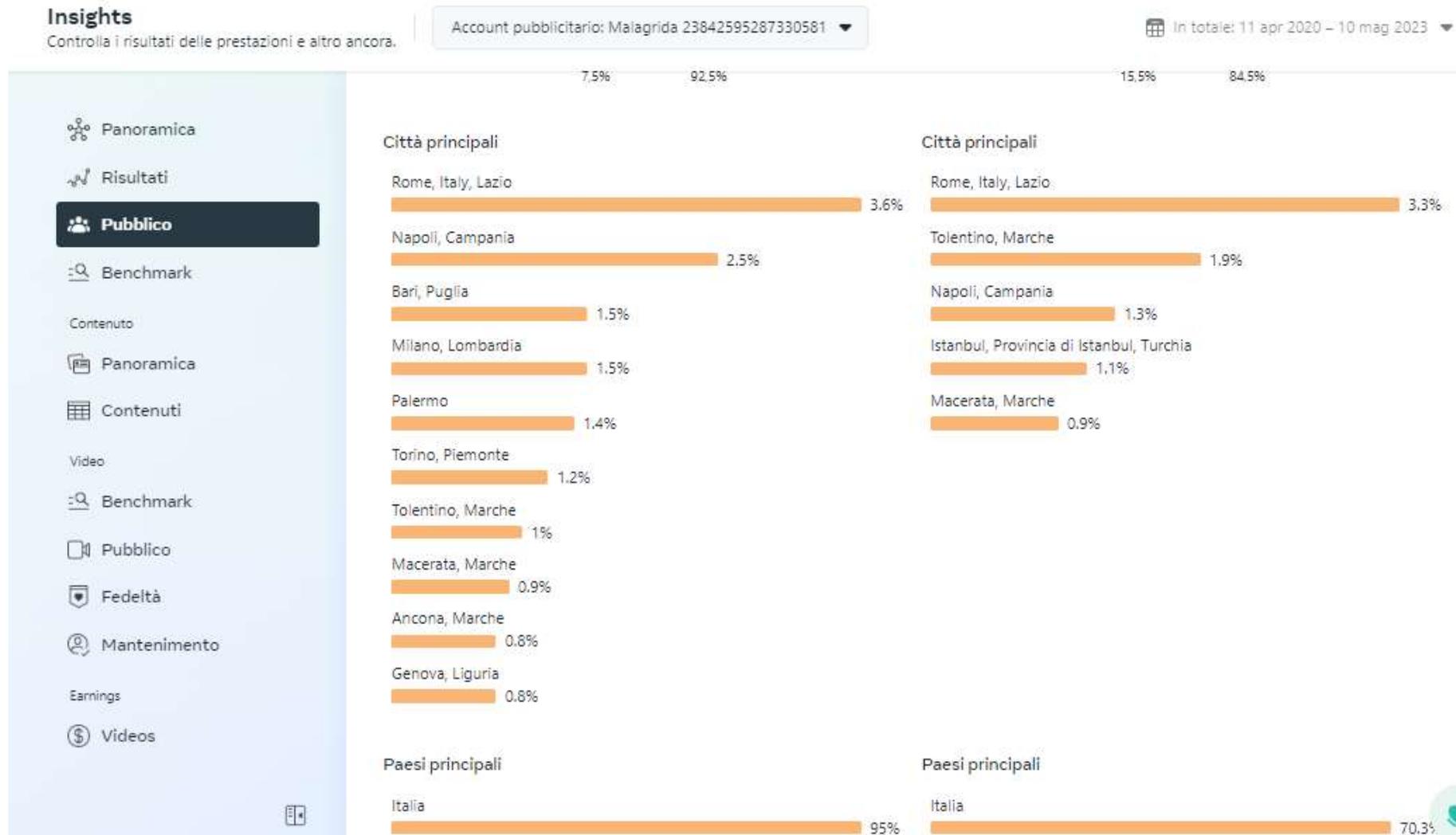
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: pubblico



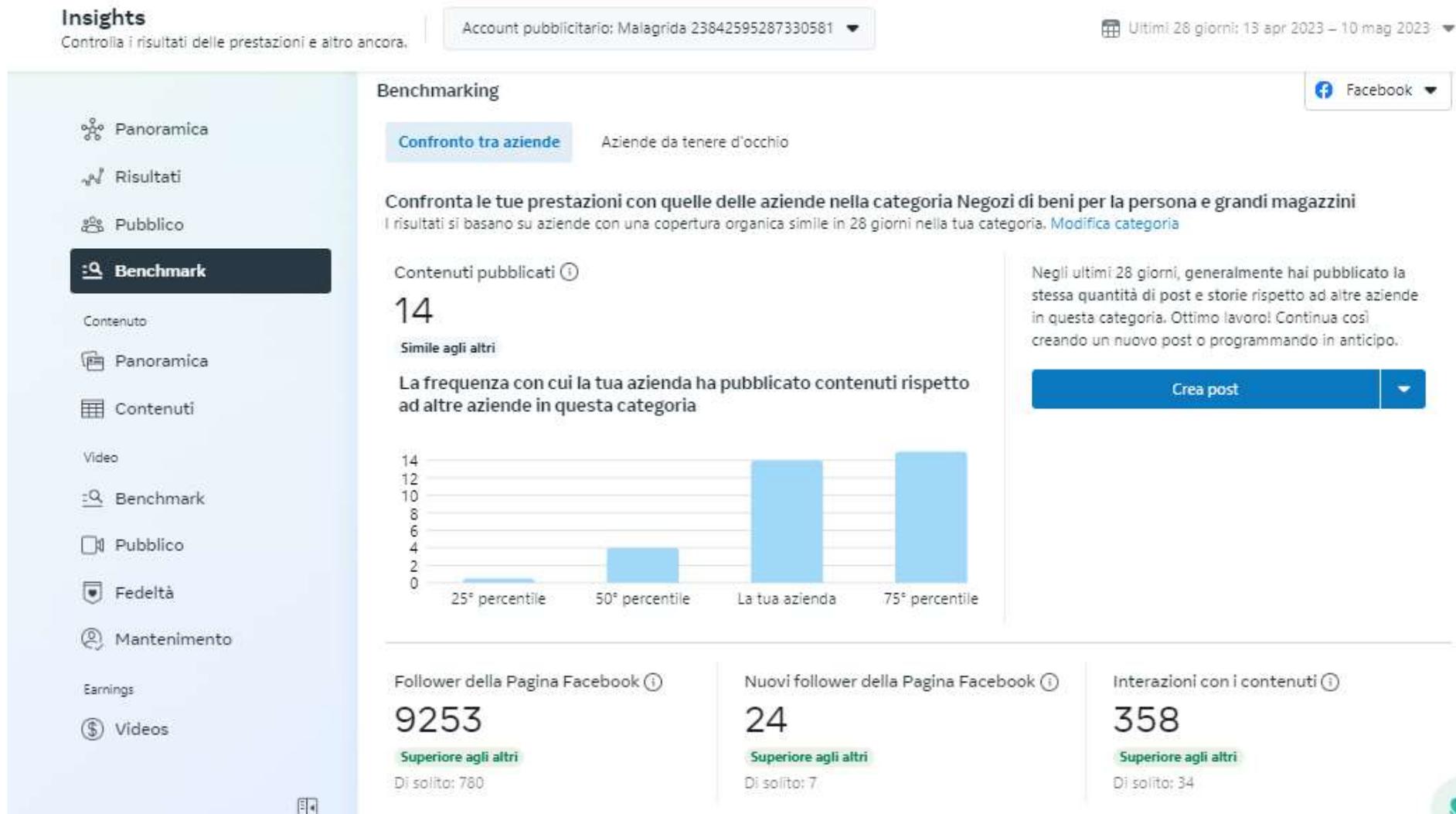
#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: pubblico



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: benchmark



#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: benchmark

Insights
Controlla i risultati delle prestazioni e altro ancora.

Account pubblicitario: Malagrida 23842595287330581

Ultimi 28 giorni: 13 apr 2023 – 10 mag 2023

Facebook

Benchmarking

Confronto tra aziende **Aziende da tenere d'occhio**

Confronta le prestazioni della tua azienda e dei tuoi contenuti con quelli di aziende simili su Facebook.

[+ Aggiungi azienda](#)

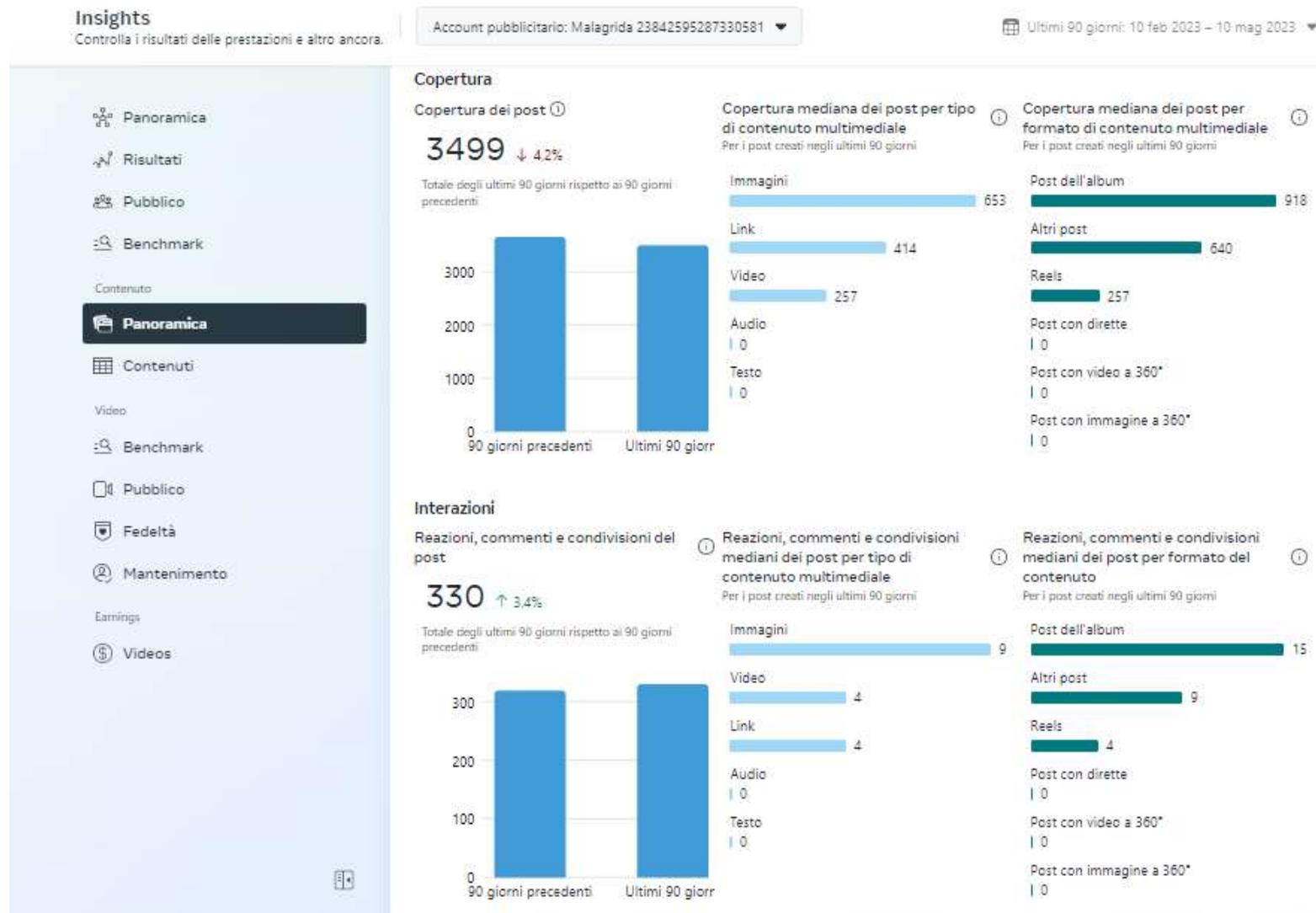
Pagina	"Mi piace" Pagina	Cambiament "Mi piace"...	Contenuti pubblicati
 Malagrida Malagrida è un brand di abbigliamento che nasce dalla passione della famiglia Malagrida pe...	8835	↑ 16	14

Aziende su Facebook che ti suggeriamo di aggiungere

-  **BALENCIAGA**
"Mi piace" sulla Pagina: 2,4 mln • Balenciaga Official Facebook [Aggiungi](#)
-  **SAINT LAURENT**
"Mi piace" sulla Pagina: 3,3 mln • The official Saint Laurent Facebook page. <http://www.ysl.com> [Aggiungi](#)
-  **Prada**
"Mi piace" sulla Pagina: 7,5 mln • Prada official pages: <http://twitter.com/prada> <http://instagram.com/prada> [Aggiungi](#)
-  **CHANEL** [Aggiungi](#)

#3. LA GESTIONE DI UNA FAN PAGE

Controllare gli Insight: panoramica



#4. LA CREAZIONE DELLE ADS

Sfatiamo il mito che i social network siano spazi di visibilità gratuita.

L'algoritmo di Facebook cerca di dare «il contenuto giusto alla persona giusta nel momento giusto» ecco perché con un post si raggiunge solo una piccola parte dei tuoi follower.

Nasce l'esigenza di avere un **budget media (mensile)**. Le social ads assumono un ruolo fondamentale per mantenere un legame con chi ha già mostrato interesse nei confronti di un brand e accompagnarlo al raggiungimento dei nostri obiettivi.

#4. LA CREAZIONE DELLE ADS

Nonostante Facebook non sia il posto giusto per vendere ma piuttosto per istaurare delle relazioni, investire sulla piattaforma è necessario per ottenere visibilità su un'audience mirata. Non si tratta di una campagna spot ma di un percorso.

Ma di che budget stiamo parlando?

- Qualche decina di euro per le piccole aziende
- Qualche centinaio di euro per le medie aziende
- Qualche migliaio di euro per le grandi aziende

#4. LA CREAZIONE DELLE ADS

Non tutte le aziende però hanno le stesse possibilità di successo nei social. Ogni settore ha le sue dinamiche e ne devi tener conto per generare aspettative realistiche.

Alto **potenziale social**: i bar, le gelaterie, gli alimentari, i centri estetici, i parrucchieri, i ristoranti.

Se un prodotto ha un prezzo elevato ha un basso **potenziale di vendita** immediata: agenzie immobiliari, agenzie viaggi, elettrodomestici.

#4. LA CREAZIONE DELLE ADS

«Puoi avere tutti i follower e i fan del mondo ma se questi non rappresentano le tue target personas non andrai da nessuna parte. La vera community è composta da persone realmente interessate a ciò che abbiamo da dire e da vendere.

Per crearla e mantenerla servono analisi, risorse, costanza, test continui e contenuti rilevanti, non ci sono scorciatoie. Il resto è solo fuffa».

Veronica Gentili

#4. LA CREAZIONE DELLE ADS

Inserzioni
Crea, gestisci e monitora le prestazioni delle tue inserzioni su Facebook e Instagram in un unico luogo.

Riepilogo delle inserzioni
Tutte le inserzioni

Ora puoi creare la tua prima inserzione
Oltre 2,9 miliardi di *persone* sono attive nel nostro gruppo di app. Le inserzioni possono aiutarti a raggiungerle.

- Pubblica inserzioni efficaci per te**
Modifica il budget o la durata delle tue inserzioni in qualsiasi momento.
- Raggiungi nuovi clienti**
Gli strumenti di targetizzazione aiutano a mostrare le tue inserzioni alle persone giuste.
- Risparmia tempo**
Crea, gestisci e monitora tutte le tue inserzioni in un unico luogo.

Inizia

Parla con un professionista marketing **Crea inserzione**

Hai bisogno di aiuto?

#4. ATTIVITÀ DI RETARGETING

Se hai un sito internet consiglio di attivare Facebook pixel ovvero una stringa di codice HTML e Javascript che, installata nelle diverse pagine del sito, permette di far dialogare la piattaforma social con il sito internet.

Una volta installato il pixel su sito potrai:

- Identificare i visitatori e fare attività di **attività di retargeting**: la promozione di un post verso un pubblico che ha già visitato il tuo sito.
- Monitorare le conversioni: misurare quante persone arrivano su una determinata pagina grazie ad una inserzione.



#grazie

done
is
better
than
perfect