

Comunicazione e marketing sui social

Il prodotto “bicicletta” sui social

Comunicare la bicicletta

premessa 1: gli utenti internet/social

Facebook ha più di 2.000.000.000 di utenti..

Instagram ne ha quasi 1.000.000.000..



→ Post che ha raggiunto **10.000 persone in “organica”, senza pagare**

Post sponsorizzato (inserzione di 23€) ha raggiunto altre **35.000 persone** con 1500 interazioni e 350 click sul sito

La campagna Fiab 2017 ha raggiunto invece quasi **500.000 persone..**

Comunicare la bicicletta: premessa 2: le persone prima di tutto

Viva il mondo digitale ma senza l'attività sul territorio si otterrà sempre poco! Nel 2013 al Bike Pride Torino c'erano circa 30.000 ciclisti..

Una buona connessione fra la comunicazione **digital e social** (nel 2010 Facebook era nella sua prima fase di boom) e la **promozione classica e dal vivo** (es. 5.000 cartoline fra i raggi!) ha creato una sinergia positiva importante. Ci aspettavamo 200 persone e ne sono arrivate almeno 5000 (2010)



Comunicare la bicicletta: obiettivi!

Come comunicare la bicicletta (e qualsiasi obiettivo di un'associazione) agli utenti (cittadini, ciclisti, attivisti, cicloturisti) e ottenere i migliori risultati?

- Comunicare la “bicicletta” a più persone possibili (la tua **platea**)
- Comunicare la “bicicletta” alle persone più sensibili (il tuo **target**)
- Fare conoscere l'associazione (gli aspetti migliori!) (**brand awareness**)
- Ottenere dei risultati: tesserati, utenti iscritti al social, iscritti ad un ciclovaggio, utenti che visualizzano un'informazione (“**conversions**”)

Ma prima di arrivare ai social..



Comunicare la bicicletta: (bike) marketing di base

COSTRUISCI UN PIANO: SEMPRE!

Obiettivi? Es. tesseramento

Contenuto? Es. servizi dell'associazione e benefit

Target? Es. Ex associati o amanti della bicicletta o ambientalisti (ecc..)

Canali e piattaforme? Es. Social con una promozione su Facebook, Web con comunicato web, Email con DEM, Flyer da distribuire, messaggio su Radio..

Pianificazione? Timeline e budget e distribuzione attraverso canali, utilizzando piattaforme

Analisi e Report? Valutazione dei risultati e statistiche

Comunicare la bicicletta: una campagna

Abbiamo un obiettivo, trasformiamolo in una campagna di comunicazione e marketing

Brain storming in base ai punti di cui sopra (obiettivi, contenuti, target, canali..)

Ricerca attraverso specifici tools (google trends, mentions) per capire come esprimere meglio i nostri contenuti

Pubblicità: produzione visual, slogan, testo, foto, call to action..

Declinazioni sui formati per i diversi canali

Distribuzione: incanala i tuoi contenuti nel web, sui social, in stampa, alla radio, in TV, fra i raggi delle bici, in buca delle lettere, via mail, ad un banchetto, ad un evento..

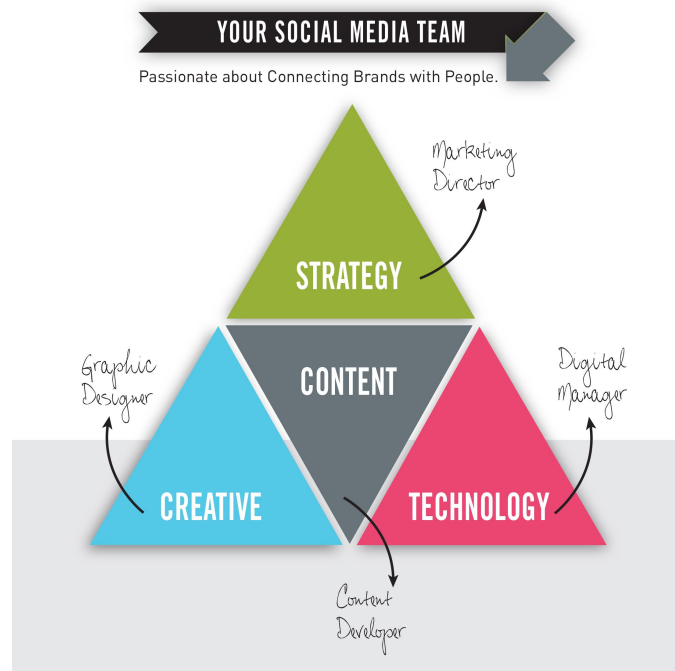


Comunicare la bicicletta: un buon team

1. Un **editor di contenuti** originali
2. Un analista - **marketing director** (strategia)
3. Un **social media manager** (digital manager)
4. Un grafico / **creativo**

Insieme possono pianificare una strategia in ambito digital per diffondere al meglio i contenuti e ottenere più “conversions” possibili! (azioni specifiche definite dagli obiettivi.. Ad esempio i tesserati online!)

Ma per un'associazione non è facile avere dei professionisti..



Bike Social Marketing: un canale per distribuire (Facebook!)

Facebook è un **canale** per distribuire e anche una **piattaforma** per creare i nostri contenuti e promuovere le nostre campagne, a pagamento (a più utenti possibili) o in modo “organico” (ai nostri fan).

Mettiamo di aprire una nuova associazione, **Fiab Parigi** e di volere promuovere attraverso i social (in particolare Facebook):

- 1) **L'associazione e il nuovo canale Facebook**
- 2) **Il tesseramento 2017**



Bike Social Marketing... in pillole

I **social** possono essere **canali** per distribuire contenuti e allo stesso tempo **piattaforme** per creare e promuovere le nostre campagne. A pagamento, contattando utenti fuori dalla nostra cerchia o in modo “organico” (ai nostri fan).

Il **Social Media Marketing** è l'insieme delle attività condotte sui social network per aumentare la consapevolezza del marchio, identificare potenziali consumatori, generare contatti, e costruire relazioni significative con gli utenti (o clienti).

La differenza principale con i canali di comunicazione tradizionali è che sui social **possiamo conoscere meglio il nostro pubblico**, dunque è importante imparare ad ascoltare più di quanto vorremmo parlare. Solo allora si possono creare contenuti per dare il via a conversazioni che aggiungono valore e non rumore per l'esperienza dell'utente.

Bike Social Marketing...

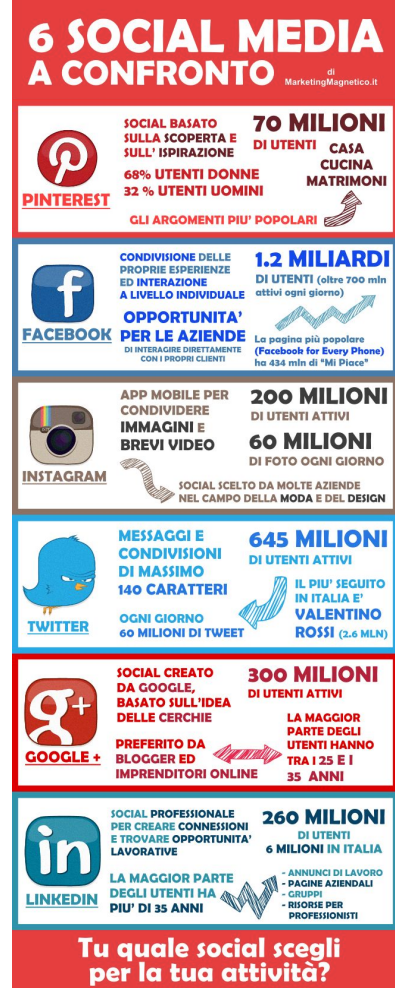
Quale Social?

Tante statistiche da conoscere per capire quale social utilizzare e per quale obiettivo:

→ <https://www.insidemarketing.it/italiani-social-network-si-dividono-le-varie-piattaforme/>

Dai dati raccolti (CENSIS 2016) è emerso che, ancora una volta, il social network più utilizzato dagli italiani è **Facebook** (50.3%), seguito da **YouTube** (42%), **Twitter** (10.1%), **Instagram** (9.8%)... che però ha il maggiore tasso di crescita. Fanalino di coda è, invece, **LinkedIn** (5%), che non riesce ancora a trovare spazio nel nostro Paese.

<http://www.marketingmagnetico.it/6-social-media-a-confronto-infografica/>



MarketingMagnetico

La tua guida per ottenere più clienti aumentare le vendite e risparmiare tempo nella giungla di internet

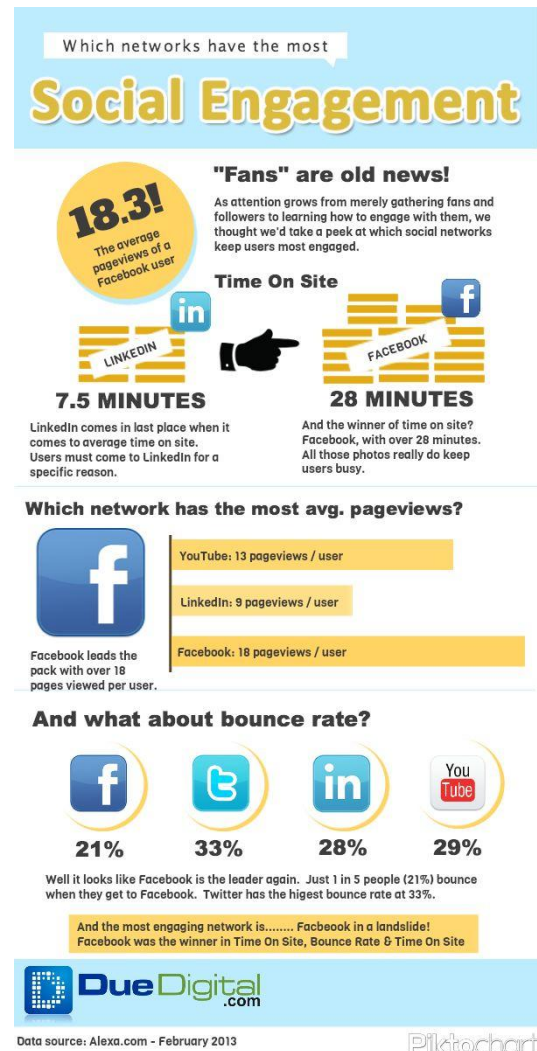
Bike Social Marketing...: engagement

Un po' di Social Engagement

La parola engagement in italiano si traduce con **coinvolgimento**. Il Social Engagement descrive la partecipazione di un individuo all'interno di una comunità ed assume un valore fondamentale quando questo gruppo è la community virtuale degli utenti a cui aziende o associazioni (come nel nostro caso) si rivolgono per la diffusione dei loro prodotti (anche semplicemente una gita o il tesseramento). Infatti uno degli obiettivi principali di una campagna di social marketing, è quello di cercar di far interagire gli utenti con le pagine e gli account. Attraverso questo coinvolgimento, si cerca di fidelizzare il cliente verso di noi!

Lo strumento social serve per ottenere interazione, dibattito e conversioni (obiettivi specifici come click sul sito, acquisti online, compilazione di form) non è una rassegna stampa.

I social servono anche a costruire un'identità a cui il proprio pubblico si deve affezionare (social engagement) per poi generare maggior traffico possibile quando si pubblicano contenuti più commerciali o con obiettivi.

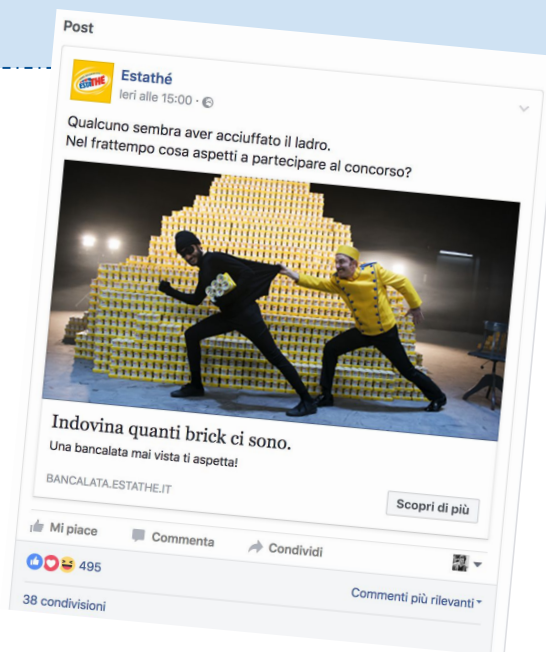


Bike Social Marketing...: engagement

L'oggetto del Social Engagement è il pubblico di potenziali clienti, da trasformare attraverso il coinvolgimento sulle principali piattaforme Internet prima in follower, fan e lettori, poi in ultimo luogo in clienti fidelizzati.

Coinvolgere il proprio pubblico, ecco cosa bisogna fare!

ALCUNI ESEMPI DI SUCCESSO:
<http://www.ninjamarketing.it/2014/07/08/social-media-lusso-5-case-history/>



A volte basta fare delle foto ad un evento e poi chiedere alle persone di “taggarsi”, altre volte è necessario studiare concorsi a premi. Altre volte basta stimolare il giusto dibattito

Bike Social Marketing...: impressions, reach, interactions..

Quanti nomi in inglese!

Reach è il numero di individui o account unici che hanno avuto la possibilità di vedere un certo oggetto sociale. É un dato netto nel senso che considera la persona e non le volte che ha visto il contenuto, magari da più dispositivi. Solitamente le piattaforme lo rendono visibile soltanto a chi ha prodotto il contenuto pubblicato (ad esempio Facebook come da immagine).

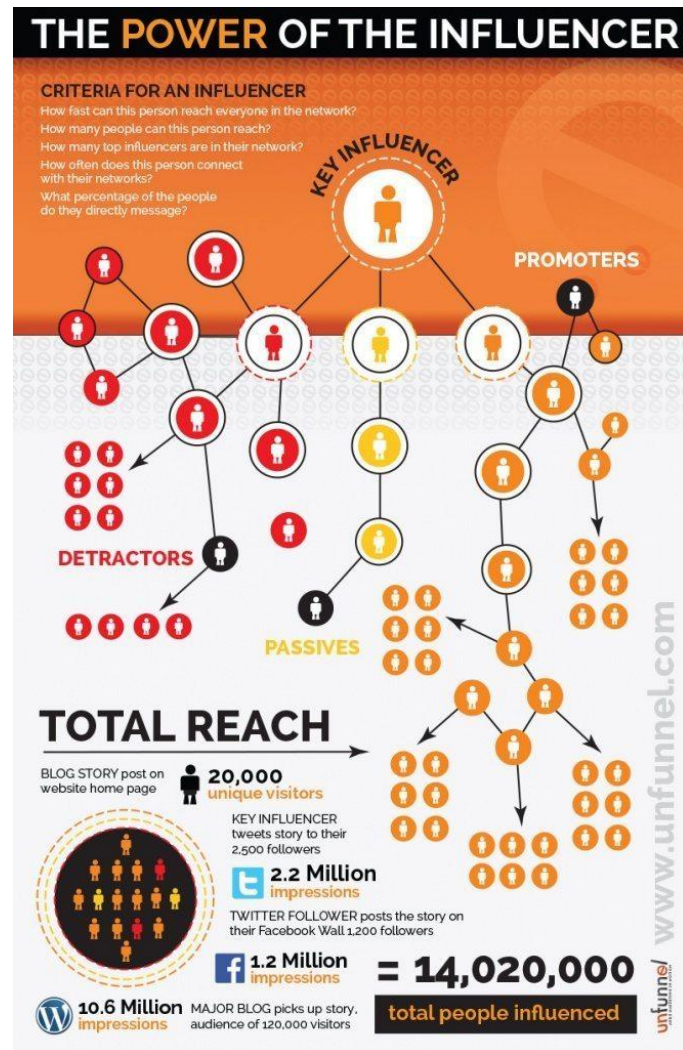
Impression rappresenta il numero di volte che un certo oggetto sociale (post, tweet, foto, video) ha avuto la possibilità di essere visto da un certo pubblico. Esprime un valore potenziale, potremmo dire lordo, nel senso che non tiene conto della frequenza del messaggio pubblicato, dei metodi di visualizzazione dello stesso, della duplicazione dell'audience.

Le **Interactions** in Facebook rappresentano la somma di interazioni tutte insieme in un lasso di tempo.. Like, commenti, condivisioni, retweet.. E' un valore che indica che il tuo contenuto genera interesse! Mentre un contenuto può avere anche molte impressions ma esclusivamente a pagamento (generando poche interazioni)

Bike Social Marketing...: influencers

Generalmente gli Influencer sono esperti di settore che possono dare enorme visibilità a qualsiasi post, sito, prodotto o servizio. Ma anche i VIP. Alcuni personaggi dello spettacolo infatti, come attori, attrici, speaker e presentatori, hanno un enorme numero di persone che legge qualsiasi cosa scrivano sui social network.

Gli influencers hanno un rapporto reale con i propri seguaci che seguono i consigli dei propri beniamini e sono molto interessati a quello che condividono sui proprio social.



Bike Social Marketing...: influencers

THE MANY FACES OF INFLUENCE

Online influencers come in many forms. From the web celebrity to the nerdy expert to the personal brand. Find out what motivates each type of influencer and understand the best ways to engage with them.



THE CELEBRITY THE AUTHORITY THE CONNECTOR THE PERSONAL BRAND THE ANALYST THE ACTIVIST THE EXPERT THE INSIDER THE AGITATOR THE JOURNALIST



TRACKR SCORE

REACH Audience Size
RESONANCE Engagement Power
RELEVANCE Content Fit



WAYS TO ENGAGE

FIND SPONSORSHIP OPPORTUNITIES
No different than a celebrity endorsement, you probably have to buy their attention.

CREATE VALUE FOR HIS COMMUNITY
They can't be bought but they can be convinced. They're interested in anything that brings value to their audience and elevates them in their eyes.

HELP GROW HIS NETWORK
Connectors link off their network. Bring value to it and you will be gold. Make him and help them nurture more relationships.

HELP BUILD HIS REPUTATION & SEO
Help them enhance their personal brand and you'll be friends. Earn it and there's no coming back. Find ways to support their status and increase their visibility.

PROVIDE NEW DATA AND KNOWLEDGE
Help them build the base of knowledge they need to perform their job. Give them access to insider insights and raw data but don't impose your analysis on them.

PROVIDE HER ACCESS
Don't shy away from engaging with people who disagree with your point of view. To make an impact though, you'll need to join the conversation with an open mind.

BRING HER IN FOR EXPERT OPINION
Stay focused on their areas of interest. Find ways to help them produce content, design their analysis and showcase their own expertise to your audience.

ENGAGE IN A HEALTHY DEBATE
If you compete with them, engage in a healthy debate but be careful where the debate takes place. Never play against home court.

FUEL THE FIRE WITH SUBSTANCE
Challenge them but don't disrespect them. Your purpose is to further the debate and help them take it to new levels.

BOOST READERSHIP WITH EXCLUSIVES
Engage with them the same way you engage them. Your purpose is a good old journalist: with an interesting, exclusive, and timely story.



Influencer Marketing 101

What better way to attract new followers and customers than through an industry influencer?

What consumers are saying about influencers...

20% of women will consider purchasing products supported by influencers.

30% of consumers under 32 spend time on social media digesting peer written content.

47% of US readers consult blogs to find new trends and ideas.



68% of consumers trust online opinions from other consumers.

Conversions can increase 3-10x when brands share content through influencers in their industry.

What brands are saying about influencers...



Giveaways and sweepstakes earn higher earned media value and engagement than any other influencer marketing strategy.

88% of influencers tell friends about the brands that sponsor them.

72% of influencers share additional posts about their sponsors outside of any contractual agreement.

44% of influencers decide to work with a brand because the opportunity is relevant to their own audience.

60% of fashion and beauty brands have an influencer marketing strategy in place.

21% of fashion and beauty brands plan to invest in it over the next 12 months.

How brands are using influencers...

84% say they find influencers manually versus using influencer-identification tools.

69% say they most often use influencers when launching new products.

72% say the relevancy of the influencer and their audience is more important than their reach.

85% say email is the most effective channel to reach influencers.

59% say influencer marketing budgets will increase in 2016.



How YOUR brand can use influencers...



With Flying Point Digital managing everything from social media monitoring to social content creation, you can rest assured that your brand has an effective retail and e-commerce social strategy in place, and effective influencers to help grow your audience.

flying point digital

<https://shanebarker.com/blog/influencer-marketing-case-studies/>

Source: eMarketer, "Influencer Marketing: The New Normal" (2015)
©2015, eMarketer Inc. All rights reserved. Reproduction in whole or in part without permission is prohibited.
Source: eMarketer, "Influencer Marketing: The New Normal" (2015)
©2015, eMarketer Inc. All rights reserved. Reproduction in whole or in part without permission is prohibited.

Bike Social Marketing...: conversions

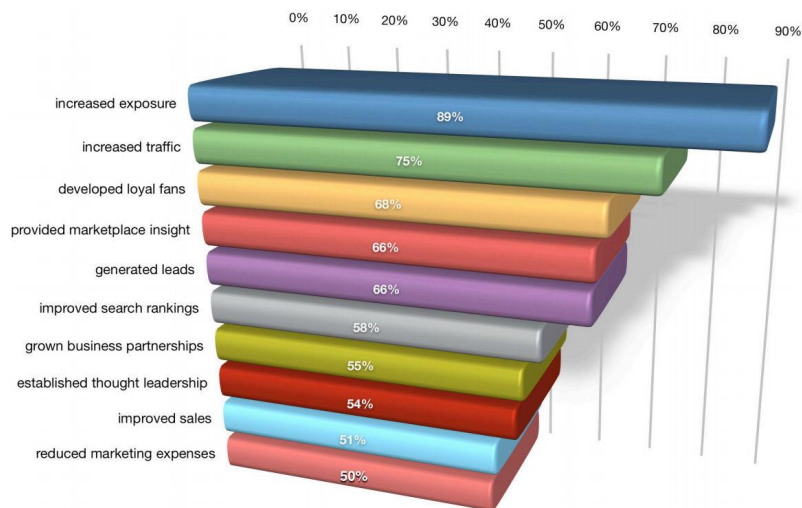
Il social marketing serve per creare conversions!

Che cosa si intende per **conversion**? La conversione è il successo di una certa operazione, ossia il compimento da parte dell'utente dell'azione desiderata e promossa!

Ad esempio il tesseramento online.. L'obiettivo dei social è far convergere il traffico social sul sito e far sì che il sito sia attrezzato per ottenere l'obiettivo richiesto!

- ↓
- Coerenza messaggio - landing page
 - Messaggio ammiccante
 - Usabilità e chiarezza landing page
 - Facilità acquisto

Benefits of social media marketing



Bike Social Marketing...: conversions

Alcune conversions:

#Branding

Il branding è da considerare come una metrica da misurare e da analizzare, mentre la conversione è, ovviamente, l'aumento della **brand reputation** e della **awareness**. Si ottiene producendo contenuti di buona qualità, in linea con l'aspettativa dell'utente, avendo una presenza fissa e continua sui social,

#Traffico al sito

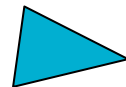
è il traffico al sito che si riesce a generare attraverso una corretta presenza sui social network. Per portare traffico, quindi visitatori, è possibile attivare numerosi canali, come il SEO (search engine optimization), ma anche ad una pagina Facebook, oppure un account Twitter, e così via.

#Lead generation

E' la generazione di contatti tramite form, tramite i sistemi automatici che prendono i nostri tramite gmail o facebook..

L'uso della newsletter è un lead generator.

Bene usare "regalini" o contenuti interessanti per ottenere lead!



continua..

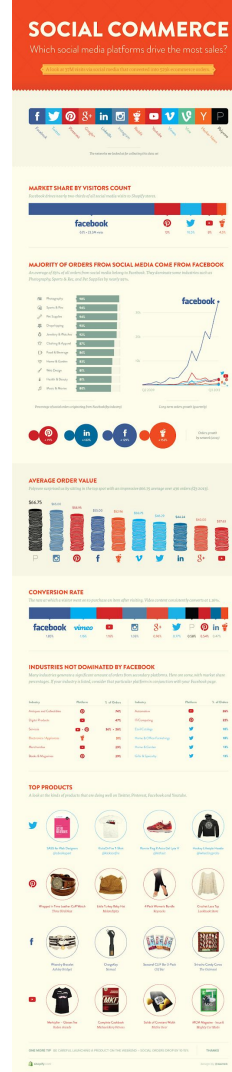
Bike Social Marketing...: conversions

#Vendita

la vendita dei prodotti presenti sul portale, che può essere anche vendere il tesseramento all'associazione FIAB.

Il tuo obiettivo di conversione, in questo caso, è facilmente individuabile, il problema è il passaggio dal social ad una nuova realtà meno *"leggera"*.

Sì, perché l'utente medio che vivacchia sui social non lo fa con l'intenzione di effettuare delle azioni specifiche, lo fa per svago, per informarsi, per chiacchierare con amici e parenti, e vedere qualcuno passare dalla pagina Fb all'acquisto non è una cosa così facile e immediata.



Bike Social Marketing...: consigli finali

Che dire infine? I social servono per generare “traffico” e “chiacchiericcio” intorno a qualcosa. Il traffico bisogna però incanalarlo (anche se noi preferiamo sempre gli spazi condivisi in città! ;) e sfruttarlo, o rimarrà chiacchiericcio.

Usarlo per promuovere la bicicletta, i vostri eventi, il tesseramento, una raccolta fondi.

Fate qualche **post provocatorio** (“*I ciclisti preferiscono usare la strada o le ciclabili?*”). Ma sappiate gestire i commenti in modo Sobrio!

Promuovete **contenuti vostri**, di qualità, unici. Sono quelli che interessano di più!
“*Es: ecco cosa ci siamo detti in assessorato*”

Ogni tanto però non abbiate paura di pubblicare contenuti esterni **divertenti**, che rilassino il vostro pubblico! (es: “Video Ciclisti pazzi!”)

Quando state iniziando a generare un discreto traffico (molte impressions ad esempio) ideate qualcosa per **generare conversioni!**

Bike Social Marketing...: attenzione agli epic fail

Non moltissimo tempo fa, è esploso sui social il **caso Melegatti** che ha pubblicato su Facebook un'immagine, un **fotomontaggio discutibile e malfatto.. Ma che soprattutto si è ritorto contro!**



Melegatti

20 novembre 2015 · Verona ·

Mi piace

Con riferimento al post di questa mattina, Melegatti S.p.A. chiarisce che la gestione della comunicazione sui social è affidata ad un'agenzia esterna che ha pubblicato senza autorizzazione da parte dell'Azienda.

Melegatti S.p.A. si dissocia dall'operato di tale agenzia che ovviamente è stata sollevata dall'incarico e si scusa formalmente con chiunque si sia sentito offeso dal contenuto.

Da 121 anni Melegatti è per tutti.

Mi piace

Commenta

Condividi

Buffer



Tu, Francesco Mattucci, Vincenzo Aprile e altri 1 mila

Commenti più in vista



Bike Social Marketing...: meglio un epic win!

Decine di milioni di americani sta guardando il powerball.. Quando tutto ad un tratto è black out!

Tutta l'America basita si mette a cercare con le connessioni rimaste attive (cellulari in primis) cosa fosse successo.

E Oreo (biscotti) esce con questo tweet “You can still dunk in the dark”.

In pochi minuti è valanga di retweet! Una pubblicità colossale ideata in pochi secondo e costata nulla! (mentre passare uno spot TV durante il powerball costa un paio di milioni di dollari)



Oreo Cookie 

@Oreo

 Follow

Power out? No problem.

1:48 AM - 4 Feb 2013

15,884 RETWEETS 6,488 FAVORITES



Bike Social Marketing...: Anatomia di un contenuto vincente

- Testo con contenuto originale e dati veri, interessanti
- Contenuto che si presta ad essere commentato o condiviso
- Fotografia di qualità
- Uno slogan simpatico che dice e non dice
- Un target molto ben definito (amanti di bici e ambiente)

cercando parcheggio e facciamo in media 25 pieni l'anno spendendo più di 1200€ a testa.

Ma per fortuna esiste la bicicletta. Nel raggio di 5 Km, in ambito urbano, è (quasi..) sempre più veloce ed agile di un'automobile e per fare 20Km è sufficiente l'apporto energetico di un cappuccino ☺
Fiab, la Federazione Italiana Amici della Bicicletta, che conta più di 130 associazioni, si batte ogni giorno per rendere i tuoi spostamenti più sicuri e la tua città più bella e a misura di bicicletta. Sostieni la Fiab, associati! Insieme alla tessera l'assicurazione RC per ciclisti:

<http://fiab.fiabsoci.it/>

(ph. Eleonora Borinato)



163.392 persone raggiunte

[Visualizza risultati](#)

[Mi piace](#)

[Commenta](#)

[Condividi](#)



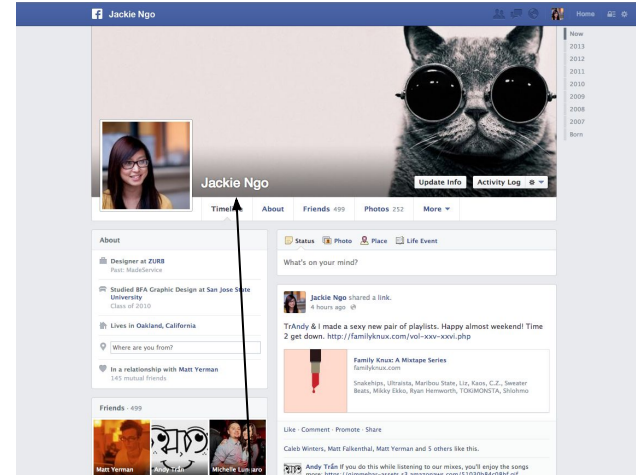
[1,7 mila](#)

[Commenti più rilevanti](#)

Bike Social Marketing: - Facebook base

Facebook separa tre livelli in cui vengono prodotti e condivisi i contenuti:

1. **Profilo personale:** persona con nome e cognome (a cui sono associati gruppi e pagine)
2. **Gruppo:** una sorta di forum in cui tutti discutono alla pari e sono amministrati da admin
3. **Pagine:** le fan page.. Aziende, associazioni, personaggi famosi, prodotti..



Questo è un profilo personale!

Bike Social Marketing

Facebook base

Per partire?

1. Un profilo personale! A gestire le pagine delle associazioni sono le persone (utenti facebook). Quindi è necessario un Mario Rossi.

2. Creare una pagina! (organizzazione no profit?)

<https://www.facebook.com/pages/create/>

The screenshot shows the Facebook 'Crea una Pagina' (Create a Page) interface. At the top, there's a search bar with the text 'Cerca persone, luoghi e cose' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, there's a user profile picture and the name 'Fabio', followed by 'Home 10' and several icons for notifications, messages, and settings.

Below the search bar, the heading 'Crea una Pagina' is displayed with a small orange flag icon. Underneath, there's a paragraph: 'Attribuisci al tuo marchio, azienda o causa una voce su Facebook e connettiti con le persone importanti per te. La configurazione è gratuita. Basta scegliere un tipo di Pagina per iniziare.'

The main area is divided into six categories, each with an icon and a label:

- Impresa locale o luogo**: Icon of a storefront with a red and white striped awning.
- Azienda, organizzazione o istituzione**: Icon of a bottle and a smartphone. Below the icon, there's a form with a dropdown menu set to 'Non-Profit Organization' and a text input field containing 'Fiab Parigi'. Below the form, there's a link 'Cliccando su Inizia, accetti le Condizioni d'uso delle Pagine Facebook.' and a blue 'Inizia' button.
- Marca o prodotto**: Icon of a pink high-heeled shoe and a smartphone.
- Artista, gruppo musicale o personaggio pubblico**: Icon of a person's silhouette with stars around it.
- Intrattenimento**: Icon of a person sitting on a couch watching a TV screen showing a soccer game, with a CD/DVD disc next to it.
- Causa o comunità**: Icon of a heart and a document with a checkmark.

Bike Social Marketing: la pagina Facebook

La pagina?

Riempire di informazioni
corrette (info, servizi)

Logo quadrato dell'associazione

Copertina 828 x 315 px

Una pagina può avere più
amministratori (impostano) o
editori (scrivono)



The screenshot shows the Facebook profile of 'FIAB Lecce Cicloamici'. The page features a yellow profile picture with the FIAB logo and a blue cover photo showing a man and a woman riding bicycles. The cover photo has the text 'Ogni giorno dalla parte di chi pedala e da sempre al fianco di chi #pedalaognigiorno'. The left sidebar contains a menu with options like 'Home', 'Informazioni', 'Foto', 'Recensioni', 'Persone a cui piace', 'Note', 'Eventi', 'Video', 'Post', 'Offerte', 'Servizi', and 'Promuovi'. The main content area displays a post with a blue header and a grid of eight icons representing various actions like 'Condividi una foto o un video', 'Pubblicizza la tua azienda', 'Ottieni iscrizioni', 'Ricevi chiamate telefoniche', 'Ricevi i messaggi', 'Aiuta le persone a trovare la tua azienda', 'Crea un evento', and 'Crea un'offerta'. The right sidebar shows the organization's rating (4.5 stars), response rate (43%), and a list of people who liked the page.

Bike Social Marketing: la pagina Facebook

Un sunto delle
dimensioni ottimali
per ottimizzare le
immagini nella
pagina Facebook
(aprile 2016)

Optimal Facebook Photo Sizes (April 2016)			
	Minimum	Optimal	Maximum
Facebook Cover photo size: Desktop	399 x 150	828 x 315	
Facebook Cover photo size: Mobile	399 x 150	828 x 462	
Facebook Profile photo size	180 x 180	360 x 360	
Facebook App / Tab thumbnail size	111 x 74	111 x 74	
Facebook Link preview size	600 x 314	1200 x 628	
Facebook Photo post size: For wall	504 x 504		1200 x 1200
Facebook Photo post size: In news feed		940 x 788	
Facebook Group Cover photo size		802 x 250	
Facebook Event Cover photo size		784 x 295	

Bike Social Marketing

la pagina Facebook

Le pagine “controllate”
da un utente si trovano
sulla sidebar di
sinistra

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for Fabio Zanchetta. The left sidebar contains navigation options: Notizie, Messenger, COLLEGAMENTI RAPIDI (Skillit, Grafiche da incubo, Legnocasa, ACASO bed and brea..., Party Male, Cecop - Centro Corsi..., Bike Pride, FIAB Onlus), ESPLORA (Gestione inserzioni, Eventi, Pagine), Gruppi, Moments, Accadde oggi, Lista amici, Giochi, and Crea. The main content area shows a post by Anna Becchi with the text: "Tutti psicologi dell'età evolutiva, esperti di adolescenza e pedagogia e di relazioni madre-figlio. Per favore tacete, è morto un ragazzo di 16 anni." The right sidebar shows "LE TUE INSERZIONI" with a post by XParty, "Questa settimana" with 237 Copertura dei post and 265 Persone coinvolte, "Post recenti" with two posts by X-PARTY VERONA, and "GIOCHI" with Pet and Premier Football. At the bottom, "RICHIESTE DI AMICIZIA" shows Gianni Iaccarino and Marcelino Patricio.

Bike Social Marketing: la pagina Facebook



Pagina: tutti i post (pubblicazioni da parte degli admin e editor) della pagina

Messaggi: gli utenti possono scrivere alla pagina..

Notifiche: cosa succede nella pagina? Like ai post? Nuovi commenti?

Insights: panoramiche sugli andamenti della pagina (nuovi like, condivisioni, commenti, ecc..)

Impostazioni: ruoli della pagina, privacy, layout dei blocchi grafici..

Bike Social Marketing: insight Facebook

Gli insight sono le statistiche. Ti permettono di avere un'idea generale dell'andamento della tua Fan Page in un lasso di tempo. Sono divisi in:

1. Panoramica
2. Mi Piace
3. Copertura post (visualizzazioni, like, click)
4. Visite
5. Post
6. Persone



Bike Social Marketing: impostazioni di base - impostazioni

Fra le impostazioni “generali” più interessanti:

1. Consentire agli utenti di pubblicare post
2. Consentire le recensioni
3. Possibilità di taggare la pagina (aumenta la visibilità e facilità collegamenti con altre realtà)
4. Possibilità di taggare foto con la pagina (aumenta la visibilità)

Pagina Messaggi ¹ Notifiche Insights Strumenti di pubblicazione Impostazioni Assistenza ▼

 **Generali**

Messaggi

 Modifica Pagina

 Attribuzione di pubblicazione

 Notifiche

 Ruoli della Pagina

 Persone e altre Pagine

 Pubblico preferito della Pagina

 Inserzioni di Instagram

 In evidenza

 Cross-posting

 Riepilogo segnalazioni per le Pagine

 Registro attività

Collegamenti rapidi

La Pagina non è fissata in alto nei collegamenti rapidi

Modifica

Visibilità Pagina

Pagina pubblicata

Modifica

Verifica della Pagina

Pagina non verificata

Modifica

Post delle persone che visitano la Pagina

☒ Consenti alle persone che visitano la Pagina di pubblicare post

☒ Consenti post con foto e video

☐ Controlla i post delle altre persone prima che vengano pubblicati nella Pagina ^[?]

☐ Disabilita i post delle altre persone sulla Pagina

Salva modifiche Annulla

Recensioni

Le recensioni non sono attive

Modifica

Messaggi

Le persone possono contattare la mia Pagina privatamente.

Modifica

Possibilità di taggare

Le altre persone possono taggare le foto pubblicate sulla mia Pagina.

Modifica

Altre persone che taggano questa Pagina

Le persone e le altre Pagine possono taggare la mia Pagina.

Modifica

Posizione della Pagina per i motivi

Le altre persone possono usare la posizione della tua Pagina per i motivi su foto e video.

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 volgareità

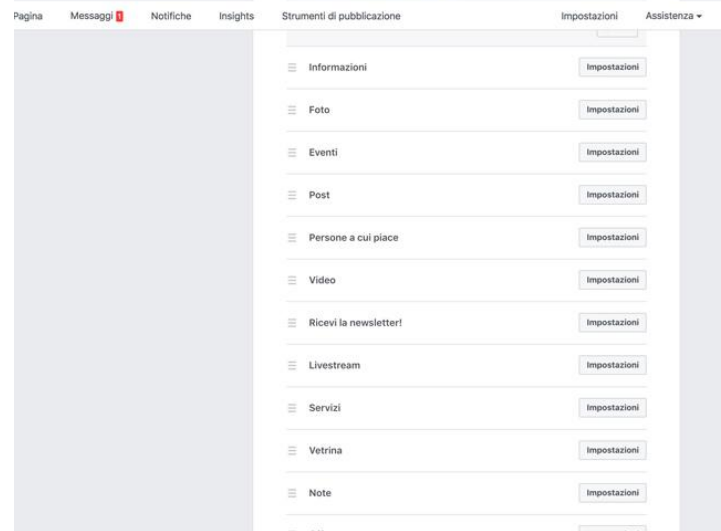
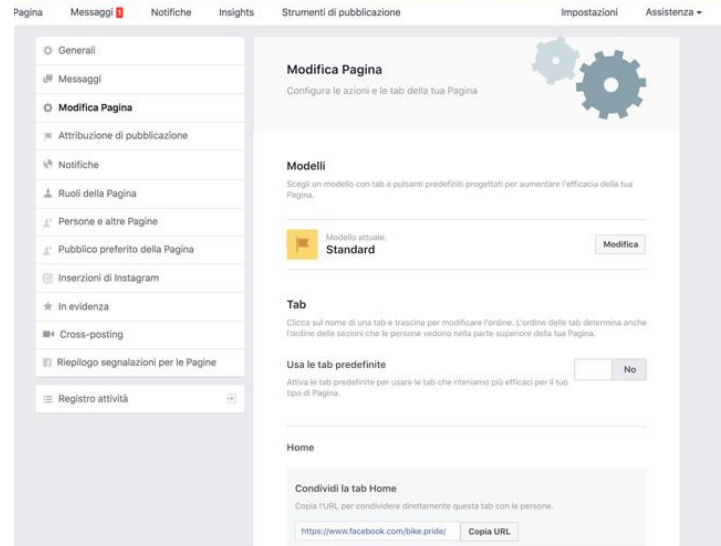
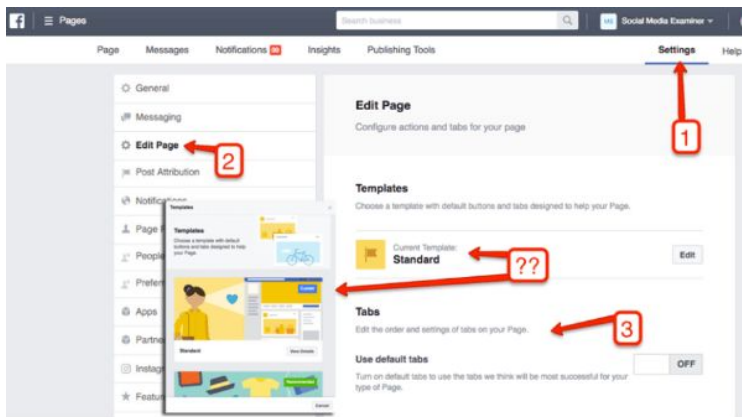
Disattivata

Modifica

Bike Social Marketing:

impostazioni di base modifica pagina

Fra le tante possibilità, c'è anche quella di spostare le “tab” della pagina..
Prima i like e poi le foto, i video, i post, gli eventi..

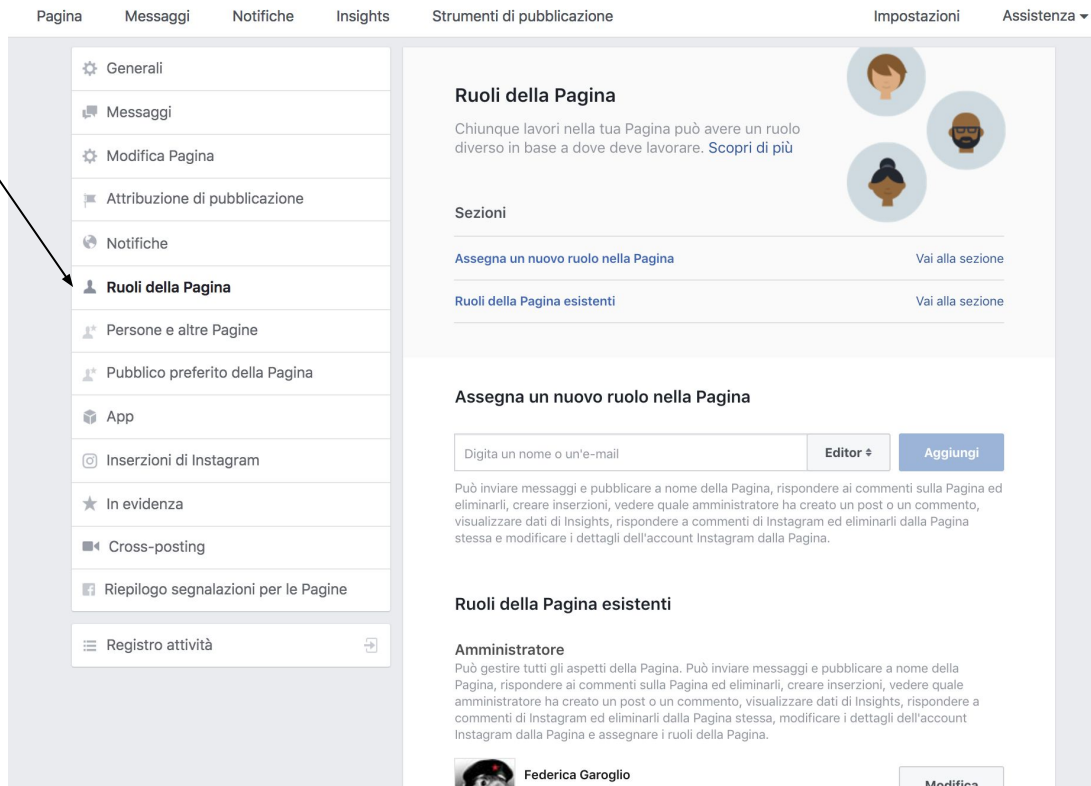


Bike Social Marketing: impostazioni di base (ruoli)

Ruoli: E' bene definire chi amministra (**admin**) la pagina (utente con esperienza)

Gli **editor** invece sono gli utenti che possono pubblicare i contenuti come se fossero l'organizzazione/associazione.

Il post di un utente generico viene invece visualizzato in una finestra più piccola a lato della pagina.. Quindi ha molta meno importanza!



Bike Social Marketing: i post, il news feed e l'algoritmo di Facebook

Abbiamo creato un utente (il nostro utente personale) che ha creato la pagina Fiab Parigi. Ora i contenuti e il piano marketing!

Il post: un **contenuto:** testi, immagini, video, link. E tutto il mondo dei commenti, i mi piace e le condivisioni che ne derivano e dipendono da tanti fattori..

Quali fattori? I valori assoluti della pagina (mi piace totali) e l'algoritmo di Facebook..

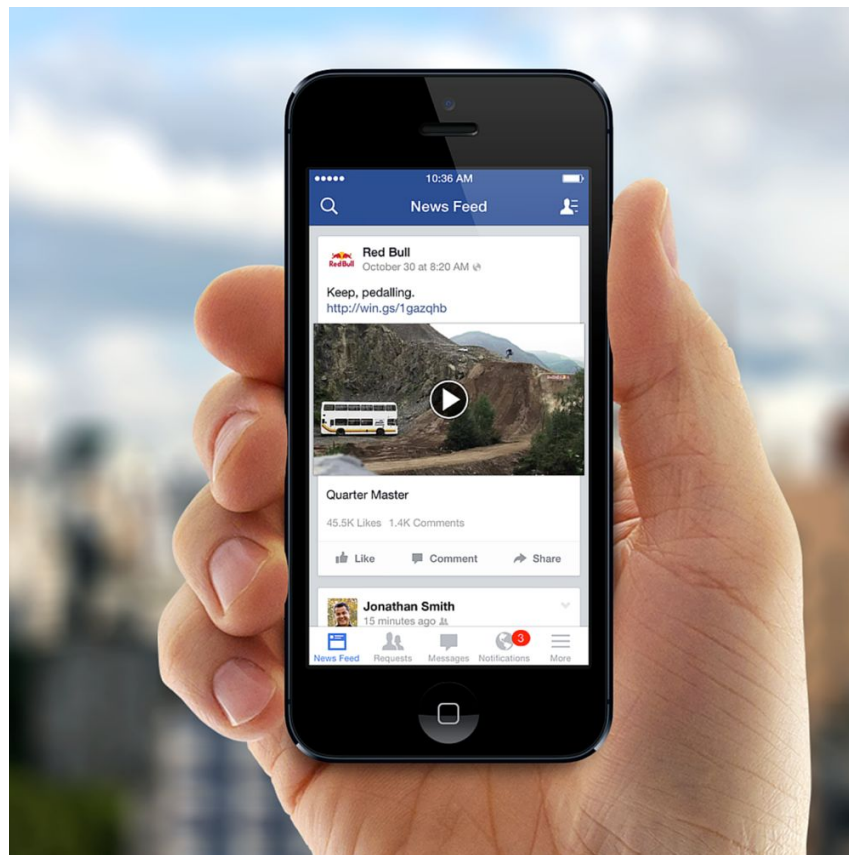


Bike Social Marketing: i post, il news feed e l'algoritmo di Facebook

I **News Feed** (la vecchia “home”) o “Sezione Notizie” è lo spazio che più viviamo su Facebook e che consultiamo ogni giorno (circa 20 volte al giorno) per scoprire cosa succede nel mondo e cosa fanno i nostri amici.

È uno dei pilastri del social network, quello che ci mantiene in contatto con i nostri interessi, cari, conoscenti, amici e, in generale, *“con ciò che per noi conta”*.

Non è il nostro profilo.. È il newsfeed!



Bike Social Marketing: i post, il news feed e l'algoritmo di Facebook

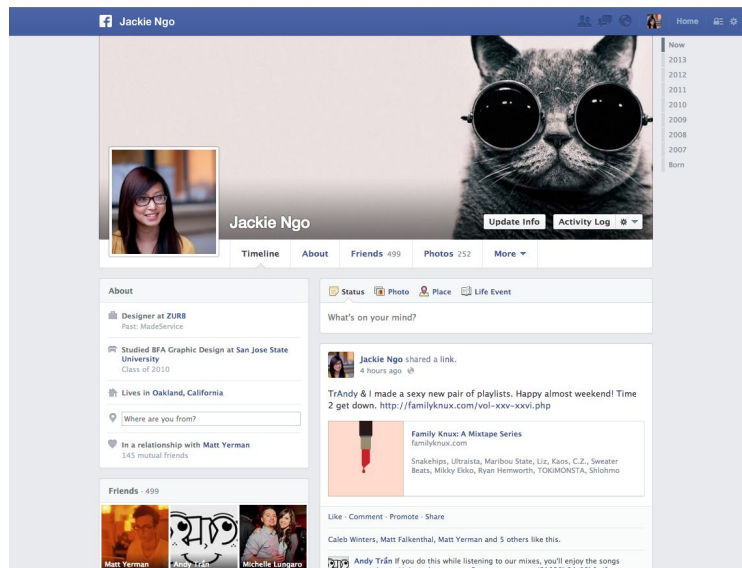
Newsfeed

Quello che succede nel nostro mondo e che i nostri contatti o le pagine che ci piacciono pubblicano.



Profilo

Quello che noi pubblichiamo (ed è visibile nel nostro profilo)



Bike Social Marketing:

i post, il news feed e l'algoritmo di Facebook

EdgeRank è il nome dell'algoritmo che Facebook usa per determinare ciò che deve apparire nel flusso delle notizie di ogni utente.

Si stabilisce quale delle connessioni sia la più importante per te e quindi quale appare più di frequente, ma anche quali tipi di contenuto dovrebbero apparire sopra agli altri.

In pratica? Se tu utente hai messo like ad una pagina ma poi ti disinteressi di lei non vedrai più alcun aggiornamento di questa pagina sul tuo newsfeed..

Se tu utente segui molto un altro utente avrai sempre maggiori aggiornamenti di quell'utente.



$$\Sigma = U_e * W_e * D_e$$



Rank

=



Affinity

*



Weight

*



Decay

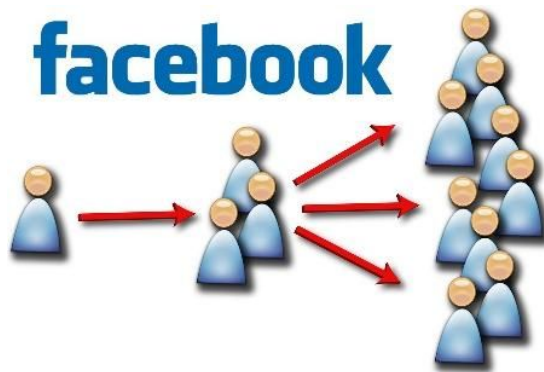
The Score Between
the viewing user and
the edge creator

The Weight for
this edge type.
(Comments, Likes, etc)

The decay factor based
on how long ago
the edge was created.

Bike Social Marketing: i post, il news feed e l'algoritmo di Facebook

Quello che devono fare quindi i gestori delle pagine è studiare **quali sono i contenuti che generano più condivisi e engagement** (sia sulla propria pagina sia sulle altre pagine dello stesso settore - usando la funziona “pagine da tenere sotto controllo” o tool specifici come BuzzSumo) e focalizzarsi sulla pubblicazione di quel tipo di contenuti.



Bike Social Marketing: piano editoriale

Pianificare cronologicamente la distribuzione dei contenuti sulla pagina è fondamentale.

E' possibile programmare post. E' possibile pensare ad un **piano editoriale** su Facebook

Post pubblicati e programmati

Strumenti di pubblicazione

Post pubblicati

☐	Post	Copertura	Clic/Azioni	Publicati
☐	 Siete pronti? Giovedì torna il Ciclo-Aperiti vo! Questa volta saremo al Gèrilla dove ...	1K	32	13 febbraio 2017 alle ore... Elisa Gallo
☐	 Tante emozioni, zero emissioni. Per combattere l'inquinamento bastano azioni se...	690	28	9 febbraio 2017 alle ore... Fabio Zanchetta
☐		0	1	8 febbraio 2017 alle ore...
☐	 Complimenti a Francesco Gentile, che con questa foto ieri sera ha ricevuto la me...	2723	81	4 febbraio 2017 alle ore... M. Cristina Caimotto
☐	 Viva i nostri nuovi soci!	2859	134	19 gennaio 2017 alle ore... Elisa Gallo
☐	 Vi aspettiamo questa sera! Alle 20 da Enoteca Mastrovini!	269	6	19 gennaio 2017 alle ore... Elisa Gallo
☐	 Infortunio in Itinere.	3560	148	18 gennaio 2017 alle ore... Fabio Zanchetta

Bike Social Marketing: il piano editoriale

Ripensiamo ai nostri obiettivi.. + **like sulla pagina**, + **diffusione dei contenuti dell'associazione..** + **tesserati.**

Come fare? Pensiamo **Tre step**

1. Piano editoriale “**contenuti organici**” cioè non a pagamento, cioè quelli che vengono visualizzati solamente nei newsfeed degli utenti più fedeli.
Obiettivo: *engagement* (affezionare gli utenti).
2. **Promozione sponsorizzata** per ottenere più like nella pagina
3. **Promozione sponsorizzata** su post con link su landing page per ottenere più tesserati (on-line..)

Bike Social Marketing. Piano editoriale: **contenuti organici**

Un contenuto della nostra pagina viene visualizzato **solo ad una percentuale dei nostri fan** (cioè di chi già ha messo like!). La percentuale varia a seconda dell'Edgerank e dipende da diversi fattori:

- Siamo interessanti? I nostri fan continuano a seguirci?
- I nostri contenuti sono solo condivisioni di altre pagine? Sono link esterni? Sono contenuti nostri e originali?
- Sono contenuti multimediali (testi, video, foto)?
- Pubblichiamo con una buona frequenza?

In generale: contenuti propri > link > condivisioni

In generale: Video > immagini > solo testo

Bike Social Marketing

Contenuti organici: **tipologie di pubblicazioni**

Il post con testi, link immagini o video (post semplice) Video e immagini creano più conversioni di post di solo testo. Serve a raccontare qualcosa, è una pubblicazione. La pubblicazione di un link inserisce automaticamente titolo+immagine+testo della pagina web

Pubblicizza la tua azienda serve a pubblicare **post sponsorizzati** (inserzioni pubblicitarie)

Ricevi messaggi crea un post (da scrivere) con pulsante che va ad aprire il canale messaggio privato alla pagina

Video in diretta: con uno smartphone o un dispositivo video collegato al pc si fa un post con streaming in diretta che permane nel newsfeed come pubblicazione



Bike Social Marketing:

Contenuti organici: **post semplici**

Il formato **carosello** ti consente di mostrare fino a 10 immagini e/o video, titoli e link

L'album crea un post testuale+immagini con un link ad un album fotografico

Slideshow è un post testuale più “n” immagini che messe insieme automaticamente formano un video

*Ogni post semplice può avere “**link**” integrati (vedi immagine post video in alto a DX)*



Bike Social Marketing:

Contenuti organici: pianificazione

Quali strategie? Un esempio indicativo:

1. Pianifichiamo ad esempio **3 post al giorno:**
2. Un post deve diffondere un **contenuto originale** o con un link di approfondimento al proprio blog o direttamente in FB ma con un'immagine o video di supporto
3. Un **post esterno** preso da altri blog su argomenti coerenti
4. Un'immagine o video **“virale”**, simpatico o comunque rispondente ad un “mood” preciso che possa essere condiviso



Bike Social Marketing: piano editoriale.. **Contenuti organici**

Cosa deve contenere un **buon post** con contenuto originale

1: Se è un link deve essere un articolo di un blog con un contenuto reale ed originale, **un titolo comprensibile** (seo friendly) e un'immagine esplicativa. Se non è un link è sufficiente il testo descrittivo con un'immagine / video / carosello / slideshow

2: L'editor (che può essere anche una persona diversa rispetto al creatore del contenuto) deve scrivere un buon **occhiello** in testa al post



Bike Social Marketing: piano editoriale.. **Contenuti organici**

Strumenti di
pubblicazione

Il potere delle “**condivisioni**”

Più il contenuto è interessante più viene condiviso sulle bacheche degli utenti, più persone esterne alla nostra fan base possono venire a conoscenza della nostra pagine e dei nostri contenuti!

Copertura (impressions): quante persone hanno visto il nostro contenuto?

Clic/Azioni: quante persone hanno compiuto un'azione (like, commento..)

Post pubblicati

Cerca...		Azioni ▼			
☐	Post	Copertura	Clic/Azioni	Pubblicati ▼	
☐	 La Ciclovia del Sole, il primo itinerario della rete Bicitalia, non si fermerà a Firenze....	2723 	139 	16 febbraio 2017 alle ore... Tito Gerosa	
☐	 Potete credere o meno alla secchezza delle fauci. Nel dubbio, però, tenete sempre...	1725 	52 	15 febbraio 2017 alle ore... Alessandro Di Stefano	
☐	 L'anello ciclabile del Garda entra nel sistema nazionale delle ciclovie. Il nuovo per...	5272 	195 	15 febbraio 2017 alle ore... Tito Gerosa	
☐	 L'amore per la bici non ha confini #sanvalenbike - Inviaci una foto che ritrae bicicl...	2441 	42 	14 febbraio 2017 alle ore... Fabio Zanchetta	
☐	 Sardegna e cicloturismo: un progetto da 225 milioni di euro. Al via entro l'anno i l...	4795 	186 	14 febbraio 2017 alle ore... Tito Gerosa	
☐	 Bici, se la ami la sostieni! Ogni giorno Fia b, la Federazione Nazionale Amici della ...	36.4K 	1309 	13 febbraio 2017 alle ore... Fabio Zanchetta	



Bike Social Marketing: insight

Su “**insight**” abbiamo maggiori parametri per capire quali post hanno funzionato e quali meno..

Quelli con i link a contenuti originali? Quelli con immagini evocative? I video? Le gallery?

Fare tesoro dei dati e delle statistiche!

2700 persone hanno visualizzato il tuo post

I tuoi 5 post più recenti

Copertura: organica / a pagamento Clic sul post Reazioni, commenti e condivisioni

Data pubblicazione	Post	Tipo	Destinatari	Copertura	Interazioni	Promuovi
16/02/2017 7:21	 La Ciclovia del Sole, il primo itinerario			2,7K 	97 122 	Metti in evidenza il post
15/02/2017 17:00	 Potete credere o meno alla secca			1,7K 	67 22 	Metti in evidenza il post
15/02/2017 7:40	 L'anello ciclabile del Garda entra			5,3K 	150 143 	Metti in evidenza il post
14/02/2017 16:45	 L'amore per la bici non ha confini			2,4K 	42 23 	Metti in evidenza il post
14/02/2017 7:45	 Sardegna e ciclismo: un progetto			4,8K 	102 165 	Metti in evidenza il post

Vedi tutti i post

97 hanno cliccato sul link, 122 hanno interagito

Bike Social Marketing: piano editoriale.

Dettagli sul post

Dettagli maggiori sul post:
Da insight basta cliccare su un post..

9145 persone (visualizzazioni o impressions) raggiunte e 319 reazioni: cosa ha funzionato?

Contenuto originale, positivo (mozione approvata), circoscritto (Trento)..

Dettagli sul post Le statistiche indicate potrebbero non essere subito aggiornate rispetto a ciò che viene visualizzato nel post

FIAB Onlus
Pubblicato da Tito Gerosa [?] · 8 febbraio alle ore 7:15 · 🌐

Un Gruppo di Lavoro, TrentoinBici2016, formato da consiglieri comunali ed associazioni, un documento di 10 pagine che diventa una mozione in Consiglio sottoscritta da diversi gruppi politici, l'approvazione unanime. Un progetto che diventa così parte dell'azione amministrativa del Comune e potrà far fare alla mobilità ciclistica un salto di qualità.



Trento città amica delle biciclette. La mozione passa all'unanimità

di Manuela Demattè - FIAB Trento "La nuova rivoluzione può venire semplicemente da questa alternativa mattutina: prendo l'automobile o la...
FIAB-ONLUS.IT

✔ Ottieni più "Mi piace", commenti e condivisioni
Metti in evidenza questo post con € 20 per raggiungere fino a 20.000 persone.

9145 persone raggiunte Mettilo in evidenza il post

👍❤️ 105 1 commento Condivisioni: 66 📷

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi

9145 persone raggiunte

319 Reazioni, commenti e condivisioni

236 👍 Mi piace	102 Sul post	134 Sulle condivisioni
4 ❤️ Love	3 Sul post	1 Sulle condivisioni
8 Commenti	1 Sul post	7 Sulle condivisioni
71 Condivisioni	66 Sul post	5 Sulle condivisioni

276 Clic sul post

2 Visualizzazioni di foto	85 Clic sul link	189 Altri clic ⓘ
-------------------------------------	----------------------------	----------------------------

COMMENTI NEGATIVI

4 Nascondi post	0 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

Bike Social Marketing: piano editoriale. Il potere degli eventi

Un solo post per raccontare che fate una biciclettata può non bastare. E allora: evento!

Consigli:

1. Immagini accattivanti della giusta dimensione (828x315 px)
2. Inventi per dare qualcosa in cambio a chi interagisce!
3. Crea più amministratori
4. Tieni vivo l'evento con post interni e sulla pagina



5. Fai una promozione sponsorizzata se l'evento è importante!

Bike Social Marketing. Contenuti a pagamento

Le pubblicità su Facebook

14/02/2017 16:45	 L'amore per la bici non ha co			2,4K		42 23		Metti in evidenza il post
14/02/2017 7:45	 Sardegna e ci cloturismo: un			4,8K		102 165		Metti in evidenza il post
13/02/2017 10:23	 Bici, se la ami la sostieni! Og			36,4K		873 1,1K		Visualizza risultati In evidenza: € 20,00
13/02/2017 7:40	 Si complica la vita dei ladri di			7,9K		336 181		Metti in evidenza il post
12/02/2017 16:30	 A proposito di Biciviaggi FIA			2,1K		43 32		Metti in evidenza il post

Notate il post ***“Bici, se la ami la sostieni”***.. È diverso dagli altri. E’ una promozione a pagamento.. E lo si nota dai dati! 38.000 visualizzazioni e soprattutto 1100 interazioni! **Il tutto a 20€**



FACEBOOK ADV (è un canale a pagamento di distribuzione di contenuti)

Quasi due miliardi di utenti. Quasi due miliardi di clienti o quantomeno possibili “ascoltatori”. Se il vostro obiettivo è realizzare contatti, vendite, uditori, Facebook rappresenta una base utenti incredibile.. Perché tutte le persone che utilizzano questo social network tendono a lasciare un’indefinita quantità di tracce rispetto ai propri gusti che le aziende, pagando Facebook, sfruttano per poter condividere i propri contenuti agli utenti che potenzialmente sono interessati (targeting)

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento

Il post sulla destra è un post “*immagine-video*” normale, non un link del blog (anche se nel testo è presente un link alla pagina di tesseramento di Fiab).

Il post è stato “**sponsorizzato**” con 23€ e ha ottenuto risultati molto più sostanziosi di un normale altro post: 692 like, 258 condivisioni e più di 40.000 visualizzazioni!

Che cosa significa?



Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento

Facebook ci dà la possibilità di promuovere i nostri contenuti ad un pubblico che va oltre rispetto a quello della nostra Fan Page sfruttando il proprio canale e soprattutto le proprie conoscenze sui gusti delle persone e la loro localizzazione.

Ma per farlo è necessario pagare.

Il canale FB è come la TV ma il pubblico è selezionato e geolocalizzato da noi, per cui c'è molta più pertinenza fra l'annuncio e il pubblico che lo vedrà



Contenuto
sponsorizzato

Contenuto
organico (di un
proprio contatto o
di una pagina che
ci piace)

Contenuto
sponsorizzato

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: **ROI** (ritorno investimento)

La base per creare una campagna pubblicitaria su facebook Ads deve partire da un principio: ottenere ricavi superiori alle spese. Per esempio: *se investi €1000, devi guadagnare almeno €1000+€1.*

Anche se non è sempre vero: a volte l'obiettivo è raggiungere il più alto numero di persone possibili per far conoscere il proprio marchio (**brand awareness**)

Il ROI positivo è quel “ottenere ricavi superiori alle spese” che all’inizio ho posto come obiettivo. Tecnicamente, indica il ***return on investment***. In pratica, è un valore che ti permette di misurare l'efficacia delle tue campagne, cioè capire se guadagni più di quanto spendi.

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento

Un contenuto a pagamento è una **promozione** che si struttura in:

1 CAMPAGNA

Più gruppi di inserzioni



La campagna Fiab Parigi con obiettivo click sul link che porta alla landing page dell'associazione può avere 2 gruppi di annunci con target diversi e produrre per ogni gruppo 2 grafiche distinte.

2 GRUPPO DI INSERZIONI

Targetizzazione, posizionamento, budget e programmazione

A volte è necessario produrre più inserzioni e verificare quello che funziona meglio

3 INSERZIONE (annuncio)

Immagini, video, testo e link



Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for the 'Bike Pride' page. The top navigation bar includes 'Pagina', 'Centro inser...', 'Posta 20+', 'Eventi', 'Notifiche 12', 'Insights', 'Altro', 'Impostazioni', and 'Assistenza'. The left sidebar has 'Promuovi', 'Panoramica', 'Tutte le inserzioni', and 'Pubblico'. The main content area is titled 'Centro inserzioni' and shows a summary of ad performance for the last 60 days. It includes a table of recent ads and a section for promoting a post.

Riepilogo delle inserzioni per Bike Pride

Hai speso € 0 su 0 inserzioni nel corso degli ultimi 60 giorni. [Ultimi 60 giorni](#)

Icona	Descrizione	Valore
Personne raggiunte	Interazioni con i post	Clic sul link
--	--	--

Inserzioni recenti su Bike Pride

L'attività delle inserzioni è indicata nel fuso orario del tuo account pubblicitario. [+ Crea un'inserzione](#)

Immagine	Post in evidenza	5562	1967	€ 20,00
	#BikePride2018 "Costruiamo noi la strada". ...	Personne raggiunte	Visualizzazioni de...	Importo speso su ...
	Promozione di Fabio Zanchetta in data Apr ...			Visualizza risult...
	Completata			
	Bike Pride (quest'anno la parata sarà domen...	12.847	544	€ 30,00
	Promozione di Fabio Zanchetta in data Apr 1...	Personne raggiunte	Interazione con i ...	Importo speso su ...
	Completata			Visualizza risult...

[Mostra tutte >](#)

Metti in evidenza il tuo post

Vi auguriamo un 2019 ricco di bici e di baci 🍷

Pubblicato in data 31 dic 2018 da Fabio Zanc...

985
Personne raggiunte
33

Scegli un altro post

[Metti in evidenza il post](#)

Possiamo creare e monitorare le inserzioni in due modi, **direttamente dalla pagina** (metodo semplice) o dal **gestore delle inserzioni**

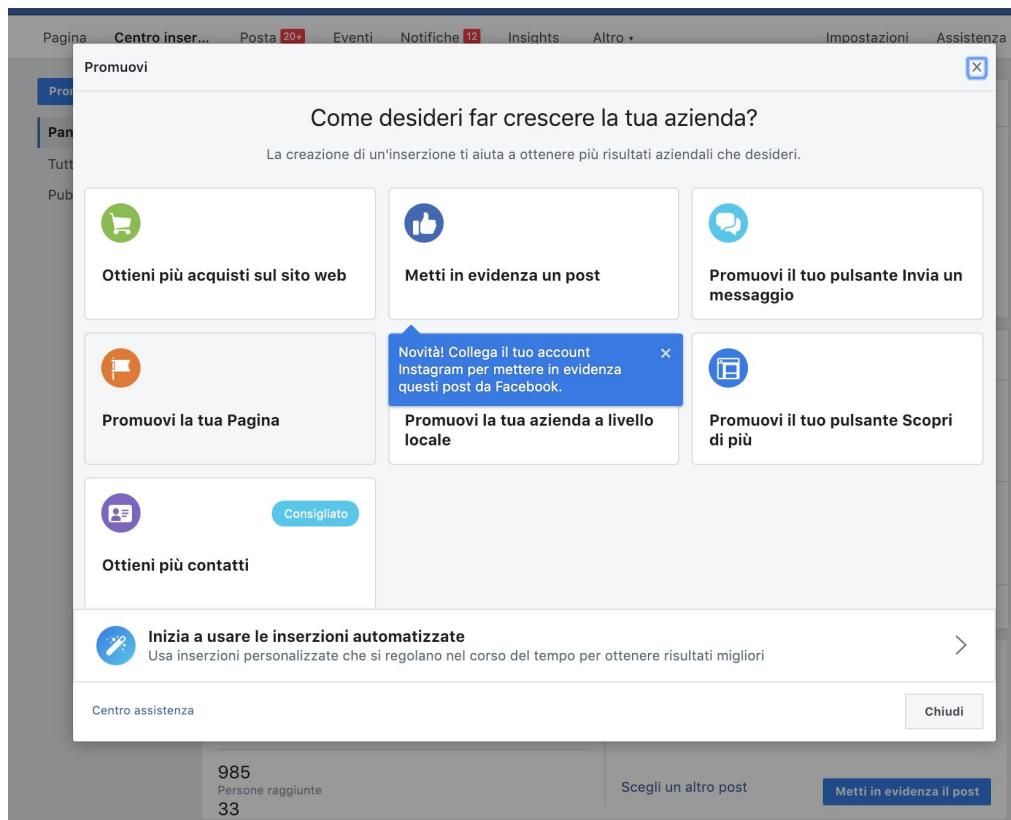
Nel primo caso è sufficiente cliccare su:

- **Centro inserzioni**

Che si trova fra le voci di menù che si visualizzano quando si entra in una pagina che si controlla come amministratore o gestore delle inserzioni

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina



Quando si clicca su promuovi Facebook ci chiede **cosa vogliamo promuovere..** (e quindi mostrare anche ad utenti che non sono i nostri).

- Prodotti da vendere
- Un nostro contenuto (il post)
- Un post con un pulsante “call to action”
- Mettere like alla pagina
- La localizzazione di un’azienda
- Generazione di contatti (form per la “lead generation”)

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

gina Centro inser... Posta 20+ Eventi Notifiche 12 Insights Altro Impostazioni Assistenza

Seleziona un post da mettere in evidenza

Fai in modo che più persone vedano i
interagiscano

 25 4 10
IL #BIKESHARING FREE FLOATING E'
(QUASI) MORTO E #OFO E' SCAPPATO...
Pubblicato da Fabio Zanchetta in data 12 gen 2019

 21 11 10
Su auto ibride ed elettriche nelle zone
pedonali retromarcia del governo.
Pubblicato da Fabio Zanchetta in data 7 gen 2019

 9 0 4
La mobilità e i trasporti nella manovra
appena approvata dal governo. Ecco cos...
Pubblicato da Fabio Zanchetta in data 4 gen 2019

 35 2 34
Vi auguriamo un 2019 ricco di bici e di baci
Pubblicato da Fabio Zanchetta in data 31 dic 2018

 31 2 0
Se anche voi i regali li fate e li consegnate
in bici, venite a bervi un bicchiere con noi...
Pubblicato da Elisa Gallo in data 21 dic 2018

Indietro Centro assistenza

985

Promozione di un nostro post:

Facebook ci chiede quale dei nostri post vogliamo promuovere. Dobbiamo averlo già scritto!

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

Pagina Centro inser... Posta 20+ Eventi Notifiche 12 Insights Altro Impostazioni Assistenza

Metti in evidenza il post

post.

Aggiungi animazioni a questo ...

Obiettivo

Quali risultati desideri raggiungere con questo post?

Ottieni più interazioni
Di cosa si tratta? Modifica

Pulsante del post (opzionale)

Aggiungi un pulsante al tuo post ⓘ

Nessun pulsante ▼

Pubblico **Modifica gli interessi, la posizione geografica, l'età e il genere di questo pubblico**

☒ Persone che scegli mediante la targetizzazione [Modifica](#)

Paese di residenza: Italia: Piedmont
Età: 18 - 65+

☐ Persone a cui piace la tua Pagina

☐ Persone a cui piace la tua Pagina e i loro amici

Indietro ⚙️ Cliccando su Metti in evidenza, accetti le Condizioni di Facebook | Centro assistenza Annulla Metti in evidenza

Anteprima: Sezione Notizie dei computer ▼

 Bike Pride
Sponsorizzato ·

IL #BIKESHARING FREE FLOATING E' (QUASI) MORTO E #OFO E' SCAPPATO CON IL BOTTINO

"Troppe bici e ovunque". Titolava così la Stampa di qualche mese fa riferendosi all'atterraggio delle bici free floating a Torino. Trasformazione radicale per la mobilità urbana, piazze auliche prese d'assalto, il Po discarica delle bici lanciate dai vandali... I media e i social hanno sguazzato per un paio di mesi sulla presunta rivoluzione portata dal Bike Sharing Free Floating.

A distanza di q... Altro...



SHARE MORE / RIDE LI
RIDE YELLOW

Promozione di un post

Una volta scelto il post dobbiamo

- Decidere e/o creare il **target** a cui verrà promosso (utenti a cui piacciono determinate cose, che fanno parte di gruppi e/o pagine, età, sesso, geolocalizzazione)
- Se aggiungere un pulsante **call to action**
- Quanto pagare** (+ pago e più si allarga la platea) e per quanto tempo

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

Pagina Centro inser... Posta 20+ Eventi Notifiche 12 Insights Altro Impostazioni Assistenza

Promuovi la tua Pagina

☐ FIAB e ciclisti
☐ Fabio Zanchetta

Mostra tutti (66) | Crea un nuovo pubblico

Budget e durata

☐ **Pubblica questa inserzione in modo continuativo**
Le tue inserzioni saranno pubblicate in modo continuativo con un budget giornaliero. Questa è l'opzione consigliata. [Maggiori informazioni](#)

☐ **Scegli la data di fine di questa inserzione**

Budget giornaliero ⓘ

2,00 EUR ▼

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ
"Mi piace stimati al giorno": 3-21 ⓘ

Durata ⓘ

3 giorni 7 giorni 14 giorni

Pubblica questa inserzione fino alla seguente data:
19/2/2019

Spenderei un importo totale di € 20,00. Questa inserzione sarà attiva per 10 giorni e terminerà in data 19 feb 2019.

Indietro ⚙️ Cliccando su Promuovi, accetti le Condizioni di Facebook | Centro assistenza

Annulla Promuovi

Sezione Notizie dei computer

Sezione Notizie mobile

Colonna destra

 **Bike Pride**
Sponsorizzato · ⓘ

Bike Pride Fiab Torino è l'associazione per la mobilità nuova e la promozione della bici



Causa
Bike Pride
Numero di persone a cui piace: 11.737

Promozione della pagina

Come per il post ma in questo chiediamo agli utenti di mettere like alla nostra pagina. L'obiettivo è aumentare la nostra fan base. Il testo di promozione lo dobbiamo scrivere in questo momento (abbiamo pochi caratteri disponibili!), l'immagine è di default quella della pagina ma possiamo modificarla.

Anche qui quindi: target, contenuto, immagine, budget, timing

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

gina Centro inser... Posta 20+ Eventi Notifiche 12 Insights Altro Impostazioni Assistenza

Crea un modulo

 Usa un modulo per raccogliere le informazioni dei clienti

Crea un modulo per raccogliere informazioni dalle persone. Puoi usare le informazioni che le persone forniscono per contattarle in merito alla tua azienda. Scopri di più.

Nome del modulo (obbligatorio)

Modulo di Bike Pride creato in data Sabato 9 febbraio 2019 1

☒ Personalizza il testo del modulo (facoltativo)

Titolo

Salva la ciclabile di Via Roma 9

Descrizione

Firma questo *form*, abbiamo bisogno del tuo aiuto per salvare la ciclabile di Via Roma a Torino!

 Ci sono maggiori probabilità che le persone compilino il tuo modulo con 2 campi soltanto. Prendi in considerazione la possibilità di richiedere solo le informazioni più importanti.

Informazioni sui clienti

Quali informazioni desideri chiedere?

Anteprima del modulo



 Bike Pride

Salva la ciclabile di Via Roma

Firma questo form, abbiamo bisogno del tuo aiuto per salvare la ciclabile di Via Roma a Torino!

Iscriviti fornendo le tue informazioni di seguito.

E-mail

Inserisci la tua risposta.

Nome e cognome

Invia

Modulo 1 di 2

Indietro  Centro assistenza **Annulla** **Salva modulo**

Promozione: generazione di contatti

Questa nuova inserzione permette di chiedere agli utenti di inserire i propri dati in un modulo. E' uno strumento di lead generation: dobbiamo pensarlo in relazione ad una campagna precisa (ad esempio una petizione)

Anche qui: contenuti (testo e immagini da creare sul momento), target, budget e timing

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento. Sponsorizzare direttamente dalla pagina

Pagina Centro inser... Posta 20+ Eventi Notifiche 12 Insights Altro + Impostazioni Assistenza +

Ottieni più acquisti sul sito web

Ottieni più acquisti sul sito web

Usa il tuo pixel per raggiungere clienti potenziali e monitorare le vendite online e i ricavi.

Sito web

http://www.bikepride.net/

Account e pixel

PrestitiInfo, Pixel inserzioni

✓ PrestitiInfo, Pixel inserzioni
Account: 77837333, EUR; Pixel: 175160233040158

Indietro

1 2 3 4

Avanti

985 Persone raggiunte
33

Scegli un altro post

Mettilo in evidenza il post

Promozione: link web (vendita ma non solo)

Questa nuova inserzione permette di promuovere un link web con un codice particolare (pixel di monitoraggio) che serve per monitorare le conversioni di acquisto.

Dopo questa schermata è necessario aggiungere un testo e un'immagine oltre a budget e timing.

Fondamentale avere una landing page coerente, semplice, ben disegnata (UX e UI design)

Fabio Zanchetta

Notizie

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Inserzioni dal **Gestore delle inserzioni**

Per creare e gestire le campagne devi aprire [facebook ads manager](https://www.facebook.com/adsmanager/) e creare un utente pagante registrando una carta di credito o un paypal. Lo si può fare a margine del processo di creazione della campagna..

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



Facebook Ads Manager sidebar menu:

- Bike Pride 6
- FIAB Onlus 8
- Altro...
- ESPLORA
- Gestione inserzioni** (highlighted with a red circle)
- 16 Eventi 20+
- Pagine
- Gruppi
- Moments
- Accadde oggi 11
- Lista amici
- Giochi 9



Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: gestore delle inserzioni

Il gestore delle inserzioni è lo strumento che permette di impostare e monitorare le campagne a pagamento

Gestione inserzioni

Cerca

Fabio

Assistenza

Fabio Zanchetta (39492236)

Crea Inserzione

Account: Fabio Zanchetta

Cerca

Filtri

Dall'inizio

I nomi di alcune metriche stanno per cambiare

Per rendere i report più semplici e omogenei, il 28 marzo 2017 aggiorneremo i nomi di alcune metriche. Una volta aggiornate le macro e salvati i report, puoi iniziare subito a usare i nomi aggiornati, selezionando l'icona a forma di ingranaggio in altro a destra di Gestione inserzioni. Scopri di più sui nomi che cambieranno e su come effettuare gli aggiornamenti.

Panoramica account

campagne

Gruppi di Inserzioni

Inserzioni

+ Crea inserzione

Modifica

Crea inserzioni simili...

Anteprima

Crea regola

Altro

Colonne: Prestazioni

Dettagli

Esporta

	Nome dell'inserzione	Pubblicazione	Risultati	Copertura	Costo	Importo speso	Punteggio...
☐	 Post: "In Italia passiamo quasi 320 ore nel traffico..."	Attiva	3053 Interazioni con il post	63.418	€ 0,01 Per interazione con i post	€ 35,87	10
☐	 Evento: Party (vestito) Male dell'amore - venerdì 7 aprile Cap10100	Attiva	57 Risposte agli eventi	4490	€ 0,34 Per risposta all'evento	€ 19,22	8
☐	 Evento: ▶ X-Party® ◀ 1 Anno in 1 una Notte - Sab 21 Gen @Fuor...	Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	412 Risposte agli eventi	36.168	€ 0,39 Per risposta all'evento	€ 160,00	7
☐	 Evento: ▶ X-PARTY® ◀ "1 Anno di feste in 1 Notte", Sabato 21 Ge...	Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	424 Risposte agli eventi	33.776	€ 0,38 Per risposta all'evento	€ 160,00	7
☐	 Default name - Clic sul sito Web	Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	1271 Clic sul link	91.568	€ 0,10 Per clic sul link	€ 124,99	6
☐	 Post: "IL PEGGIOR HALLOWEEN DI SEMPRE! Vestiti vecchi e..."	Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	582 Interazioni con il post	21.791	€ 0,21 Per interazione con i post	€ 120,00	4
☐	 Post: /164581296912957/posts/926909754013437 per il pubblico d...	Non pubblicata Campagna disattivata	1225 Interazioni con il post	45.147	€ 0,10 Per interazione con i post	€ 120,00	—
Risultati di 93 inserzioni Esclusione dei contenuti eliminati			—	901.050 Persone	—	€ 3864,42 Spesa totale	

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: **gestore delle inserzioni**

Dal menù del gestore è possibile editare le fatturazioni, misurare l'efficacia dei post, aggiungere dei codici ai siti per monitorare le **conversioni**, pianificare le pubblicazioni

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a menu icon, and the text 'Gestione inserzioni'. To the right of this bar is a search bar labeled 'Cerca' and a user profile section for 'Fabio'. Below the navigation bar, the interface is organized into a grid of six main sections, each with a header and a list of tools or features:

- Usati di frequente** (Frequently Used):
 - Gestione inserzioni
 - Power Editor
 - Impostazioni di Business Manager
 - Fatturazione e metodi di pagamento
- Pianificazione** (Planning):
 - Insights sul pubblico
 - Creative Hub
- Creazione e gestione** (Creation and Management):
 - Business Manager
 - Gestione inserzioni**
 - Power Editor
 - Post della Pagina
 - Strumento di assistenza per le inserzioni sulle app
 - Regole automatizzate
- Misurazione e report** (Measurement and Reporting):
 - Report pubblicitari
 - Conversioni personalizzate
- Risorse** (Resources):
 - Pubblico
 - Immagini
 - Pixel
 - Azioni offline
 - Cataloghi prodotti
- Impostazioni** (Settings):
 - Impostazioni dell'account pubblicitario
 - Fatturazione e metodi di pagamento
 - Impostazioni di Business Manager

At the bottom left, there is a link 'Tutti gli strumenti >'. At the bottom center, there is an information icon and the text 'Posiziona il cursore per ottenere maggiori informazioni su un link.'

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: **gestore delle inserzioni**

Il pannello è tripartito:

1: campagne (elenco delle campagne pubblicitarie)

2: gruppi di inserzioni (elenco gruppi di target)

3: singole inserzioni per campagna

Account: Fabio Zanchetta

1 oggetto s...

Gruppi di inserzioni per 1 ca...

Inserzioni per 1 campagna

	Nome della campagna	Pubblicazione	Risultati	Apertura	Costo per ris...	Importo speso	Fine
☐	Post: "La prima festa al mondo in cui si veste male..."	Attiva	77 Interazioni con il post	2249	€ 0,13 Per interazione con...	€ 10,34 di € 20,00	7 aprile 2017
☒	Post: "In Italia passiamo quasi 320 ore nel traffico..." Visualizza i grafici Modifica Duplica	Completata di recente	3837 Interazioni con il post	75.651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 49,98 di € 50,00	30 marzo 2017
☐	Post: "124.461,41 € restituiti dai consiglieri regionali..."	Non pubblicata Troppo lenta nell'immagine	344 Interazioni con il post	3651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 3,85 di € 30,00	10 aprile 2017
☐	Post: "#PRIVET! Sabato 11 Febbraio Party Male @Office..."	Non pubblicata Gruppo di inserzioni non at...	8 Interazioni con il post	350	€ 0,16 Per interazione con...	€ 1,24 di € 1,24	11 febbraio 2017
☐	Post: "Fai un piccolo e intelligente regalo al tuo amico..."	Non attiva	1225 Interazioni con il post	45.147	€ 0,10 Per interazione con...	€ 120,00 di € 120...	25 dicembre 2015
☐	Post: "► X-Party◄ "Una notte, dieci feste! Mercoledì..."	Non attiva	619 Interazioni con il post	68.144	€ 0,17 Per interazione con...	€ 103,48 di € 103...	27 luglio 2016
☐	xparty istituzionale pagin cagno 1	Non attiva	857 Interazioni con il post	70.978	€ 0,12 Per interazione con...	€ 99,95 di € 99,95	14 settembre 2016
Risultati di 98 campagne Esclusione dei contenuti eliminati			920.871 Persone	—	—	€ 3965,50 Spesa totale	

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: **gestore delle inserzioni**

Campagne, gruppi di inserzioni, inserzioni. Per capirci meglio:

CAMPAGNA

La campagna è, ad esempio,
Il 5x1000 di Fiab.

Rappresenta il contenuto e
l'obiettivo principale.

GRUPPO INSERZIONI

Un gruppo di inserzioni fa
riferimento ad una
campagna ed un gruppo di
singoli messaggi principali
raggruppati per gruppi di
target e geolocalizzazione.

**1: gruppo 5x1000 associati
fiab**

**2: gruppo 5x1000 ciclisti
non associati**

**3: gruppo 5x1000
ambientalisti**

INSERZIONE

E' il messaggio pubblicitario
singolo, quello che viene
mostrato nella tua bacheca
perché sei il destinatario
individuato dal target
descritto dal gruppo di
inserzioni

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: campagne

Gestione inserzioni

Cerca

Fabio

Assistenza ?

Fabio Zanchetta (39492236)

Crea inserzione

Account: Fabio Zanchetta

Cerca

Filtri

Dall'inizio

Panoramica account
campagne
1 oggetto s...
Gruppi di inserzioni per 1 ca...
Inserzioni per 1 campagna

+ Crea campagna
Modifica
Crea una campagna simile...
Crea regola
Altro

Colonne: Prestazioni
Dettagli
Esporta

	Nome della campagna	Pubblicazione	Risultati	Copertura	Costo per ris...	Importo speso	Fine
☐	☒ Post: "La prima festa al mondo in cui ci si veste male..."	● Attiva	77 Interazioni con il post	2249	€ 0,13 Per interazione con...	€ 10,34 di € 20,00	7 aprile 2017
☒	☒ Post: "In Italia passiamo quasi 320 ore nel traffico..." Visualizza i grafici Modifica Duplica	● Completata di recente	3837 Interazioni con il post	75.651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 49,98 di € 50,00	30 marzo 2017
☐	☒ Post: "124.461,41 € restituiti dai consiglieri regionali..."	● Non pubblicata Tropo testo nell'immagine	344 Interazioni con il post	3651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 3,85 di € 30,00	10 aprile 2017
☐	☒ Post: "#PRIVET! Sabato 11 Febbraio Party Male @Officine..."	● Non pubblicata Gruppo di inserzioni non at...	8 Interazioni con il post	350	€ 0,16 Per interazione con...	€ 1,24 di € 1,24	11 febbraio 2017
☐	☐ Post: "Fai un piccolo e intelligente regalo al tuo amico..."	● Non attiva	1225 Interazioni con il post	45.147	€ 0,10 Per interazione con...	€ 120,00 di € 120...	25 dicembre 2015
☐	☐ Post: "► X-Party® ◀ "Una notte, dieci feste", Mercoledì..."	● Non attiva	619 Interazioni con il post	68.144	€ 0,17 Per interazione con...	€ 103,48 di € 103...	27 luglio 2016
☐	☐ xparty istituzionale pagin cacao 1	● Non attiva	857 Interazioni con il post	70.978	€ 0,12 Per interazione con...	€ 99,95 di € 99,95	14 settembre 2016
► Risultati di 98 campagne Esclusione dei contenuti eliminati			—	920.871 Persone	—	€ 3965,50 Spesa totale	

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: gruppo inserzioni

 **Gestione inserzioni**

Cerca 

 Fabio ▾

 1 

Assistenza ?

Fabio Zanchetta (39492236) ▾

Crea inserzione

Account: Fabio Zanchetta

Cerca ▾ Filtri ▾ Dall'inizio ▾ 

Panoramica account

 **campagne** 1 oggetto s... 

 **Gruppi di inserzioni per 1 ca...**

 **Inserzioni** 1 oggetto s... 

+ Crea gruppo di inserzioni ▾

Modifica

Crea gruppi di inserzioni simili...

Crea regol

Fabio Zanchetta (39492236) ▾

Crea un nuovo gruppo di inserzioni ▾

Gruppo di inserzioni: crea un nuovo gruppo di inserzioni.

Usa un gruppo di inserzioni esistente

Inserisci automaticamente il gruppo

☐	Nome del gruppo di inserzioni	Pubblicazione 	
☐	☒	Post: "In Italia passiamo quasi 320 ore nel traffico..."	● Completato di recente
▶ Risultati di 1 gruppo di inserzioni			

 Gruppo di inserzioni

- Pubblico**
- Posizionamenti
- Budget e programmazione

 Inserzione

- Pagina e post

Pubblico

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

Crea nuovo

Usa un pubblico salvato ▾

Pubblico personalizzato 

 **Mostra le inserzioni alle persone che conoscono la tua azienda**

Puoi creare un pubblico personalizzato per mostrare le inserzioni ai tuoi contatti, a chi visita il sito Web o a chi usa l'applicazione. Crea un pubblico personalizzato.

Luoghi 

Tutte le persone in questo luogo ▾

Italia

 **Italia**

 Includi ▾  Aggiungi luoghi

Aggiungi più luoghi contemporaneamente...

Età 

18 ▾ - 65+ ▾

Genere 

Tutti Uomini Donne

Lingue 

Inserisci una lingua...

 Il pubblico selezionato è abbastanza ampio.

Copertura potenziale: 31.000.000 persone

Risultati giornalieri stimati

Copertura

6500 - 17.000 (di 23.000.000)



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

Queste stime sono state utili?

Chiudi

Il gruppo definisce target, localizzazione, età, lingua.. Da associare alle singole inserzioni

Bike Social Marketing

Contenuti a pagamento: singola inserzione

La singola inserzione.. La si può modificare anche quando è attiva.

Da qui si può mettere in pausa

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar, and user profile information. The main header shows the account name 'Fabio Zanchetta' and a 'Crea Inserzione' button. The left sidebar contains a 'Panoramica account' section with a list of ads. One ad is selected, and its details are shown in the main panel. The details include the ad name, the post it's attached to, and the 'Monitoraggio' (Tracking) section. The tracking section has options for 'Registra tutte le conversioni dal mio pixel di Facebook' and 'Non monitorare le conversioni'. The 'Non monitorare le conversioni' option is selected. The 'Monitoraggio offline' section is also visible. The right side of the panel shows a preview of the ad, which is a sponsored post for 'FIAB Onlus' with a text description and a photo of a person.

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Gestione inserzioni

Le campagne Facebook sono divise in 3 gruppi di obiettivi, ognuno con i suoi sotto obiettivi. E' possibile crearne una ex novo qua:

1. Aumentare la notorietà del brand o della tua azienda:

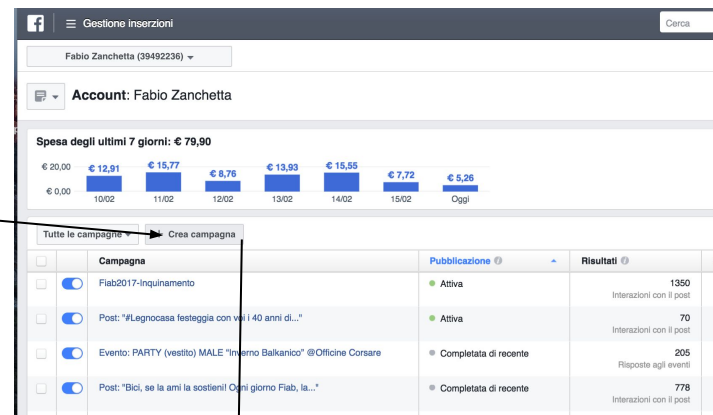
- Metti in evidenza i tuoi post.
- Promuovi la tua pagina.
- Raggiungi le persone vicine alla tua azienda.

2. Trovare clienti potenziali per la tua azienda:

- Indirizza le persone al tuo sito web.
- Ottieni installazioni della tua applicazione.
- Incrementa la partecipazione al tuo evento.
- Ottieni visualizzazioni video.
- Raccogli contatti per la tua azienda.

3. Incrementa le conversioni o le vendite per la tua azienda:

- Incrementa le conversioni sul tuo sito web.
- Incrementa l'interazione con la tua applicazione.
- Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta.



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for the account of Fabio Zanchetta. At the top, it shows the account name and a search bar. Below this, a bar chart titled 'Spesa degli ultimi 7 giorni: € 79,90' shows daily spending from 10/02 to 15/02. The spending amounts are: 10/02 (€ 12,91), 11/02 (€ 15,77), 12/02 (€ 6,76), 13/02 (€ 13,93), 14/02 (€ 15,55), 15/02 (€ 7,72), and Oggi (€ 5,26). Below the chart, there is a table with columns for 'Campagna', 'Pubblicazione', and 'Risultati'. The table lists four campaigns: 'Fiab2017-Inquinamento', 'Post: "#Legnoca festeggia con voi i 40 anni di..."', 'Evento: PARTY (vestito) MALE "Inferno Balcanico" @Officine Corsare', and 'Post: "Bici, se la ami la sostieni Ogni giorno Fiab, la..."'. The results for each campaign are: 1350 interactions with the post, 70 interactions with the post, 205 responses to events, and 778 interactions with the post.

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Facebook business manager

In alcuni casi, se la promozione è relativa al mettere in evidenza un proprio contenuto ed il contenuto è già presente non è necessario accedere al business manager ma **si può promuovere / sponsorizzare il post direttamente dalla pagina Facebook**

Oppure si può creare ex novo dal gestore delle promozioni.

The screenshot shows a Facebook post from the page 'FIAB Onlus', published by 'Tito Gerosa' 15 hours ago. The post text describes the 'Ciclovia del Sole' as the first itinerary of the BiciItalia network, connecting various Italian cities. Below the text is a photo of a bicycle wheel with a cityscape in the background. The post has a caption 'Riparte da Napoli il sogno della Ciclovia del Sole' and a link to 'FIAB-ONLUS.IT'. At the bottom, it shows '6055 persone raggiunte' and interaction buttons for 'Mi piace', 'Commenta', and 'Condividi'. A callout box with an arrow points to the 'Metti in evidenza il tuo post per raggiungere più persone' button, which is labeled 'Metti in evidenza il post'.

FIAB Onlus
Pubblicato da Tito Gerosa [?] · 15 ore fa · 🌐

La Ciclovia del Sole, il primo itinerario della rete BiciItalia, non si fermerà a Firenze. E' nata per collegare i paesi di provenienza dei cicloturisti con le più note mete del Belpaese: Garda, Firenze, Roma e il Sud appunto, che del sole è sinonimo. Fiab sta lavorando all'itinerario che colleghi Roma a Napoli e alla verifica dei percorsi della ciclovia nelle regioni del mezzogiorno.



Riparte da Napoli il sogno della Ciclovia del Sole
Riparte da Napoli il sogno della Ciclovia del Sole, il primo itinerario della rete BiciItalia (EuroVelo 7 da Capo Nord in Norvegia a Malta), nato per c...

FIAB-ONLUS.IT

6055 persone raggiunte

Mi piace Commenta Condividi

Giuseppe Trotta, Elena Frigerio e altri 59

Commenti più in vista

Metti in evidenza il tuo post per raggiungere più persone

Metti in evidenza il post

Bike Social Marketing

Creare la promozione da un post esistente

Creare la promozione..

Vogliamo mettere in evidenza dei contenuti pre-esistenti (es. Link a pagina di tesseramento di Fiab Parigi)?

- 1- Creare il **contenuto** (inserzione)
- 2- Aggiungere il pulsante (es. Scopri di più)
- 3- creare un **proprio pubblico** (targetizzazione)
- 4- definire posizione inserzioni
- 5- definire un budget e durata

Metti in evidenza il post

Sezione Notizie del computer | Sezione Notizie mobile

Aggiungi il pulsante

Aggiungi un pulsante al tuo post

Scopri di più

Questo pulsante reindirizzerà al link nel tuo post.

Pubblico

☐ Persone che scegli mediante la targetizzazione

☐ Persone a cui piace la tua Pagina

☐ Persone a cui piace la tua Pagina e i loro amici

☒ **FIAB e ciclisti** [Modifica](#)

Luogo: Italia

Altro

☐ Party Male Balkan

[Mostra tutti \(48\)](#) | [Crea un nuovo pubblico](#)

Budget e durata

Budget totale

Post Content:

FIAB Onlus Sponsorizzata · [Mi piace](#)

La Ciclovía del Sole, il primo itinerario della rete Bicitalia, non si fermerà a Firenze. E' nata per collegare i paesi di provenienza dei cicloturisti con le più note mete del Belpaese: Garda, Firenze, Roma e il Sud appunto, che del sole è sinonimo. Fiab sta lavorando all'itinerario che colleghi Roma a Napoli e alla verifica dei percorsi della ciclovía nelle regioni del mezzogiorno.



Riparte da Napoli il sogno della Ciclovía del Sole

Riparte da Napoli il sogno della Ciclovía del Sole, il primo itinerario della rete Bicitalia (EuroVelo 7 da Capo Nord in Norvegia a Malta), nato per c...

[Scopri di più](#)

FIAB-ONLUS.IT

[Annulla](#) [Metti in evidenza](#)

Cliccando su Metti in evidenza, accetti le [Termini e condizioni di Facebook](#) | [Centro assistenza](#)

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Target

I passi: definisci il tuo pubblico.
La segmentazione. Il target.

Questo è il fulcro di Facebook advertising!

- Vuoi comunicare al tuo pubblico (like pagina)?
- Vuoi creare un pubblico personalizzato per interessi, geolocalizzazione e dati personali?

Pubblico

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

NUOVO PUBBLICO ▾

Pubblico personalizzato ⓘ

Scegli un pubblico personalizzato

Sfoglia

Crea un nuovo pubblico personalizzato...

Luoghi ⓘ

Tutte le persone in questo luogo ▾

Italia

📍 Italia

📍 Includi ▾

Aggiungi luoghi

Aggiungi luoghi in gruppo...

Età ⓘ

18 ▾

-

65+ ▾

Genere ⓘ

Tutti

Uomini

Donne

Lingue ⓘ

Inserisci una lingua...

Targetizzazione dettagliata ⓘ

INCLUDI le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti ⓘ

ⓘ

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti

Sfoglia

Escludi delle persone

Connessioni ⓘ

Aggiungi un tipo di connessione ▾

☐ Salva questo pubblico

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Target

Il target:

Gli interessi degli utenti sono l'effetto dei “nostri like” come singoli utenti!

Gli interessi sono categorizzati..

Biciclette, piste ciclabili, ciclabilità,
bici pieghevoli, pedalata assistita..
Cicloturismo, turismo sostenibile..
Ecologismo, ambientalismo..

Facebook ci dice quanto è definito e ampio il nostro possibile pubblico

Un pubblico generico sarà sicuramente meno interessato ai nostri contenuti

Targetizzazione dettagliata

Età 20 - 65+

Genere Tutti Uomini Donne

Lingue Inserisci una lingua...

Targetizzazione INCLUDE le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti

Interessi > Hobby e attività > Politica e questioni sociali

Ecologismo

Interessi > Interessi aggiuntivi

Ambientalismo

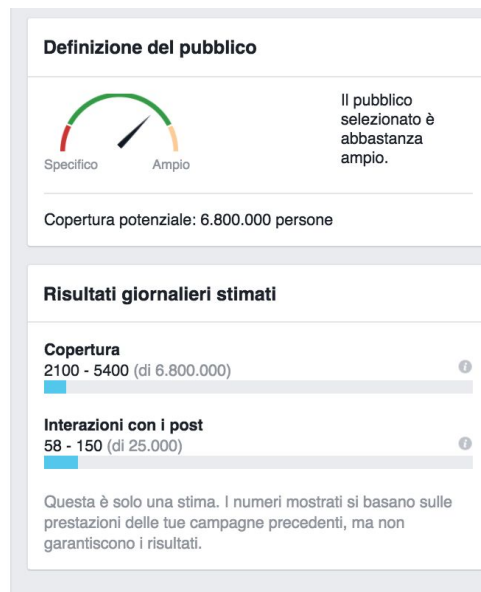
Bici

Bicicletta a pedalata assistita

Bicicletta elettrica

Aggiungi dati demografici, interessi o comporta... | Suggerimenti | Sfogliala

Escludi delle persone o restringi il pubblico



Bike Social Marketing

Creare la campagna - Target

Il target:

Se abbiamo una pagina bella viva a volte può servire creare una **promozione ad hoc per il pubblico che già ci segue**, ma magari ha perso un po' l'attenzione! (meglio se con budget bassi, tanto il nostro pubblici, in parte, già legge la nostra pagina)

The image shows a Facebook targeting interface. At the top, there are filters for 'Età' (Age) with a range of 18 to 65+, 'Genere' (Gender) with options for 'Tutti' (All), 'Uomini' (Men), and 'Donne' (Women), and 'Lingue' (Languages) with a text input field. Below these is a section for 'Targetizzazione dettagliata' (Detailed targeting) which includes a box to 'Includi le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti' (Include people who meet at least ONE of the following requirements) and a link to 'Escludi delle persone' (Exclude people). The 'Connessioni' (Connections) section is highlighted with a blue box and a dropdown menu. The dropdown menu shows options: 'Pagine Facebook', 'App', 'Eventi', and 'Combinazioni avanzate'. The 'Pagine Facebook' option is selected, and a sub-menu is open showing 'Persone a cui piace la tua Pagina' (People who like your Page), 'Amici delle persone a cui piace la tua Pagina' (Friends of people who like your Page), and 'Escludi le persone a cui piace la tua Pagina' (Exclude people who like your Page).

Età ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Genere ⓘ Tutti Uomini Donne

Lingue ⓘ Inserisci una lingua...

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

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti | Suggestimenti | Sfoglia

Escludi delle persone

Connessioni ⓘ Aggiungi un tipo di connessione ▼

- Pagine Facebook >
- App >
- Eventi >
- Combinazioni avanzate

- Persone a cui piace la tua Pagina
- Amici delle persone a cui piace la tua Pagina
- Escludi le persone a cui piace la tua Pagina

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Budget

I passi: definisci il budget.

In questa sezione devi definire il budget che vuoi investire e il modo in cui verrà speso. Subito un consiglio: per cominciare, usa la regola del 30/70. Se il tuo budget totale è 100, per il primo lancio investi 30 e testa i vari risultati.

Nome del gruppo di inserzioni

fiab2017-inquinamento1

Rinomina usando i campi disponibili

Budget e programmazione

Budget totale

€ 50,00

Modifica budget

€ 50,00 EUR

Fino a € 50,00, incluso l'importo di € 28,32 speso finora.

Programma inizio

Giovedì 9 febbraio 2017 15:44:12

Fuso orario di Roma

Programma fine

23/2/2017

15:44

Fuso orario di Roma

Programmazione delle inserzioni

Pubblica le inserzioni continuativamente

Altre opzioni

- **Durata:** periodo di visualizzazione dell'inserzione.
- **Tipo di ottimizzazione dell'inserzione:** puoi scegliere fra clic, visualizzazioni e copertura (l'opzione clic è la migliore per la grande maggioranza dei casi).
- **Tipo di offerta:** *CPC (costo per click)* o *CPM* (costo ogni 1000 impressions.. anche qui, almeno che tu non stia facendo una campagna di branding, l'opzione "clic" è la migliore per la maggior parte dei casi).

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Tipologia acquisto

Budget e tipologia di acquisto..

Ci sono due tipologie di acquisto su Facebook:
all'asta (tutte le inserzioni),
o a **costo fisso**, di recente rinominata copertura e frequenza (solo CPM, paghi ogni volta che l'inserzione viene visualizzata da 1000 utenti)

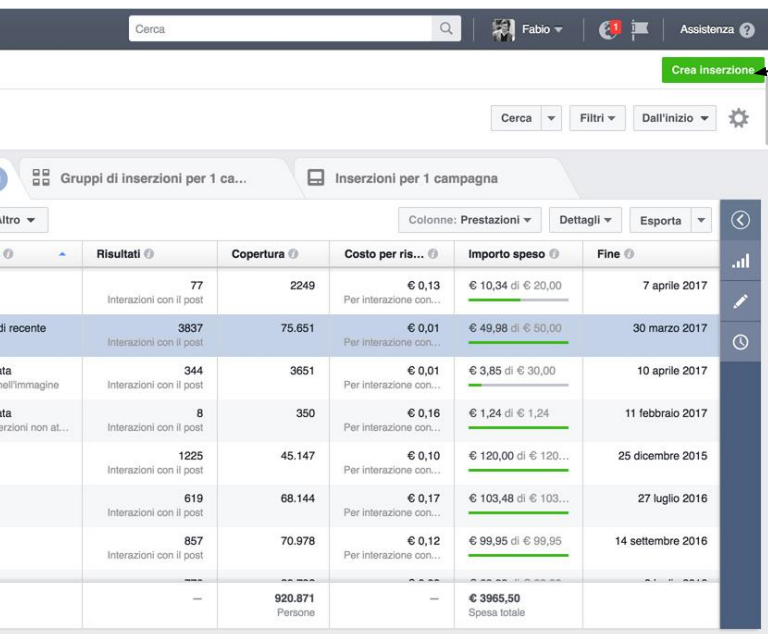
E' un acquisto sicuro perché so che il mio contenuto verrà visto da n° persone

Asta ⓘ Pubblica inserzioni usando l'asta e paga in base alla domanda	Copertura e frequenza ⓘ Prenota il pubblico in anticipo e riserva il prezzo
 Metti in evidenza i tuoi post	
 Promuovi la tua Pagina	
 Indirizza le persone al tuo sito Web	
 Aumenta le conversioni sul tuo sito Web	

<https://trucchifacebook.com/facebook/acquisto-inserzioni-asta-copertura-frequenza-facebook-ads/>

Bike Social Marketing

Creare la promozione ex novo



Cerca

Fabio

Assistenza

Crea inserzione

Cerca Filtri Dall'inizio

Gruppi di inserzioni per 1 ca...

Inserzioni per 1 campagna

Colonne: Prestazioni Dettagli Esporta

	Risultati	Copertura	Costo per ris...	Importo speso	Fine
	77 Interazioni con il post	2249	€ 0,13 Per interazione con...	€ 10,34 di € 20,00	7 aprile 2017
di recente	3837 Interazioni con il post	75.651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 49,98 di € 50,00	30 marzo 2017
ta nell'immagine	344 Interazioni con il post	3651	€ 0,01 Per interazione con...	€ 3,85 di € 30,00	10 aprile 2017
ta zioni non at...	8 Interazioni con il post	350	€ 0,16 Per interazione con...	€ 1,24 di € 1,24	11 febbraio 2017
	1225 Interazioni con il post	45.147	€ 0,10 Per interazione con...	€ 120,00 di € 120...	25 dicembre 2015
	619 Interazioni con il post	68.144	€ 0,17 Per interazione con...	€ 103,48 di € 103...	27 luglio 2016
	857 Interazioni con il post	70.978	€ 0,12 Per interazione con...	€ 99,95 di € 99,95	14 settembre 2016
	—	920.871 Persone	—	€ 3965,50 Spesa totale	

Su “Gestione inserzioni” possiamo creare una pubblicità ex novo e strutturarla come vogliamo:

- Da quale nostra pagina di cui siamo admin?
- Che gruppo di inserzioni (target)?
- Che inserzione (immagine, video, carosello, link, ecc..)?
- Che budget? Che tipo di acquisto? (asta o impressions? ⚡ CPM)
- Che durata?

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Inserzione ex-novo

Qual è il tuo obiettivo di marketing?

Notorietà	Considerazione	Conversione
 Notorietà della marca	 Traffico	 Conversioni
 Notorietà nei dintorni	 Interazione	 Vendita dei prodotti del catalogo
 Copertura	 Installazioni dell'app	 Visite al punto vendita
	 Visualizzazioni del video	
	 Generazione di contatti	

L'obiettivo della tua campagna!

Far visualizzare la tua promozione (notorietà, usa il **CPM**, vende blocchi di 1000 visualizzazioni)?

Ottenere **interazioni**?
Coinvolgimento?
Commenti? O
generazione di contatti
tramite form interni di
facebook?

O le famose e
misurabili **conversioni**?

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Inserzione ex novo

I passi: **Crea l'inserzione** (che può essere il post già creato sulla pagina Facebook o uno ex novo).

Testo con link, immagini, slideshow, carosello, video..

Il resto lo abbiamo già visto.
Provare! Non c'è una regola :)

Formato
Scegli l'aspetto che deve avere la tua inserzione.

☒ **Solo un'immagine o un video nelle tue inserzioni**
Mostra solo un'immagine o un video alla volta nella tua inserzione. [Maggiori informazioni.](#)

☐ **Più immagini in un'inserzione**
Mostra un massimo di 5 immagini contemporaneamente senza costi aggiuntivi. [Maggiori informazioni.](#)

Maggiori informazioni sui formati pubblicitari nella Guida ai prodotti pubblicitari

Contenuti multimediali
Scegli l'immagine o il video che desideri usare nelle tue inserzioni.

**Immagini**
Carica le tue immagini, scegline dalla tua Pagina Facebook o usa immagini d'archivio.

**Slideshow**
Carica o scegli 3-7 immagini che verranno riprodotte come un video.

**Video**
Carica un video o scegline uno dalla libreria.

Testo
Inserisci il testo per la tua inserzione. [Scopri di più.](#)

Collega Pagina Facebook
La tua azienda è rappresentata nelle inserzioni dalla relativa pagina Facebook.

Anteprima dell'inserzione
1 di 1

☒ **Sezione Notizie dei computer**

Rimuovi

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Facebook ADV

L'inserzione. Consigli?

- Immagini evocative e quadrate
- Poco testo nelle immagini! Il contenuto - semplice e riassunto - sta nel testo del post! Quello (eventualmente) esteso nel blog!
- Se l'obiettivo è il tesseramento (landing page) il link diretto è meglio di immagine + testo (l'immagine viene ricavata dalla landing)
- Se l'obiettivo è farsi conoscere, immagine o video sono più performanti

In questo caso l'obiettivo era doppio: tante visualizzazioni (tema inquinamento) e link tesseramento. Abbiamo optato per post + link



FIAB Onlus

Scritto da Fabio Zanchetta [?] · Sponsorizzata ·

Pedalarci? Tante emozioni a zero emissioni. In questo inverno moltissime città italiane hanno superato i limiti per le pm10 quasi ogni giorno. Un'emergenza che cerca soluzioni nelle azioni più semplici come usare una bicicletta. Fiab, ogni giorno, sta dalla parte di chi ha realmente a cuore l'ambiente. Associarsi a Fiab, la Federazione Amici della Bicicletta che conta più 18.000 soci in Italia, è un'azione concreta. Per te anche l'assicurazione RC per ciclisti e centinaia di ciclo-viaggi! Associati subito! <https://fiab.fiabsoci.it/>



692

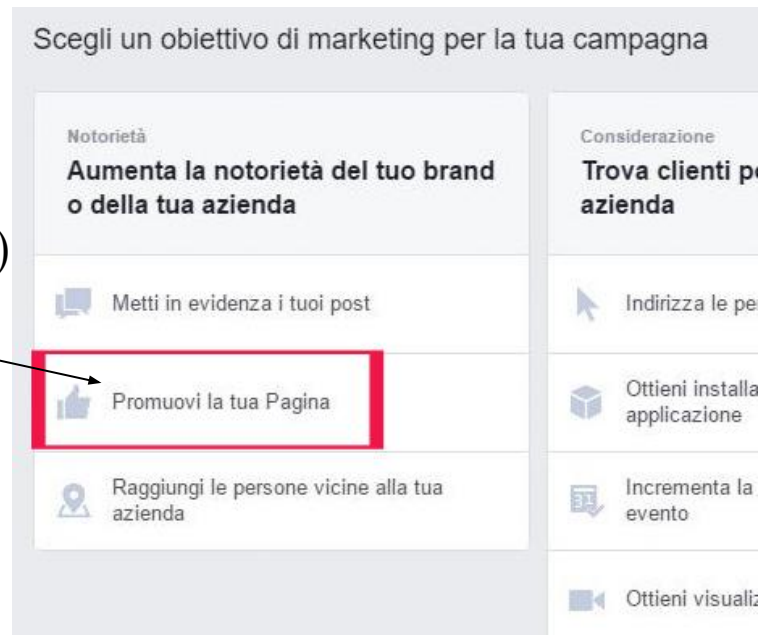
14 commenti Condivisioni: 258

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Facebook ADV

Suggerimenti nella creazione dell'inserzione

- Usa il tuo pubblico: se hai già tanti like..
Promuovi il tuo contenuto al tuo pubblico!
- Se non hai un pubblico investi un po' (es. 30€)
su una campagna **“promuovi la tua pagina”**
- Usa il **pixel di conversione** se è un link
- Fai Prove grafiche e/o di target con piccoli budget per vedere cosa performa meglio
- Sponsorizza post con risposta organica positiva (cioè prima fai post non sponsorizzati e poi se funzionano bene..



Bike Social Marketing

Creare la campagna - Facebook ADV

Suggerimenti nella creazione dell'inserzione

- **Ottimizza la dimensione** delle immagini in modo che non vengano tagliate nell'anteprima: (ecco perché c'è sempre bisogno di un grafico!)
 - Clic sul sito, conversioni su sito, risposta a evento: 1200 x 628 pixel.
 - Immagini nella sezione Notizie: 1200 x 900 pixel o 1200x1200
 - Immagini nella colonna destra: 254 x 133 pixel
 - Like sulla pagina: 200 x 444 pixel
- Il **copy** (testo) nel campo bici e ambientalismo funziona meglio se positivo e legato ad atti pratici o concreti
- Includi sempre una **call to action** nei tuoi annunci (“partecipa alle ciclo-escursioni”)
- Se possibile meglio usare immagini ad alta qualità e senza copyright
- Se hai poco budget, investilo su un paio di giorni e non allungare troppo la campagna.

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Analisi

Campagne					Prestazioni										Panoramica
☐	Nome della campagna	↑	⚠	Stato	Pubblicaz... ⬆	Risultati	Costo	Copertura	Visualizz...	Clic	CPM me...	CPC me...	% CTR	Spesa	Obiettivo
☐	Legno Casa Like pagina				● Completata	38 "Mi piace" sulla Pagina	€ 0,26 Per "Mi piace" sulla	1539	1779	45	€ 5,62	€ 0,22	2,530%	€ 10,00	"Mi piace" sulla Pagina

Analizziamo le promozioni (CTR, CPC, CPM, impressions..), dobbiamo sempre controllare che la promozione performi al massimo:

CTR: Click-Through Rate (in italiano tasso di clic), definito come “il numero di clic ricevuti diviso per il numero di volte in cui un’inserzione è mostrata su Facebook”. In breve: su 100 visualizzazioni di un’inserzione il numero di volte in cui viene cliccata, in percentuale.. Più è alto meglio è.. Da 3% in su è buono

Visualizzazioni: quante persone hanno “visto” l’annuncio

Click: persone che hanno cliccato

Costo per click (CPC): 10€ in totale.. 10 click? 1€ al click! (alto.. Buon rate è: 0.1€)

Costo ogni mille impressions (CPM): 10€, 1000 visualizzazioni? 10€ di cpm.. alto!

Bike Social Marketing

Il potere delle prove!

Cos'è lo Split Test?

Lo *Split Test*, che letteralmente significa “test diviso”, è una strategia di marketing che consiste nel mettere a confronto due diverse proposte per ogni elemento di una Pubblicità Facebook (testandole sul mercato una contro l'altra), allo scopo di verificare quale produca risultati migliori.

Cosa testiamo?

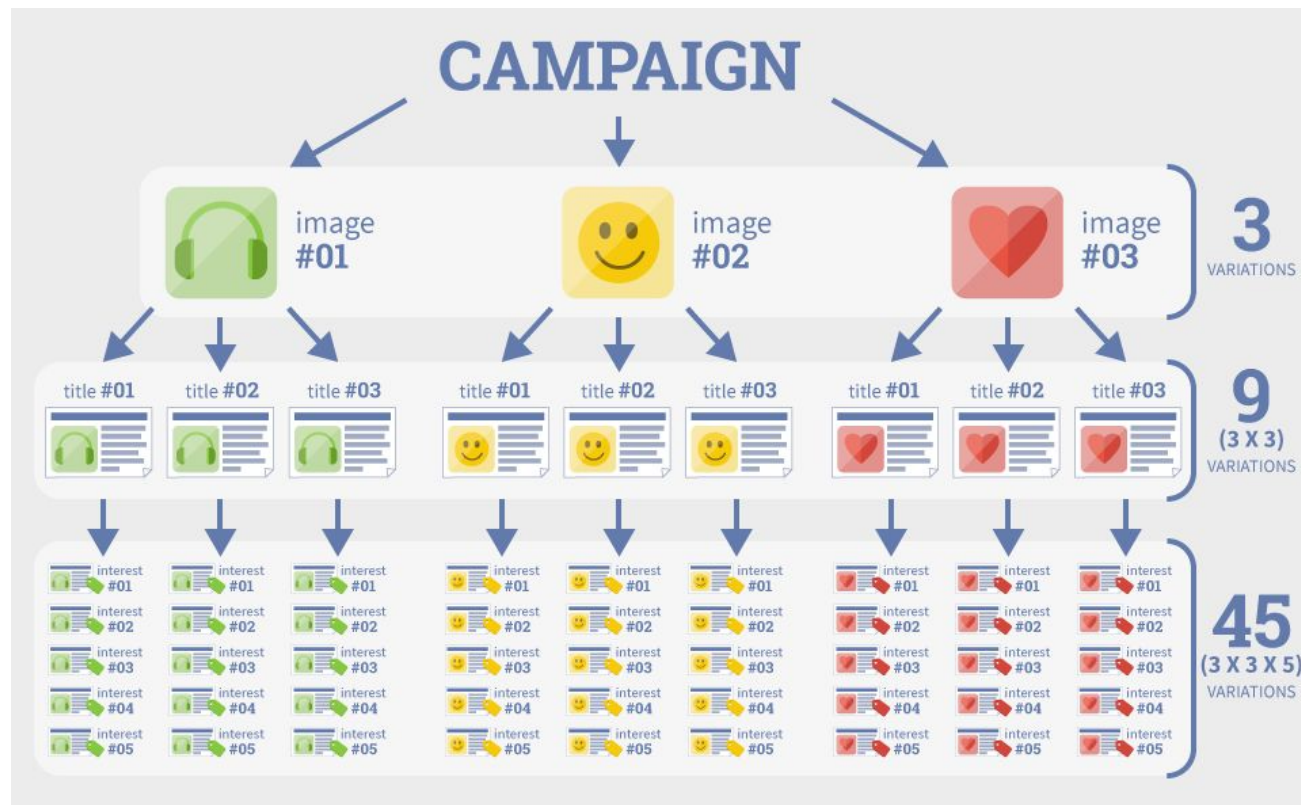
- I Colori degli elementi chiave (come le Call To Action)
- Le Immagini
- I Testi (meglio: “*Prova AdEspresso*” oppure “*Inizia a ottimizzare la tua Pubblicità Facebook con AdEspresso*”?)
- Le Call To Action (“*Iscriviti*” contro “*Ok, ci sto!*”)
- La posizione degli elementi (il modulo d'iscrizione è meglio a destra o a sinistra della pagina?)
- la targetizzazione dell'audience (meglio pubblicizzare alla categoria *Uomini* o a quella *Donne*?)

<https://adespresso.com/it/academy/blog/la-guida-definitiva-allo-split-test/>

Bike Social Marketing

Il potere delle prove!

La regola più importante è quella di darvi un elenco di priorità, scegliete quello che vi interessa di più testare e iniziate a produrre dei risultati affidabili, in base ai quali prendere delle decisioni in tempi il più possibile rapidi.



Bike Social Marketing

Il potere delle prove!



AdEspresso

Written by AdEspresso [?] · November 25, 2014 ·

[Free eBook] Are your Facebook Ads under-performing?
Download this unique collection of 500+ Facebook Ads by Top Brands
around the world and get inspired for your next campaign!



500+ Facebook Ads Examples Collection

Free Instant Download. Spy Top Brands' secrets to successful Facebook Ads.
3,000+ Marketers already got their copy, what about you?

EBOOKS.ADESPRESSO.COM/FACEBOOK-ADS-EXAMPLES | BY ...

Download



AdEspresso

Written by AdEspresso [?] · November 25, 2014 ·

[Free eBook] Are your Facebook Ads under-performing?
Download this unique collection of 500+ Facebook Ads by Top Brands
around the world and get inspired for your next campaign!



500+ Facebook Ads Examples Collection

Free Instant Download. Spy Top Brands' secrets to successful Facebook Ads.
3,000+ Marketers already got their copy, what about you?

EBOOKS.ADESPRESSO.COM/FACEBOOK-ADS-EXAMPLES | BY ...

Download

Su
conversione
download
video guida

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Fiab Parigi!

Torniamo a Fiab Parigi.. Cosa faremmo in pratica?

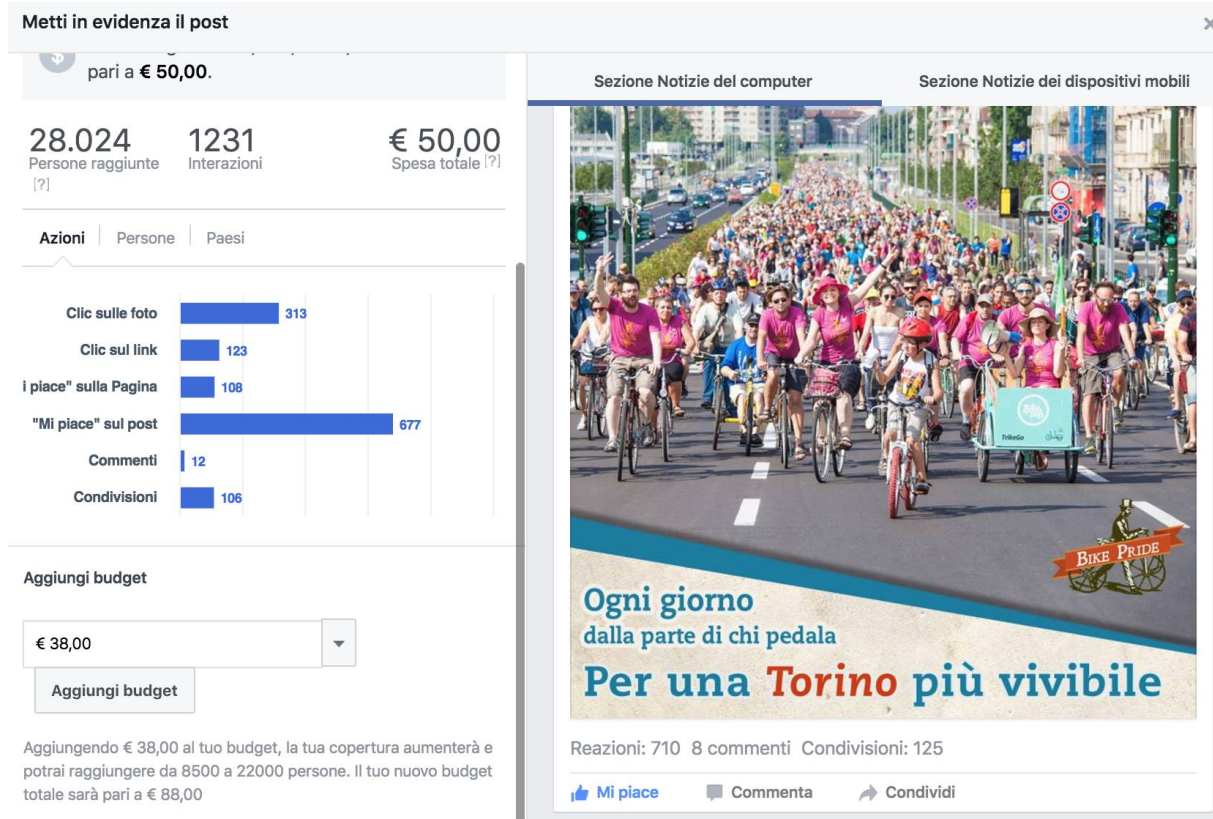
1. Creiamo una **pagina Facebook** e la arricchiamo di contenuti e informazioni
2. Creiamo un **sito web (blog?)** e una bella pagina di tesseramento online con modalità di pagamento rapido
3. Pubblichiamo dei **contenuti** veri e interessanti sul blog e li colleghiamo a FB
4. **Invitiamo** tutti i nostri amici a mettere like! Che lo faccia tutto il direttivo e i soci fondatori!
5. Facciamo una **campagna da 30€** targetizzata, geolocalizzata su Parigi e dintorni (20 km?) su obiettivo **Like Pagina** sperando di arrivare a 10 cent per like
6. Continuiamo a inserire contenuti (3 tipologie.. Link blog, immagini e video simpatici, link esterni)
7. Creiamo una **campagna di tesseramento** (link blog “promuovi una tua pagina web”) con 50 €.. 10€ da veicolare ai nostri fan, 40€ per il target.. E monitoriamola (ROI!)

Bike Social Marketing

Creare la campagna - Il report

Fine campagna.. report!

Ha funzionato? Se ho messo 50€ per il click sul sito web (pagina tesseramento) e ho ottenuto 3 tesserati (20€ per tesserato).. Ho raggiunto l'obiettivo!



Bike Social Marketing

Oltre Facebook!



Comunicare sempre con gli utenti.. Sono persone! **Se ci concentriamo solo sui social non va bene.** Tutta la comunicazione deve essere coordinata e in sinergia. Un contenuto importante deve uscire sul sito, pubblicato su Facebook e su altri social e magari uscire tramite un bel comunicato stampa..

E se si ha una newsletter anche una bella DEM può incidere, soprattutto se il proprio Data Base di utenti è segmentato (es. Lista ex associati e lista nuovi associati) con contenuti diversi!

E se è un evento o un contenuto veramente importante è bene organizzare una forma di promozione classica tramite **Flyer/cartoline**, banchetti, brochure.. I nostri utenti sono possibili tesserati e a volte hanno bisogno di materialità.. Come una bella gita di tesseramento!

Sitografia Facebook Marketing

<https://www.dariovignali.net/social-media-marketing-aziendale/>

<https://blog.hootsuite.com/it/come-creare-un-piano-di-social-media-marketing-in-6-passaggi/>

<https://webmarketingaziendale.it/6-strategie-social-media-marketing/>

<http://it-serv.it/strategia-social-media-marketing/>

<http://marketers.media/guida-facebook-ads-come-creare-campagna-che-genera-risultati/>

<https://trucchifacebook.com/facebook/guida/click-through-rate-ctr-facebook-ads/>

<https://trucchifacebook.com/facebook/acquisto-inserzioni-asta-copertura-frequenza-facebook-ads>

<http://www.ninjamarketing.it/2013/07/22/promuovere-un-evento-su-facebook/>

<https://adespresso.com/it/academy/blog/la-guida-definitiva-allo-split-test/>

Grazie

“Bike Social Marketing”

Fabio Zanchetta