

Indice generale

Introduzione	ix
Ringraziamenti	x
Capitolo 1	Dentro il social advertising..... 1
La pubblicità al tempo dei social network	2
Qualche numero.....	4
Consumatori sempre connessi	5
La situazione in Italia	6
I social media sono i nuovi spazi media	8
Facebook, il gigante che ha inglobato Instagram	10
Breve storia della pubblicità su Facebook	12
Come funziona la pubblicità su Facebook e Instagram.....	15
Capitolo 2	Investire nei social media.....17
Perché pagare dove tutto è gratis?	18
Una storia da comunicare, una storia da promuovere	20
Una strategia chiara: il primo passo per una campagna efficace.....	21
I passi necessari per definire una buona strategia	24
Capitolo 3	Usare gli strumenti giusti.....27
Tenere tutto sotto controllo con Business Manager.....	28
Pianificare con Gestione inserzioni.....	33
Gestire le inserzioni con Power Editor	38
Conoscere il pubblico con gli Insights sul Pubblico	41
Dal sito a Facebook: i Pixel	47
Capitolo 4	Individuare il target53
Studiare e conoscere il pubblico	54
Definire il target	55
Pubblico salvato	56

Per luogo.....	57
Per informazioni demografiche	58
Per interessi	64
Per comportamenti.....	66
Per connessioni.....	68
Pubblico personalizzato.....	69
Elenco di clienti	69
Visite sul sito web e Attività nell'applicazione.....	72
Pubblico simile	72

Capitolo 5 Definire gli obiettivi da raggiungere75

Conoscere gli obiettivi e scegliere le inserzioni più corrette.....	76
Una spinta ai contenuti, mettendo in evidenza i post.....	78
Raggiungere nuove persone e far conoscere la pagina	80
Da utenti a visitatori: traghettare i fan al sito.....	81
Tracciare e aumentare le azioni dei fan sul sito	84
Avete sviluppato un'app? Fatela conoscere!.....	85
Trovare nuovi utilizzatori della nostra app	87
Raggiungere nuove persone vicine al nostro punto vendita	87
È qui la festa? Aumentare i partecipanti al nostro evento.....	88
Sconti, promozioni, voucher... basta scegliere l'offerta, e Facebook la promuove	90
Aumentare le visualizzazioni del video	91
Raccogliere i dati dei fan con le Leads Ads.....	92
Non solo prodotti, ma anche valori: aumentare la brand awareness.....	94

Capitolo 6 Scegliere il messaggio95

Creare un messaggio d'impatto	96
Scegliere il formato giusto per l'obiettivo	102
Facebook Foto	102
Foto Instagram	104
Link Facebook.....	108
Link Instagram	112
Caroselli Facebook	114
Caroselli su Instagram	119
Canvas Facebook.....	120
Video Facebook	127
Video su Instagram.....	129
Facebook Page Like.....	129
Il posizionamento di una campagna.....	130

Capitolo 7 Calcolare l'investimento.....133

Individuare i risultati.....	133
Capire i costi e le ottimizzazioni	134

	Ipotizzare il budget	135
	Impostare il budget e la programmazione	138
Capitolo 8	Analizzare i dati	143
	Le metriche dei report: cosa analizzare	145
	Prestazioni	147
	Pubblicazione	148
	Interazioni	149
	Interazioni con il video	150
	Interazioni con l'applicazione	151
	Interazioni con le inserzioni carosello	151
	Prestazioni e clic	152
	Tra dispositivi	152
	Personalizzare le colonne	153
	Dettagli in base alla pubblicazione	154
	Analizzare i dati con Power Editor	157
Capitolo 9	Ottimizzare la campagna	161
	Gli A/B Test	162
	Come creare un A/B Test	164
	Fare un test in un Gruppo di inserzioni	165
	Fare un test nelle Inserzioni	169
Appendice	Investire negli altri social network	173
	Twitter: come sponsorizzare in 140 caratteri	174
	Gli obiettivi delle Twitter Ads	174
	Impostare la programmazione e il budget	177
	Il targeting su Twitter	179
	La creatività delle Twitter Ads	183
	Monitorare i risultati delle campagne	184
	LinkedIn: far crescere il profilo aziendale	184
	Scegli la campagna e il formato Ads	184
	Le opzioni di targeting	185
	Costi e budget	187
	YouTube: visualizzazioni e parole di ricerca	188
	I formati Ads di YouTube	188
	Il targeting dei video su YouTube	192
	La misurazione dei risultati	192
Conclusioni	195
Indice analitico	197