

Il programma

Introduzione a Facebook advertising

- Sfera dell'interesse (domanda latente) vs Sfera del bisogno (domanda consapevole)
- Perché e quando utilizzare Facebookads
- Come funziona il sistema di advertising
- Cosa posso sponsorizzare e cosa no?
- Quanto budget mi serve?
- Che risultati posso ottenere?

Affrontare un progetto: creazione e ottimizzazione Business Manager e account

- Cos'è un Business Manager e come crearlo
- Utenti, pagine e account pubblicitari
- Gestione utenti e permessi
- Creazione dell'Account Pubblicitario
- Gestione Fatturazione e pagamenti

Affrontare un progetto: le basi dell'advertising

- Teoria e tecnica dell'advertising su Facebook
- Cosa sono i pubblici e a cosa servono
- Pubblici salvati, simili e personalizzati
- Creazione di *Lookalike* e spiegazione del loro funzionamento
- Gli obiettivi di advertising: cosa sono e come funzionano, quali obiettivi usare e quando
- Come scegliere il target giusto
- Durata delle campagne

Affrontare un progetto: creazione di una campagna

- Creazione di una campagna Facebook
- Struttura di una campagna Facebook
- La scelta dell'obiettivo
- La scelta del tipo di pubblico
- La scelta delle caratteristiche anagrafiche e demografiche
- Gli interessi: cosa sono e come funzionano
- I posizionamenti
- Come impostare il budget e con che logica
- I formati delle inserzioni
- Come creare un'inserzione (PRATICA) e accenni di CBO (Campaign Budget Optimization)
- Che tipo di testo usare
- Che tipo di immagine usare
- Che tipo di Call to Action usare
- Come strutturare una fase di test iniziale (PRATICA)

Affrontare un progetto: come creare una campagna di generazione contatti

- Cosa sono e come funzionano le Lead Ads
- Come implementarle?
- Come fare una campagna di generazione contatti fuori Facebook?
- Trucchi e consigli pratici

Tracciamento: la fase fondamentale del progetto

- Come tracciare i risultati
- Cos'è il Facebook Pixel?
- Come funziona e a cosa serve?
- Come implementarlo sul nostro sito?
- Come controllare se funziona?
- Come vedere i dati su Facebook?
- Quali dati vedere?
- Come valutare l'andamento delle nostre campagne? (PRATICA)

Esempi pratici:

- Caso studio di attività locale
- Caso studio di PMI
- Caso studio di azione di generazione contatti
- Q&A