

# obiettivofacebook

Traffico Mirato con il Sito più Grande al Mondo!



## INFORMAZIONI LEGALI

L'Editore e/o l'autore, nel creare questa pubblicazione, si è impegnato ad essere il più accurato e completo possibile, ciononostante non garantisce né afferma, in nessun momento, che i contenuti presenti siano accurati, per via della natura stessa di Internet di evolvere rapidamente.

Anche se sono stati compiuti tutti gli sforzi per verificare le informazioni fornite in questa pubblicazione, l'Editore e/o l'autore non si assume nessuna responsabilità per errori, omissioni, od interpretazioni errate dell'argomento. Qualsiasi offesa percepita a specifiche persone, gruppi, od organizzazioni è involontaria.

Questo libro non è destinato ad essere usato come fonte di consigli legali, aziendali, contabili o finanziari. A tutti i lettori si suggerisce di rivolgersi a professionisti competenti per i servizi in ambito legale, aziendale, contabile e finanziario.

Anche se esempi di risultati ottenuti in passato potrebbero essere utilizzati occasionalmente in questo lavoro, essi hanno puramente scopo esemplificativo. Nessuna supposizione viene fatta, o resa implicita, che il lettore li otterrà a sua volta grazie all'uso delle strategie, metodi, sistemi, o idee suggerite.

L'Editore e/o l'autore non si assume nessuna responsabilità o vincolo, di nessun tipo, per quello che scegli di fare con queste informazioni. Usate la vostra testa.

Qualsiasi offesa percepita a specifiche persone od organizzazioni, e qualsiasi somiglianza a personaggi viventi, morti, reali o fittizi, è puramente involontaria.

Con i libri di consigli pratici, come per qualsiasi altra cosa nella vita, non c'è garanzia di ottenere un guadagno. I lettori sono invitati ad affidarsi al loro giudizio per comportarsi in modo appropriato in base alle loro circostanze individuali

## **ESCLUSIONE DI RESPONSABILITA'**

Le informazioni contenute in questo documento sono da intendersi esclusivamente a scopo educativo.

Ogni sforzo è stato fatto per fornire informazioni accurate, aggiornate, affidabili e complete. Nessuna garanzia di nessun tipo è espressa o resa in modo implicito. I lettori riconoscono che l'autore non fornisce consigli di tipo legale, finanziario o professionale.

Leggendo qualsiasi documento, il lettore accetta che l'autore non è responsabile, in nessuna circostanza, per qualsiasi perdita, diretta o indiretta, che derivi dall'uso delle informazioni contenute all'interno di questo documento, incluse - ma non limitate a - errori, omissioni, o inaccurately.

© Facebook Marketing

- Facebook è un marchio registrato. Questa pubblicazione e i prodotti e i servizi offerti o raccomandati in questa pubblicazione non sono associati, affiliati, sostenuti, o sponsorizzati da Facebook, nè sono stati valutati, testati o certificati da Facebook.

# Indice dei Contenuti

Introduzione al Facebook Marketing.....	5
Guida Passo Passo per Creare la tua Pagina Ufficiale Virale.....	7
Crea la tua Lista con la Pagina Ufficiale.....	23
Fai Split Test con le tue Campagne.....	27
Migliora la tua Pagina Ufficiale per una Massima Visibilità.....	31
Aumenta il Traffico con i Canali Pubblicitari di FaceBook.....	40
Incrementa il tuo CTR.....	46
Rispetta le Regole di FaceBook.....	48
Imposta la tua Offerta Massima Giornaliera.....	51
CPC vs. Annunci ad Impression.....	52

## Introduzione al Facebook Marketing

Facebook è attualmente il Social Network più grande ed importante al mondo, con più di 500 milioni di utenti attivi che accedono al loro account Facebook ogni giorno! Con tutti questi visitatori giornalieri, questo sito è tra i più visitati di sempre e la sua comunità continua a crescere a dismisura di giorno in giorno, oltre ad essere un potente strumento, forse indispensabile per chiunque si occupi di web marketing o voglia costruire un proprio business online.

Questo perchè Facebook non è solo un sito con molti visitatori rispetto agli altri social network, ma anche offre anche la possibilità di esplorare nuovi mercati, valutare il potenziale di queste nicchie e comunicare con dei potenziali clienti in un modo che è completamente nuovo e diverso dagli altri.

Inoltre, tieni presente che puoi utilizzare Facebook anche per individuare gruppi di persone specifici all'interno della tua segmentazione di mercato, e che sono rintracciabili in base ai loro interessi, sesso, luogo o esperienze, dandoti l'incredibile opportunità di creare campagne pubblicitarie incredibilmente mirate e su misura per queste persone!

Dimentica quindi costose campagne in Pay per Click (PPC), dove sei costretto a creare delle offerte a casaccio, passare ore ad analizzare i vari trend del mercato o riscrivere nuovamente i tuoi gruppi di annunci solo per migliorare il tuo CTR.

Con l'introduzione della pubblicità su Facebook, oggi è possibile creare delle campagne incredibilmente mirate, selezionando solo un target preciso

di utenti, in modo da convertire molto di più, e ad un costo molto più economico rispetto al passato, soprattutto se confrontato con i costi di Google AdWords!

Con Facebook, hai addirittura due modi diversi con la quale è possibile costruire campagne pubblicitarie ad alta conversione, che aumenteranno immediatamente i tuoi profitti.

**I due metodi sono:**

1. Sviluppare una tua Pagina Ufficiale mirata ed attiva
2. Creare una Campagna pubblicitaria

Naturalmente se vuoi migliorare la tua visibilità ed i tuoi guadagni online, non posso che consigliarti di sfruttare entrambe queste possibilità di auto-promozione, partendo da un'unica Pagina Ufficiale di Facebook, utile per creare e sviluppare il tuo personal brand su Internet.

In questo libro, sto per mostrarti esattamente come costruire con grande efficacia la tua Pagina Ufficiale, e la formula precisa che io stesso utilizzo per creare campagne pubblicitarie Facebook che convertono e che ti aiuteranno ad aumentare vertiginosamente le tue vendite e guadagni, oltre naturalmente ad incrementare la tua visibilità, il tutto pagando meno della metà rispetto ai canali pubblicitari tradizionali come il già citato Google AdWords!

Bene, senza ulteriori indugi, consentimi di iniziare ad aiutarti a costruire le fondamenta che daranno poi vita al tuo business online con Facebook, con un'immediata accelerazione di traffico web e guadagni!

## Guida Passo passo per Creare la tua Pagina Ufficiale Virale

Come abbiamo detto in precedenza, di tutti i social network oggi esistenti su Internet, Facebook è il più popolare, superando sia Twitter che MySpace, essendo di fatto il principale sito di community online.

Con milioni di utenti che accedono ai loro account ogni giorno, non è mai stato così facile interagire con il tuo potenziale mercato, costruirsi una reputazione come fonte di informazioni, contenuti o prodotti di qualità (a seconda del tuo genere di business) e generare la massima visibilità per un marchio o sito web.

Facebook offre l'opportunità di creare pagine personalizzate, denominate "fan page" o più in generale, "pagine ufficiali".

È possibile utilizzare queste pagine ufficiali per generare visibilità, costruirsi una reputazione nel proprio mercato di nicchia, sondare le prospettive di business, valutare i mercati, creare mailing list o newsletter e generare traffico verso offerte esterne, compresi gli annunci di tipo CPA, i prodotti in affiliazione e, naturalmente, i propri prodotti e servizi.

La prima cosa da fare è aprire un account su Facebook. I termini e le condizioni prevedono espressamente che si possa avere un solo account e che si debba utilizzare il proprio nome reale al momento della registrazione.

**È possibile iniziare andando su >> <http://www.Facebook.com>**

Con una pagina ufficiale, è possibile comunicare direttamente con il proprio target di riferimento, che a sua volta aiuterà a vendere più prodotti, a convogliare più traffico verso il proprio sito web, e a migliorare le relazioni con i clienti.

Le pagine ufficiali contribuiscono peraltro a stabilire, consolidare e far crescere il tuo brand in modo che, anche se si sta appena iniziando un business online nuovo di zecca, puoi farti rapidamente un nome nel tuo mercato.

Queste pagine ufficiali comunque ti offriranno molti altri vantaggi, tra cui:

- La possibilità di **valutare** e condurre **ricerche di mercato immediatamente**.
- La capacità di **ottenere credibilità** nel tuo mercato.
- **L'accesso diretto a oltre 500 milioni di utenti attivi**.
- La capacità di **generare traffico illimitato verso il proprio sito**.
- La possibilità di **costruire** rapidamente (e facilmente) **mailing list mirate** in qualsiasi mercato.
- Creare rapidamente un **effetto virale dei tuoi siti, prodotti o servizi** – ottenendo così una maggiore visibilità!
- Dal momento che Facebook ha un peso rilevante all'interno dei principali motori di ricerca, la creazione di una pagina ufficiale è anche un metodo molto semplice per **ottenere visitatori velocemente e per generare traffico organico** sia nella pagina ufficiale sia in altre pagine web, perfino nei tuoi blog e siti web personali.



Per iniziare a costruirsi su Facebook una pagina ufficiale di qualità e mirata, è necessario creare un piano d'azione che farà da guida dall'inizio alla fine del tuo percorso. I passaggi di questo piano sono:

### - L'obiettivo della propria Pagina Ufficiale

Qual è lo scopo della pagina? Quali sono gli obiettivi? Quale messaggio trasmette la pagina al tuo pubblico?

### - Il pubblico della Pagina Ufficiale

Chi trarrà beneficio dalla pagina? Chi è il visitatore tipo? Che cosa si è in grado di offrire che dia valore e stabilisca una connessione con i potenziali clienti?

### - Il tuo sistema delle Pagine Ufficiali

La pagina sarà utilizzata per promuovere e vendere un prodotto o un servizio? La fan page verrà utilizzata per generare contatti, creare una mailing list o promuovere prodotti in affiliazione? La pagina verrà semplicemente utilizzata per promuovere il brand, stabilire la credibilità nella propria nicchia e costruire la tua visibilità?

Con Facebook, non c'è nessun limite al numero di fan page che si è in grado di creare, perciò è importante creare pagine individuali per ogni nicchia in cui si lavora, così come per ogni prodotto o servizio esclusivi offerti.

Evita di affollare tutte le tue offerte in una sola pagina, ma costruisci una "pagina madre", per poi creare delle "sotto-pagine" che si diramano dalla pagina principale. In questo modo, **si può direttamente mirare a fasce specifiche del mercato**, e creare **single offerte** su misura per ogni base clienti di cui si dispone.

**Nota importante:**

Tieni presente che ogni pagina che si crea può essere collegata al proprio account Facebook principale, in modo che i tuoi amici e visitatori di Facebook possano trovarla facilmente; tuttavia ogni Fan Page di Facebook che si crea è anche considerata una pagina individuale ed esclusiva.

Questo rende estremamente facile puntare verso più nicchie, tutte dall'interno del proprio account di Facebook, ed estendere la copertura a molti mercati diversi, facilmente, senza dover creare più account Facebook.

Infatti, secondo le condizioni di servizio di Facebook, agli utenti è consentito avere un solo account Facebook, per cui si devono rispettare i termini e le linee guida se non si vuole perdere il proprio account.

Una volta create pagine multiple sarà possibile accedere a tutte le pagine diverse dal proprio account principale cliccando sul link "Account" dal proprio profilo Facebook. Seleziona "Gestisci Pagine" per modificare o rivedere le pagine esistenti che sono state create, o per eliminare le pagine dalla comunità Facebook nel caso in cui non si desidera più renderle visibili.

La creazione di pagine Facebook è incredibilmente facile, anche se è la prima volta che ci ti agginci a farlo. Quella che segue è una guida passo passo per iniziare.

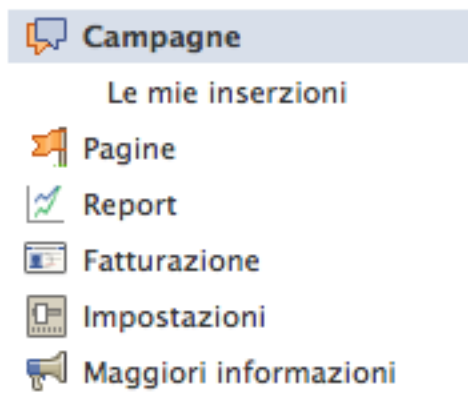
## Passo 1: Creare il proprio account Facebook

È possibile impostare il proprio account Facebook andando su <http://www.Facebook.com>

Prima di iniziare a costruire le proprie pagine su Facebook, occorre completare il proprio profilo, tra cui l'URL del proprio sito web, il tuo nome completo, le immagini personali o della propria azienda, e una breve descrizione. Più completo sarà il tuo account Facebook principale, più facile sarà convincere i visitatori a esplorare le fan page, e diventare membro attivo delle pagine della community create.

Nel caso in cui si abbia già un account, accedi alla pagina principale e scorri verso il basso fino a visualizzare "**Pubblicità**" come illustrato di seguito:

Clicca sul link "Pagine" nel menu di navigazione a sinistra:



In alternativa, puoi andare direttamente sulla pagina all'indirizzo web <http://www.Facebook.com/pages/create.php>

Ora devi compilare il modulo "Pagina Ufficiale" per impostare la tua prima Fan Page!

### Crea una Pagina

#### Pagina sociale

Conquista nuovi sostenitori della tua causa o del tuo ideale creando una Pagina sociale. Se la Pagina diventa estremamente popolare (conquistando migliaia di fan), sarà automaticamente adottata e mantenuta dalla comunità di Facebook. [Maggiori informazioni.](#)

**Nome della Pagina:**

(esempi: Vota Mario Rossi, Riciclaggio e ambiente)

[Crea Pagina sociale](#)

#### Pagina ufficiale

Crea e mantieni una Pagina Facebook ufficiale per comunicare con clienti e fan.

**Crea una Pagina per:**

Un'impresa locale

**Un marchio, un prodotto o un'organizzazione:**

Prodotti

Un artista, un gruppo musicale o un personaggio pubblico

**Nome della Pagina:**

(esempi: Bar dello sport, Trio Jazz Perugia)

Sono il rappresentante ufficiale di questa persona, azienda, gruppo o prodotto e dispongo dell'autorizzazione a creare questa Pagina.  
[Leggi le condizioni d'uso di Facebook](#)

[Crea Pagina ufficiale](#)

A questo punto scegli il tipo di pagina ufficiale che vuoi creare, come ad esempio lo sviluppo di una pagina riguardante una specifica azienda. Scegli ad esempio "Marchio, Prodotto o Organizzazione", se hai intenzione di promuovere un business online o offrirne uno proprio. Inserisci un nome per la tua pagina e salva.

**Nota:** Si consiglia di integrare parole chiave mirate durante la creazione di un titolo per le tue pagine. Siccome le Fan Page sono note per collocarsi rapidamente nei motori di ricerca, se inserisci una specifica (e strategica) parola chiave che viene spesso utilizzata dai potenziali clienti come titolo, questo contribuirà a rafforzare il posizionamento nei motori. Le parole chiave della fan page aiuteranno anche i visitatori online a localizzare le proprie pagine.

Successivamente, dovrai scegliere una categoria per la propria pagina. Questa è una parte importante del procedimento perché, come le parole chiave, anche la categoria aiuta a definire il mercato e a collocare la pagina nel punto cui otterrà la massima visibilità possibile. Sfoglia le opzioni disponibili per le categoria e scegli la migliore, in base all'argomento della propria pagina.

Dopo aver creato lo "scheletro" della tua pagina, potrai iniziare a personalizzarla, aggiungendovi ad esempio delle schede.

È possibile aggiungere tante schede quante si desidera, con ciascuna che offre accesso ad una specifica area della pagina, come "Info", "FAQ", o "Newsletter" ad esempio.

Mi raccomando, scegli con cura le schede in modo che ogni segmento o zona della Fan Page offra un valore ai tuoi potenziali clienti e visitatori, e contribuisca a dare visibilità all'azienda e al marchio.

Quando creo delle pagine per il mio business online, inserisco sempre una pagina di "Informazioni" che fornisce i miei dati di contatto, i miei obiettivi aziendali generali e le informazioni personali su chi sono e cosa ho da offrire. Poi inserisco anche una scheda "Newsletter", così da poter acquisire contatti e fornire un valore offrendo report in PDF settimanali o news via eMail mensili specificamente rivolte alla mia nicchia di riferimento.

La scelta del numero e il tipo di schede utilizzate è una tua scelta, ma è bene utilizzare queste aree della pagina in modo efficace, in modo che siano in grado di coinvolgere e comunicare direttamente con il tuo pubblico.

Ecco un esempio di una fan page di Facebook con varie schede presentato da uno stimato Internet Marketer, Daniele D'Ausilio:

**Daniele D'Ausilio - Esperto di Internet Marketing e Guadagno Online**

Bacheca Info Foto Video Eventi Newsletter +

Condividi: Stato Foto Link Video

Scrivi qualcosa...

Daniele D'Ausilio - Esperto di Internet Marketing... + altri

Solo Daniele D'Ausilio - Esperto di Internet Marketing... Solo altri Spam

Impostazioni

**Daniele D'Ausilio - Esperto di Internet Marketing e Guadagno Online**  
<http://www.centroinformazioni.net/>

Progetto S.E.M.  
Marketing Spy  
Il Marketing Online

Come puoi vedere dall'immagine qui sopra, Daniele ha integrato più schede nella sua pagina di Facebook, tra cui la "Bacheca", dove le persone possono inserire commenti o domande, "Info", dove Daniele è in grado di fornire informazioni su se stesso e il suo business online, "Foto", "Video", e un form per l'iscrizione alla sua "Newsletter" e una scheda "Eventi" per organizzare il lancio dei suoi prodotti.

Le schede aiutano a organizzare al meglio la pagina ufficiale, e danno l'opportunità di interagire con i visitatori, incoraggiando tutti coloro che atterreranno sulla fan page a cliccare sul pulsante "Mi piace" e diventare un abbonato alla pagina.

I video sono un ottimo modo per aggiungere interazione alla pagina. È possibile creare video che semplicemente danno il benvenuto agli utenti Facebook alla propria pagina, o sviluppare dei video che mettono in risalto i prodotti, evidenziano le offerte, e incoraggiano i visitatori a iscriversi alla newsletter, scaricare un'offerta libera, o semplicemente a fare clic sul pulsante "Mi piace"!

**Risorsa**>> Se si è alla ricerca di un modo veloce e conveniente per delegare ad un servizio esterno le tue creazioni video, basta andare su <http://www.creaguadagni.com/videotrailer/> per conoscere i dettagli sul loro servizio di video promozionali personalizzati a meno di 200€!

Marketer come Daniele D'Ausilio non sono i soli a sfruttare la potenza dei video all'interno delle loro Pagine ufficiali. Anche le grandi società come Coca Cola e il suo concorrente principale, Pepsi, hanno creato delle Fan Page che offrono contenuti video, oltre alle informazioni sui loro prodotti, concorsi e molto altro!

Riferimenti>> <http://www.facebook.com/pepsi>

I video sono una componente comune nella costruzione di pagine popolari e c'è una buona ragione. I video infatti interagiscono e si collegano bene con il tuo target di riferimento come un testo tradizionale semplicemente non riesce a fare.

Con un video è possibile esprimere emozioni, sviluppare eccitazione, e aumentare la tua influenza sociale attraverso testimonianze video e feedback dai tuoi clienti o fonti riconosciute nel mercato, il tutto grazie alla potenza del video.

Inoltre, se si ha l'accortezza di assumere un professionista per i tuoi video, questi video serviranno come sorprendente presentazione dei tuoi prodotti o servizi, allo stesso modo in cui uno spot televisivo lavora per esprimere un messaggio al suo pubblico e poi lo incita a prendere iniziative (il servizio che ti ho citato prima serve proprio a questo).

I video sono inoltre potenti strumenti di marketing anche in un altro modo: possono essere **rapidamente diffusi in modo virale**.

Se si crea un video che è divertente, originale e che veramente comunica con il tuo target di mercato, si potrebbe rapidamente diffondere, in quanto sempre più persone lo trasmettono ad altre.

È bene quindi aggiungere quanto più valore e informazioni possibili alle tue pagine ufficiali, in modo da riuscire a creare il tuo brand e consolidare le tue relazioni con la tua nicchia di mercato.



Come vedi quindi, considerare le diverse cose che è possibile offrire sulla propria Fan Page, non solo aiuta a dimostrare il proprio interesse e impegno nell'offrire del valore ai tuoi visitatori, ma riuscirai anche a stabilire dei contatti e dei rapporti di fiducia con il tuo mercato.

Ecco quindi alcune cose da considerare quando crei la tua Fan Page di Facebook:

- Creazione di Video Tutorial
- Informazioni sui tuoi prodotti, come report gratuiti, ebook o file
- Informazioni proprietarie ed esclusive, come ad esempio interviste
- Newsletter
- Coupon speciali, offerte scontate e vendite a numero limitato.

Tieni presente che è possibile aggiungere o modificare le schede in qualsiasi momento, quindi se sei del tutto sicuri di quello che dovresti includere, inizia con una pagina contenente "Info" e "Newsletter" che dovrebbero essere standard ed espandi i tuoi servizi man mano che diventi più esperto nella creazione e nella gestione della pagina.

Se non si è sicuri di cosa offrire nella fan page, prendi anche in considerazione l'idea di dedicare del tempo per valutare i vari mercati online e determinare quello che credi si adatti meglio alla vendita di prodotti o servizi con discreto successo e quindi crea una semplice versione di questi prodotti gratuitamente, da offrire nella tua pagina.

Se non riesci a creare un offerta gratuita da solo, affidati a liberi professionisti o scrittori qualificati. Ad esempio io sono riuscito a trovare molti autori di alto livello che hanno creato tutto, dai report agli ebook che io offro ai visitatori nelle mie pagine.

È inoltre possibile trovare creatori di video e scrittori professionisti che possono aiutare a sviluppare una presentazione di qualità per la propria fan page.

Qui ci sono i migliori siti dove trovo i freelance e gli articolisti a cui mi avvalgo:

<http://www.AlVerde.net/forum>

<http://www.GiorgioTave.it/forum>

Una delle componenti più importanti di una fan page di successo è una opt-in box integrata. Grazie all'integrazione di un codice opt-in nelle proprie pagine, sarà possibile acquisire contatti e cominciare a creare una mailing list mirata, e se già lavori su Internet da un pò di tempo, allora saprai già quanto sia importante e utile una mailing list attiva per il successo del tuo business online.

L'integrazione di una opt-in box nel account facebook è relativamente facile, tuttavia è necessario iscrivere un proprio account con un servizio di autorisponditore professionale al fine di raccogliere contatti, gestire le iscrizioni e comunicare con i propri iscritti.










Ci sono molti diversi servizi di autoresponder online, tra cui <http://www.aweber.com> e <http://www.GetResponse.com>, ognuno con caratteristiche, servizi e prezzi diversi.

Una volta aperto l'account, dovrai creare una newsletter, in modo da poter generare il codice opt-in effettivo, vale a dire quel famoso "modulo" da far compilare al visitatore in modo che egli possa lasciare il suo indirizzo email e iscriversi per essere nuovamente contattato da te. Questo codice verrà posto nella tua pagina Facebook in modo da poter iniziare la raccolta dei contatti.

### **Ecco come impostarlo:**

Dall'area dove è possibile modificare la Fan Page di Facebook, fai clic su "Applicazioni" dal menu di navigazione sulla sinistra come mostrato qui sotto:

**Daniele D'Ausilio – Esperto di Internet Marketing e Guida**

-  Gestisci autorizzazioni
-  Informazioni di base
-  Immagine del profilo
-  Marketing
-  Gestisci amministratori
-  **Applicazioni**
-  Mobile
-  Insights →
-  Centro assistenza →

**Applicazioni aggiunte**



**Eventi**  
 Con Eventi Facebook, puoi organizzare feste e riunioni con i tuoi amici, p degli eventi in programma.  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)



**Foto**  
 Con Facebook Photos, puoi caricare un numero illimitato di album sul tuo ruotarle e taggare i tuoi amici.  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)

Cerca il plugin "FBML", un'applicazione che ti aiuterà a creare codici opt-in direttamente dall'interno della propria pagina ufficiale Facebook.

(L'applicazione appare spesso in quella stessa pagina, per cui ti basta scorrere verso il basso e controllare per vedere se viene proposto tra le "Applicazioni Aggiunte", come illustrato di seguito):

-  Gestisci autorizzazioni
-  Informazioni di base
-  Immagine del profilo
-  Marketing
-  Gestisci amministratori
-  **Applicazioni**
-  Mobile
-  Insights →
-  Centro assistenza →

**Applicazioni aggiunte**



**Eventi**  
 Con Eventi Facebook, puoi organizzare feste e riunioni con i tuoi amici, puoi anche avvisare le persone della tua comunità degli eventi in programma. ×  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)



**Foto**  
 Con Facebook Photos, puoi caricare un numero illimitato di album sul tuo profilo di Facebook. Puoi inoltre riordinare le foto, ruotarle e taggare i tuoi amici. ×  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)



**Video**  
 Facebook Video fornisce una piattaforma video ad alta qualità per le persone e le pagine su Facebook. Con Video puoi caricare filmati, inviarli dal tuo cellulare e registrare messaggi video per i tuoi amici. ×  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)



**Link**  
 Con gli elementi pubblicati di Facebook, è possibile condividere qualsiasi cosa su Internet da aggiungere al tuo profilo. Puoi pubblicare siti web, blog, video e brani musicali, così come contenuti su Facebook, come profili, foto, appunti, gruppi ed eventi. ×  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#)



**Newsletter – FBML**  
 Aggiungi funzionalità avanzate alla tua pagina utilizzando l'applicazione Facebook Static FBML. Questa applicazione aggiungerà un riquadro alla tua pagina in cui potrai eseguire il rendering di HTML o FBML (Facebook Markup Language) per una personalizzazione avanzata della pagina. ×  
[Vai all'applicazione](#) · [Modifica impostazioni](#) · [Collega a questa scheda](#)

Una volta individuato "FBML", fai clic su "Aggiungi Applicazione", quindi seleziona "Vai all'Applicazione".

Ora dovrai aggiungere un titolo alla scheda, come "Newsletter", o "Corso Gratis" se hai intenzione di offrire qualcosa in regalo in cambio dell'iscrizione alla tua newsletter, come ad esempio un corso con lezioni inviate tramite email e quindi incollare il codice opt-in che genera il tuo account autoresponder.

↔ **Modifica FBML**

Titolo del riquadro:

FBML: 

Inserisci qui il tuo Codice Autorisponditore

Attualmente hai i seguenti riquadri FBML sulla tua Pagina:  
[Aggiungi un altro riquadro FBML](#)

Apporta le modifiche necessarie sulla base della combinazione di colori o delle dimensioni del tuo opt-in box creato con l'autoresponder, e quindi salva la pagina.

**FATTO!**

**Suggerimenti:** Il tuo scopo come accennavo prima, deve essere quello di fornire degli incentivi ai visitatori per iscriversi alla propria newsletter, perciò è bene prendere in considerazione la possibilità di offrire un report, una lezione, un coupon o anche un' anteprima gratuita, come ad esempio il primo capitolo su un tuo eBook a pagamento.

Una volta fatto questo, imposta l'autorisponditore in modo che invii la tua offerta gratuita immediatamente, così che coloro che confermano la loro richiesta per entrare nella lista ricevano quello che hai promesso senza dover aspettare.

Assicurati che seguano successivamente altre sequenze di e-mail che offrono contenuti e informazioni utili e, naturalmente, i tuoi prodotti e servizi.

Davvero niente male come inizio, ma le nostre strategie avanzate non finiscono di certo qui, nel prossimo capitolo di questo speciale eBook infatti vedremo altre numerose tecniche per creare una mailing list di successo tramite la tua pagina su Facebook!

## Crea una Lista con le tue Pagine Ufficiali

Ora che la opt-in box è stata integrata nella tua pagina di Facebook, è importante stabilire un sistema che manterrà la lista sempre aggiornata e attiva. Occorre sempre stabilire una comunicazione coerente con ogni nuovo iscritto alla lista, in modo che la lista non "si raffreddi".

Costruire relazioni con i propri iscritti è una componente essenziale per riuscire a monetizzare con la tua mailing list, e tutto ha inizio dal primo giorno in cui qualcuno s'iscrive alla lista.

Si dovrebbe iniziare a fornire informazioni di qualità sotto forma di articoli, o link diretti a post del tuo blog o aggiornamenti del sito. È possibile anche allegare un valore aggiunto, offrendo altri tipi di contenuti, tra cui video, file di lavoro, tutorial e guide.

La costruzione della lista contribuisce anche a facilitare la conversione degli iscritti in clienti veri e propri, in quanto una volta che un potenziale cliente è stato aggiunto alla mailing list, si è in grado di sviluppare un rapporto con lui, che favorirà le vendite e le replicherà (questo costituisce nella grande maggioranza del tuo guadagno dall'e-mail marketing).

La tua sequenza di email automatiche in follow-up deve avere almeno 10 messaggi diversi creati in precedenza e programmati per raggiungere il pubblico man mano che imparano a conoscerti attraverso ciò che offri.

È quindi possibile trasmettere messaggi promozionali tra gli aggiornamenti programmati, facendo risparmiare tempo e risorse, pur continuando a costruire un rapporto con gli iscritti ed evitando che la tua lista si congeli.

Puoi sempre modificare la sequenza semplicemente accedendo al tuo account sull'autorisponditore e modificando i tempi di consegna, o rimuovendo dei messaggi di posta elettronica e sostituendoli con nuovi messaggi in qualsiasi momento, se vuoi rinnovare i tuoi messaggi.

Indipendentemente da come lo si imposta, occorre sempre fare in modo che i tuoi iscritti ricevano l'offerta promozionale immediatamente dopo aver confermato la loro richiesta e che ricevano un'altra e-mail (con contenuti gratuiti) entro 72 ore dalla richiesta dell'offerta gratuita.

Ad esempio, se nella tua pagina Facebook offri un report gratuito su come addestrare il proprio cane, ed io ne sono interessato, iscrivendomi alla tua lista dovrei ricevere immediatamente un messaggio email dove non solo posso scaricare il report gratuito che ho richiesto, ma anche venire a conoscenza di un tuo eBook molto più approfondito al riguardo, e che posso acquisire per 40€. Dopo qualche giorno poi, ricevo una nuova email con ulteriori dritte e consigli sull'addestramento del cane, senza che mi venga chiesto nulla in cambio da acquistare.

In questo modo, manterrai vivo il ricordo di te nelle menti degli iscritti, che saranno in grado di riconoscere istantaneamente chi sta mandando loro le email e perché. Se io ricevo la mail con i consigli sull'addestramento, anche se non ho acquistato il tuo eBook, è perché davvero elargisci contenuti gratuiti utili ed interessanti, e forse sarò più propenso a tornare sulla tua pagina Facebook, vederne gli aggiornamenti, e magari acquistare la guida a pagamento.



Se non riesci a seguire gli iscritti subito dopo che si saranno inseriti nella tua lista, è probabile che nel momento in cui invierai poi loro delle email, avranno dimenticato di essersi precedentemente iscritti per riceverle.

Quindi imposta immediatamente il sistema di trasmissione delle offerte promozionali, con email di sollecito successive ogni 3-5 giorni.

**Esempio:** Puoi creare questi quattro messaggi di posta elettronica programmati per essere trasmessi come segue:

**1<sup>a</sup> eMail:** immediatamente inviata all'iscritto ringraziandolo di essersi iscritto alla lista e fornendo il download del materiale che hai inizialmente offerto sulla tua pagina Facebook, di solito un link diretto ad una pagina del tuo sito con il percorso di download. Qui puoi iniziare a presentare anche un tuo prodotto a pagamento

**2<sup>a</sup> eMail:** programmata per essere inviata il terzo giorno dopo la conferma della propria richiesta da parte dell'abbonato e comprendente l'offerta di contenuti, articoli aggiuntivi o un altro report gratuito.

**3<sup>a</sup> eMail:** programmata per essere inviata il 7° giorno della sequenza, di carattere promozionale, che pubblicizza un prodotto collegato a pagamento, o approfondisce il prodotto presentato il primo giorno.

**4<sup>a</sup> eMail:** programmata per il 10° giorno .. e così via.

L'equilibrio tra messaggi promozionali e contenuti gratuiti è questione di scelta personale, tuttavia più chiaro sarà il valore dato ai tuoi iscritti, più coerente sarai nel dare contenuti nuovi e di qualità, più facile e più veloce diventerà sviluppare un rapporto di fiducia con i tuoi iscritti.

In sostanza, lo scopo è “condizionare” la lista in modo che gli iscritti si abituino a ricevere regolarmente email promozionali.

Spetta al titolare della fan page mantenere viva la lista degli iscritti e determinare che cosa funziona meglio, con quale frequenza contattare gli iscritti, e se essi rispondono bene ai prodotti che si stanno promuovendo.

Basta non aver paura di sperimentare e testare nuove idee e modi innovativi di crescere costantemente e mantenere vive le iscrizioni.

## Fai Split Test con le tue Campagne

Uno dei più grandi errori dei nuovi marketer è credere che esista un unico metodo sempre valido. In realtà, le persone risponderanno sempre in modo diverso a una email o un'offerta, quindi al fine di penetrare davvero nel mercato e determinare ciò che produce la migliore risposta, devi necessariamente prenderti l'abitudine di eseguire degli split test.

Eseguire uno split test significa mettere a confronto un elemento o una componente del tuo business, per individuare quale funziona meglio, e poi sostituirlo con un'altra componente, ed eseguire poi altri split test.

Lo split test è un compito senza fine, soprattutto per chi fa eMail marketing, ma già dopo un paio di campagne con split test capirai meglio come i lettori rispondono e come si può migliorare la percentuale di apertura e il CTR delle tue trasmissioni.

Quando devi fare lo split test dei messaggi eMail, assicurati che il tuo account autoresponder fornisca questa funzionalità, anche perchè in questo modo potrai trarre vantaggio dall'opportunità di capire veramente ciò che interessa davvero ai tuoi lettori e quello a cui meglio rispondono.

Quando invece devi sottoporre a split test le tue pagine web, il mio consiglio è quello di avvalerti di Google Analytics, andando su <http://www.Google.com/Analytics> e installando un piccolo segmento di codice HTML nelle tue pagine web.

Google Analytics inizierà a monitorare le percentuali di conversione, il traffico, le frequenze di ritorno, e, naturalmente, è possibile impostare campagne di split test da eseguire per un determinato periodo di tempo o solo fino a quando non decidi di terminarle.

Tieni presente che quando provi a fare lo split test delle tue pagine, bisogna cambiare UN SOLO elemento alla volta! Bisogna aspettare tutto il tempo necessario per determinare quale pagina funziona meglio (suggerisco 2-3 settimane per ciascuna campagna), e poi una volta individuata la pagina che funziona meglio, sostituire un altro elemento e ricominciare.

Ad esempio, se nella mia pagina o annuncio su Facebook ho un riferimento che porta poi il visitatore ad una specifica squeeze page, cerco di fare uno split test per migliorarne la conversione, e ogni volta che eseguo questo split test su quella pagina web, comincio con il titolo. Il titolo è l'UNICA differenza tra due pagine. Poi, dopo aver compilato informazioni sufficienti per determinare quale titolo funziona meglio, cambio un altro elemento della mia pagina e rieseguo il test.

Fai sempre il test con l'originale rispetto alla variante, per stabilire con precisione se le tue probabilità di iscrizione alla tua newsletter sono aumentate.

Lo split test delle squeeze page è un elemento importante di una campagna di facebook marketing di successo.

A prescindere da quanto sia ben progettato il tuo sito, o da come curi con precisione e a fondo ogni aspetto della tua squeeze page, non c'è alcun modo di prevedere in anticipo e con precisione quanto e come i visitatori risponderanno all'offerta, senza **testare comparativamente soluzioni alternative**.

Un metodo facile per testare le proprie pagine e valutare le percentuali di conversione è quello di utilizzare il Website Optimizer di Google, uno strumento gratuito che aiuterà a eseguire in modo semplice gli split test su altri siti che possiedi.

Puoi registrare un account gratuito su: <http://www.Google.com/Analytics>

È importante costruire il tuo brand e sviluppare un rapporto con i tuoi iscritti, perché quanto più gli iscritti si fideranno dell'offerente e dei suoi consigli sul prodotto offerto, più facile sarà convertirli in clienti abituali.

Ogni eMail inviata alla lista per consigliare l'acquisto di un prodotto dove tu magari sei affiliato, deve essere direttamente proporzionale al valore che tu pensi di avere sul mercato, o che hanno i tuoi prodotti. Questo significa che devi essere molto prudente con i prodotti che promuovi, così come devi fare attenzione alla qualità dei prodotti che consigli.

Che sia tu che hai creato un determinato prodotto o meno, se tu lo consigli ai tuoi iscritti ed essi lo acquistano, comunque riterranno te responsabile se hanno dei problemi, come ad esempio il mancato ricevimento del materiale, o si accorgono che la qualità del prodotto è scarsa rispetto alle premesse o al costo sostenuto per l'acquisto.

Dovresti quindi sempre esaminare ogni prodotto o offerta che intendi promuovere in modo da non solo star tranquillo in merito alla correttezza del venditore e alla qualità, ma anche perchè in questo modo puoi rispondere direttamente alle domande che gli iscritti pongono a proposito dell'offerta che gli fai.

È importante che le email che invii siano mirate e pertinenti. Se finisci per avventurarti in una nuova nicchia o sei interessato ad esplorare altri mercati, dovresti anche essere disposto a lavorare per creare singole liste suddivise per nicchia.

### ***Dividi le tue liste per una migliore focalizzazione!***

Dividere le tue liste non significa solo aumentare le probabilità d'inviare correttamente le proprie email. Segmentare le liste aiuta anche a comunicare in modo efficace e a rivolgersi a specifici iscritti, aumentando la percentuale di risposta e contribuendo a creare messaggi di successo, che sono davvero accettati dai lettori.

Ad esempio, se sviluppi una mailing list sui viaggi, partendo da gruppi di persone interessate all' "Internet Marketing", è probabile che i tuoi iscritti provengano da ambienti diversi, abbiano attualmente livelli di conoscenza diversi sul saper viaggiare (c'è chi sarà già troppo esperto per volere della formazione al riguardo, o chi non piace viaggiare) o siano interessati a diversi argomenti rispetto al turismo.

Dividendo le tue liste, puoi invece creare contenuti basati sugli interessi di ciascun gruppo e su specifici livelli di competenza, nonché sullo sviluppo di prodotti e servizi riguardanti ciascuna categoria di iscritti.

## Migliora la tua Pagina Ufficiale per una Massima Visibilità

È importante creare una pagina Facebook dinamica e che punti alla qualità con offerte irresistibili e contenuti preziosi. Tuttavia, c'è un solo problema.

Mantenere le fan page può richiedere molto tempo, soprattutto se prevedi di creare più pagine concentrandosi su molte nicchie di mercato diverse.

*Per fortuna, la soluzione c'è!*

Puoi integrare le tue pagine con il feed RSS del tuo blog o dei tuoi siti web, in modo che ogni volta che venga pubblicato un nuovo aggiornamento sul tuo sito, esso venga automaticamente postato sulla tua pagina di Facebook!

Per fare questo, è necessario il plugin "Wordbook" sul tuo blog Wordpress. Puoi scaricare una copia gratuita andando su

<http://wordpress.org/extend/plugins/wordbook/>

Carica e attiva il plugin nella directory wp-content/plugins, che si trova sul tuo sito web. Passa a "Opzioni / Wordbook" all'interno del tuo pannello di controllo Wordpress e configura il plugin per connettersi e comunicare con la fan page di Facebook, in modo che ogni volta che viene pubblicato un aggiornamento sul blog, esso venga automaticamente inviato anche alla Pagina!

Per conoscere altre informazioni più dettagliate sull'installazione e la configurazione di Wordbook e per il suo funzionamento con la Fan Page di Facebook puoi visitare il sito:

<http://wordpress.org/extend/plugins/wordbook/faq/>

Puoi fare la stessa cosa anche con il tuo account di Twitter utilizzando l'applicazione gratuita appositamente creata per quest'altro social media, e che trovi disponibile sul sito: <http://twitter.com/widgets/facebook>

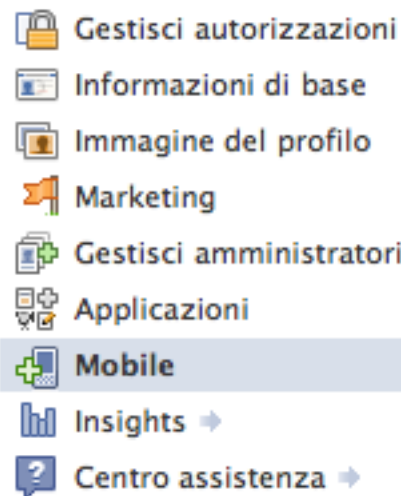
Pensa, oggi è inoltre possibile aggiornare la tua pagina di Facebook dal proprio dispositivo mobile, in modo che anche quando si è in movimento, si è in grado di mantenere le pagine aggiornate e attuali.

Per fare questo, vai su "Gestisci Pagine" e fare clic sul link "Modifica Pagina" da una delle tue pagine, come illustrato di seguito:



Poi, fai clic su " Mobile" come vedi qui sotto.





Apparirà a questo punto un indirizzo email, che è quello che puoi utilizzare dal tuo dispositivo mobile per aggiornare immediatamente la pagina con un post di testo, un'immagine o anche un video!

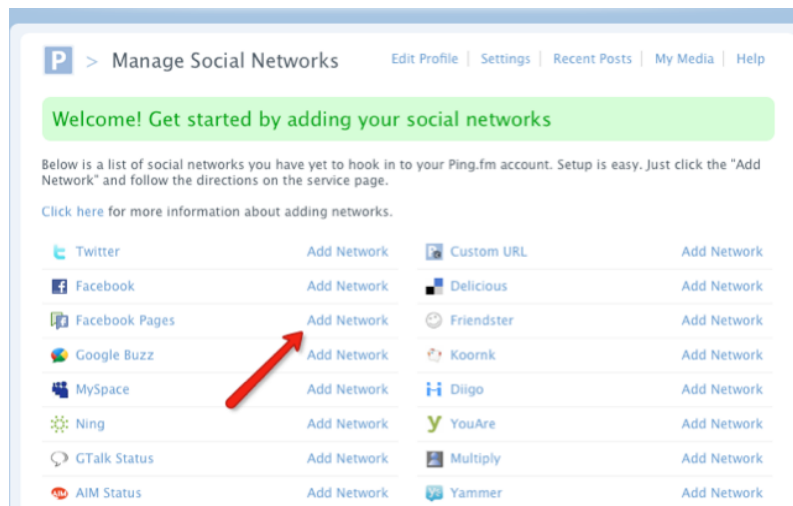
Puoi persino automatizzare gli aggiornamenti della fan page utilizzando un servizio gratuito disponibile sul sito <http://www.Ping.fm>

Ping è uno strumento incredibilmente prezioso perché permette di pubblicare un singolo aggiornamento su molti network e con le sue recenti aggiunte, HootSuite e Notify.me, puoi inviare e ricevere le notifiche ovunque!

Questo significa che puoi aggiornare il tuo blog personale e inviare il link dell'articolo postato su Twitter, Blogger e Facebook simultaneamente, senza dover postare gli aggiornamenti manualmente! Una tecnologia incredibile, che ti permette di ottenere il massimo risultato, con pochissimo lavoro.

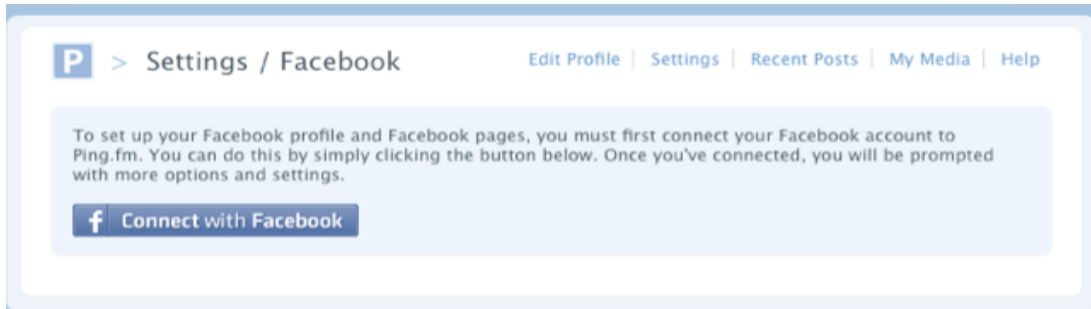
Come poter fare tutto questo? Per iniziare, crea il tuo account Ping gratuito visitando <http://www.Ping.fm>

Una volta all'interno del pannello di controllo, verrà visualizzato un elenco delle reti disponibili con cui è possibile connettersi. Clicca su "Facebook Pages" come illustrato di seguito:



A questo punto, è necessario dare a Ping l'autorizzazione per la connessione con il proprio account Facebook.

Una volta completato questo passaggio, verrai reindirizzato al sito web di Ping e potrai infine impostare il servizio per aggiornare istantaneamente le fan page di Facebook (e altri social network) ogni volta che scrivi un post.



Dopo aver collegato il tuo account Ping ai vari social network che utilizzi, puoi fare clic sulla scheda "Settings" (Impostazioni) che trovi all'interno del tuo profilo Ping per apportare delle modifiche o interrompere i collegamenti a specifici siti sociali in caso non li si usi più.

Puoi inoltre entrare nella specifica sezione "My Media" e impostare il fuso orario. Questo è importante visto che il sito NON è italiano, al fine di garantire che i messaggi vengano inviati negli orari giusti.

Infine, ogni volta che desideri vedere i messaggi inviati attraverso il social network, puoi fare clic sul link "Recent Posts" (Articoli Recenti) dal menu di navigazione in alto.

Ping manterrà un archivio di tutti i messaggi postati in precedenza per poterli consultare (questo risulta essere molto utile per garantire che non vengano trasmessi post o aggiornamenti doppiati, oltre a permetterti di capire rapidamente se gli articoli promozionali sono stati bilanciati con i tutorial gratuiti o post dove facevi "brand building"!).

Da questo capisci anche che sarebbe opportuno anche prendersi del tempo per esplorare il tuo account Ping, in quanto vi sono diverse opzioni e funzioni disponibili, incluse le applicazioni che contribuiscano a migliorare

la funzionalità del tuo account Ping, come le applicazioni di interventi mobili e i programmi per computer, che rendendo ancora più semplice aggiornare rapidamente gli account social e le fan page di Facebook, anche mentre sei in movimento!

Con Ping è anche possibile inserire dei tag nei tuoi post.

**Nota:** C'è anche un altro servizio, disponibile su <http://www.hellotxt.com> che offre funzionalità simili a quelle di Ping.fm , ed è stata una delle prime aziende ad affrontare la necessità di aggiornare il proprio status su più network. Attualmente supportano gli aggiornamenti automatici in 40 piattaforme diverse.

## Cibo per la mente

L'aspetto più importante della costruzione di una pagina virale è rimanere coerenti nell'offrire valore e nel comunicare con i propri fan e visitatori.

La pagina deve crescere ed espandersi di pari passo con la propria attività, il mio consiglio quindi è di passare sempre un po' di tempo ogni settimana ad aggiornare la pagina, aggiungere contenuti, video, e incentivi per indurre la gente a tornare e leggere il tuo post e i tuo messaggi.

Anche se è importante collegare le fan page ai siti esterni come il proprio sito, blog o la propria newsletter in modo da mantenere il controllo dei contatti e dei clienti, occorre anche continuare a lavorare per raffinare, migliorare ed espandere le tue pagine ufficiali.

Pensa alle tue fan page come a dei “incroci stradali” dove è possibile indirizzare il traffico verso una serie di siti e canali diversi. È possibile creare pagine che portano i potenziali clienti a scegliere le tue newsletter, in modo da poter costruire una lista, oppure è possibile creare pagine che portino i visitatori fuori da Facebook, ad esempio verso il blog, i siti web o le pagine di vendita dei tuoi prodotti, questo a seconda della tua strategia.

Ad ogni modo le tue pagine ufficiali di Facebook non devono **MAI** essere l'**UNICA** componente del tuo business online o dei tuo canali di vendita, ma, se usati correttamente, possono dare alla tua attività su internet un'impennata immediata nei motori di ricerca, e contribuire a massimizzare la visibilità in modo rapido, semplice e assolutamente gratuito: quindi, vanno usate a tuo vantaggio! :-)

Basti pensare ai molti modi diversi in cui è possibile utilizzare le pagine per promuovere la propria attività, e sviluppare un piano a lungo termine per un successo duraturo.

### **Considera ad esempio:**

#### **Le opportunità di networking**

Facebook è un ottimo modo per entrare in contatto, costruire joint venture e partnership, con i principali esponenti che operano nella tua stessa nicchia di mercato.

#### **Le opportunità di ricerca**

Scopri i mercati non sfruttati, le nicchie lucrative e gli argomenti più interessanti e più richiesti sui quali è possibile basare i futuri prodotti e servizi da proporre!

#### **Opportunità promozionali**

Quale modo migliore per essere coinvolti nel tuo mercato, che creare una pagina ufficiale su Facebook, e scoprire a cosa i visitatori sono più interessati! Quindi, crea campagne di affiliazione e offerte di prodotti e servizi offerti da altri venditori, oppure presenta quelli che sono i tuoi prodotti che vendi online!

#### **Informazioni demografiche**

È bene approfittare della incredibile quantità di dati e informazioni che Facebook offre, sulla base degli iscritti alla tua pagina ufficiale. Sarà

possibile accedere direttamente a statistiche preziose quali sesso, posizione, età ecc. Queste informazioni possono aiutarti a determinare quali sono i tipi di prodotti e servizi più richiesti, e aiutano a capire meglio il tuo target di riferimento.

## Aumenta il Traffico con i Canali Pubblicitari di Facebook

Oltre a sviluppare pagine di Facebook mirate, Facebook ci è utile per il nostro business anche per il suo innovativo programma pubblicitario incorporato che permette di inserire gli annunci direttamente sul sito. Gli annunci possono essere molti mirati grazie a dati demografici specifici, consentendo di catturare esattamente il tipo di persone che stai cercando.

Puoi infatti stabilire il tuo target per età, sesso, posizione, e anche per interessi, in modo che i tuoi annunci vengano attivati per apparire solo quando i dati demografici specifici corrispondono ai tuoi annunci! Ci sono innumerevoli opzioni che rendono molto semplice ottenere un traffico che sia perfettamente mirato alla propria offerta.

Ad esempio, se il tuo prodotto è orientato verso potenziali clienti di età compresa tra 18 e 24 anni e interessati al gioco online, è possibile creare messaggi pubblicitari che compaiono solo quando un potenziale cliente presenta nei campi del suo profilo, degli interessi corrispondenti alle caratteristiche del proprio annuncio.

Fino ad ora, la creazione di annunci "pay per click" su misura è stata molto difficile, perché si doveva fare affidamento solo su dei pri testi dei propri annunci e sulle parole chiave inserite nei motori di ricerca per abbinare la propria offerta ai potenziali clienti. Se l'annuncio veniva indirizzato all'utnete sbagliato o le parole chiave non erano estremamente mirate (e specifiche), si poteva finire con lo spendere una fortuna in "click-through" che non portavano mai contatti o vendite.



Con Facebook però, tutto cambia. È possibile creare annunci **INCREDIBILMENTE** mirati che compaiono solo quando i dati specifici coincidono con gli utenti, consentendo di trovarsi in una posizione incredibile per riuscire a creare offerte ad alta conversione rivolte direttamente alle persone che davvero fanno parte del tuo mercato di riferimento.

Per creare annunci più interessanti, stimolanti e redditizi, è necessario utilizzare tutte le opzioni che ci fornisce Facebook per mirare e personalizzare in modo molto forte i nostri spazi pubblicitari, basandoci sul nostro target di mercato e creando landing page di qualità e che convertano.

Ogni annuncio su Facebook ha diverse componenti importanti, tra cui:

### **Testo**

L'annuncio vero e proprio, che può contenere 4-5 righe di testo, un titolo, un'immagine e un link diretto.

### **Landing Page**

È necessario orientare gli utenti verso una pagina di destinazione mirata, in modo da poter acquisire contatti e vendite, che significano guadagni per la tua attività online. E' vero, potresti essere tentato nel dirigere i potenziali clienti direttamente verso la tua "pagina di vendita" del tuo prodotto, ma se noti che quella pagina non riesce a convertire, avrai comunque perso quel contatto. Per evitare clic inutili quindi, imposta delle pagine di destinazione mirate, che offrano degli incentivi gratuiti, che possano catturare dei contatti.

In questo modo potrai costruire un rapporto futuro con ciascun potenziale cliente e a lungo andare, questo ti ripagherà di più in termini di guadagni, rispetto a qualche vendita sporadica iniziale che può portarti un collegamento diretto alla pagina di vendita.

Farai bene comunque a condurre alcune ricerche di mercato prima di partire in quarta con gli annunci, in modo da poter definire con precisione il tuo target di destinazione e sviluppare messaggi pubblicitari mirati a specifici settori del mercato. E' molto importante sapere CHI fa parte veramente del tuo target di mercato e che cosa sta cercando, in modo da poter collegare i tuoi annunci alla pagina di destinazione giusta.

Tieni presente anche che si possono avere più pagine di destinazione per ogni annuncio su Facebook.

Questo dà la possibilità di eseguire facilmente degli split test, ad esempio creando delle pagine di destinazione con vari layout in modo che stu possa determinare quale pagina converte meglio.

Le pagine di destinazione che risultano essere semplici e dirette hanno dimostrato di convertire meglio rispetto a pagine di destinazione complesse che offrono diverse opzioni di navigazione.

Per esempio, in una campagna pubblicitaria su "Come Avere Successo", del noto marketer Italo Pentimalli, l'annuncio ha portato i potenziali clienti alla seguente pagina di destinazione, dove veniva data ai visitatori una sola opzione: compilare un breve modulo per registrarsi ad una mailing list in cui potevano dove potevano scaricare un video tutorial gratuito.

Inserisci la tua email nel modulo a destra e scarica subito le 3 strategie. 100% gratis.

A seconda della tua nicchia di mercato, è probabile che le risposte cambino a seconda delle diverse landing page che i potenziali clienti sono abituati a vedere all'interno del loro settore. Basti tenere a mente che ogni clic deve convertirsi in un'"azione fattibile", in modo che non si debba più pagare per visitare il proprio sito web solo nell'ipotetica speranza di vendere un prodotto, ma per delle azioni realistiche, fattibili che contribuiranno ulteriormente ad aumentare la visibilità del proprio business, come la richiesta ai visitatori di iscriversi ad una newsletter, di completare un modulo di contatto, o creare account gratuiti. È bene che le proprie pagine di destinazione siano chiare, dirette e facili da seguire, e che non sembrino una pubblicità, quanto piuttosto una pagina informativa.

Insieme con gli split-test dei diversi layout, delle immagini e del testo dell'annuncio, è bene anche provare diverse combinazioni di colori e includere sempre un invito all'azione all'interno dell'inserzione, in modo che i visitatori ricevano specifiche istruzioni su cosa fare dopo.

Esempi: "*Clicca qui ora*", "*Iscriviti ora*", "*Richiedi un campione gratuito*", ecc.

Solo così capirai esattamente dove puoi far visualizzare i tuoi annunci su Facebook. Ad esempio dai un'occhiata all'immagine qui sotto e fai molta attenzione ai 4 annunci che compaiono sotto la casella "Sponsorizzate".

The image shows a screenshot of Facebook search results for the query "web marketing". The results are divided into two columns. The left column displays organic search results, and the right column displays sponsored results under the "Sponsorizzate" tab.

**Organic Results (Left Column):**

- Web Marketing** (Pagina): A 337 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web Marketing Therapy** (Pagina): A 663 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- bizen - web marketing** (Pagina): A 95 persone piace questo elemento. 8 registrazioni. [Mi piace]
- Web in Fermento - Marketing nel Social Web e NewMedia Design** (Pagina): A 631 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web Marketing: Come Farlo Seriamente** (Pagina): A 416 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web Monster & Conversational Marketing** (Pagina): A 484 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web Marketing Forum** (Pagina): A 1.673 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web marketing per aziende** (Pagina): A 106 persone piace questo elemento. [Mi piace]
- Web marketing di Natale** (Fonte: webmarketing.linkness.com): A 119 persone piace questo elemento. [Mi piace]

**Sponsored Results (Right Column):**

- Il Segreto del Successo** (averesuccesso.info): I 3 pilastri fondamentali per ottenere successo in ogni campo. [Mi piace]
- Leonardo da Vinci - Leonardo3** (Leonardo3): Il centro più importante al mondo nelle nuove scoperte sulle macchine e le opere di Leonardo: libri, software, video, modelli, mostre. [Mi piace]
- The Nuclear CMS for .NET** (dotnetnuke.com): The flexible open source Web CMS for .NET. 8,000 apps available to quickly build your web site. Free Community Edition Download. [Mi piace]
- Corso Marketing su FB** (static.ak.fbcdn.net): I trucchi lasciali ai ragazzini. Se sei un'Azienda che fa sul serio questa è la tua Unica Opportunità: [Mi piace]

Questi sono gli annunci apparsi dopo aver inserito "web marketing" nella barra del motore di ricerca di Facebook. Puoi infatti attivare gli annunci in modo che vengano visualizzati ogni volta che dei potenziali clienti immettono specifiche parole chiave, o anche URL.

Un altro aspetto importante per impostare i canali pubblicitari su Facebook è scegliere se pagare "per click" o "per impression".

Il pagamento "per impression" è spesso più conveniente, ed è un ottimo modo per iniziare a sviluppare gli annunci fino a quando non accumuli più esperienza o diventi più capace di eseguire split test delle tue campagne per aumentarne la conversione e il rendimento complessivo.

Facebook ha anche un sistema di controllo della qualità per garantire che i messaggi pubblicitari che girano all'interno della community rispettino le direttive che li disciplinano e non offendano o disturbino le attività dei membri o le esperienze generali degli utenti.

Utilizza il sistema di controllo di qualità di Facebook per sviluppare messaggi pubblicitari accattivanti, che si distinguono sul mercato e catturino l'attenzione dei potenziali acquirenti.

Ricorda inoltre che la pubblicità su Facebook è basata sulla visualizzazione piuttosto che sulla ricerca. Questo significa che gli annunci saranno automaticamente attivati per apparire in base ai suoi interessi e mentre naviga sul sito, piuttosto che su una specifica ricerca fatta in quel momento.

Gli utenti inoltre possono anche scegliere di valutare gli annunci, contribuendo a mantenere una buona qualità in tutta la community.

## Incrementa il tuo CTR

Il click through rate dei tuoi annunci gioca un ruolo fondamentale nel risparmiare denaro, migliorare la visibilità e arrivare dritti al tuo target di mercato.

È importante tenere sotto controllo la percentuale di clic in modo da poter correggere eventuali problemi con l'annuncio, o apportare modifiche per migliorare il CTR complessivo.

Se il CTR degli annunci diminuisce troppo, potrebbe essere automaticamente sospeso o rimosso da Facebook, perciò è bene fare molta attenzione alla qualità della conversione.

*In linea generale, la conversione degli annunci non dovrebbe mai scendere al di sotto del 2%.*

Uno dei modi più semplici per aumentare il CTR è mediante la creazione di un annuncio altamente mirato.

È bene che l'annuncio venga reso visibile solo a coloro che sono all'interno del tuo target che ha quei dati specifici all'interno dei loro profili, facendo in modo che il testo pubblicitario o le eventuali immagini utilizzate si rivolgano direttamente ai tuoi potenziali clienti.

Considera l'idea di eseguire split test di vari annunci pubblicitari all'interno della community di Facebook per determinare che cosa funziona meglio, in base al proprio settore o nicchia di mercato.

Dovresti anche prestare attenzione al momento della giornata in cui gli annunci vengono visualizzati. Puoi scegliere se far girare gli annunci in modo omogeneo per tutta la giornata, o farli comparire solo in determinati orari (o anche date specifiche).

Tieni a mente il fuso orario che meglio si applica al proprio target di riferimento, in modo che gli annunci vengano pubblicati in base all'orario più attivo del giorno o della notte.

## Rispetta le Regole di Facebook

È molto importante capire come funzionano i canali pubblicitari di Facebook, ciò che è permesso e ciò che non lo è all'interno di questo enorme mercato pubblicitario.

Facebook è molto flessibile con i tipi di messaggi pubblicitari che possono essere visualizzati all'interno della community, ma non consente immagini o testi che possono essere considerati offensivi.

Per stare sicuro che i tuoi annunci siano conformi alle linee guida in vigore, è bene controllare in modo regolare eventuali importanti modifiche o revisioni delle condizioni di Facebook.

Per esempio, a partire da marzo 2010, Facebook non permette più agli inserzionisti di promuovere articoli "gratis" all'interno della community. Cose come "Vinci un iPad semplicemente immettendo il tuo indirizzo e-mail" o "Inserisci il codice postale per ricevere un nuovo computer portatile", non sono più ben accetti, a causa di abusi e offerte ingannevoli che hanno poi portato ad una marea di denunce da parte degli utenti di Facebook, che vuole invece garantire, come diceva, la migliore esperienza possibile sul proprio sito da parte degli utenti.



*Qui ci sono alcune altre cose da tenere a mente per la creazione di landing page collegate ai propri annunci:*

1. Gli annunci devono inviare gli utenti alla stessa pagina di destinazione quando l'annuncio viene cliccato.
2. Gli annunci che nel testo contengono un URL o un dominio devono essere collegati a quello stesso URL o dominio.
3. Le landing page non possono generare un pop-up, quando un utente entra nella pagina o esce dalla pagina.
4. Le pagine di destinazione non possono utilizzare la tecnologia della "falsa uscita" (vale a dire che quando un utente clicca sull'icona 'chiudi' sulla pagina, la pagina deve chiudersi e non deve esserci nessun'altra finestra o messaggio aggiuntivo).
5. Le landing page non possono utilizzare la tecnologia del "mouse trapping" con il quale l'inserzionista non consente agli utenti di utilizzare il pulsante "Indietro" del browser, intrappolandoli di fatto nel proprio sito e/o presentare qualsiasi altro comportamento inaspettato (per esempio: navigazione verso un altro annuncio o un'altra pagina).
6. Gli annunci non possono richiedere ai visitatori di fare clic su un annuncio per trasmettere dati personali sensibili (nome, data di nascita, numeri di telefono, codice fiscale, indirizzi fisici o indirizzi e-mail) nella pagina di destinazione o nell'annuncio, se non per consentire una transazione di acquisto e nel caso in cui la pagina di destinazione dell'annuncio indichi chiaramente che si sta vendendo un prodotto.

*Per quanto riguarda l'uso delle immagini nel testo dell'annuncio:*

- Gli annunci devono essere direttamente correlati ai contenuti della pagina di destinazione.
- Gli annunci devono chiaramente dichiarare la società, il prodotto o la marca che viene pubblicizzata. I prodotti o i servizi promossi nell'annuncio devono essere direttamente disponibili nella pagina di destinazione.
- Gli annunci non devono contenere affermazioni infondate, inclusi, ma non solo, prezzi, sconti o disponibilità del prodotto.
- Gli annunci non possono insultare, molestare o minacciare l'utente.
- Gli annunci non devono contenere audio che si riproduce automaticamente o senza l'interazione di un utente. Ogni animazione automatizzata deve cessare dopo 15 secondi e non deve ripetersi.

Assicurati perciò di leggere i termini e le condizioni PRIMA di creare le pagine di destinazione e gli annunci, in modo da non sprecare tempo a creare pagine non conformi alle linee guida sulla pubblicità su Facebook.

È possibile trovare le linee guida su:

[http://www.facebook.com/adsmarketing#!/ad\\_guidelines.php](http://www.facebook.com/adsmarketing#!/ad_guidelines.php)

## Imposta la tua Offerta Massima Giornaliera

Uno degli aspetti più importanti della creazione di una pubblicità efficace su Facebook è l'offerta massima giornaliera che si è disposti a pagare. Maggiore è l'offerta quotidiana, maggiore sarà l'esposizione che l'annuncio avrà.

È bene partire con un'offerta inferiore se si sta imparando a utilizzare la pubblicità con Facebook, e aumentare l'offerta massima giornaliera quando si perfeziona il proprio annuncio per il massimo dei risultati.

È importante mantenere sempre viva la qualità della conversione del proprio annuncio, in modo da poter migliorare le percentuali di clic e di risposta generale, in base all'azione che vuoi far compiere al tuo visitatore (iscrizione, compilazione, acquisto, ecc...).

Quando crei un annuncio con Facebook, viene proposta un'offerta massima, in base alla sfera d'interesse degli annunci e al mercato di riferimento (ti ricordo che il mercato di riferimento si delinea in base alla configurazione e alle preferenze personali degli utenti).

Si può iniziare presentando un'offerta massima giornaliera leggermente inferiore a quella suggerita e aumentarla man mano che il tasso di conversione dei propri annunci migliora, in modo da ottenere il massimo guadagno possibile nel tempo!

## Annunci CPC vs. Annunci ad Impression

Con Facebook, puoi sviluppare messaggi pubblicitari in cui si paga "per impression" o in base al numero di clic che l'annuncio riceve.

Se sei appena all'inizio con la pubblicità su Facebook, consiglio di scegliere il costo per clic (CPC), in modo da poter testare con precisione i propri annunci, pagando solo per i clic ricevuti e non per le visualizzazioni, un pò come funziona Google AdWords, per intenderci.

Puoi sempre modificare il formato degli annunci passando al pagamento "per impression" in un secondo momento, nel caso in cui desideri provare soluzioni alternative.

Bene, questi sono tutti i suggerimenti ad oggi più aggiornati ed efficaci circa il marketing con Facebook. Hai visto come oggi questo sito può darti davvero una possibilità di business straordinaria, semplicemente utilizzando tutte le opzioni che ci da a nostra disposizione.

Oggi infatti Facebook viene utilizzato da tantissima gente, ma solo per comunicare con i propri amici e familiari, oignorando le potenzialità REALI che uno strumento del genere può offrire in termini di marketing e guadagno online, a chi sa utilizzarlo a 360°.

Non mi resta quindi che augurarti un grande successo con il marketing su Facebook e con la costruzione di un business online che sia davvero redditizio!