Facebook Ads, qualità e creatività per una campagna di successo

Data: 7 luglio 2014 | Autore: Arturo Ferraro Pelle



MILANO, 07 LUGLIO 2014- Facebook, il portale di Mark Zuckerberg, ha introdotto da qualche anno le inserzioni sponsorizzate.

La creazione di un'inserzione a pagamento consente di generare una rete di contatti interessata all'argomento. La riuscita della campagna e il conseguente raggiungimento degli obiettivi sono elementi di non facile raggiungimento ed è per questo che è sempre preferibile rivolgersi ad esperti del settore che sia un freelance o un'agenzia seo.

"Che tipo di risultati desideri per le tue inserzioni ?"

Con questa domanda Facebook ci permette di scegliere tra diverse tipologie di campagne, con obiettivi diversi. Dopo aver definito la nostra strategia, potremo procedere con la definizione del target e del contenuto.

Due degli aspetti più rilevanti dell'advertising su Facebook sono la qualità e la dimensione delle immagini.
La qualità è un fattore determinante nel processo di persuasione dell'utente. Una grafica accattivante cattura l'attenzione dell'utente durante la sua navigazione e riduce il costo per clic.

Discorso diverso per la dimensione. Facebook nelle ultime settimane ha modificato la dimensione delle immagini e consiglia l'utilizzo di formati da 1200x444 pixel.[MORE]

Dopo aver definito questi parametri, potremo procedere con la definizione del testo da associare all’annuncio. I caratteri a nostra disposizione sono 90 e questi dovranno essere utilizzati al meglio, introducendo una call to action.

Altro aspetto di grande rilevanza è il target del pubblico. Località, Età, Sesso, Lingue, Interessi e Comportamenti sono i parametri presenti nella sezione “Pubblico”. Le scelte dipenderanno dalla campagna, ogni prodotto/servizio/evento avrà un target diverso.

Nella parte finale della schermata troveremo la sezione “Prezzi della Campagna” e andremo a definire il budget da investire. Facebook presenta due opzioni alternative, la prima prevede la possibilità di stanziare un budget totale, la seconda permette di definire un investimento giornaliero.

Dopo aver definito tutti i dettagli della campagna, basterà procedere con "Ordina". Facebook analizzerà gli annunci e in pochi minuti invierà una notifica di conferma.

Arturo Ferraro Pelle

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/facebook-ads-qualita-e-creativita-per-una-campagna-di-successo/67951