

# Febbraio 2021

## Internet, web, marketing e social media

Coldiretti

COME SI STANNO MUOVENDO I  
SOCIAL?

# Uso dei social e messaggistica nel mondo

JAN  
2021

## SOCIAL MEDIA USE AROUND THE WORLD

USE OF SOCIAL NETWORKS AND MESSENGER SERVICES, WITH DETAIL FOR MOBILE SOCIAL MEDIA USE

⚠️ SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS

TOTAL NUMBER OF  
ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS\*



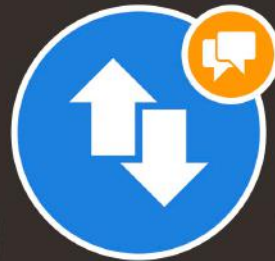
4.20  
BILLION

SOCIAL MEDIA USERS AS  
A PERCENTAGE OF THE  
GLOBAL POPULATION



53.6%

ANNUAL CHANGE IN  
THE NUMBER OF GLOBAL  
SOCIAL MEDIA USERS



+13.2%  
+490 MILLION

TOTAL NUMBER OF SOCIAL  
MEDIA USERS ACCESSING  
VIA MOBILE PHONES



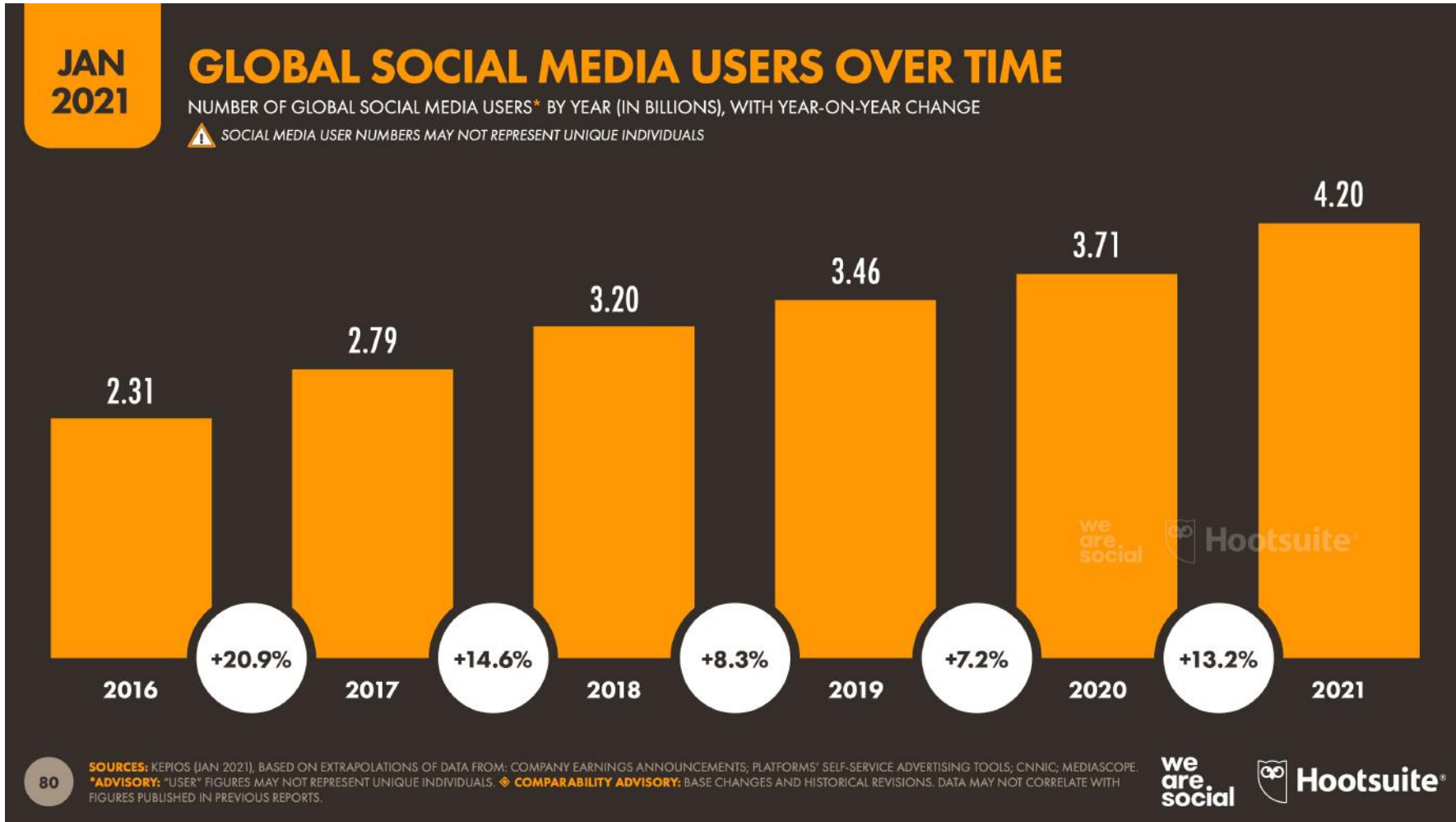
4.15  
BILLION

PERCENTAGE OF TOTAL  
SOCIAL MEDIA USERS  
ACCESSING VIA MOBILE

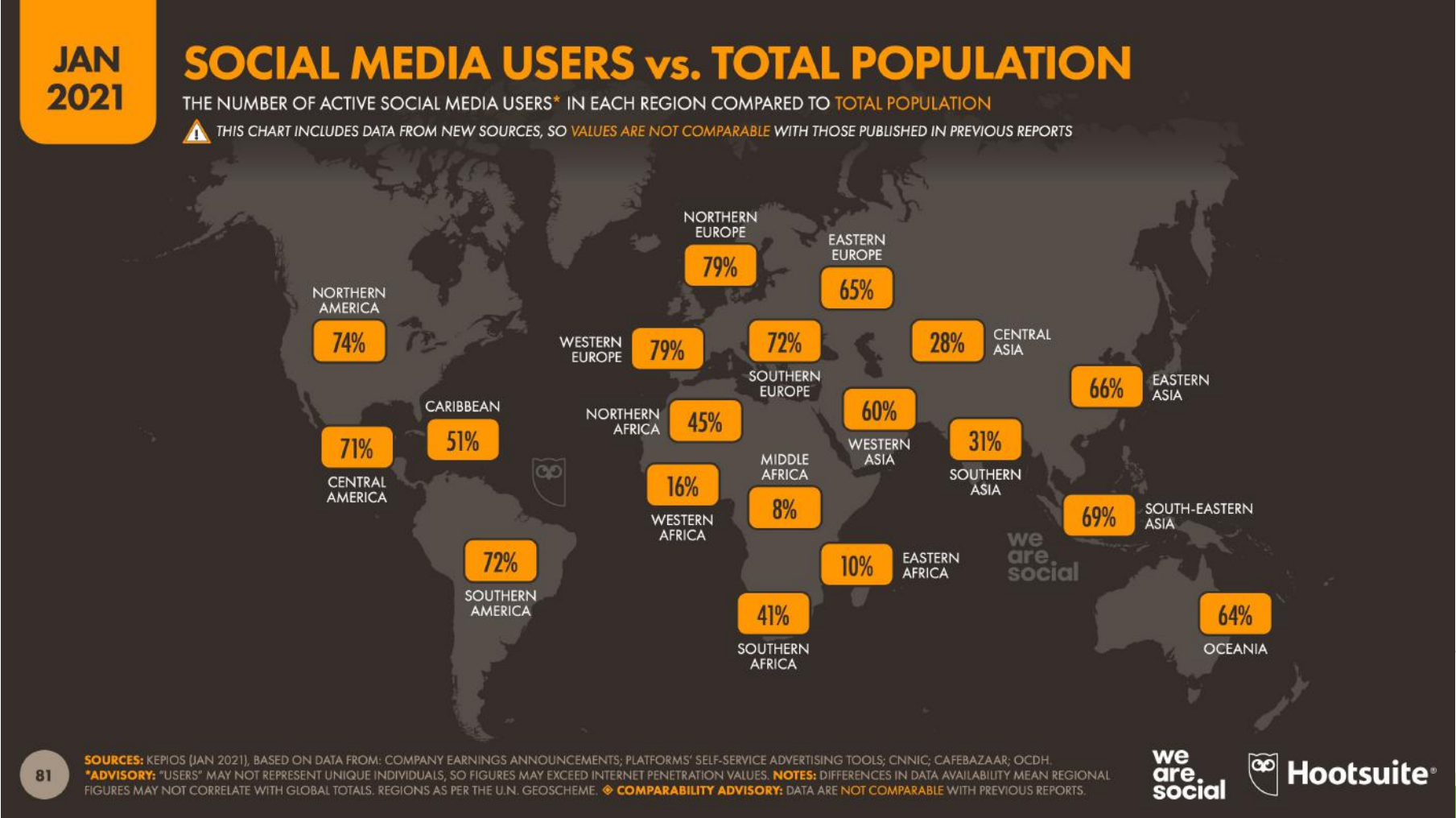


98.8%

# Cambiamento degli utenti per ogni anno



# Utenti social in base al totale della popolazione della regione

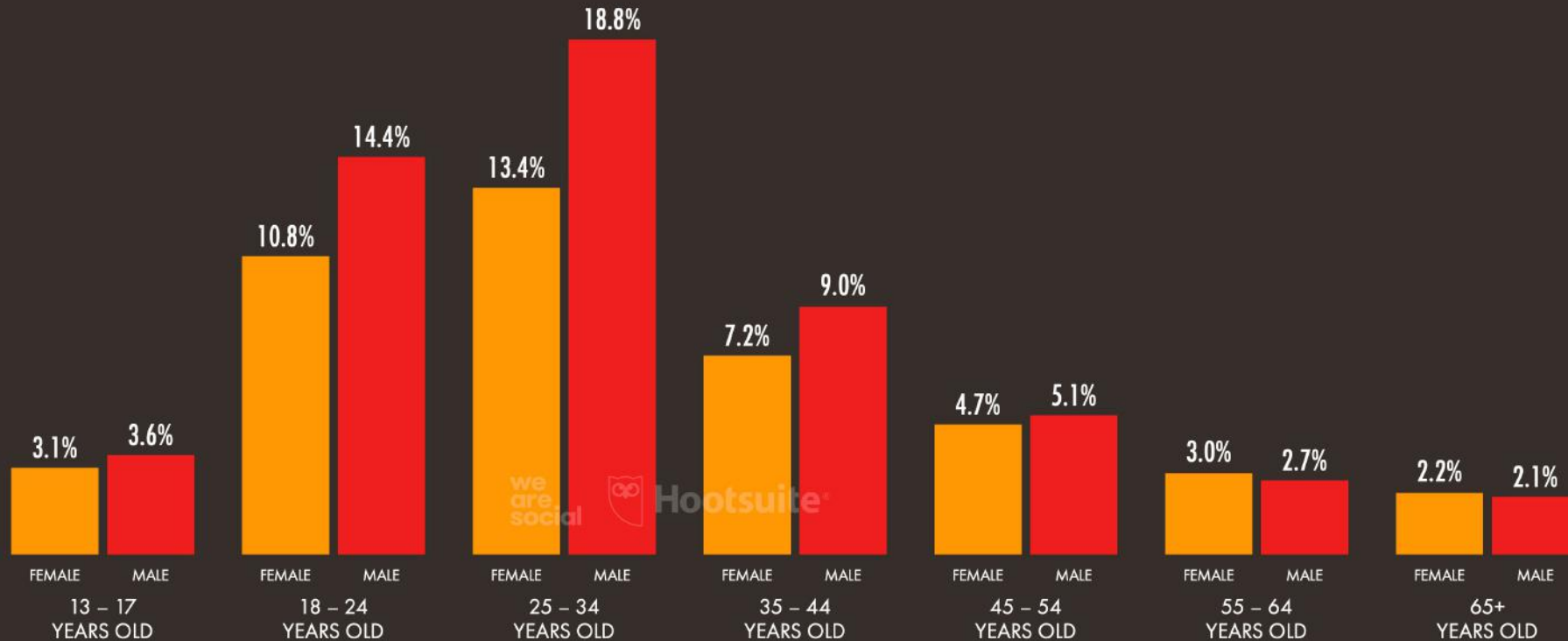


# Utenti per età e genere

JAN  
2021

## SHARE OF SOCIAL MEDIA USERS BY AGE AND GENDER

SOCIAL MEDIA USERS OF EACH GENDER\* IN EACH AGE GROUP\* AS A PERCENTAGE OF TOTAL SOCIAL MEDIA USERS AGED 13 AND ABOVE



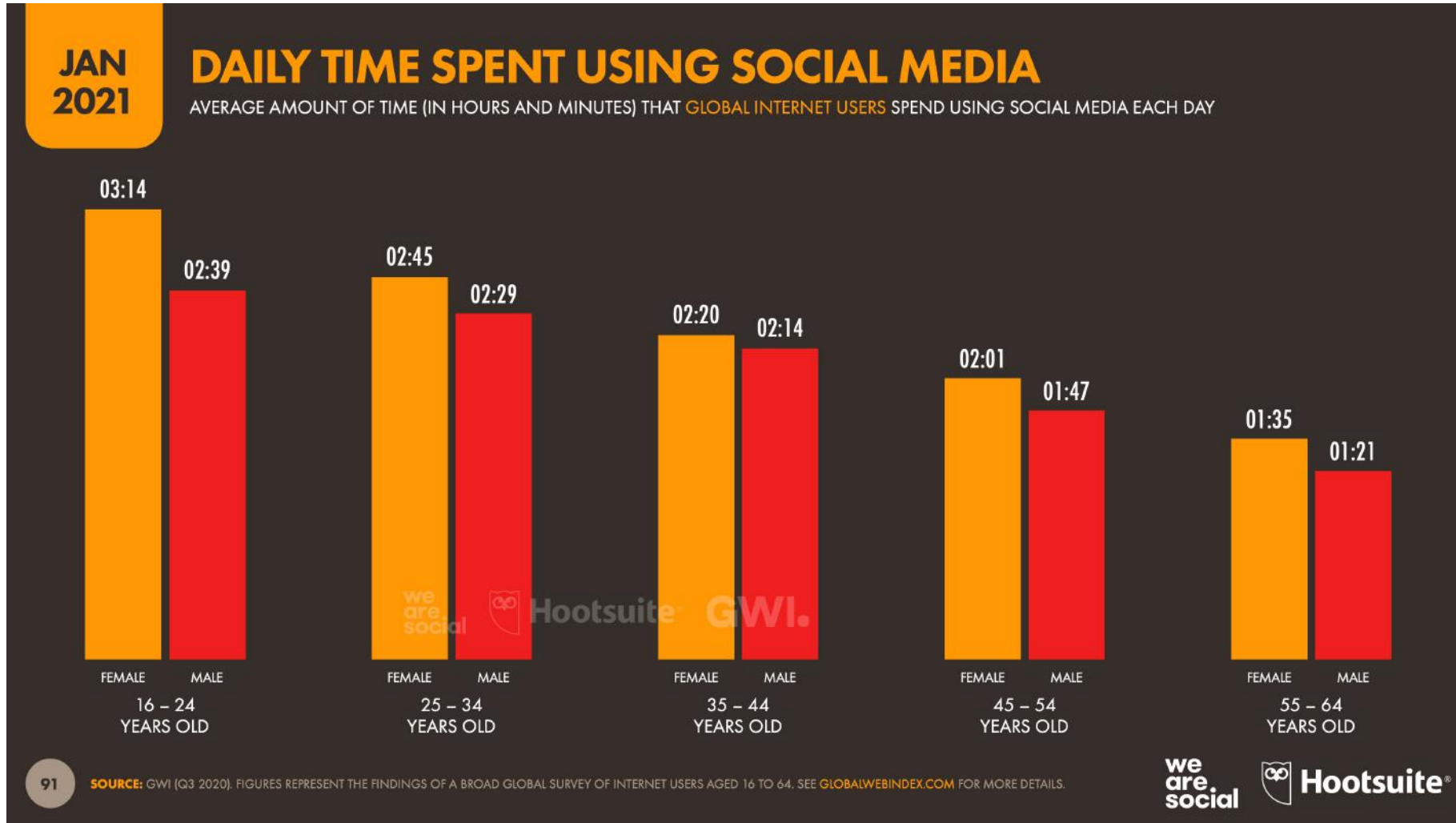
86

**SOURCES:** EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JAN 2021). **\*NOTE:** MOST SOCIAL MEDIA PLATFORMS DO NOT REPORT DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'FEMALE' OR 'MALE'. **\*ADVISORIES:** USERS MAY IDENTIFY BY DIFFERENT GENDERS AND / OR MISREPRESENT THEIR AGE ON SOCIAL MEDIA, WHICH MAY AFFECT THE COMPARABILITY OF SOCIAL MEDIA DATA vs. DEMOGRAPHIC DATA FROM OTHER SOURCES. "USERS" MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS.

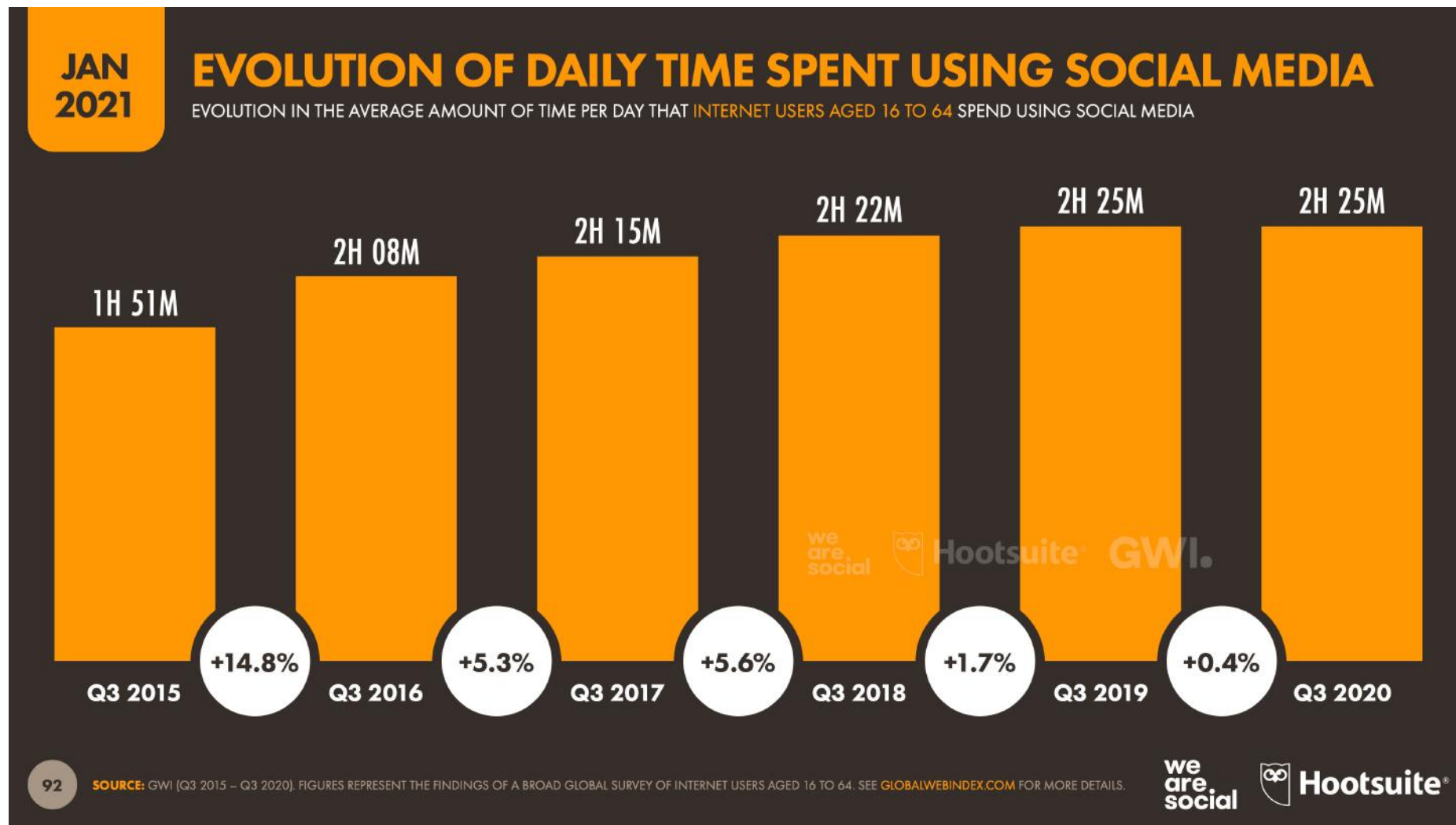
we  
are  
social

Hootsuite®

# Tempo trascorso sui social per età e genere



# Evoluzione del tempo speso sui social media



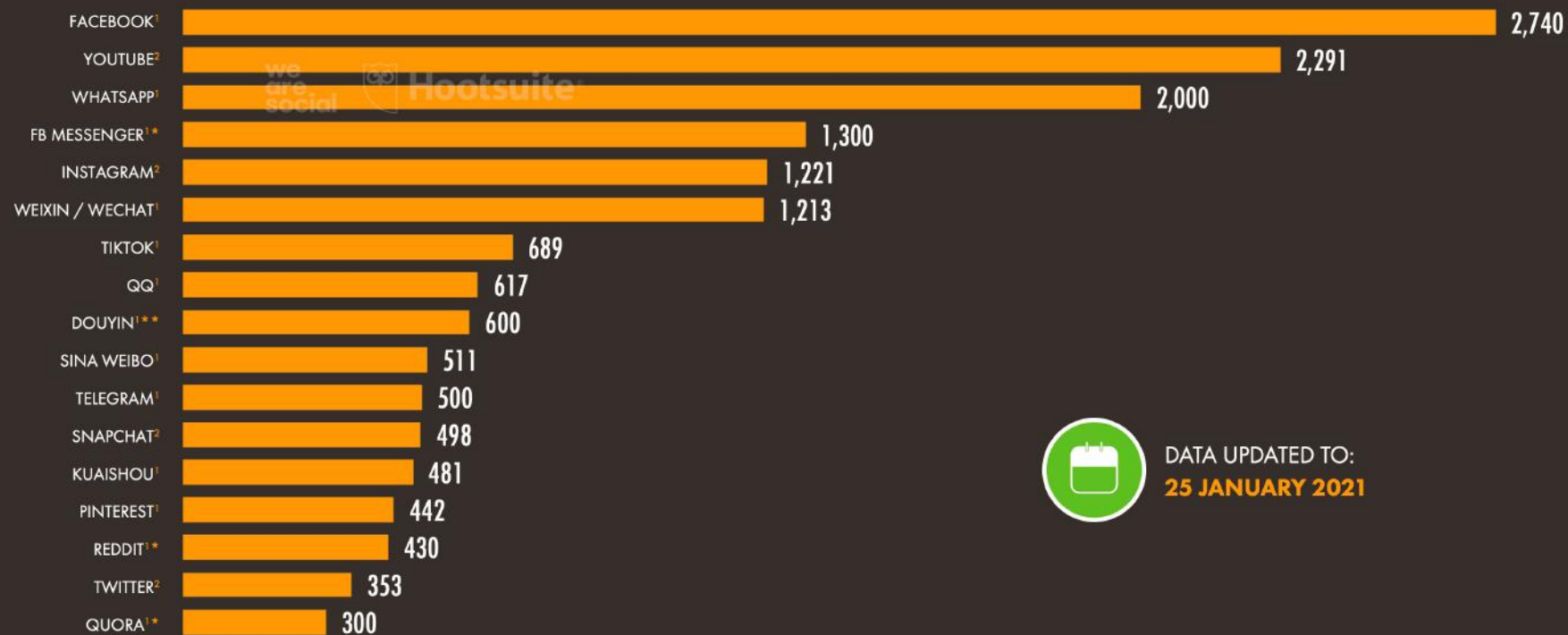


# Social media con più attività

JAN  
2021

## THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS\*



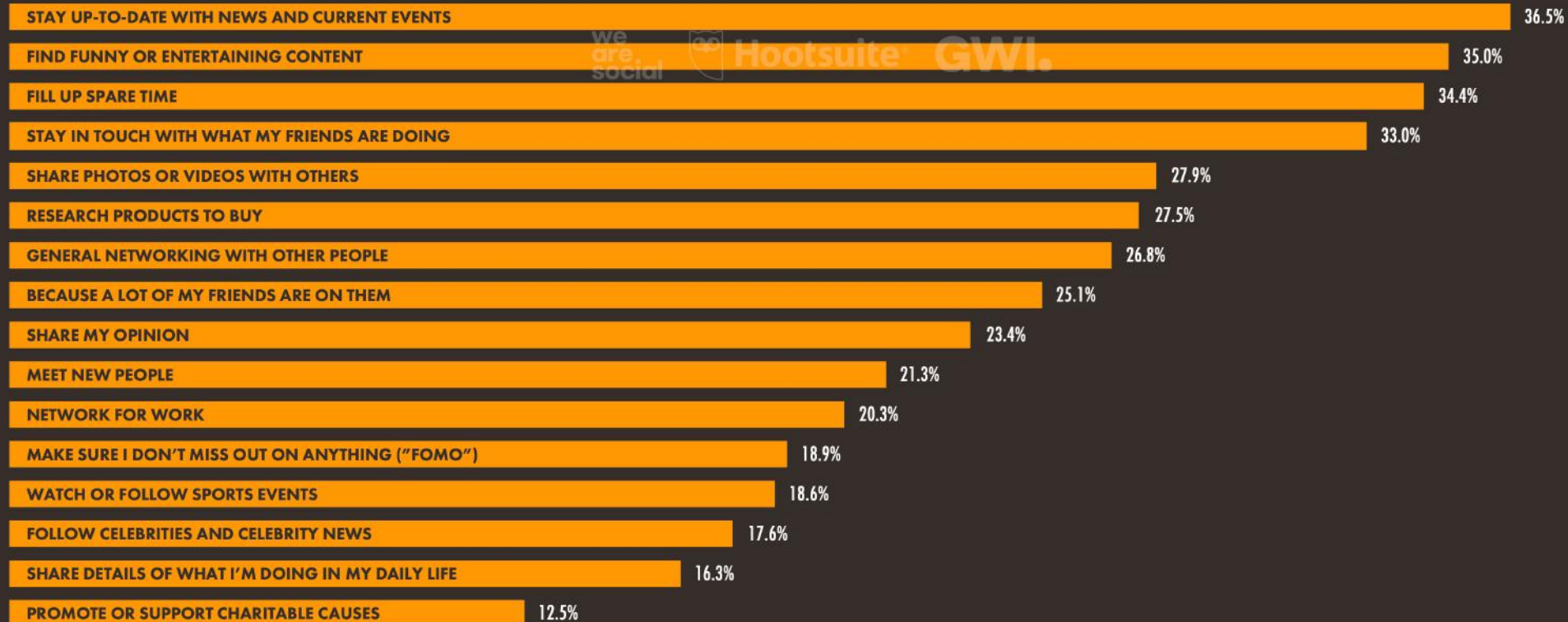
DATA UPDATED TO:  
25 JANUARY 2021

# Ragione perché si usano i social media

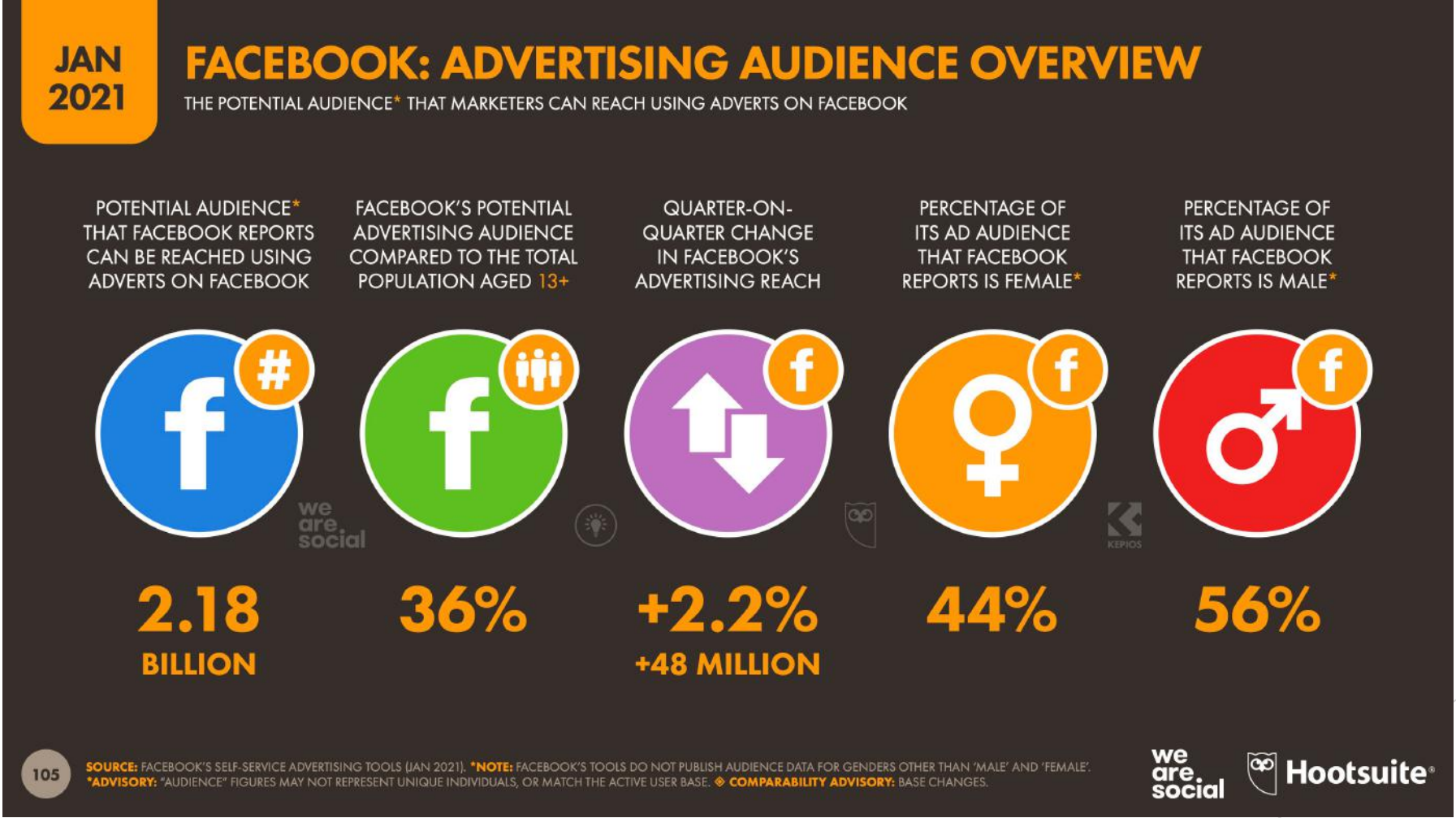
JAN  
2021

## REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY GLOBAL INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA



# Pubblico potenziale da raggiungere facendo attività di pubblicità su Facebook



# Accessi a Facebook - dispositivo

JAN  
2021

## FACEBOOK ACCESS BY DEVICE

THE DEVICES THAT FACEBOOK USERS USE TO ACCESS THE PLATFORM

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS ACCESSING VIA ANY  
KIND OF MOBILE PHONE



98.3%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS WHO ONLY ACCESS VIA A  
LAPTOP OR DESKTOP COMPUTER



1.7%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS WHO ACCESS VIA BOTH  
PHONES AND COMPUTERS



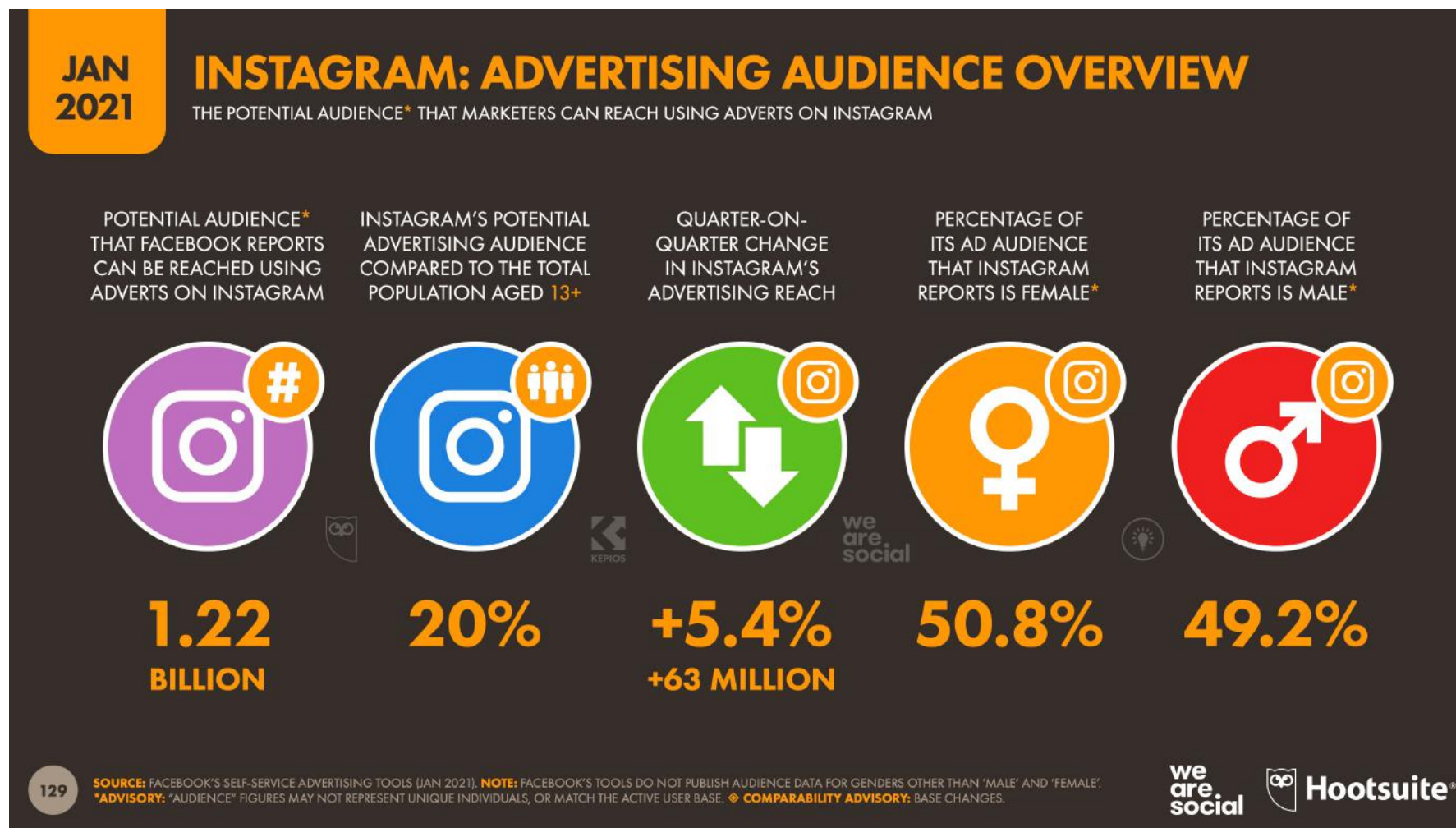
17.3%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS WHO ONLY ACCESS  
VIA A MOBILE PHONE

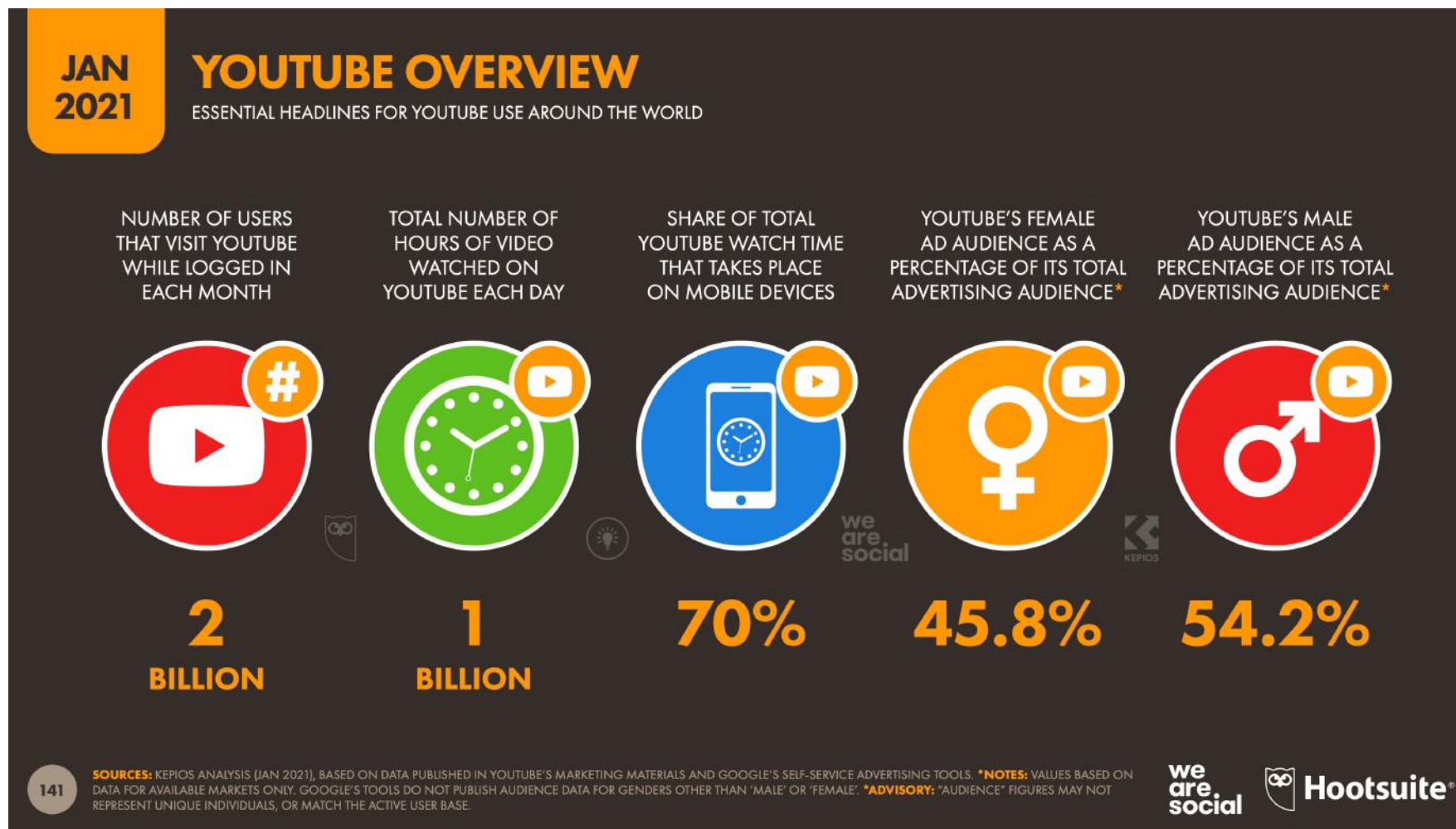


81.0%

# Pubblico potenziale da raggiungere facendo attività di pubblicità su Instagram



# Pubblico potenziale da raggiungere facendo attività di pubblicità su Youtube



# Pubblico potenziale da raggiungere facendo attività di pubblicità su LinkedIn

JAN  
2021

## LINKEDIN: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE\* THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON LINKEDIN

POTENTIAL AUDIENCE\*  
THAT LINKEDIN REPORTS  
CAN BE REACHED WITH  
ADVERTS ON LINKEDIN



**727.6**  
MILLION

LINKEDIN'S POTENTIAL  
ADVERTISING AUDIENCE  
COMPARED TO THE TOTAL  
POPULATION AGED 18+



**13%**

QUARTER-ON-  
QUARTER CHANGE  
IN LINKEDIN'S  
ADVERTISING REACH



**+0.1%**  
**+810 THOUSAND**

PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT LINKEDIN  
REPORTS IS FEMALE\*



**43.1%**

PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT LINKEDIN  
REPORTS IS MALE\*



**56.9%**

# Pubblico potenziale da raggiungere facendo attività di pubblicità su Twitter

JAN  
2021

## TWITTER: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE\* THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON TWITTER

POTENTIAL AUDIENCE\*  
THAT TWITTER REPORTS  
CAN BE REACHED WITH  
ADVERTS ON TWITTER



**353.1**  
MILLION



TWITTER'S POTENTIAL  
ADVERTISING AUDIENCE  
COMPARED TO THE TOTAL  
POPULATION AGED 13+



**5.8%**



QUARTER-ON-  
QUARTER CHANGE  
IN TWITTER'S  
ADVERTISING REACH



**+0.1%**  
**+387 THOUSAND**

we  
are  
social

PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT TWITTER  
REPORTS IS FEMALE\*



**31.5%**



PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT TWITTER  
REPORTS IS MALE\*



**68.5%**



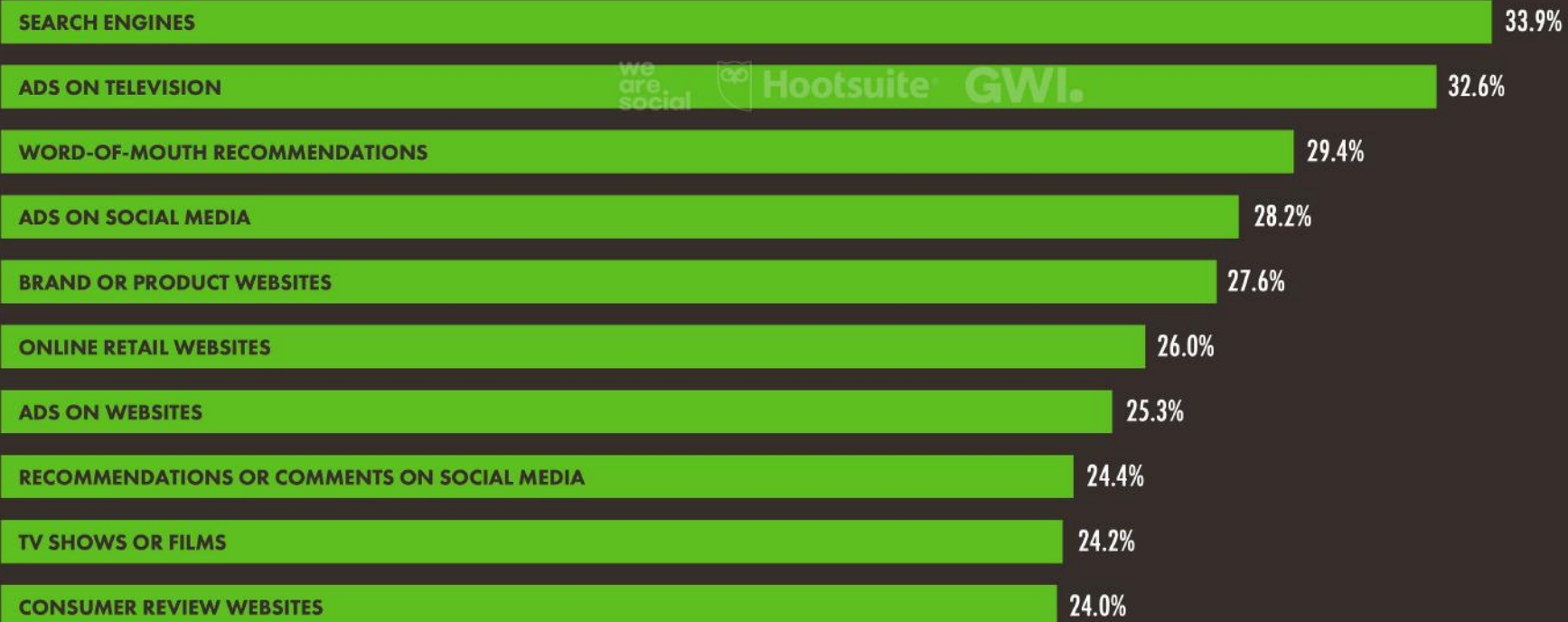
COME VENIAMO TROVATI ONLINE,  
COME RICERCHIAMO I MARCHI?

# Come vengono trovati i marchi online?

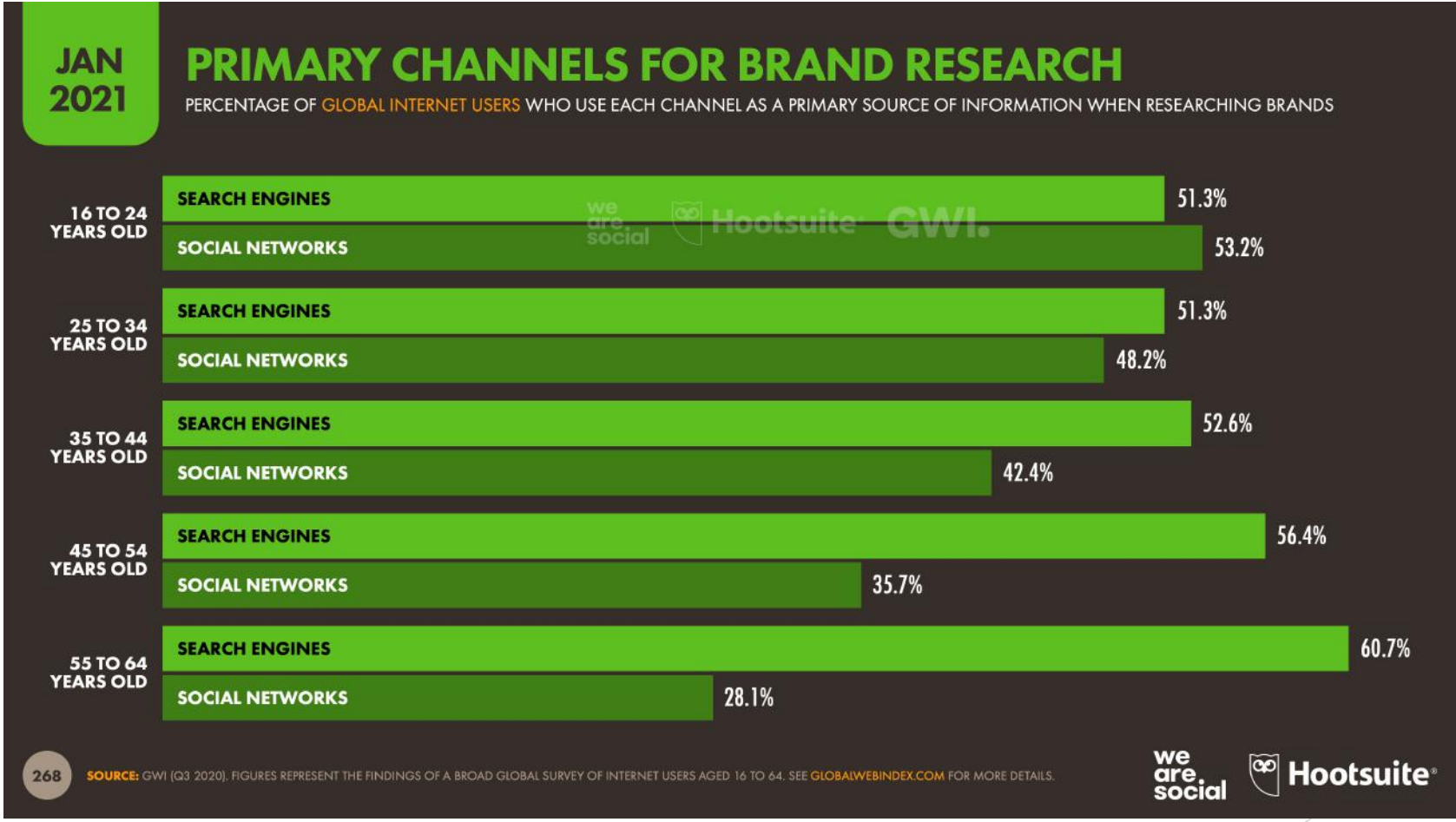
JAN  
2021

## SOURCES OF BRAND DISCOVERY

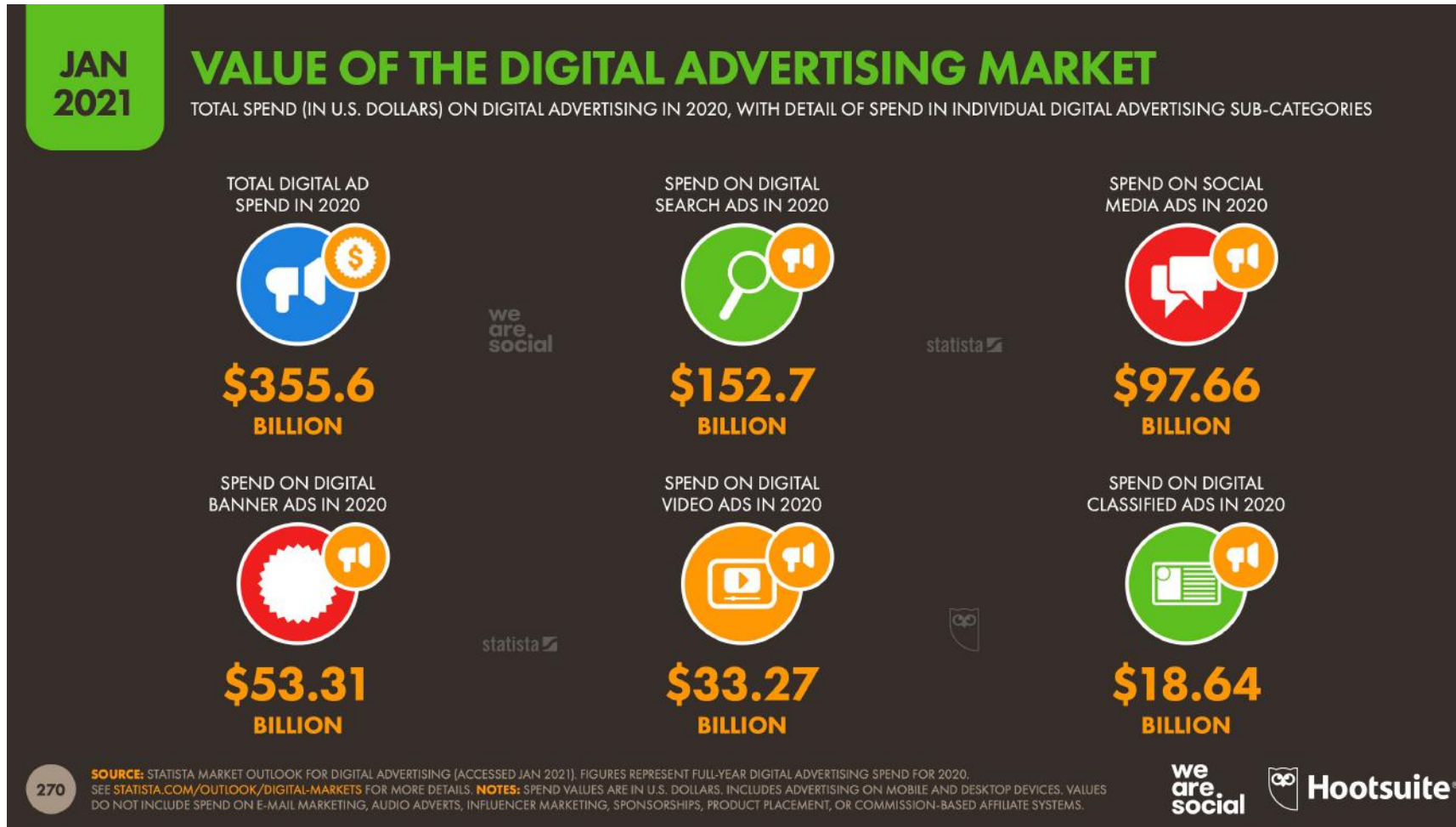
PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THEY DISCOVER BRANDS AND PRODUCTS THROUGH EACH MEDIUM OR ACTIVITY



# I marchi come vengono ricercati per fascia di età?



# Valore della pubblicità per marketing online



# Crescita del web marketing per ADV

JAN  
2021

## DIGITAL ADVERTISING MARKET: VALUE GROWTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN THE VALUE OF THE DIGITAL ADVERTISING MARKET BETWEEN 2019 AND 2020, INCLUDING SUB-CATEGORY CHANGES

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
IN TOTAL DIGITAL AD SPEND



**+6.5%**

we  
are  
social

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
DIGITAL SEARCH AD SPEND



**+6.8%**

statista

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
SOCIAL MEDIA AD SPEND



**+9.1%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
DIGITAL BANNER AD SPEND



**+2.6%**

statista

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
DIGITAL VIDEO AD SPEND



**+9.3%**

statista

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
DIGITAL CLASSIFIED AD SPEND



**-1.6%**

271

**SOURCE:** STATISTA MARKET OUTLOOK FOR DIGITAL ADVERTISING [ACCESSED JAN 2021]. FIGURES COMPARE FULL-YEAR DIGITAL ADVERTISING SPEND IN 2020 TO EQUIVALENT DATA FOR 2019. SEE [STATISTA.COM/OUTLOOK/DIGITAL-MARKETS](https://www.statista.com/outlook/digital-markets) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** INCLUDES ADVERTISING ON MOBILE AND DESKTOP DEVICES. VALUES DO NOT INCLUDE SPEND ON E-MAIL MARKETING, AUDIO ADVERTS, INFLUENCER MARKETING, SPONSORSHIPS, PRODUCT PLACEMENT, OR COMMISSION-BASED AFFILIATE SYSTEMS.

we  
are  
social

Hootsuite®

I SOCIAL

# Social Media: Facebook

## Le “azioni”



Mi piace: su Facebook è possibile esprimere il proprio apprezzamento ad un post, una foto, ad un video e in generale ad ogni contenuto attraverso il tasto “mi piace”



Condividi: ogni utente ha la possibilità di “condividere” un contenuto con i propri amici e sulla propria bacheca



Commenta: su Facebook ogni utente può commentare i contenuti propri e degli altri utenti, generando interazione e dialogo

## Funzionamento ed esempi pratici su Facebook

## Forme di presenza

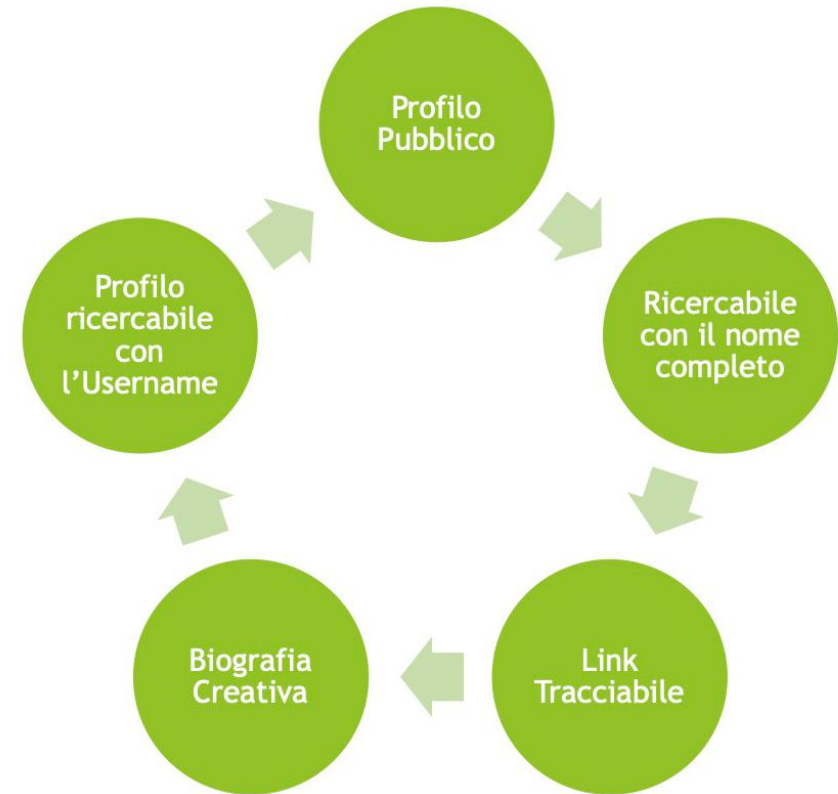
- Profilo personale
- Pagina Ufficiale
- Gruppo

# Instagram

## Strategie Instagram



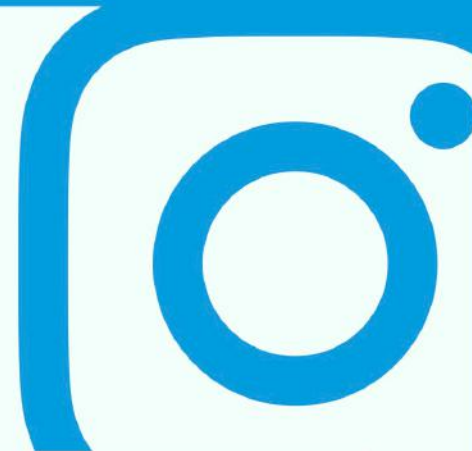
## Profilo Instagram



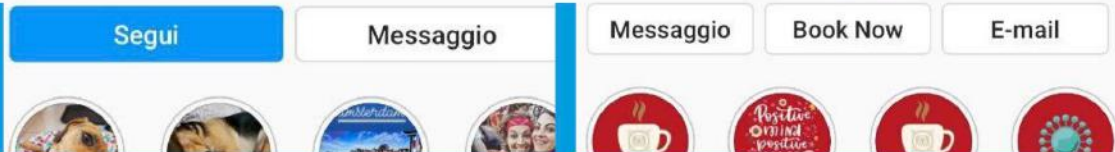


# Instagram

## TIPO DI ACCOUNT



Account seguito da simona\_toni, federicaguza  
altri 2



### PERSONALE

Profilo base per tutti i nuovi utenti di Instagram. Va bene per tutti coloro che usano IG come strumento per rimanere in contatto con amici o per seguire brand.

### BUSINESS

Profilo per aziende o professionisti. Permette di ottenere gli Insight, di avere in bio i contatti, di inserire le CTA, di fare Advertising.

### CREATOR

Profilo per Influencer. Permette di avere Insight, contatti e adv, ma anche di creare contenuti "brandizzati" in partnership con altri brand.

# Instagram

## Storie e Dirette (IG Live)

La prima è la storia del proprio profilo

A seguire si trovano:

- dirette
- storie dei profili che si seguono (durante la visione delle storie possono essere visualizzate storie sponsorizzate)

## Home | Feed

Bacheca a scorrimento (scroll down) con tutti i post degli utenti che si seguono + sponsorizzazioni



DM | Direct Message  
Sezione dedicata ai messaggi scambiati con altri utenti

Caricamento  
Cliccando si possono caricare foto e video dalla galleria del telefono oppure scattarne di nuovi



Esplora  
Sezione dedicata ai post "simili" consigliati dall'algoritmo di Instagram

Interazione  
Sezione di raccolta interazioni ricevute sul proprio profilo

Profilo personale  
Cliccando si raggiunge il proprio profilo Instagram

- ▶ **Profilo Pubblico:** Se stai creando un profilo Instagram per guadagnare qualcosa, allora devi impostare la privacy del tuo profilo su pubblico, così che chiunque sarà in grado di visualizzare i tuoi contenuti e vedere il tuo marchio;
- ▶ - **Nome Utente Ricercabile:** Se il nome della vostra attività è già stato preso, provate ad usare il vostro nome aziendale come prima parte del nome e il nome formale nella seconda.
- ▶ - **Nome Completo Ricercabile:** assicuratevi di aggiungere il vostro nome completo alla sezione “nome” del profilo.
- ▶ - **Foto Profilo:** È la prima cosa che le persone vedono quando aprono il profilo. Per le aziende dovrebbe essere il logo mentre per i profili privati qualcosa che li collega con le altre reti sociali.
- ▶ - **Biografia Accattivante:** Può contenere 150 caratteri e vanno sfruttati tutti per dare alle persone un buon motivo per seguirvi. È inoltre possibile utilizzare questo spazio per incoraggiare una certa azione, come un click su un hashtag o al link.
- ▶ - **Link tracciabile da cambiare regolarmente:** Gli URL cliccabili non sono ammessi ovunque tranne che nella casella singola “sito web” della vostra bio e nelle storie (per alcuni profili).

# Le foto per Instagram

- ▶ - **Soggetto Interessante e rilevante:** Quando state pensando ad un soggetto pensate anche alla persona come “acquirente”. Che cosa potrebbe trovare interessante in una foto? Ecco, ora provate a ricreare quel contesto;
- ▶ - **Foto ben realizzata e ben incorniciata:** Non preoccupatevi... non c'è bisogno di avere un background nel campo della fotografia per creare delle foto interessanti da pubblicare su Instagram. Tutto ciò che dovete fare è prendervi un po' di tempo per imparare le migliori pratiche su come migliorare i vostri scatti, trovare interessanti prospettive, migliorare la simmetria ecc...
- ▶ - **Lavoro di editing:** Ci sono molti tutorial online per creare delle foto perfette per Instagram.

Instagram

## TOOL PER CREARLE



# Instagram

## Attivare gli Insight

Ora possiamo pubblicare la foto sul nostro profilo... ehm: ma quando?

In nostro aiuto arrivano gli strumenti di analisi. Instagram ci mette a disposizione il tool gratuito interno 'Insight' ma per poter sfruttarlo dobbiamo creare un profilo aziendale.



# Instagram

1. Crea una pagina Facebook; – se non la vuoi rendere pubblica imposta come solo visibile a te –
2. Torna su Instagram e clicchi su passaggio a profilo aziendale;
3. Nella schermata connetti la tua pagina Facebook, vedrai tutte le pagine di Facebook dove sei amministratore. Seleziona la pagina che desideri associare al tuo profilo Instagram;
4. Ora controlla le informazioni di contatto, apporta eventuali modifiche e clicca fine;

Finalmente abbiamo  
Il nostro profilo aziendale

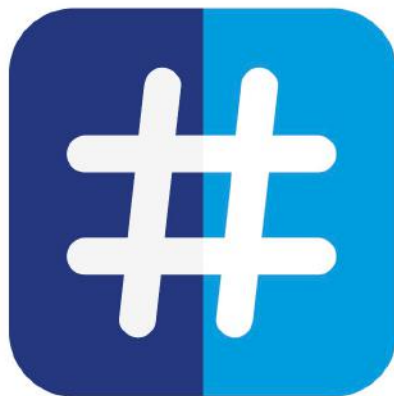
# Hashtag per Instagram

- ▶ **Possibilità di seguire gli Hashtag**
- ▶ A partire da ora, gli utenti Instagram devono fare affidamento sui singoli account per vedere i contenuti con cui vogliono interagire. La possibilità di seguire gli hashtag potrebbe rendere molto più facile trovare il contenuto a cui sono interessate le persone.
- ▶ Mentre prima potevi seguire una singola entità, ora ti stai posizionando in una stanza piena di quelle singole entità, tutte con un interesse comune.
- ▶ Una volta che hai creato il tuo bell'account Instagram, hai ideato una strategia di contenuti, ed hai pubblicato questi con buona regolarità, ti consiglieri di costruire la tua **comunità su Instagram**.
- ▶ Uno dei modi più efficaci per farlo è *attraverso gli Hashtag*.
- ▶ Ci sono alcune app che permettono di trovare gli hashtag più popolari per la nostra comunità o per studiare la concorrenza. Una di queste è 'hashtagify' o 'Iconosquare'.
- ▶ Senza hashtag il post è completamente irrilevante. È essenzialmente perso nello spazio, senza indicazioni che lo guidano verso una direzione. Sebbene sia possibile utilizzare fino a 30 hashtag per post, diversi studi hanno dimostrato che 11 è il numero ideale quando si tratta di coinvolgimento e interazione con gli utenti.



# Hashtag per Instagram

---



## 7. USA GLI #HASHTAG

- DA 10 A 30 HASHTAG PER POST
- MIX DELLA PORTATA
- PERTINENTI E COERENTI
- HASHTAG BRANDIZZATO
- STORIES

# I video su Instagram

- ▶ Instagram è una piattaforma molto visiva che funziona perfettamente come marketing "brand building".
- ▶ I video si riproducono automaticamente con il silenzio pre-impostato e c'è un limite di 60 secondi (che è superiore al limite precedente di 15 secondi) nel feed e 10 sulle storie.
- ▶ Instagram è un ottimo posto per condividere "teaser" per contenuti video più lunghi. L'obiettivo è invogliare gli utenti a continuare a guardare la versione completa sul tuo sito web o su un'altra piattaforma in cui è stata caricata la versione completa.
- ▶ Per far sì che i tuoi video vengano visualizzati da persone esterne al tuo elenco di follower, dovrai sfruttare e sperimentare gli hashtag che descrivono meglio i tuoi contenuti oppure attraverso i post sponsorizzati.

# Le storie su Instagram

- ▶ Utilizza Instagram Stories come un'estensione più interattiva del tuo feed.
- ▶ Le tue storie su Instagram non devono essere così raffinate come i contenuti sul feed - a parte gli annunci -. Bisogna iniziare a diventare “reali”. Gli utenti Instagram sono stanchi di vedere immagini patinate e riprese lifestyle perfette. Vogliono qualcosa di più reale, normale e Instagram Storie è il posto giusto dove trovare questi contenuti.
- ▶ Sfruttare le tante funzionalità di Storie ti dà molte opportunità di interagire con il tuo pubblico di Instagram in modi nuovi ed entusiasmanti, indirizzando il tuo target verso le offerte chiave al di fuori della piattaforma Instagram.

# Le storie su Instagram, come usarle:

- ▶ Sondaggi = Ricerche di mercato;
- ▶ Link = Conversione Immediata, funzione disponibile se hai almeno 10 mila follower;
- ▶ Contenuti dietro le quinte = Rendono più umana la tua azienda;
- ▶ Anteprime dei prodotti = Look esclusivo prima del rilascio e dimostrazioni sull'uso del prodotto; genera hype tra le persone;
- ▶ Condividere contenuti di influencer e follower. La prima tipologia ti aiuterà a sviluppare relazioni con individui che potranno far crescere il tuo brand mentre la seconda a creare una relazione con i tuoi consumatori; a differenza del feed questo status è temporaneo e non interrompe la strategia del tuo profilo aziendale.

Accenni di Youtube, Twitter, linkedin...

# Come possiamo pubblicizzarci sui social media?

Facebook Manager + Instagram è la soluzione più «economica» e vantaggiosa che possiamo applicare.

Google ADS, twitter etc... possono andare bene ma dipende molto budget e target

# Facebook advertising

Facebook ha già un ottima sezione dove spiega il funzionamento delle sue possibilità:

<https://www.facebook.com/business/ads>

# Facebook advertising

## Scegli l'obiettivo

Per scegliere l'obiettivo pubblicitario giusto, rispondi alla domanda: "Qual è il risultato più importante che voglio raggiungere con questa inserzione?". Potrebbe trattarsi di vendite sul tuo sito web, download della tua app o maggiore notorietà per il tuo brand.

[Scopri gli obiettivi](#)

Qual è il tuo obiettivo di marketing? Assistenza: scelta dell'obiettivo

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

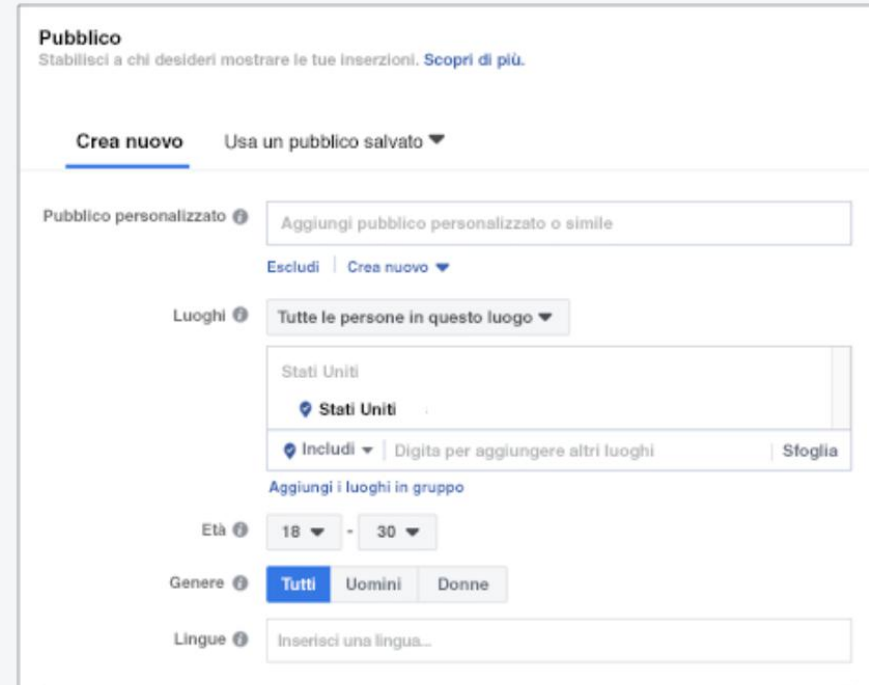


# Facebook advertising

## Seleziona il pubblico

Usando ciò che sai sulle persone che desideri raggiungere, ad esempio età, luogo e altri dettagli, scegli i dati demografici, gli interessi e i comportamenti più rappresentativi per il tuo pubblico.

[Scopri di più sul pubblico](#)



**Pubblico**  
Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. [Scopri di più.](#)

[Crea nuovo](#)   Usa un pubblico salvato ▼

**Pubblico personalizzato** ⓘ

[Escludi](#) | [Crea nuovo](#) ▼

**Luoghi** ⓘ

Stati Uniti

Stati Uniti

Includi ▼ Digita per aggiungere altri luoghi | [Sfoglia](#)

[Aggiungi i luoghi in gruppo](#)

**Età** ⓘ 18 ▼ - 30 ▼

**Genere** ⓘ  Tutti  Uomini  Donne

**Lingue** ⓘ

# Facebook advertising

## Decidi dove pubblicare l'inserzione

A questo punto, scegli dove pubblicare la tua inserzione, ovvero su Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network o su tutti questi posizionamenti. In questo passaggio, puoi anche scegliere di pubblicare le inserzioni su specifici dispositivi mobili.

[Scopri di più sui posizionamenti pubblicitari](#)

### Posizionamenti

Mostra le tue inserzioni alle persone giuste nei posti giusti.

**Posizionamenti automatici (scelta consigliata)**

Le tue inserzioni saranno mostrate automaticamente al tuo pubblico dove potrebbero ottenere i risultati migliori. Per questo obiettivo, i posizionamenti potrebbero includere Facebook, Instagram e Audience Network. [Scopri di più.](#)

**Modifica posizionamenti**

La rimozione dei posizionamenti potrebbe ridurre il numero di persone che raggiungi e rendere meno probabile il raggiungimento dei tuoi obiettivi. [Scopri di più.](#)

# Facebook advertising

## Imposta il budget

Inserisci il tuo budget giornaliero o totale e il periodo di tempo in cui desideri pubblicare le tue inserzioni. Queste limitazioni fanno in modo che tu non spenda mai più di quanto vuoi.

[Scopri di più sui budget](#)

### Budget e programmazione

Stabilisci quanto desideri spendere e quando desideri mostrare le tue inserzioni.

**Asta** Copertura e frequenza prevedibili

Budget ⓘ Budget giornaliero :   
11,00 \$

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ

Programmazione ⓘ

- Pubblica il mio gruppo di inserzioni in modo continuativo a partire da oggi
- Imposta una data di inizio e di fine

Non spenderai più di **77,00 \$** a settimana.

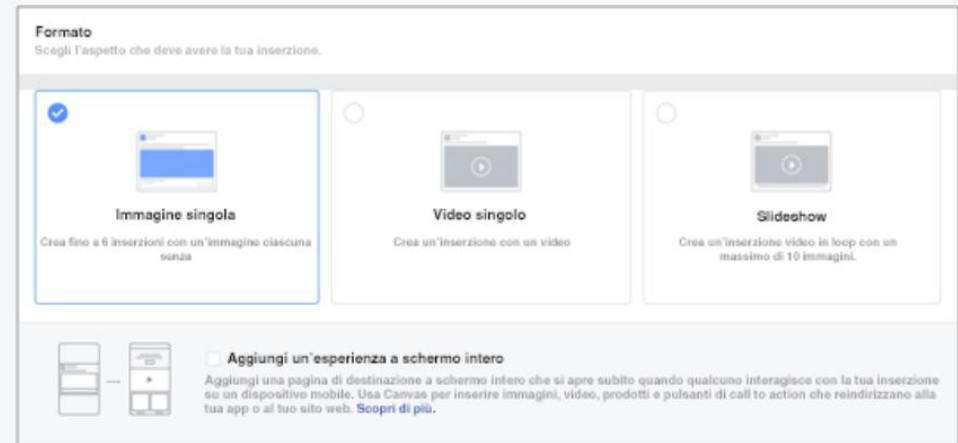
[Mostra opzioni avanzate ▾](#)

# Facebook advertising

## Scegli un formato

Scegli tra 6 formati pubblicitari versatili, progettati per funzionare su qualunque dispositivo e con ogni velocità di connessione. Puoi scegliere di mostrare un'immagine singola o un **video** singolo nella tua inserzione oppure usare un formato più grande in cui è possibile mostrare più immagini.

[Scopri tutti i formati pubblicitari](#)



# Facebook advertising

Effettua l'ordine +

Misura e gestisci l'inserzione -

Dopo aver pubblicato l'inserzione, puoi monitorarne le prestazioni e modificare la tua campagna in [Gestione inserzioni](#). Scopri se una versione della tua inserzione è più efficace di un'altra o se la tua inserzione non viene pubblicata in modo efficace, quindi apporta le modifiche necessarie.

[Scopri come misurare le tue inserzioni](#)

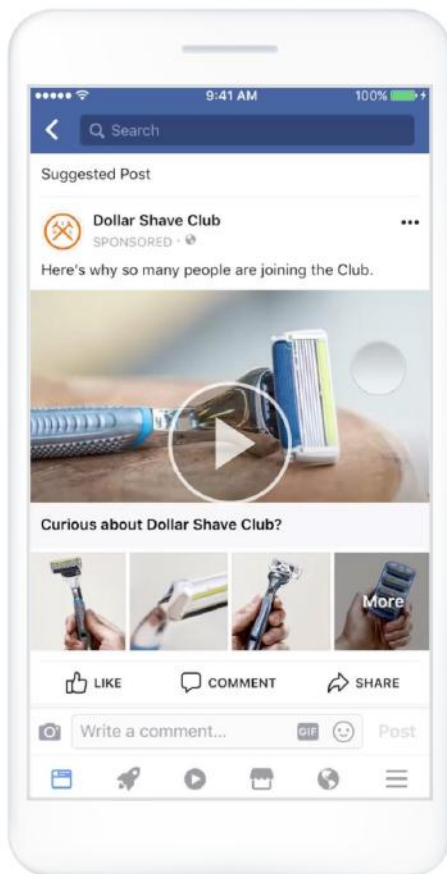
The screenshot shows the Facebook Ads reporting interface. At the top, it says 'Tutti i report > Report senza titolo' with a filter icon and 'Non specificato'. Below this is a search bar with 'Cerca' and a filter button '+ Aggiungi i filtri per restringere i dati che vedi.'. The main content is divided into two tabs: 'Dettagli' (selected) and 'Metriche'. Under 'Dettagli', there is a 'Livello' section with three checkboxes: 'Campagna' (checked), 'Gruppo di inserzioni' (checked), and 'Inserzione' (unchecked). To the right is a table with two columns: 'Campagna' and 'Gruppo di inserzioni'. The table contains three rows of data.

Campagna	Gruppo di inserzioni
Post di Instagram 6093967228223	Tutti
Post di Instagram 6093967228223	Post di Instagram 6093967228223
Jasper's Market - "Mi piace" sulla Pagina 6043583858623	Tutti

At the bottom of the table, there is a filter for 'US - 18 + 6043583858623'.

# Facebook advertising - Consigli

Le inserzioni migliori permettono di ottenere risultati aziendali concreti, ma sono anche in grado di stupire.



**Mostra le inserzioni su più dispositivi**

Mostra le tue inserzioni su tutti i dispositivi usati dal tuo pubblico grazie alle opzioni aggiuntive per mobile o computer.

**Fai tutto in pochi semplici passaggi**

Fare pubblicità su più piattaforme e dispositivi è semplice. È sufficiente creare una volta l'inserzione, quindi selezionare i posizionamenti automatici per pubblicarla nei luoghi che potrebbero aiutarti a raggiungere gli obiettivi della tua campagna. Non è necessario ridimensionarla o riformattarla.

**Agisci in sicurezza e con precisione**

Aumentare la copertura non significa ridurre il controllo. Le opzioni di controllo del brand sono semplici da usare e ti consentono di impostare dei parametri su dove e come pubblicare le tue inserzioni.

Esplora le differenze relative all'uso di Facebook e Instagram da parte delle persone e trova la giusta strategia di marketing per ciascun feed con questi [dati statistici di Facebook IQ](#).

facebook IQ

**Punta sull'autenticità**

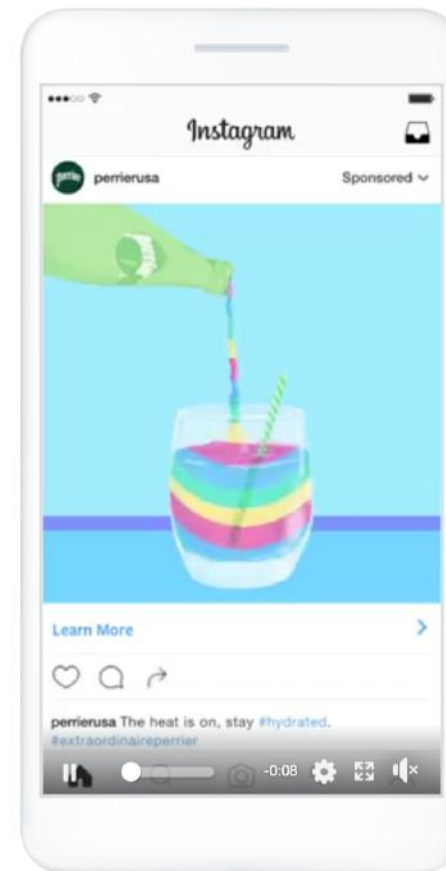
Innanzitutto rifletti sul tono, che può semplicemente rispecchiare la personalità della tua azienda. È divertente? Formale? Audace? Una maggiore autenticità corrisponde a una maggiore efficacia delle inserzioni.

**Impara a conoscere il tuo pubblico di destinazione**

Fai leva direttamente sulle sue motivazioni o abbatti le barriere che impediscono a queste persone di diventare tuoi clienti. Prendi in considerazione l'idea di creare contenuti diversi per gruppi di pubblico diversi in modo da assicurarti di fare leva sulle motivazioni di ciascun gruppo.

**Definisci il tuo tema**

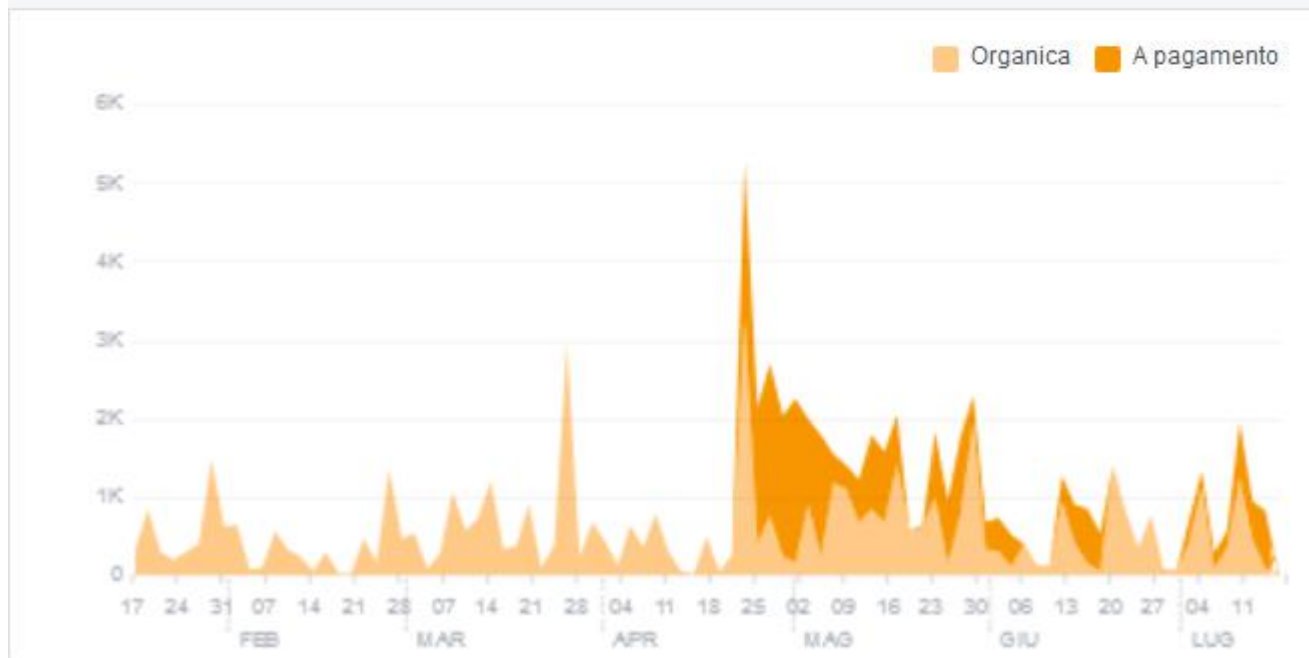
Pensa a cosa desideri che il pubblico recepisca dalla tua inserzione. Rifletti su un tema o un'idea che servirà da filo conduttore nelle tue inserzioni e distinguili dagli altri. Il tema può essere un concetto, un'idea o anche un elemento visivo che renda coerenti le tue inserzioni.



# Facebook advertising - Report

## Copertura dei post

Il numero di persone a cui sono apparsi nello schermo i post della tua Pagina. Questo numero rappresenta una stima precisa.



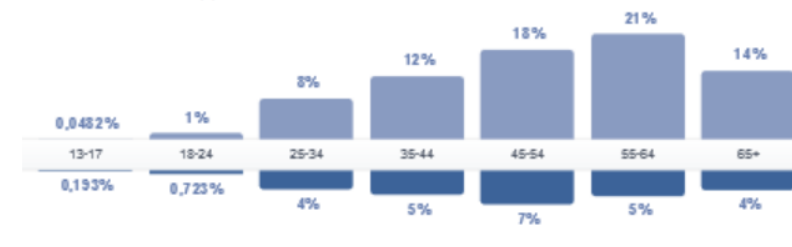
Dati demografici aggregati relativi alle persone a cui piace la tua Pagina in base alle informazioni su età e genere specificate nel loro profilo. Questo numero rappresenta una stima.

Donne

74%  
I tuoi fan

Uomini

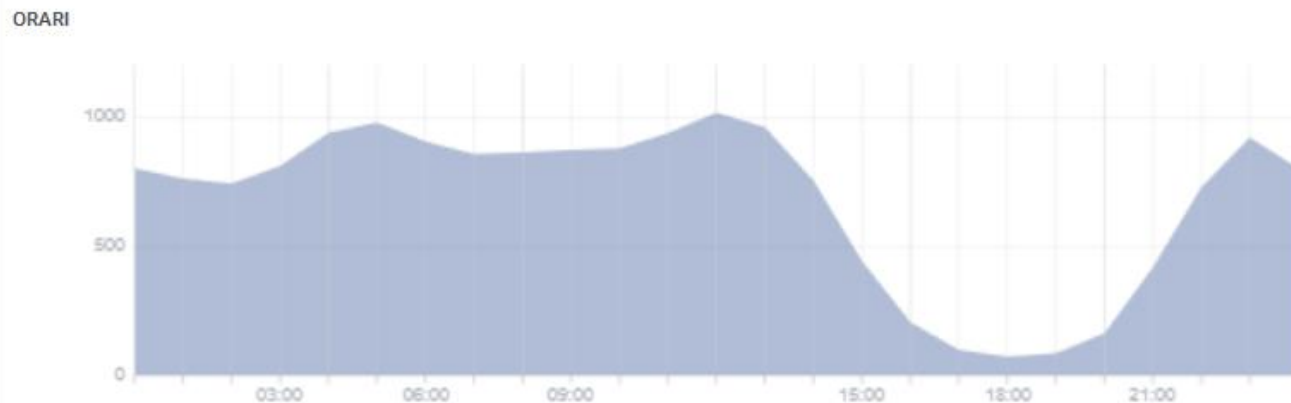
25%  
I tuoi fan



Paese	I tuoi fan	Città	I tuoi fan	Lingua	I tuoi fan
Italia	2016	Venezia, Veneto	890	Italiano	1976
Spagna	8	Padova, Veneto	101	Inglese (USA)	20
Regno Unito	6	Treviso, Veneto	61	Inglese (Regno Unito)	18
Brasile	5	Chioggia, Veneto	48	Rumeno	14
Germania	5	San Donà di Piave, Ve...	41	Francese (Francia)	12
Francia	5	Mirano, Veneto	35	Spagnolo	8
Stati Uniti d'America	5	Jesolo, Veneto	34	Portoghese (Brasile)	7
Svizzera	3	Roma, Lazio	29	Spagnolo (Spagna)	6
Romania	3	Mira, Veneto	27	Tedesco	4
Argentina	2	Meolo, Veneto	23	Croato	2

# Facebook advertising - Report

Dati relativi a un intervallo recente di 1 settimana. I dati statistici relativi agli orari sono mostrati nel fuso orario del Pacifico.




Tutti i post pubblicati

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

Data pubblicazione	Post	Tipo	Destinatari	Copertura	Interazioni
10/07/2019 21:59	Campagn a Amica	📄	🌐	348	60 3
10/07/2019 17:46	Sta per iniziare la	📄	🌐	244	9 5
10/07/2019 09:54	Campagn a Amica	📄	🌐	3,7K	64 80
09/07/2019 14:25	Formaggi freschi,	📺	🌐	1,8K	49 14
08/07/2019 16:53	AGRICOL TORI	📄	🌐	391	3 8
07/07/2019 16:22	Grandissi ma	📄	🌐	343	25 7
07/07/2019 10:37	Campagn a Amica	📺	🌐	173	4 1
07/07/2019 09:55	Campagn a Amica	📺	🌐	377	37 11
04/07/2019 09:32	Questa mattina	📄	🌐	1,1K	62 71
03/07/2019 16:33	I GIOVANI	📄	🌐	484	9 8
02/07/2019 10:18	Mercoledì 10 Luglio	📄	🌐	1,9K	19 56
29/06/2019 09:00	Anche il #mensile	📄	🌐	291	4 9
28/06/2019 17:07	"Dalla nostra	📄	🌐	543	58 15
25/06/2019 11:49	CONTINU A LA	📄	🌐	2K	195 115
24/06/2019 21:55	I piccoli detective	📺	🌐	372	23 9



# Facebook advertising - Report

 **Campagna Amica Venezia** ...  
Pubblicato da Agriweb Advisor Venezia [?] · 23 aprile · 🌐

A grande richiesta, dall' 8 Maggio, il Mercato Agricolo Coperto di Mestre in via Palamidese 3/5 apre anche il Mercoledì pomeriggio dalle ore 15.30 alle ore 19.30.


Un'occasione in più per fare una spesa con prodotti stagionali, freschi, scegliendo la qualità.

Aperto il martedì, venerdì e sabato dalle ore 8.00 alle ore 13.00 e il mercoledì dalle ore 15.30 alle ore 19.30.



01:24

**18.437** Persone raggiunte      **1089** Interazioni      [Metti in evidenza il post](#)

  107      Commenti: 8      Condivisioni: 58

## Prestazioni del tuo post

**18.437** persone raggiunte

**12.336** visualizzazioni del video di 3 secondi

**228** Reazioni, commenti e condivisioni 

<b>150</b>  Mi piace	<b>104</b> Sul post	<b>46</b> Sulle condivisioni
--	------------------------	---------------------------------

<b>2</b>  Love	<b>0</b> Sul post	<b>2</b> Sulle condivisioni
--	----------------------	--------------------------------

<b>4</b>  Wow	<b>4</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni
---	----------------------	--------------------------------

<b>11</b> Commenti	<b>8</b> Sul post	<b>3</b> Sulle condivisioni
-----------------------	----------------------	--------------------------------

<b>61</b> Condivisioni	<b>58</b> Sul post	<b>3</b> Sulle condivisioni
---------------------------	-----------------------	--------------------------------

**861** Clic sul post

<b>473</b> Clic per riprodurre	<b>0</b> Clic sul link 	<b>388</b> Altri clic 
-----------------------------------	---	--

### COMMENTI NEGATIVI

**0** Nascondi post      **2** Nascondi tutti i post

**0** Segnala come spam      **0** Non mi piace più

# Facebook advertising - Report

Copertura ⓘ

29.769 ▲ 91,28%

Importo speso ⓘ ▼

€ 134,55 ▲ 11,35%

Impression ⓘ

66.306 ▲ 92,26%

Clic sul link ⓘ

62 ▲ 1.966,67%

€ 134,55 Importo speso



Obiettivo

Risultati

Costo per risultato

Copertura

Importo speso

Interazione con i post

5 Campagne

910 ▼ 9,0%

Interazioni con il post

€ 0,07 ▼ 22,5%

Per interazione con i post

15.110 ▲ 42,6%

€ 67,61 ▼ 29,4%

Visualizzazioni del video

5 Campagne

7186

ThruPlay

€ 0,01

Costo per ThruPlay

17.560

€ 66,94

# GRAZIE!

[www.webadvisorveneto.it](http://www.webadvisorveneto.it)

ALESSANDRO CALI'  
Via Torino 180/A 30172  
Mestre (VE)

041 5455270  
alessandro.cali@coldiretti.it