



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO  
AGRICOLTURA **VERONA**



punto  
impresa  
digitale

**VENERDÌ 04/12/20**  
**11.00-12.30 - ZOOM**

# INSTAGRAM

## Strumenti e strategie per comunicare con la potenziale clientela



**LAURA AGLIO**

digital strategist &  
business developer



@lauraaglio

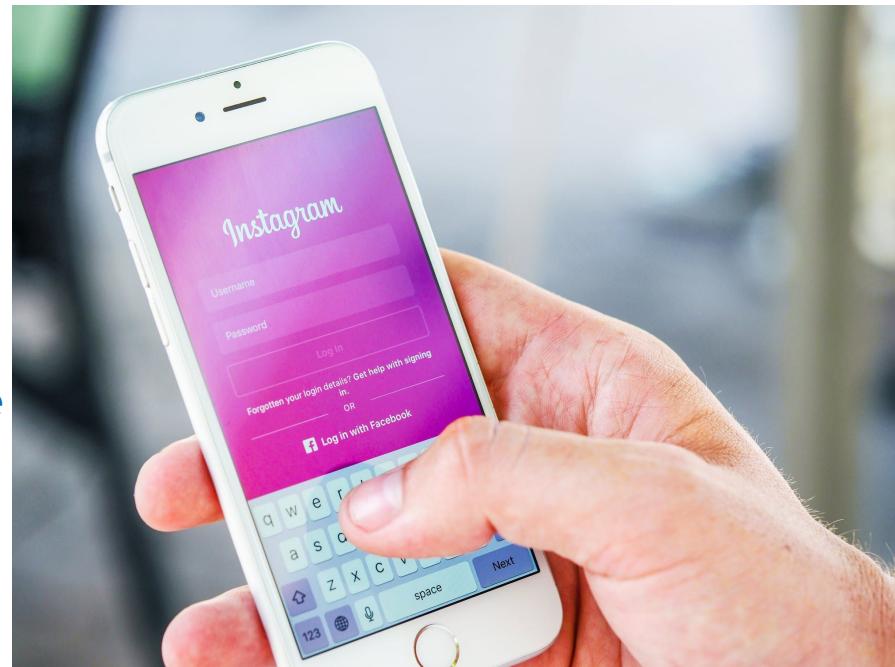
# DI COSA PARLIAMO

Costruire la presenza di un Brand su Instagram

Creare contenuti utili per coinvolgere i follower

Coinvolgere attraverso foto, storie, live e IGTV

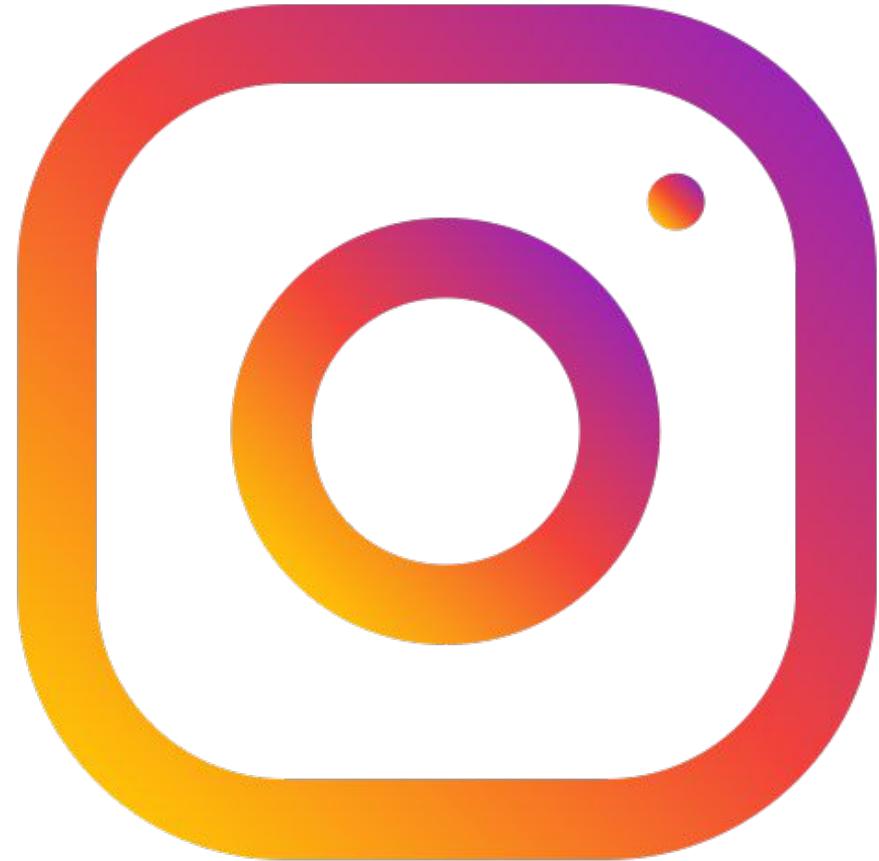
Leggere e interpretare gli Instagram insight



Instagram

# Instagram: perchè usarlo?

Costruire la presenza di un  
Brand su Instagram



Instagram

# I NUMERI

**2°**

Social network più usato in Italia

**53**

min spesi ogni giorno sulla piattaforma

**1 mld al mese**

gli utenti di Instagram (iGers)

**700.000**

scrolling al min. nel 2020 (vs 350.000 nel 2019)





## I NUMERI

**10 ml**

aziende e professionisti  
presenti online

**90%** (9 brand su 10!)

dei brand migliori al mondo  
comunicano con Instagram

**10 volte Facebook**

livello di engagement dei  
brand su Instagram

# I NUMERI

**oltre 500 milioni**

gli utenti che  
quotidianamente caricano  
contenuti nelle **stories**

**1/3 delle storie**

più visualizzate proviene da  
profili aziendali

**2,5 storie a  
settimana**

in media poste dai brand





## I NUMERI

**25% utenti**

fra i 19-24 anni

**30%**

fra i 29-35 anni

**29%**

fra i 36-55 anni

**52%** donne e **48%** uomini

circa **34%** donne under 36

## **CONTESTO**

rispetta le regole del gioco!

## **CONTENUTO**

deve rispondere a un bisogno!

## **CONTINUITÀ**

mantieni costanza per avere risultati!

## **CALL TO ACTION**

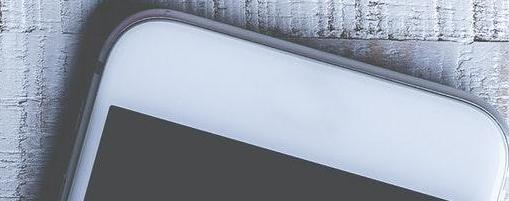
invita all'azione!

NON avere paura di interagire: like, share, commenti, domande o rimandi a link

## **LE 4 C DI INSTAGRAM**



# PERCHè USARE INSTAGRAM PER FARE BUSINESS



# AWARENESS

per farsi trovare e conoscere  
utenti e potenziali clienti

# COMMUNITY

creare una community  
fidelizzata attorno al nostro  
brand

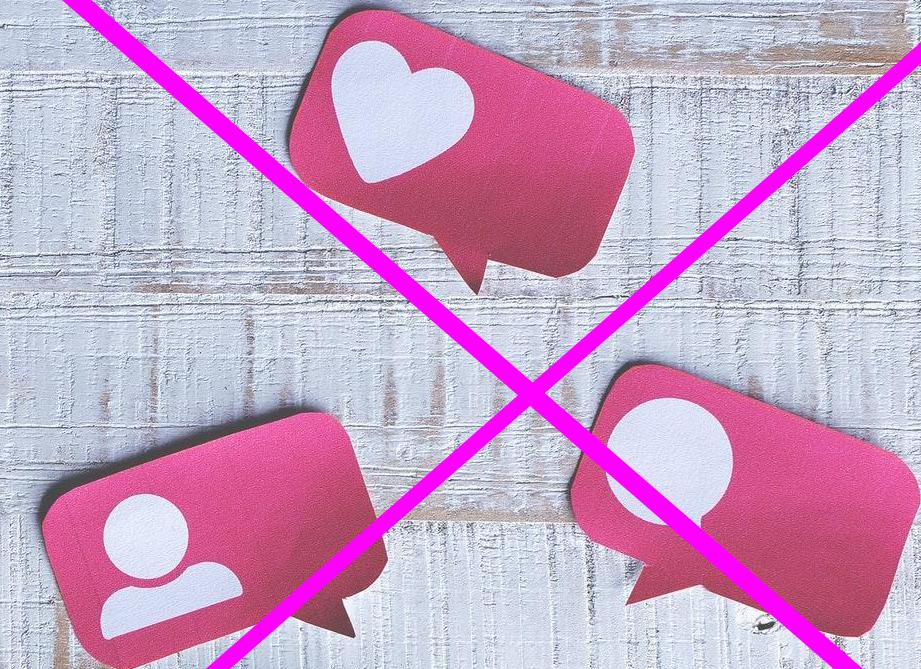
# KNOWLEDGE

per trovare ispirazione e  
tenersi aggiornati rispetto al  
proprio settore

# PRESIDIO

oltre 25 ml di aziende hanno  
un account Instagram quindi  
è molto probabile che i nostri  
competitor siano presenti!

# QUANDO NON USARE INSTAGRAM PER FARE BUSINESS

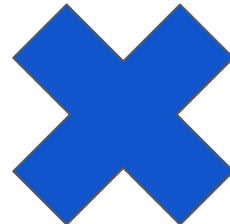


# TARGET

se il target di  
riferimento **non è**  
**presente!**

# RISORSE

non ci sono risorse  
**economiche e umane**  
per mantenere il profilo

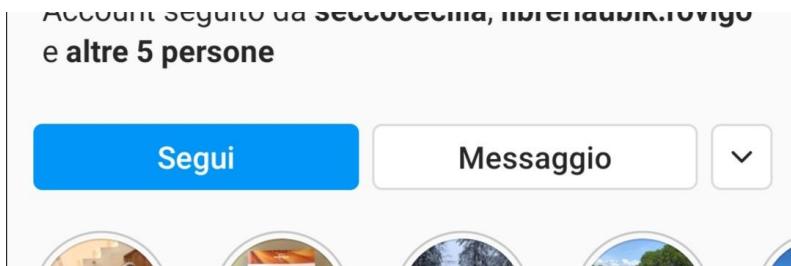


# IMPELENZA

se si vogliono ottenere  
**risultati immediati!**  
siamo in una piattaforma di  
relazione

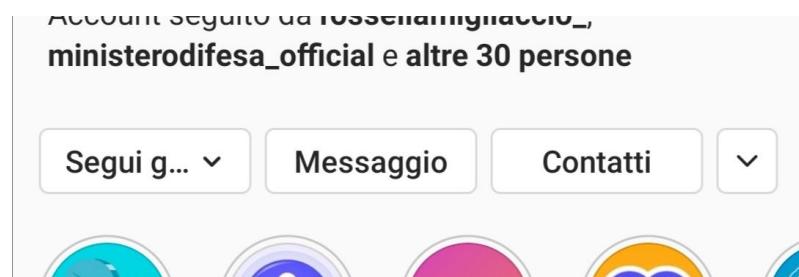
# APRIAMO UN ACCOUNT

## PERSONALE



Profilo base per tutti gli utenti di Instagram, per rimanere in contatto con amici e per seguire brand.

## BUSINESS



Profilo per aziende, brand e professionisti. Permette di vedere Insight, di avere in bio i contatti, di inserire le CTA e di fare ADV.

Passa all'account aziendale o crealo da zero per fare brand awareness, costruirti una community e farti scoprire "real time"!

# APRIAMO UN ACCOUNT “CREATOR”

Sei un influencer?

Puoi avere Insight, contatti e adv, ma  
anche **creare contenuti brandizzati** in  
partnership con altri brand

Contenuti brandizzati

Tagga un partner commerciale

Consenti al partner commerciale di  
promuovere il post



## Storie e dirette (24 h)

la prima è la storia del proprio profilo, poi si trovano

- dirette IG
- storie dei profili/pagine che si seguono

## Home | Feed

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

## Esplora

sezione dedicata ai post "simili" consigliati dall'algoritmo di IG



## DM Direct Message

sezione dedicata ai messaggi scambiati con gli altri utenti

## Caricamento

cliccando si possono caricare foto/video da gallery e farne di nuove/i

## Interazione

sezione raccolta interazioni ricevute dal profilo/pagina

## Profilo

Cliccando si vede proprio profilo IG

Cerca creator di IGTV



## Video per te



host\_to\_perfection  
HOLIDAY FLOWER  
ARRANGEMENT!

Visualizzazioni: 52,9 mila



homebytrina  
DIY CANDLE &  
CREDENZA STYLING

Visualizzazioni: 51,4 mila

## IGTV

la **TV di Instagram**, per caricare video più lunghi di 60 sec. fino a 10 min, esteso fino a 60 min per gli account “popolari” e “verificati”.

## Da non confondere con Reel

per registrare **clip di 30 sec.** creando contenuti video divertenti e coinvolgenti da Instagram Stories.

Cerca



IGTV

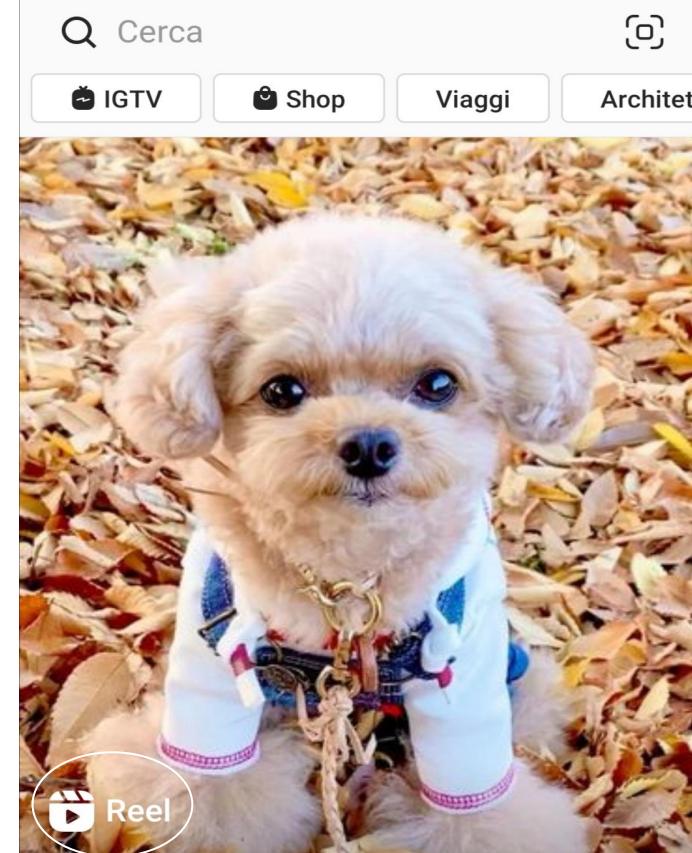
Shop

Viaggi

Architet

# ALTRE SEZIONI

Storie e dirette  
si possono salvare!



BERTA  
ERRETTI

primadonna  
COLLECTION



Fifth  
Avenue

## Directory degli shop

Scopri shop suggeriti per te

Visualizza gli shop

SEPHORA

SHEIN

Maria Puccio Tessuto  
Handmade in Italy

D&G

## Prodotti per te



Taccuino Pocket  
Bouganville



DIEFENBACHIA  
Kunstplant groen...



## Vetrina

è possibile vedere tutti gli shop presenti e acquistare direttamente da IG collegando l'ecommerce

← Shop

← Brand che segui



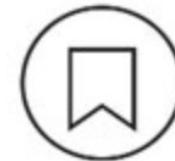
## Segui i brand che adori

I brand che segui saranno visibili qui.

Icona segnalibro



Elementi salvati  
Lista dei desideri



## Aggiungi il prodotto alla tua lista dei desideri

Salva gli articoli che desideri rivedere. Solo tu puoi vedere gli articoli che hai salvato nella tua lista dei desideri.



OTTIMIZZIAMO  
IL PROFILO  
RICONOSCIBILITÀ



@ nome e cognome

@ nome azienda

@ nome brand/  
prodotto

@ nome format

# 1. USERNAME



lauraaglio

Modifica il profilo



666 post

1.194 follower

6.774 profili seguiti

LauraAglio

Business Developer  
Google Digital Training  
Eu Funds expert



lauraaglio

Cambia l'immagine del profilo

Nome

LauraAglio

Aiuta le persone a scoprire il tuo account usando il nome che ti rappresenta meglio: il tuo nome e cognome, un soprannome o il nome dell'azienda.

Puoi modificare il tuo nome solo due volte ogni 14 giorni.

Nome utente

lauraaglio

per potenziare il personal branding indica più chiaramente di cosa parla il profilo o quale professione si esercita - **limite 30 caratteri!**

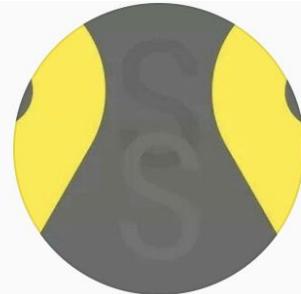


## 2. IMMAGINE PROFILO



### PERSONAL BRAND

foto personale | occhi visibili |  
sorriso | sfondo colorato oppure  
ambiente di lavoro/ strumenti di  
lavoro riconoscibili



### BRAND | FORMAT

logo su sfondo in palette

[https://business.instagram.com/?locale=it\\_IT](https://business.instagram.com/?locale=it_IT)



**Questa sezione  
contiene la PROMESSA  
nei confronti dei  
follower (max 150 carat)**

- riferimenti a come essere d'aiuto
- emoticon
- CTA (accattivante!)
- link al sito web

## 3. BIO



gaia\_sgaialand

Invia un messaggio



3.924 post

19,7mila follower

2.419 profili seguiti

**Gaia Dall'Oglio | Sgaialand.it**

📍@sgaialand srl

📍 Docente Comunicazione IUSVE Mestre e Verona

✖ TEDxCortina

➡ Direttivo Ass.ne #UnitiInRete

👉 #Padova, #PrendilaSgaia

[www.sgaialand.it/gaia-dalloglio-un-magazine-veneto-e-una-s](http://www.sgaialand.it/gaia-dalloglio-un-magazine-veneto-e-una-s)



avvocatodeldigitale

Segui



513 post

11,8mila follower

691 profili seguiti

**Alessandro Vercellotti**

💻 Il diritto del web è il mio mondo

🥇 Finalista premio avvocato dell'anno 2020

⚖️ Fondatore studio @legalfordigital

[bit.ly/AvvocatoDelDigitale](http://bit.ly/AvvocatoDelDigitale)



# OTTENERE LA SPUNTA BLU: PROFILO VERIFICATO



impostazioni -> account -> “verifica richiesta”

- **Autenticità** (non per pagine di fan)
- **Unicità** (ogni soggetto può avere un solo badge con la spunta)
- **Completezza**: nella Bio, con link al sito e con profilo pubblico
- **Notorietà**: comunicati stampa, libri pubblicati, una carriera avviata, ecc

The screenshot shows the Instagram profile of 'arenadiverona'. The profile picture is a black circle with the 'Arena di Verona' logo. The bio reads: 'Il più grande teatro lirico al The biggest open air Oper #inarena linktr.ee/arenadiveronaso'. The account has 454 posts, 38,5mila followers, and 196 profiles followed. A blue checkmark indicates it is a verified account. A button labeled 'Richiedi verifica' is visible. Below the profile, there are four small circular icons representing different operas: Festival 2..., Aida 2019, 97^Stagio..., and Traviata 2.

arenadiverona Invia un messaggio

454 post 38,5mila follower 196 profili seguiti

Arena di Verona  
Il più grande teatro lirico al  
The biggest open air Oper  
#inarena  
linktr.ee/arenadiveronaso

Follower: matilde.vicenzi

Richiedi la verifica di Instagram

Un badge di verifica è un segno di spunta che viene visualizzato accanto al nome di un account Instagram per indicare che si tratta della presenza autentica di una figura pubblica illustre, un personaggio famoso, un brand globale o un'entità che rappresenta.

L'invio di una richiesta di verifica non garantisce che il tuo account venga verificato.

# Instagram: quali contenuti?

Creare contenuti utili per  
coinvolgere i follower



Instagram

# Content is the King



Restituisci ai follower **contenuti di qualità**:  
unico vero modo per avere **una fanbase  
affezionata**, in grado di convertire nel  
tempo!

A close-up photograph of a person's hands holding a rectangular gift box. The box is wrapped in reddish-brown paper with a dark brown, swirling floral pattern. A large, shiny, metallic gold ribbon is tied in a bow on top of the box. The hands are visible on either side of the box, with fingers gripping the edges. The background is a plain, light-colored surface.

**Sul web, prima  
di ricevere, si  
dà.**



Nel Feed posso inserire:

- **foto**

orizzontale: 1080 pixel X 566 pixel.  
verticale: 1080 pixel X 1350 pixel

- **video** in 4:5
- **post multipli**

Integrateli!

## 4. FEED

Instagram

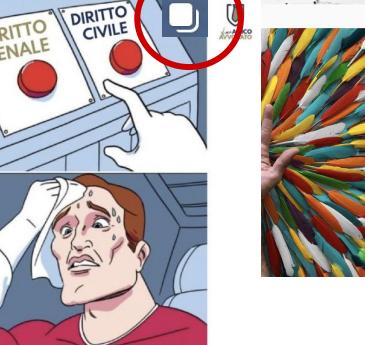
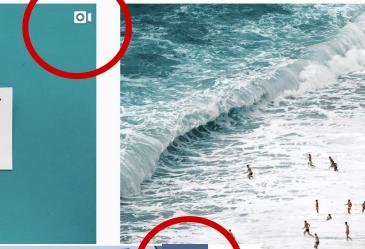
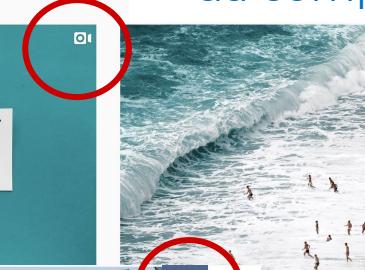


i havethis thing with floors

Segui

1.184 post 802 mila follower 5 persone seguite

I Have This Thing With Floors When feet meet nice floors take a selfie and use #ihavethis thing with floors. Curated from Amsterdam. Collabs: hello@ihavethis thing with floors.com



QUANDO HAI  
DIRITTO AL  
RISARCIMENTO  
DEL DANNO?



Usare uno schema  
(foto/video/foto)

Giocare con i filtri

Usare i colori

sconsigliati i puzzle  
da comporre!!

# PUZZLE FEED SI o NO?



## Colori da abbinare

Qui il tuo suggerimento sulla moda, gli outfit o i colori da utilizzare in questo 2020



Qui una citazione o una frase ispirazionale per i tuoi fan/follower

Autore della frase



## Aprile 2020

Qui il tuo suggerimento sulla moda, gli outfit o i colori da utilizzare in questo 2020



## Lo sapevi che...

Qui il tuo suggerimento sulla moda, gli outfit o i colori da utilizzare in questo 2020



## Outfit da giorno

Qui il tuo suggerimento sulla moda, gli outfit o i colori da utilizzare in questo 2020

# PUZZLE FEED SI o NO?



DELICATA NEL GUSTO, FORTE NEL CARATTERE

## PROFUMO NATURALE

*mix di grano duro opportunamente selezionati*

Il grano coltivato unicamente nei nostri campi regala un profumo intenso e sottile come la

## GUSTO CUORI

## GOURMET E SALUBRE

mulino con

Fibre e proteine, con i loro principi nutritivi, sapientemente dosate e in perfetta armonia per un

benessere che piace al gusto.



L'impasto preparato con mani esperte, senza additivi, permette alla superficie ruvida e porosa di accogliere ed esaltare i condimenti più importanti della cucina italiana.

## PIANO PIANO, BENE BENE

*essicata a ciclo lento e bassa temperatura*

Solo i grani migliori possono permettersi questa essicazione perché così la pasta resta "viva", sincera, croccante e al dente (cottura breve)

## DUE IN TAN

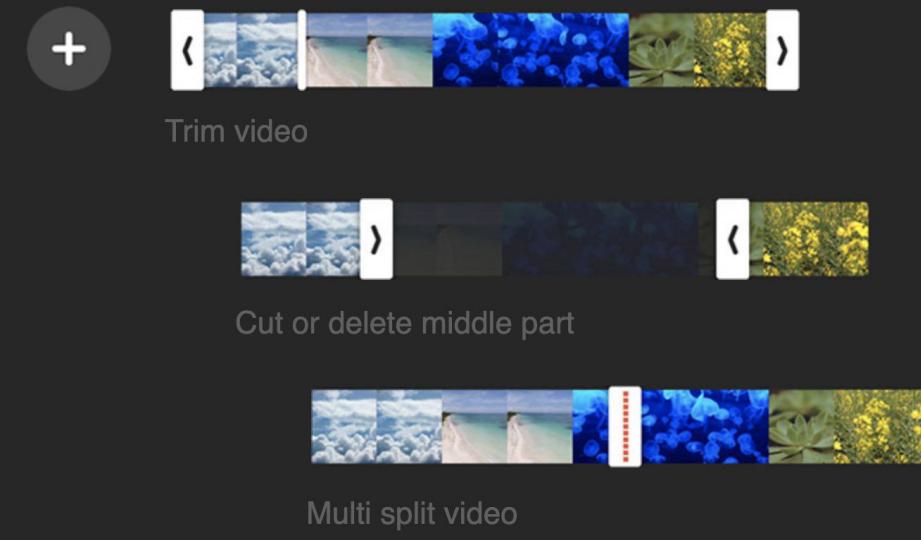
*acqua pura e semola del nostro grano*

# VIDEO MARKETING, in crescita!

InShot

Il ricorso ai video è  
sempre più  
apprezzato dagli  
utenti di Instagram,  
più delle foto singole!

Formato: **video in 4:5**



Release your Unlimited Creativity  
with InShot



Fate un mix della portata:

- # di nicchia
- # medio popolari (5.000 in su)
- # popolari (oltre il ml)

## 5. USA GLI HASHTAG

- da 10 a 30 # per post
- pertinenti e coerenti con foto e attività
- # brandizzato (es. *TOPofthePID*)
- # anche nelle stories  
*(è possibile recuperare una sezione con stories con quel #, quindi potete scriverli del colore dello sfondo se non volete visualizzarli tutti!!)*



bertosalotti · Segui già

Divano Dee Dee by BertO  
Designed and dressed  
@castellolagravinesestudio



già

...

#design #interiordesign  
#interiordesignlife #homeinspiration  
#interiorstyle #interiorstyling  
#luxurydecor #homedecor #home  
#homedesign #mansion  
#beautifulhouses #luxury  
#amazinghomes #myhome #details  
#homedecor #interiors #lifestyle  
#deedee #livingroom  
#livingroomdesign #livingroomideas  
#livingroomdecor #interiorproject  
#interiordesign #thedreamdesign  
#madeinmeda #dreamdesign #meda

...  
interior

» studio



#moodboard #moodboardinterior  
#moodboardinspiration  
#colorfulinterior #marble  
#homedecor #design #decoration  
#deedee #fabrics #bertomoodboard  
#styledecor #trends2020  
#myinteriorstyle #furniture  
#furnituredesign #dreamdesign  
#berto #thedreamdesign  
#madeinmeda



arenadiverona

#apertinonostantetutto per noi la  
musica non si ferma!

Per arrivare a casa di tutti Fondazione  
Arena di Verona in collaborazione con  
@a.n.f.o.l.s porta la musica online.

Sabato 28 novembre alle ore 12.00  
debutta la versione on demand di  
Arena Webtv con i contenuti premium.  
Ogni mese una pietra miliare della  
storia dell'Arena di Verona. Primo  
appuntamento: un omaggio al talento  
di Ezio Bosso con i Carmina Burana da  
lui diretti. Solisti Ruth Iniesta, Raffaele  
Pe e Mario Cassi. Coro e Orchestra  
dell'Arena di Verona.

# NON CONFONDERE # CON MENZIONE @

Racconta al tuo pubblico la tua giornata tipo - un istante “rubato” - attraverso foto e mini video. Individua gli **#hashtag** che meglio rappresentano la tua realtà. Aiutano a raggiungere più account interessato.

@ indicazione la menzione che serve, appunto, per **menzionare una persona presente su Instagram** e la notifica della menzione arriva sempre, che sia mio follower o meno.



Tre luoghi in cui inserire  
GRATIS dei link esterni  
(non sponsorizzate):

1. Call to Action
2. Opzioni di contatto
3. LINK in Bio



# 6. CALL TO ACTION (CTA)

← Opzioni di contatto ✓

Informazioni aziendali pubbliche

[Redacted]

Numero di telefono aziendale

Milan, Italy

Pulsante di call to action: Book Now  
Acuity Scheduling >

Le tue informazioni di contatto permettono alle persone di inviare e-mail, chi-amarre o eseguire azioni dai pulsanti che saranno visualizzati sul tuo profilo.

← Pulsanti di call to action ✓



Aggiungi un pulsante di call to action

I pulsanti di call to action collegano il tuo profilo Instagram con altri servizi online, in modo che i clienti possano interagire con la tua azienda direttamente dal tuo profilo.

Selezione un pulsante

- Ordina cibo >
  - Buoni regalo >
  - Prenota subito >
  - Prenota >
- Home Search Plus Heart Bell

# LINKTR.EE per i link in BIO

E' una piattaforma online che permette agli utenti registrati di crearsi **una paginetta (landing page) riassuntiva dove raccogliere tutti i propri link** (al blog, agli altri social, agli eshops ecc) facilmente collegabile al proprio profilo Instagram.

Alternative:

-<https://www.tailwindapp.com/smartbio>

-<https://later.com/linkinbio>



A screenshot of an Instagram profile for the account "mindfaq.it". The profile picture is a white square with a black outline. The bio reads: "MindFaq | Psicologia Marketing Conoscere la mente umana per comunicare meglio. Ti mostriamo come applicare la vera psicologia al marketing!" Below the bio, there is a call-to-action button with the text "Leggi le guide" and a downward arrow, and a link "linktr.ee/mindfaq". The profile statistics show 116 posts, 1.060 followers, and 69 profiles followed.

mindfaq.it

Segui

116 post    1.060 follower    69 profili seguiti

MindFaq | Psicologia Marketing

Conoscere la mente umana per comunicare meglio.

Ti mostriamo come applicare la vera psicologia al marketing!

Leggi le guide

linktr.ee/mindfaq

In alternativa create una landing page nel sito che aggrega tutti i link che volete far vedere al vostro utente, portando così traffico al sito che tracciando i link consentirà anche di raccogliere più dati/analytics.



**OTTIMIZZIAMO  
IL PROFILO  
INTERAZIONE**



## 7. ASCOLTA ATTIVAMENTE

- chiediti di cosa hanno bisogno i tuoi follower
- cosa ti domandano i tuoi clienti
- quali curiosità hanno verso il tuo settore
- cosa li affascina del tuo lavoro
- leggi gli insight
- chiedi e interagisci con i tuoi follower (crea sondaggi e organizza momenti di Q&A dedicati).



# 8. STIMOLA L'INTERAZIONE

View 1 comment  
AUGUST 26  
cloakandpetal

209 posts 8978 followers 6334 following

Sushi Restaurant  
#LittleItaly #SanDiego #Japanese Social Dining  
Sushi Bar | Open Daily  
Craft Cocktails  
Reservations  
bit.ly/CPReservations  
1953 India St., San Diego, California 92101  
Followed by: estancialajolla, theresandiego, brgeeksi + more

Eats Sushi Events Cocktails Chef  
Reserve Call Directions

- aggiungi una domanda nella caption per stimolare una risposta
- inserisci una CTA diretta al link in BIO (es. nel post riporto “per maggiori info vedi link in BIO”)
- inserisci una CTA per il post (es. se diamo consigli possiamo chiedere di condividere nelle storie o lasciare un commento se è utile, di interesse, o commenta per ricevere una consulenza gratuita o il tot di sconto)
- aggiungi gli adesivi nelle stories



melaverdeofficial Ghiona domenica! ❤

QUIZ!

L'AVETE RICONOSCIUTO???

- A Giorgio Rocca
- B Giorgio Bormolini
- C Giorgio Silvestri

Tocca per rispondere.  
melaverdeofficial può vedere i risultati.

Invia un messaggio



Invia un messaggio



Invia un messaggio

#panettone #Loison





Panettone 1sett.

NATALE 2020

SOGNI



Invia un messaggio



Berto bertosalotti 20h

SWIPE UP

ED E DESIGN  
HARDWARE  
PHILIPPOBERTO  
@AVISMEDA

**Berto**

BERTO 5%

Grazie alle vendite effettuate durante il primo lockdown, abbiamo donato il 5% dei nostri ricavi a Fondazione IRCCS Ca' Granda Ospedale Maggiore Policlinico di Milano e Avis Meda.

Il progetto #Berto5x100 non si ferma.

Scopri come continuare a donare!

funzionalità link per chi ha più di 10.000 follower o con adv

Altro...

SWIPE UP

melayerdeofficial 9h

Tocca per ricevere un promemoria

#SEGUITELAMELA

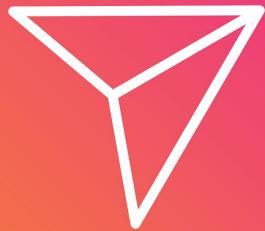
00:00:00

ore minuti secondi

SEGUITELAMELA

Invia un messaggio

▼



## 9. CURA LA RELAZIONE

- Rispondi ai commenti sotto ai post (*più siamo veloci a rispondere al commento più l'algoritmo ci premia; importante rispondere in tempi brevi all'utente*);
- Rispondi ai messaggi in direct (*non solo emoji*)
- Commenta post dei tuoi follower (*anche senza seguirli! non necessario seguire tutti i follower ma commentiamo quelli più attivi*)
- Semina like in giro per IG (*anche dove ci sono competitor, chiediamo collaborazione*)
- Clicca sugli # di nicchia e interagisci con i profili più interessanti.

#marmorosa  
948 post  
Segui

Post più popolari



# Instagram: quale engagement?

Coinvolgere attraverso foto,  
storie, live e IGTV



Instagram

A close-up photograph of a fishing lure hanging from a hook. The lure is silver with a iridescent, reflective surface. It has a small eye-like cutout and a treble hook attached. A thin, multi-colored ribbon or feather duster hangs from the bottom of the lure. The background is a dark, out-of-focus blue, suggesting water at dusk or dawn.

# ENGAGEMENT

**rapporto tra il numero dei tuoi follower e il  
numero dei like e commenti alle tue foto**



## 11. TROVARE LE GIUSTE IMMAGINI

NB. usare sempre foto proprie  
e di alta qualità!

Trovare immagini gratis:

- PIXABAY <https://pixabay.com/it/> (ricerca in italiano)
- PICJUMBO <https://picjumbo.com/> (ricerca in inglese)
- PEXELS <https://www.pexels.com/> (ricerca in inglese)



ihavethisthingwithtiles

Segui

Piace a 5.606 persone

2 sett.

ihavethisthingwithtiles Amazing pic by @nezkayakilims tagging #ihavethisthingwithtiles

#fwisfeed #feet #maioliche #lookyfeets  
#lookdown #selffeet #fwis  
#fromwhereyoustand #viewfromthetop  
#ihavethisthingwithfloors  
#viewfromthetopp #happyfeet  
#picoftheday #photooftheday  
#amazingfloorsandwanderingfeet #vscoco  
#all\_shots #lookingdown  
#fromwhereonestand  
#fromwherewestand #travellingfeet  
#fromwhereistand #tiles #tileaddiction  
#tilecrush #floor #vscocam #instatiles

carica altri commenti

mariskayvon Love it.

veganvas I love that watch!

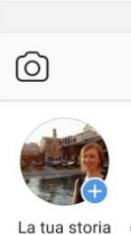


Aggiungi un commento...

• • •

# STORIES

Funzionalità (da agosto 2016) che prevede la condivisione di contenuti foto e video disponibili per 24 ore. Le Stories (durata 15 sec.) vengono visualizzate cronologicamente e si possono commentare solo privatamente



La tua storia

# IGTV

Da nov 2020 su Igtv è presente una sezione «Live Now» nella quale sarà possibile, in qualsiasi istante, avere una panoramica delle dirette in corso.



Instagram  
@Instagram

3 updates about Live

You can now go Live for up to 4 hours

You can save your Lives for 30 days before they delete

You'll start seeing a "Live Now" section in the IGTV app and on Explore so you can discover more Lives



# DIRETTE

Da inizio novembre è stata estesa la durata massima delle **sessioni live da 60 minuti a ben 4 ore**. Con la possibilità di conservare per un mese i live conclusi in un apposito archivio.

# REEL

Estesa (dal 23 sett.) la durata da 15 a 30 sec. dei video «simil-TikTok» che Instagram aveva introdotto a inizio agosto.



# COPERTINE STORIE IN EVIDENZA



Czech R...



Spain



China



Colombia



Morocco



Vietnam

- testo dentro la copertina
- icona nella didascalia
- sì a uso dei colori per differenziare gli argomenti
- tutto in palette
- ci raccontano



Chi sono



I miei Gatti



Clienti



Webinar



Corsi in Aula



Docente



#LaScuola...



#LaMinistr...



#Miracconta



#DentroLa...



#Rientri...



#Miraconta

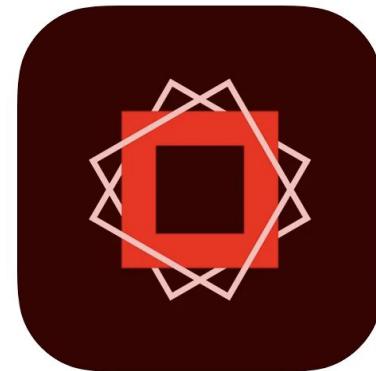
# TOOL PER CREARE COPERTINE



CANVA  
<https://www.canva.com/>



CRELLO  
<https://crello.com/it/>



ADOBE SPARK  
<https://spark.adobe.com>

Software di progettazione grafica con piani gratuiti e a pagamento.



celine  
Sponsorizzato

Scopri di più >

Visualizza i "Mi piace"  
celine CELINE SPRING 21  
NEW COLLECTION AVAILABLE NOW...altro  
Visualizza traduzione

Home Search + Heart ?

# 10. LE SPONSORIZZAZIONI

- necessario **account business** -> Promozioni
- puoi creare un annuncio sia con un **post nuovo** che con uno **già esistente**.
- **imposta il tuo obiettivo, il budget e i posizionamenti** che vuoi far avere ai tuoi annunci (es. proponi delle promozioni riservate solo ai tuoi follower).

Gli annunci possono essere:

- CPC: costo per click;
- CPM: costo per impression.

Si basa quindi sulle aste degli annunci, e oltre all'asta, il costo dipende dal pubblico, dall'ora nella quale si decide di pubblicare, dal giorno della settimana, dal pubblico, ecc.

# LE TIPOLOGIE

La **tipologia del formato:**

**Immagine singola:** questa è la forma più classica di annuncio dove si vede un'unica foto di impatto;

**Video:** se hai un bel video, una strategia per creare maggior engagement è sicuramente quella di sponsorizzarlo;

**Carosello:** se hai più foto che meritano tutte di essere pubblicate questo è lo strumento giusto per inserirle a scorrimento nello stesso annuncio;

**Slideshow:** crea un video in loop di massimo 10 immagini;

**Storia:** pubblica il tuo annuncio non nel feed ma direttamente nella sezione delle storie. Sono oltre 500 milioni le persone che caricano ogni giorno contenuti nelle stories



Formato ideale foto  
1080 x 1080 pixel  
alternativa  
1200 x 628 pixel



# PERCHÈ SPONSORIZZARE

**Notorietà del brand:** far conoscere il tuo brand, prodotto o servizio

**Copertura:** mostra le inserzioni al numero massimo di persone

**Traffico:** portare traffico verso il tuo sito web per un'offerta o per far conoscere il tuo portale online a più persone;

**Interazione:** per ottenere più like e commenti sui post, o alla pagina o risposte ad un evento

**Installazioni dell'app:** se hai un'app e vuoi convincere gli utenti a scaricarla subito

**Visualizzazioni del video:** se hai a disposizione un video e vuoi che venga visto dal maggior numero di persone

**Generazione di contatti/Lead generation:** raccolta di informazioni e contatti degli utenti per poterli ricontattare in futuro

**Messaggi:** mostra alle persone messaggi che consentono di entrare in contatto con te su Messenger, WhatsApp o Instagram Direct

**Conversioni:** potrebbe essere un'ottima scelta per chi possiede un e-commerce e vuole aumentare le vendite

**Vendita dei prodotti del catalogo:** utilizzi un pubblico targetizzato per mostrare gli articoli che sono presenti all'interno del tuo catalogo

**Traffico nel punto vendita:** mostra l'inserzione alle persone che abitano nelle vicinanze di un negozio fisico e che potrebbero essere interessate a visitarlo

# A CHI MI RIVOLGO

Alcuni elementi che puoi scegliere **per selezionare il tuo pubblico:**

- **Luoghi:** in questo campo puoi specificare uno o più Paesi, regioni, province, città, codici postali e puoi sia includere che escludere determinate località;
- **Età:** puoi selezionare **un segmento di età** a cui vuoi dirigere la tua campagna (esistono degli scaglioni che è meglio selezionare per investire al meglio il budget);
- **Genere:** uomini o donne, o tutti;
- **Lingue:** puoi selezionare anche la lingua;
- **Targetizzazione dettagliata:** qui puoi aggiungere dati demografici, interessi o comportamenti utili per selezionare in modo specifico il tuo pubblico;
- **Connessioni:** puoi selezionare le persone connesse alla tua pagina, a un'app o a un evento.

# BUDGET

Non c'è una regola, ma ci si basa su una serie di tentativi, via via affinando ogni volta un aspetto degli annunci.

Se fai partire la campagna, e il budget ti sembra mal distribuito, puoi sempre **metterla in pausa o interromperla!**

Il **budget** può essere selezionato:

- Su base giornaliera
- In totale

Dopodiché, dovrai **programmare** solo la data di inizio o una data di inizio e una di fine.

Le promozioni cercano di mantenere l'utente il più possibile all'interno del sito/app in modo da avere **sessioni di permanenza molto lunghe**. La richiesta di portare l'audience su un altro portale ha un costo di pedaggio più elevato nei costi delle sponsorizzate Instagram..

Puoi utilizzare gli **Insights** raccolti dal tuo account Instagram per verificare l'andamento.

Puoi scegliere fra 3 alternative per l'**ottimizzazione per la pubblicazione delle inserzioni**:

- **Interazione con i post:** mostrerai le tue inserzioni alle persone giuste per ottenere il massimo dal tuo obiettivo;
- **Copertura giornaliera unica:** mostra le tue inserzioni alle persone una sola volta al giorno;
- **Impression:** mostra le tue inserzioni più volte possibile.



**Le persone non sono su Instagram per comprare  
ma per rilassarsi, ma se creiamo buoni contenuti  
verremo ripagati!**



gruppovesta • Segui già

gruppovesta Viaggio nell'Italia che produce

Alcuni dei migliori #systemintegrator italiani raccontano la propria esperienza con i cobot @universalrobots: come vincere le sfide produttive delle aziende manifatturiere, semplificare i processi di #automazione, renderli più produttivi.

A pag.39 ci siamo anche noi di Tecoma ⇩ Scarica l'ebook gratuitamente ⇩

Link in bio

28 sett.

Piace a tecnofornituregroup e altri 14

14 MAGGIO

Aggiungi un commento... Pubblica

# 11. ENGAGEMENT B2B

- Racconta la storia del tuo brand/azienda e sviluppa “l’arte del narrare”
- Condividi le novità riguardanti l’azienda (premi/nuovi prodotti)
- Condividi i tuoi contenuti (link al blog, landing page per un nuovo eBook, ecc)
- Sfrutta i 15 secondi di video per demo e tutorial (es. per mostrare l’uso del tuo nuovo prodotto, funzionalità, assistenza)
  - Posta video che contengano tip intelligenti ed utili per educare il tuo pubblico e dare risposte (customer service)
  - Incrementa l’event marketing e posta foto delle tue esperienze (#event)
  - Mostra il tuo lato umano!



# 12. LE VENDITE



La **funzionalità shopping** consente di creare dei post dove, con lo stesso meccanismo con cui tagghi le persone, puoi **taggare i tuoi prodotti nelle foto che pubblichi**.

Questi post sono facilmente riconoscibili dagli utenti: hanno **un'icona bianca a forma di shopping bag**.

Con un primo clic, in qualsiasi punto della foto, l'user potrà visualizzare **una panoramica dei prodotti presenti nel post** e i rispettivi nomi e prezzi.

Con un ulteriore clic, sul tag di uno dei prodotti presenti nell'immagine, verrà **rimandato ad una pagina apposita dove troverà ulteriori informazioni** riguardo al prodotto di interesse.

Se l'utente vorrà completare il processo di acquisto, verrà **guidato sulla tua piattaforma di ecommerce**, dove potrà concludere l'acquisto, o continuare la sessione di shopping direttamente dal tuo sito (opzione "Visualizza sul sito web") o rimandare alla vetrina di Facebook Business Manager.



Ordina e filtra



Penne Pasta Bracelet 

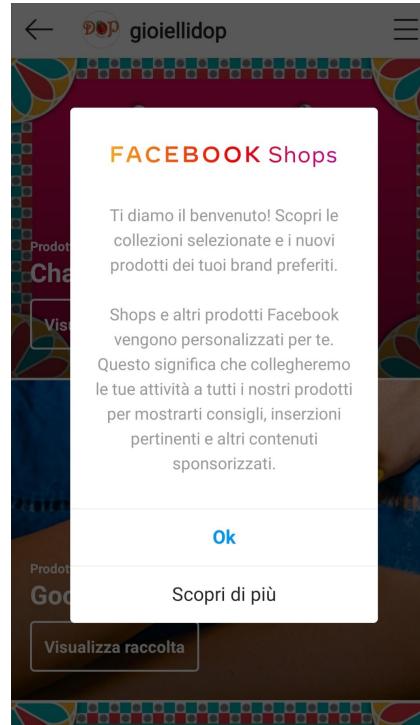
€ 39



Pasta Premium  
Bracelet in Sterling ... 

€ 159

# INSTAGRAM SHOPPING



Visualizza shop

Segui... 

Messag... 

Contatti 



LittleItalyDOP



VIP DOP 



YourDOP Loo...

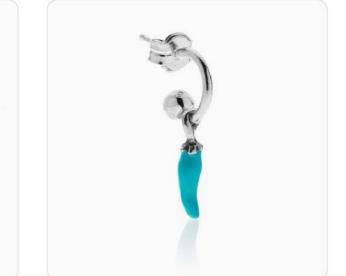


In 1 ORA



Red Chilli Pepper  
Bracelet in Sterling Sil...

€ 44



Small Hoop Earring  
with Mini chili Pepper...

€ 32

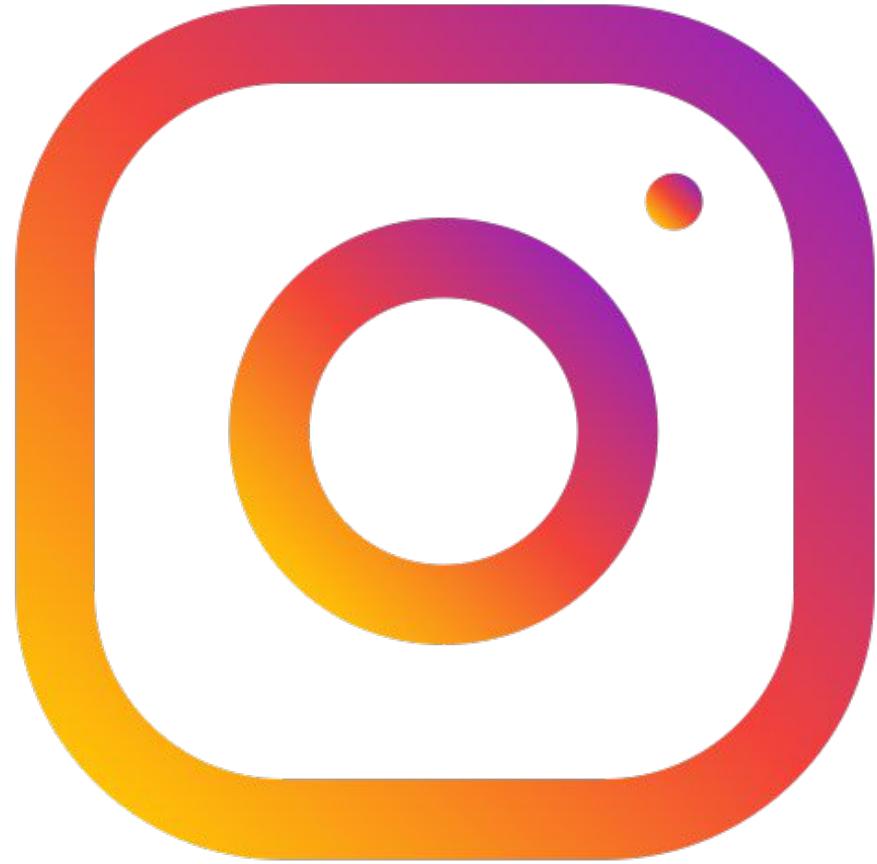


Instagram è il  
“re del social  
engagement”



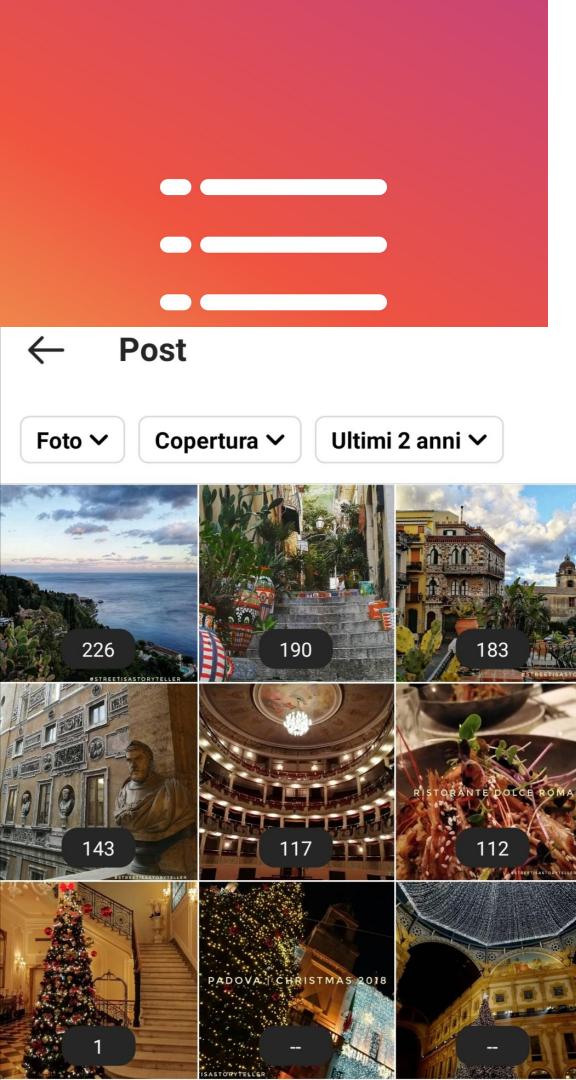
# Instagram: dati e analytics

Leggere e interpretare gli  
Instagram insight



Instagram

# 13. DATI STATISTICI



Sezione dell'account business dedicata solo a numeri, a tutti i dati e statistiche che genera l'attività di igers.

**Grazie agli insights potrai monitorare il click-through rate su ognuno dei tuoi post** e comprendere quali stanno riscontrando maggiore successo tra gli utenti.

Il pannello Insights si suddivide in 3 schede:

- **Attività**, con una panoramica generale correlata alle statistiche della pagina;
- **Contenuto**, dove è possibile consultare le statistiche dei post pubblicati nel feed, delle storie e delle promozioni;
- **Pubblico**, dove è possibile visualizzare i dati statistici dell'audience.

## [← Dati statistici](#)



Ultimi 7 giorni ▾



### Contenuti in evidenza recenti

Hai ottenuto 3 follower in più durante gli ultimi 7 giorni.

### Panoramica

3

Account raggiunti

-25% >

0

Interazioni con i contenuti

0% >

355

Numero totale di follower

+0,8% >

### Contenuti che hai condiviso

## [← Pubblico](#)



Ultimi 7 giorni ▾

### Luoghi più popolari

Città Paesi

Rovigo	15%
Roma	9.1%
Padova	6.3%
Verona	5.7%
Vicenza	2.9%

### Fascia d'età

Tutti Uomini Donne

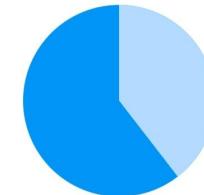
13-17	0.0%
18-24	2.9%
25-34	26%
35-44	46%
45-54	14%
55-64	7.4%

## [← Pubblico](#)



Ultimi 7 giorni ▾

### Genere



60%

Uomini

40%

Donne

### Periodi di maggiore attività

Orari Giorni



Martedì





**OTTIMIZZIAMO  
IL PROFILO  
MONITORAGGIO**

# MONITORA IL TUO LIVELLO DI ENGAGEMENT

- verificare gli insights delle pagine
- usare strumenti esterni

<https://phlanx.com/engagement-calculator>  
(risultato medio)

Average Engagement Rate on Instagram



INSTAGRAM ENGAGEMENT CALCULATOR i

@ lauraaglio 🔍

1,195 Followers

@lauraaglio

ENGAGEMENT RATE

**1.95%**

Average Interactions per post

24 likes

1 comments

This screenshot shows the Instagram Engagement Calculator interface. At the top, it displays the handle '@ lauraaglio' and a search icon. Below that, a large blue triangle on the left shows '1,195 Followers'. In the center, there's a circular profile picture of a woman and the handle '@lauraaglio'. To the right, the engagement rate is prominently displayed as '1.95%' in large orange text. Below the rate, it says 'ENGAGEMENT RATE'. At the bottom, another blue triangle on the right shows 'Average Interactions per post' with '24 likes' and '1 comments'.

## INSTAGRAM ENGAGEMENT CALCULATOR



@ streetisastoryteller



352 Followers



@streetisastoryteller

ENGAGEMENT RATE

**10.25%**

Average Interactions per post

37 likes

2 comments

[Generate Instagram Audit](#)

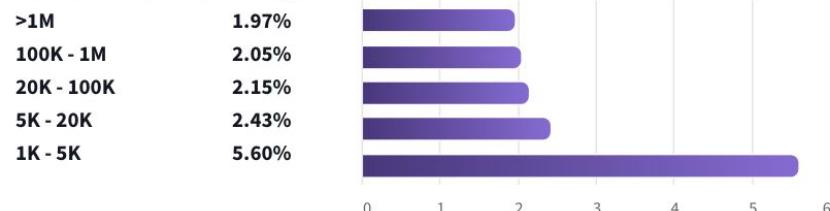
[Go to the Engagement Calculator Manager](#)

Serve anche a capire chi sta lavorando di contatti veri e non li ha (purtroppo) acquistati.

Non c'è un n. definito di follower per decretare il successo su IG (dipende anche molto dal target)!

### Average Engagement Rate on Instagram

Number of Followers      Average ER



# Instagram Engagement Calculator

Instantly get engagement stats, top photos, and more for free.

Analyze

Street is a Storyteller  
@streetisastoryteller

A picture shoot of each moment of my daily life around the world. The street is my story! #streetisastoryteller  
#streetismystory

ENGAGEMENT ?

**11.3%**

VERY GOOD

FOLLOWERS

**352**

POSTS

**115**



AVERAGES PER POST

37

2

N/A



1:19 Comment:Like Ratio

VERY GOOD ?



MightyScout

Influencer Tracking

How We Help Agencies

About

Blog

Create a Free Account

Login

<https://mightyScout.com/influencer-lookup>

# PERCHÈ SCEGLIERE INSTAGRAM?

- se vuoi coinvolgere gli influencer;
- se vuoi catturare l'attenzione attraverso i dettagli;
- se vuoi costruire la tua community.

# Grazie per l'attenzione!

Contatto:

[laura.aglio@gmail.com](mailto:laura.aglio@gmail.com)



[www.linkedin.com/in/agliolaura](https://www.linkedin.com/in/agliolaura)



@LauraAglio

