

# 7 passaggi Strategia di marketing di Facebook per essere competitivi nel 2018



Siamo onesti, Facebook non sta affatto rallentando. Attualmente oltre **1,86 miliardi di utenti sono attivi mensilmente** su Facebook, esprimono un aumento del 17% in due anni.

Adeguate e seguite, per il tuo business, brand o impresa, questo canale social diventa inevitabile se stai realmente cercando uno spazio utile nel grande mondo del social media marketing.

La tua strategia di marketing su Facebook deve essere unica. Esiste un oceano di potenziali clienti che puoi raggiungere tramite Facebook. Ma con un mare così grande, è più facile perdere la rotta e non ritrovare la tua meta in modo efficace.

Ecco perché abbiamo creato questa strategia di marketing di Facebook per il 2018, che **include sette passaggi essenziali**. Inizia ora!

**RESISTERE ALLA CONCORRENZA?**

**POTENZIANDO LA TUA VISIBILITA' SUL WEB**

**ES** **PONIAMO LE STRATEGIE WEB AL SERVIZIO DELLA TUA AZIENDA!**

[www.SITIMONZA.IT](http://www.SITIMONZA.IT) - CONSULENZA WEB GRATUITA contattaci!

# 1. Crea gli obiettivi di Facebook funzionali e che possano influire sulle attuali maggiori esigenze della tua azienda

Probabilmente ogni strategia di marketing che hai finora letto ti suggeriva di **creare degli obiettivi** per il **tuo mercato specifico**.

La ragione per cui tutti citano questo è perché gli obiettivi sono essenziali per soddisfare le maggiori esigenze di marketing.

Ovviamente hai dei bisogni! Se stai pensando di utilizzare Facebook per il marketing di un tuo prodotto o per promuovere la tua azienda o se stai

cercando di migliorare una strategia esistente, devi concentrarti su obiettivi calzanti per soddisfare i tuoi bisogni.

**Non creare obiettivi irrealistici** che inseguono metriche di pura vanità estetica, come alti numeri di "followers" e di "mi piace" su pagine senza interazioni.

Affronta invece le più grandi sfide della tua azienda con Facebook o in generale con i social media attraverso obiettivi realizzabili e strumenti di monitoraggio risultati adeguati.



## Perseguire i tuoi obiettivi 2018

Molto probabilmente conosci gli obiettivi della tua azienda per il 2018, bene, perseguili anche nella metrica social, tramite una strategia di marketing su Facebook nel 2018.

Di seguito elencheremo **alcuni obiettivi annuali** che sono comuni per le aziende scopri in che modo una strategia efficace di Facebook può aiutarti nel 2018:

- **Aumento della qualità delle vendite:** il miglioramento della qualità delle vendite inizia con un targeting migliore (ci occuperemo di questo più in basso). Attraverso una strategia di marketing di Facebook ben pianificata, raggiungi il tuo pubblico target in modo più efficiente. Solo perché il mare è grande, non significa che avrai

pesci più grandi. Lavora su ciò che sai meglio e usa Facebook come rete per migliorare la tua portata.

- **Aggiungere più valore all'organizzazione:** Facebook può darti l'opportunità di dialogare meglio con tuoi clienti, migliorare la consapevolezza della tua azienda nei loro pensieri e fornire più risorse specifiche nei confronti del tuo pubblico. Fai diventare Facebook la tua fonte di informazioni.
- **Migliorare l'ascolto del tuo settore:** i tuoi concorrenti sono sempre un passo avanti? Con l'aiuto dei **social media** e degli **strumenti di monitoraggio**, puoi tracciare, ascoltare e riferire su tutte le conversazioni social che ruotano attorno a te, ai tuoi concorrenti o al tuo settore. Cerca sempre di aumentare i tuoi poteri di ascolto prima di parlare.
- **Reclutamento più efficiente:** nessuno ti ha detto che **il reclutamento sociale** sta crescendo in popolarità? Il social può essere una grande fonte per diminuire gli sforzi di reclutamento e raggiungere i migliori talenti più velocemente (ne parleremo anche più avanti). Lavorare sui social network aumenta le tue possibilità di assumere dipendenti di qualità superiore.
- **Crescita più intelligente:** ridurre il tasso di abbandono, limitare la spesa e aumentare le acquisizioni sono tutte parti di un business di successo, e Facebook può aiutarti in ciascuna di queste aree. Sia che si tratti della spesa pubblicitaria, dell'aumento del targeting o di una maggiore **vendita sociale della tua immagine o dei tuoi prodotti**, la strategia di marketing di Facebook può aiutarti ad avvicinarti a questi obiettivi.

Questi obiettivi non rispondono alle esigenze di tutti, spetta a te selezionare la migliore strategie social media marketing che possono influenzare l'intera tua organizzazione.

**Lavorare in modo più intelligente non è più difficile che lavorare in modo pessimo!**

Quindi puoi fare scelte dirette o delegare il compito, basta che sia fatto bene e con intelligenza.



## 2. Studia i tuoi dati demografici su Facebook

I dati demografici sono fondamentali per qualsiasi strategia di marketing e sui social media, non è diverso.

Quando guardi su Facebook, hai quasi 1,15 miliardi di persone che sfogliano i loro feed ogni giorno, è importante sapere chi devi raggiungere e come.

Inoltre, la comprensione **degli ultimi dati demografici** è importante in quanto il pubblico di questa rete oscilla nel corso degli anni.

Per il 2018, diamo un'occhiata agli ultimi dati relativi ai dati demografici principali su utenti facebook:

### Età e sesso

I dati del rapporto **PSM Update 2016** hanno mostrato che le donne tendono ad adottare Facebook più frequentemente rispetto agli uomini e il gruppo di età centrale è 18-29. Tuttavia, anche la fascia età over 65 è ben presente su Facebook con una copertura migliore tra i gruppi di età adulta rispetto a qualsiasi altra rete social.

**Suggerimento:** comunque non limitarti perché pensi che le generazioni più giovani siano solo su Snapchat e Instagram. Facebook è ancora la rete più utilizzata tra i 18 e i 29 anni.

### Posizione e reddito

I dati demografici di Facebook si diffondono in modo uniforme su tutte le località e le entrate principali. Tuttavia, le aree urbane hanno entrambi l'71% dei loro dati demografici su Facebook, mentre le aree suburbane e rurali rappresentano il 29%.

Per quanto riguarda il reddito, i dati mostrano che la più alta quantità di utenti di Facebook (84%) fa meno di 23.000 euro, mentre il 16% guadagna più di 45.000 euro.

**Suggerimento:** ancora una volta, la versatilità di Facebook non dovrebbe impedirti di esplorare il targeting demografico più core business. È più probabile che, il potere di raggiungere il target di riferimento per la tua attività qui rispetto ad altri social network.





### 3. Scegli e pianifica il tuo contenuto di Facebook

Ogni social network ha il proprio stile di contenuti, ma Facebook tende a saltare la fila. **La strategia dei contenuti** da utilizzare con i post su Facebook, che siano live, immagini e video, per spingere al meglio il tuo brand ha infinite forme ma sono tutte orientati alla **originalità**.

Per la tua azienda, si tratta della **qualità dei contenuti** e di ciò che il tuo pubblico dovrebbe aspettarsi dalla tua **Pagina aziendale Facebook**. **Ricorda che essere eccessivamente promozionale può avere il lato negativo.**

Secondo l'indice SSQ3 2016, il 57,5% degli utenti di social media ha dichiarato che postare troppe promozioni era l'azione più fastidiosa dei marchi.

La tua pagina di Facebook non dovrebbe essere come una macchina usata piena di venditori di auto pronti per tentare la sua vendita. Il contenuto che produci dovrebbe essere avvincente, divertente o utile per il tuo pubblico. Le persone sanno di poter ottenere un elevator pitch (l'arte di comunicare un'idea in modo efficace e in pochi secondi) sul tuo sito web o nel tuo post o nel tuo annuncio. Ma questo non significa che i tuoi social network, in particolare Facebook, debbano essere una bacheca per le tue promozioni. Non annoiare! Devi sollecitare!

Evidenzia i valori del tuo brand, identifica il tuo pubblico e crea uno spazio unico per la tua azienda e i tuoi prodotti o servizi.

#### Tipi di contenuti di Facebook e modalità di implementazione

Quindi conosci l'importanza dei tuoi contenuti, ma quale tipo funzionerà meglio per il tuo marchio? Diamo un'occhiata ai vari tipi di contenuti organici di Facebook e al modo migliore per utilizzarli:

- **Stato:** la forma più semplice di comunicazione a volte può essere la più potente. Con nuove funzionalità come testo più grande per i messaggi più brevi e l'opzione di mettere il testo su uno sfondo colorato, è possibile ottenere il tuo messaggio essenziale in un modo più vivace e accattivante.
- **Immagini:** i post con immagini generano un coinvolgimento 2,3 volte maggiore, quindi l'aiuto visivo è da utilizzare. Ma non fare affidamento sulle immagini per fare tutto il lavoro svolto in foto di alta qualità e stupire il pubblico. Se il tuo prodotto è considerato "noioso", utilizza bellissime immagini per evidenziare il lato creativo del tuo marchio. Ispira gli utenti con funzionalità di realtà virtuale o contenuti a 360 gradi.

- **Video:** il video è molto richiesto e il 43% degli utenti vorrebbe vedere ancora di più dai marketer. Tuttavia, solo il 15% dei video di Facebook viene guardato con audio. Il video dovrebbe essere accessibile, facile da digerire e avere sempre sottotitoli. Crea video che catturino l'attenzione dell'utente e forniscano qualcosa di utile.
- **Collegamenti:** i collegamenti sono perfetti per condividere notizie del settore e il tuo contenuto del blog. Trova i tuoi contenuti più coinvolgenti e continua a condividerli su Facebook. Non è facile farlo in modo organico, ma non dovrebbe impedirti di pubblicare i tuoi migliori contenuti.
- **Facebook Live:** i contenuti dal vivo promuovono il coinvolgimento tre volte in più su Facebook. Con la crescente popolarità dei contenuti in-the-moment, scopri come il tuo brand può dare sbirciatina agli eventi di settore o in ufficio, ai lanci di prodotti e ad altri contenuti dietro le quinte. Vai in diretta, stupisci il pubblico e coinvolgi.
- **Storie di Facebook:** le storie di Facebook sono clip di contenuto in tempo reale. Questo si basava su Instagram Stories, che alla fine proveniva da Snapchat Stories



## Utilizzo contenuti nei gruppi facebook:

Gli strumenti principali offerti da Facebook a qualsiasi utente registrato sono tre: il profilo, le pagine, i gruppi. Spesso ci troviamo a parlare dei primi due, mettendo in secondo piano il ruolo dei gruppi. **Da un anno circa però il loro ruolo sembra essere cambiato;** Facebook ha aggiunto molte nuove funzionalità, ne ha migliorato lo stile.

La versione new dell'algoritmo di facebook prevede per il 2018 il vantaggio dei gruppi rispetto a post e pagine facebook.

Quindi **postare i vostri prodotti nei gruppi di riferimento** e fare vita sociale all'interno dei gruppi, oppure creare un gruppo specifico per la tua attività diventa cosa prioritaria.

## Pianifica i contenuti di Facebook sul tuo calendario dei social media

L'ultima cosa che vuoi fare è pubblicare in fretta qualcosa su Facebook per pubblicare contenuti. Pianificare i contenuti significa impegnarsi maggiormente nella qualità di un post. Questo ti dà una maggiore possibilità di coinvolgere e ispirare il tuo pubblico.

Tuttavia, non sempre hai tempo per creare contenuti. Ecco perché utilizzare uno **strumento di pubblicazione di social media** può aiutarti a rimanere in linea con i contenuti. Visualizza, monitora e mantieni facilmente la tua pubblicazione su Facebook con la vista del calendario dei social media. Oppure puoi **delegare una web agency** per pianificare i tuoi post in modo efficace dando il mandato gestione dei tuoi canali social aziendali.



## 4. Determina la tua strategia di annunci Facebook

Forse hai letto la sezione precedente e hai pensato, si un'idea carina, ma sembra un sacco di lavoro per un piccolo guadagno!

Beh, non ti sei fatto una idea sbagliata e completamente fuori dalla logica! Secondo uno studio di SFlow, la copertura organica di Facebook è scesa del 52% nel 2016 e si è ulteriormente ridotta nel 2018.

Dovresti avere un orientamento mentale che ti porti a dedicare più energie alla tua strategia di social media rispetto a ciò che ti aspetti ottenere in cambio. Far crescere il pubblico e la fedeltà al marchio non

avviene da un giorno all'altro. Devi guadagnartelo. Chi ti dice il contrario mente.

Esiste una scorciatoia per arrivare un po' più veloce: la pubblicità sui social media. In particolare su Facebook, ci sono oltre 4 milioni di inserzionisti con una percentuale di clic media dello 0,9%. La pubblicità su Facebook è semplice, ma non deve essere l'unica strategia. Devi prima costruire efficacemente il tuo marchio, la pubblicità è un canale potente ma serve solo se hai già organizzato tutte le altre strategie social.

### Mira alla maggiore consapevolezza del marchio

Comunque in caso di annunci, le tue campagne pubblicitarie su Facebook dovrebbero sempre essere focalizzate su due cose:

- 1. Costo effettivo**
- 2. Pertinenza con i tuoi obiettivi**

Per i principianti, consigliamo di mantenere la spesa settimanale o mensile assegnata con Facebook per evitare sovraesposizioni e clic inutili. La spesa pubblicitaria può aumentare in fretta quando il targeting non è efficace o impostato in modo appropriato, il che ci porta al passaggio successivo.

Il tuo annuncio di Facebook deve essere pertinente. Trova il Target nel vasto. All'inizio, vuoi effettivamente vedere cosa funziona meglio per creare consapevolezza. Tuttavia, la rilevanza è fondamentale per i grandi annunci di Facebook.

Cerca di creare segmenti di pubblico personalizzati e indirizzare i clienti che meglio si adattano ai tuoi contenuti di Facebook. Se si tratta di una misura di retargeting, assicurati che il contenuto fornisca qualcosa di riconoscibile ma anche qualcosa di nuovo.



## Decidi il contenuto creativo

Ne parleremo ancora, ma **la qualità rispetto alla quantità prevarrà sempre**. In precedenza in questo post, abbiamo fatto un profondo tuffo nei tipi di contenuti su Facebook. Ora è il momento di scegliere quali contenuti ritenete degni di essere pubblicizzati di fronte a un pubblico molto più vasto.

Alcuni degli aspetti migliori del contenuto dell'annuncio devono includere:

- **Identità:** si riferisce al tuo marchio e mostra in modo efficace il tuo prodotto / servizio? Il logo e i colori aziendali sono visualizzati correttamente?
- **Ricompensa:** cosa ne traggono gli spettatori? È un affare, una promozione, un codice di offerta o una guida del settore?
- **Tono:** i tuoi contenuti mantengono lo stesso stile su tutta la tua pagina Facebook o business in generale?
- **Azione:** il tuo contenuto deve guidare un'azione, che risale ai tuoi obiettivi di Facebook. Un invito all'azione chiaro e preciso è il migliore.

## Mantieni fresco il contenuto degli annunci di Facebook

Il contenuto degli annunci di Facebook è attualmente, letteralmente schiacciato tra i tuoi amici e i feed della famiglia, il che significa che è visto spesso. Hai mai considerato uno spot TV il *peggiore di sempre* e l'hai visto ripetuto all'infinito attraverso il tuo programma preferito? Questa è la stessa cosa.

Non lasciare che i tuoi **contenuti diventino obsoleti** con gli spettatori, quindi assicurati di aggiornare e riutilizzare i contenuti degli annunci ogni settimana o due. L'intero scopo è quello di guidare gli utenti verso un sito specifico o la pagina di acquisto. Quindi non lasciare che i vecchi contenuti rovinino il tuo lavoro di re-targeting o di re-marketing su Facebook.

Crea un foglio di calcolo e documentati le tue metriche principali. Ogni metrica ti fornirà informazioni uniche su ciò che desideri ottenere specificamente con il tuo annuncio:

- **Percentuale di click-through CTR:** se il traffico è essenziale, traccia il CTR e scopri dove puoi migliorare.
- **Impressioni:** problemi con la visibilità? Rivedi la tua immagine o i tuoi contenuti e scopri cosa può generare più impressioni.
- **Costo da acquisire:** se il tuo scopo è limitare la spesa e il budget in modo più efficace, traccia i costi per acquisire e impostare obiettivi settimanali o mensili.

## 5. Coinvolgi e non aspettare che il tuo pubblico interagisca per primo

Come la maggior parte dei canali di social media, sono costruiti come reti per conversare, discutere e condividere contenuti.

Non puoi dimenticare l'idea di base di ciò che rende una rete un social media. Ciò significa che la conversazione e l'impegno costante nel tempo, non dovrebbero mai essere messi in secondo piano.

Cerca di **essere una community per il tuo pubblico**. Facebook è un luogo ideale per tenere chat o discussioni nel settore, sia che si tratti di un pubblico diverso o dei propri clienti. Mentre Twitter spesso ha tutte le luci della ribalta di

**essere una mecca sociale per la cura del cliente**, non dimenticare anche Facebook.

Puoi aiutare a guidare l'impegno **di Facebook** chiedendo alle persone di impegnarsi in prima persona.

Tuttavia, non puoi sederti e aspettare che i tuoi follower interagiscano. Non puoi raggiungere tutti, ma ci sono modi per aumentare il coinvolgimento.

Molte aziende fanno un ottimo lavoro nell'interagire con gli utenti su diversi commenti e nelle discussioni su Facebook. L'interazione delle aziende social diventa fonte di informazioni per i clienti fedeli.

### Publica al miglior tempo su Facebook

Facebook è ancora uno dei social network più difficili da utilizzare per i contenuti organici. Ancora una volta, gli algoritmi rappresentano una sfida per le aziende che cercano di trovare tempi di pubblicazione ottimali. Tuttavia, la nostra guida sui **momenti migliori da pubblicare sui social media** delinea le cose da fare e da non fare su Facebook:

- Giovedì è il giorno più alto da pubblicare.
- Il mezzogiorno e le 14 di mercoledì e le 14:00 di giovedì sono le ore più impegnate su Facebook.
- Sei sicuro di pubblicare i giorni feriali tra le 10:00 e le 15:00
- Il sabato è il giorno meno impegnativo della settimana.
- I periodi meno raccomandati includono la mattina presto e la sera tardi.



**dedicato alle piccole aziende  
che quotidianamente resistono  
alla tempesta del mercato !**

## 6. Abilitare l'intera forza lavoro a utilizzare Facebook

Come accennato in precedenza, i social media funzionano come una grande risorsa per la difesa dei dipendenti.

Fornendo ai dipendenti contenuti condivisibili, puoi raggiungere il loro pubblico. Ciò rende la portata della tua azienda ancora maggiore quando puoi condividere i contenuti attraverso i feed dei tuoi dipendenti.

Tuttavia, il problema più grande è trovare il contenuto giusto da condividere.

La maggior parte dei dipendenti si divide in due categorie:

1. Hanno paura di condividere contenuti aziendali su reti come Facebook.
2. Sono troppo disposti a condividere informazioni aziendali su reti come Facebook.

**Il 54% delle persone non sa come condividere** i contenuti giusti ed essere un sostenitore dei social media.

### Dare ai dipendenti una possibilità di condividere

Facebook come strumento per mettere in mostra vantaggi aziendali, evidenziare premi o anche promuovere nuove aperture di lavoro." Utilizza" i tuoi dipendenti come strategia e chiedi ai tuoi **dipendenti di promuovere la tua attività su Facebook**. Se la tua azienda va bene andranno bene anche i tuoi dipendenti!



**NESSUNO TI COSTRINGE A RINNOVARE IL TUO SITO WEB AZIENDALE**

[www.SITIMONZA.IT](http://www.SITIMONZA.IT)



**ma forse non sai che i tuoi concorrenti hanno trovato nuovi clienti tramite il loro nuovo sito web...**

## 7. Monitora e analizza la tua strategia di marketing su Facebook

Infine, ma non meno importante, una strategia di marketing di successo su Facebook deve essere analizzata in modo metodico e puntuale. Abbiamo già menzionato alcuni modi per analizzare attentamente i tuoi tempi migliori per pubblicare, le metriche pubblicitarie di Facebook e i tipi di contenuti da pubblicare.

Se si intende migliorare la propria strategia per il 2018 e il 2019, sono necessarie utili informazioni dagli **strumenti di analisi di Facebook** e dalle sue funzionalità di analisi della

concorrenza. Ogni social media marketer conosce questi strumenti, ma a volte il budget a loro riservato è basso.

**Utilizzando una web agency** potresti ottenere report ben progettati che consentono l'accesso a più pagine di Facebook, panoramiche delle attività e rapporti sui contenuti per vedere cosa funziona meglio.

Per avere davvero successo, hai bisogno di approfondimenti su ciò che funziona. Ecco perché la lettura statistiche e la gestione strategica sono importanti.



**PER FAR VOLARE LE TUE IDEE**

UTILIZZA COMPETENZE, PROFESSIONALITA' E UN SITO WEB AZIENDALE CHE TI RAPPRESENTI MEGLIO

PROVA LA CONSULENZA WEB GRATUITA! [WWW.SITIMONZA.IT](http://WWW.SITIMONZA.IT)

**Stai pensando che la giornata è composta da 24 ore e che materialmente non hai possibilità di seguire tutto?**

***Vuoi ottimizzare tua strategia di marketing su Facebook e avere risultati **ALDES web agency** ti propone una consulenza web gratuita e una ulteriore opportunità di gestione web globale. Dal tuo sito web aziendale alle posizioni social della tua azienda, il tutto creato a dimensione del tuo budget mensile.***

[facebook Aldes](#)

[Contattaci è gratis!](#)

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

[sitiozionali@gmail.com](mailto:sitiozionali@gmail.com)