

Strategia, inserzioni e monitoraggio dei social della PA – 2° parte



Piero Zilio

Esperto Formez PA di social media strategy e analytics

2 dicembre 2020



STRATEGIA



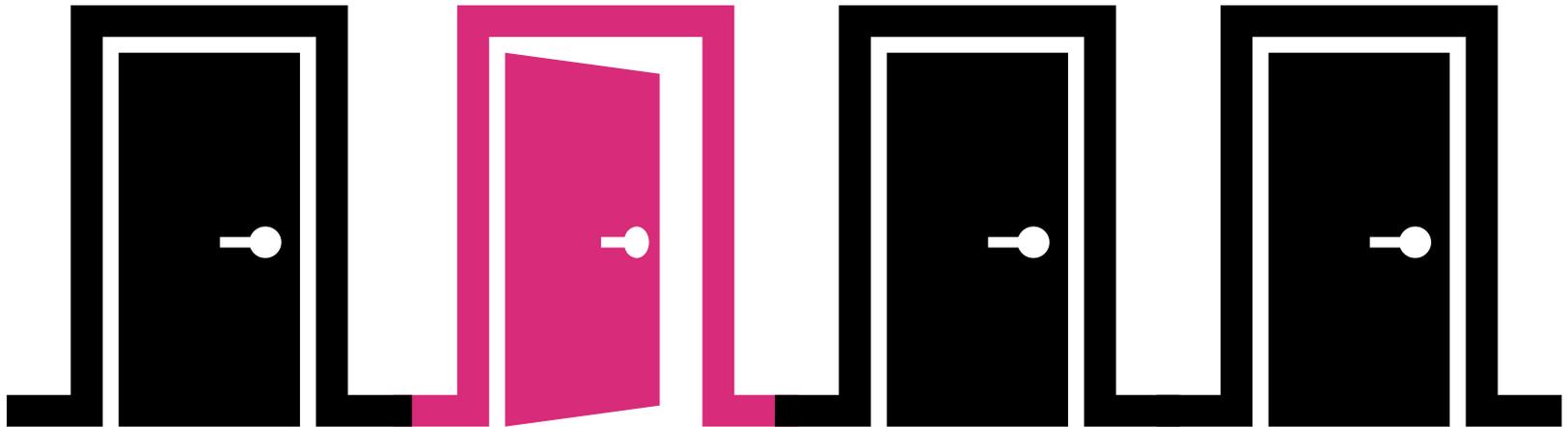
La **Social Media Strategy** non risolve tutti i problemi

Aiuta a ripartire **risorse**
limitate su **azioni prioritarie** in
un **arco temporale definito**

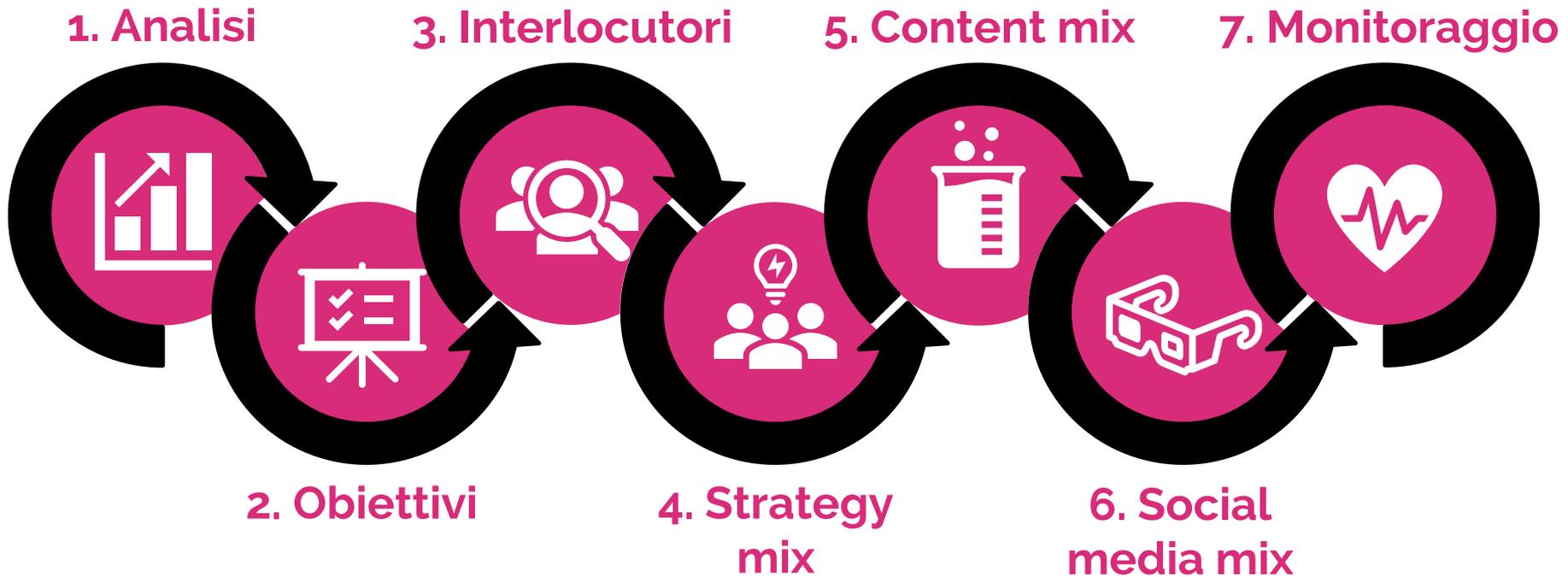




La Social Media Strategy aiuta a compiere una **scelta strategica e consapevole**



Passi metodologici



**Contesto
organizz.**

ESEMPIO

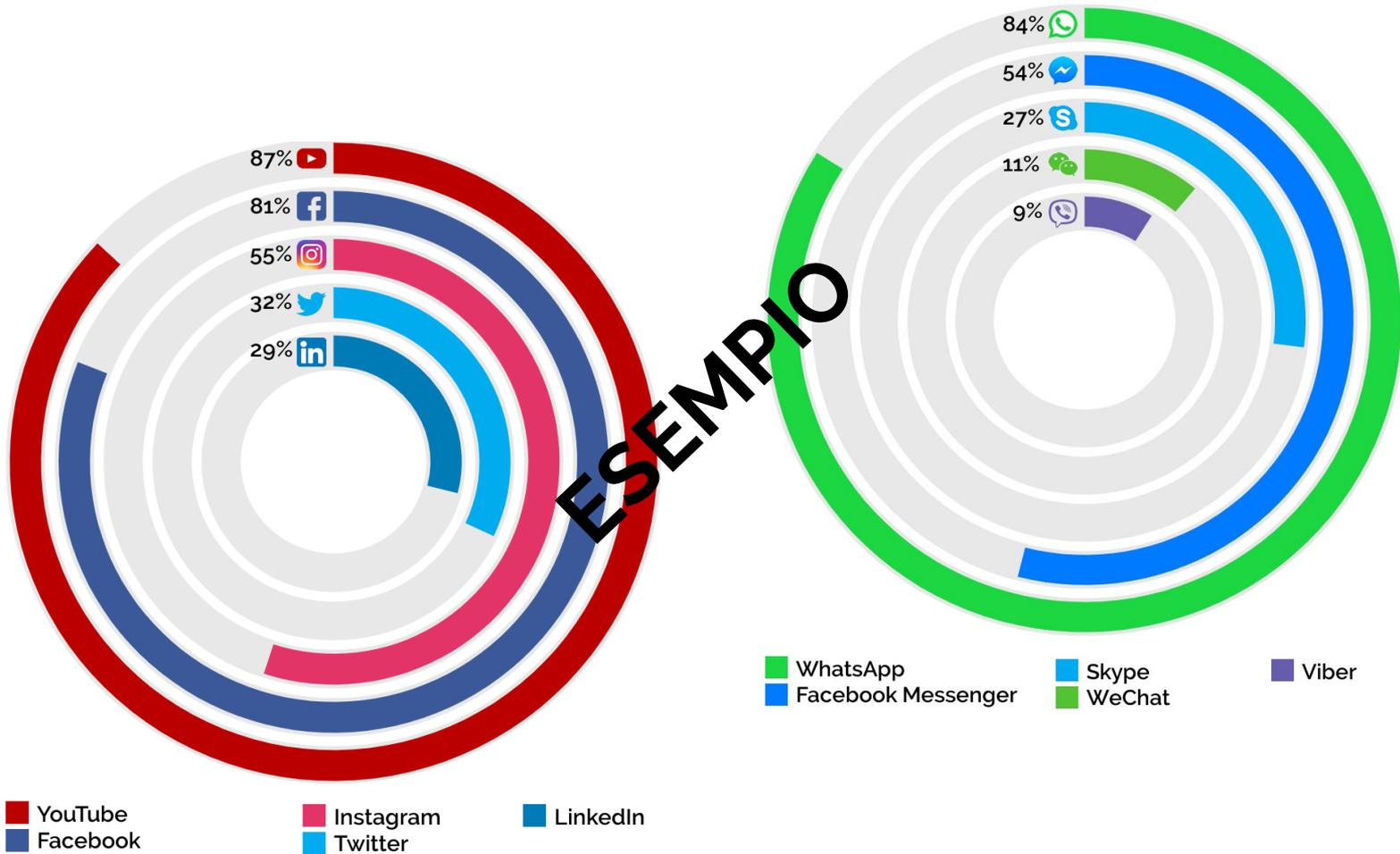
Documento Unico
di Programmazione

Piano della
Performance

Piano di
Comunicazione
Integrata

Social
Media
Strategy

Contesto tecnologico





	FATTORI POSITIVI <i>Cosa facilita i compiti istituzionali del social media team?</i>	FATTORI NEGATIVI <i>Cosa ostacola i compiti istituzionali del social media team?</i>
FATTORI INTERNI <i>Cosa rientra sotto il controllo del social media team</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Base utenti • Produzione multimediale 	<ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Orario di lavoro • ...
FATTORI ESTERNI <i>Cosa è al di fuori del controllo del social media team</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadini attivi • Notorietà • Tecnologia (Chatbot) • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • GDPR • Budget • ...

ESEMPIO



La **comunicazione**
non è fine a se stessa,
ma **supporta** più ampi
obiettivi organizzativi



Qualsiasi forma di comunicazione produce **effetti**, ma questo **non significa** agire in modo strategico e raggiungere gli **obiettivi**



L'assenza di obiettivi
aumenta il rischio di **effetti
comunicativi distorti, spreco
di risorse** e automatismi
senza scopo, caratterizzati
dal **dover fare invece che**
dal **sapere perché** farlo



ESEMPIO

- Informazione
- **Sviluppo della presenza mobile**
 - Creare due nuovi canali di instant messaging entro il 2021



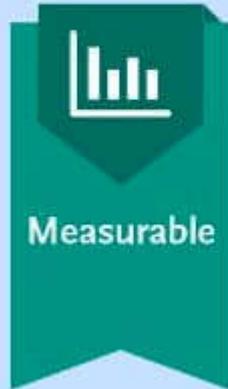
S



Specific

Specifici

M



Measurable

Misurabili

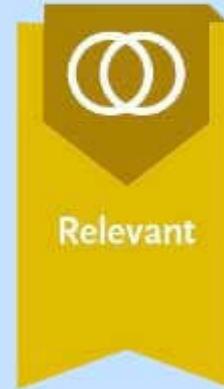
A



Attainable

Raggiungibili

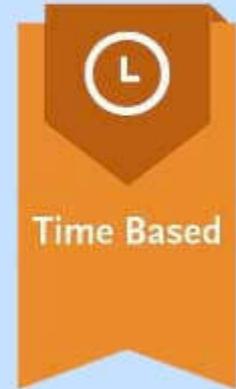
R



Relevant

Rilevanti

T



Time Based

**Definiti nel
tempo**

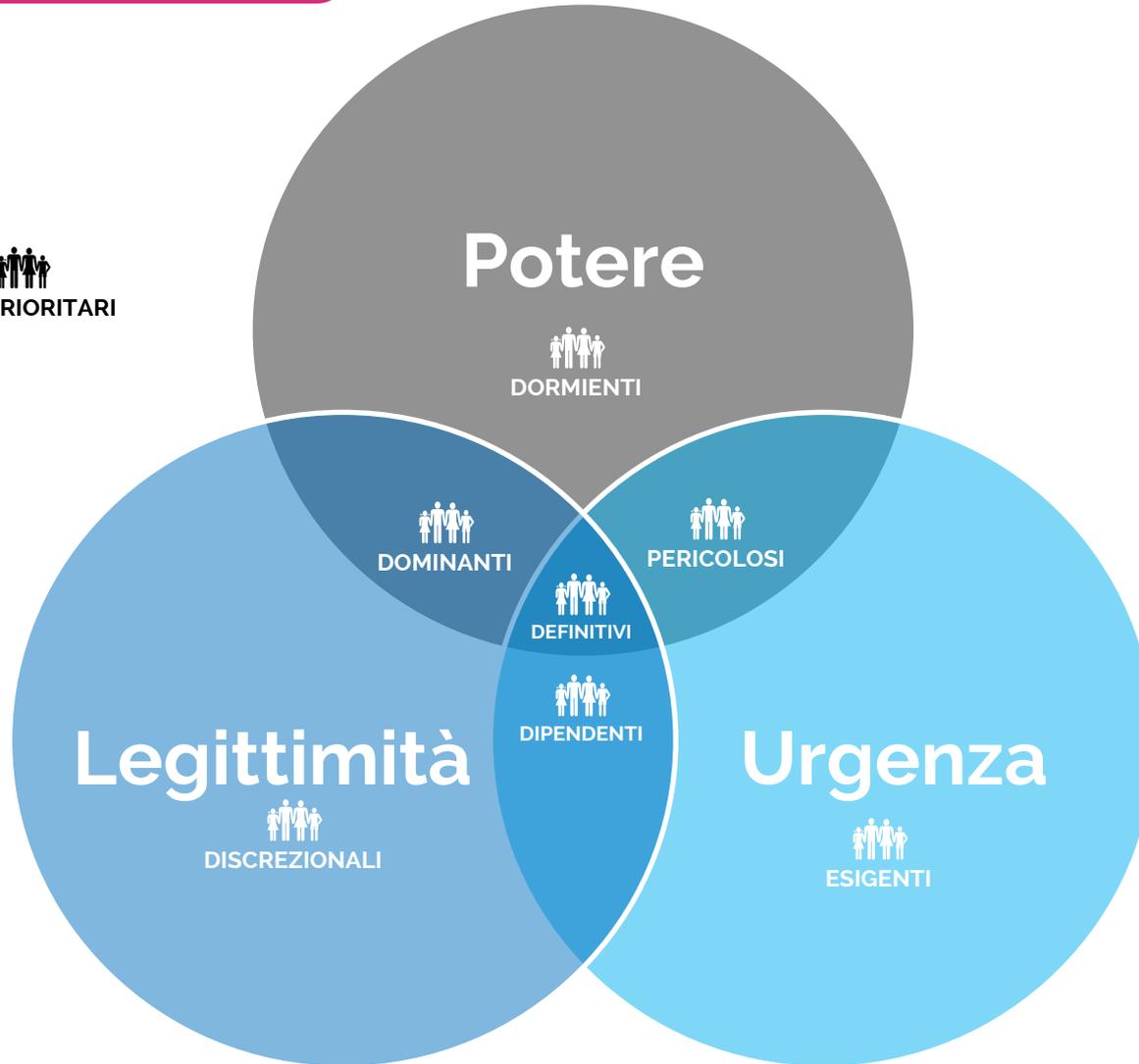
COLPIRE



SEMINARE




NON PRIORITARI





RICORDATE?



MEMENTO



- ✓ **Indifferenziato** (es. contenuti generici per tutti i segmenti)
- ✓ **Differenziato** (es. contenuti personalizzati per ciascuno)
- ✓ **Concentrato** (es. contenuti mirati su uno specifico segmento usati anche per coinvolgere tutti gli altri)



- ✓ **Outbound**, modello tradizionale (es. pubblicità, notizie in bacheca, ...)
- ✓ **Inbound**, modello inverso in cui sono gli utenti a cercare le informazioni (passaparola, ottimizzazione contenuti, ...)

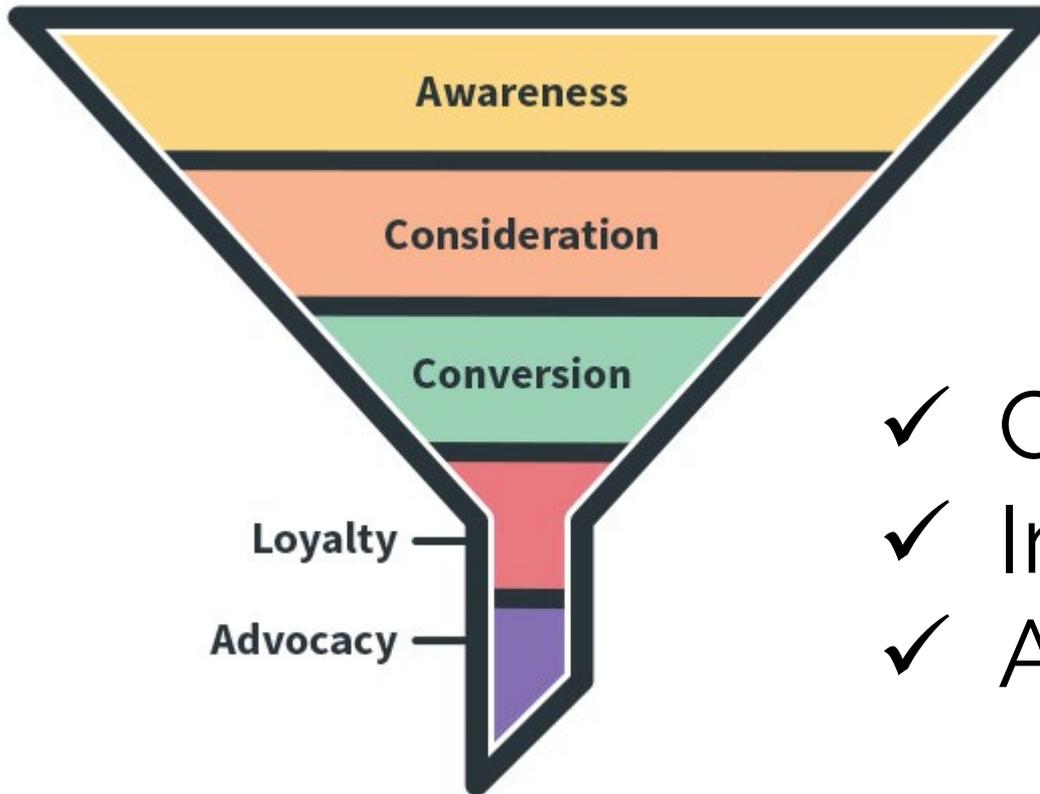
A person with short brown hair, seen from the back, is holding a black microphone. They are standing in a large, empty theater with rows of dark wooden seats. The theater is dimly lit, with a warm, reddish-brown glow. In the background, there are balconies and a stage area. A large, semi-transparent black square is overlaid on the upper part of the image, containing the text "...?".

...?



- ✓ **Proprietario** (es. la propria pagina Facebook, ...)
- ✓ **A pagamento** (es. le inserzioni con Facebook Ads, ...)
- ✓ **Guadagnato** (es. i contenuti generati dagli utenti – UGC, ...)

Strategy mix: scopo



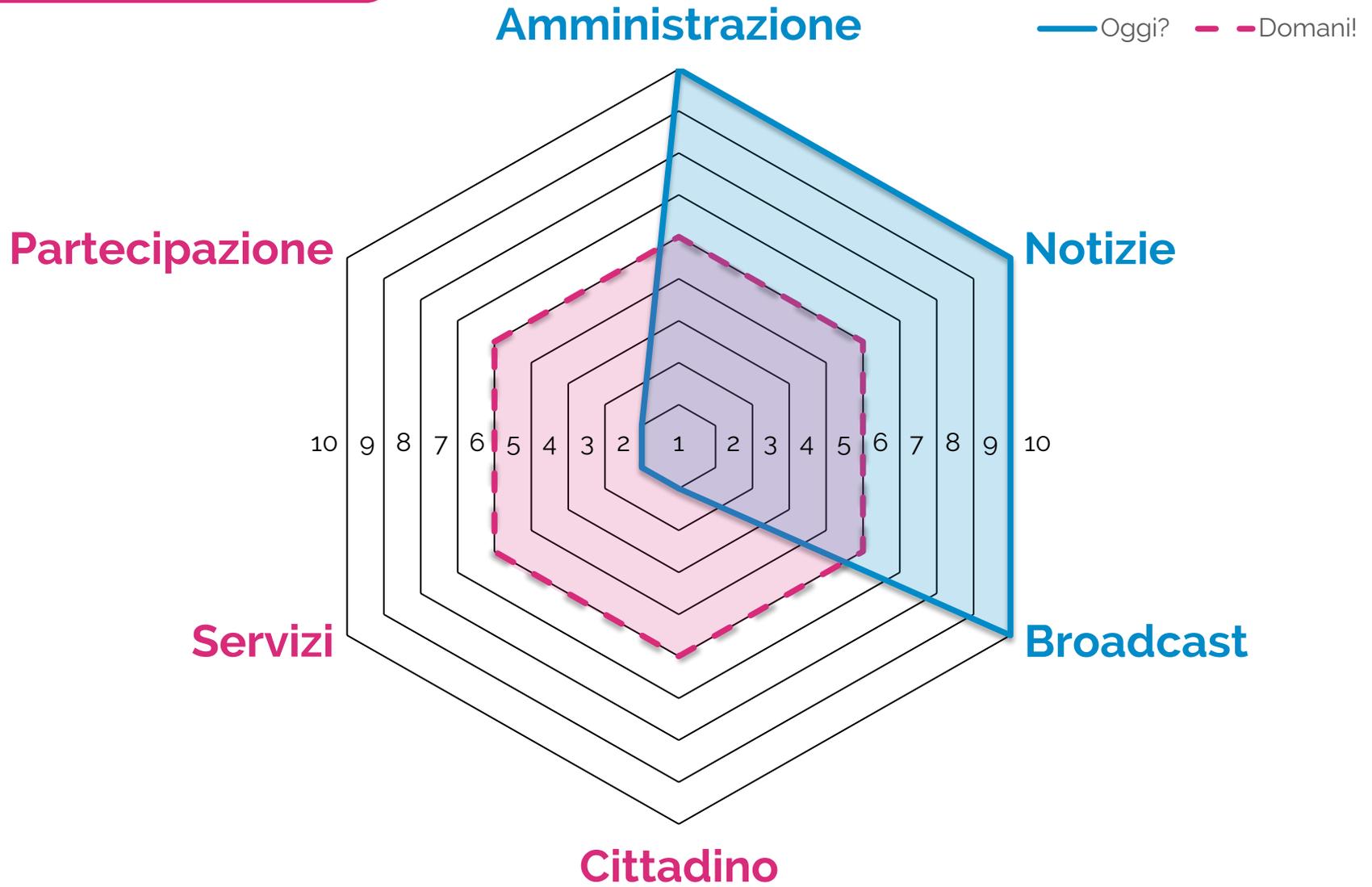
- ✓ Consapevolezza
- ✓ Interesse
- ✓ Azione



In questa fase non è necessario entrare nel dettaglio dei contenuti specifici, ma è utile riflettere su:

- ✓ **Temi**
- ✓ **Stile e tono** di voce
- ✓ **Parole chiave e hashtag**

Dove sei?





- ✓ **Portafoglio social**
- ✓ **Azioni e strumenti**
- ✓ **Piano editoriale**
- ✓ **Budget**



ANALYTICS



STRUMENTI

I social, veri occhiali a raggi-X

1

Informazioni che hai aggiunto su di te (città sesso, età, situazione sentimentale, lavoro, scuola).

2

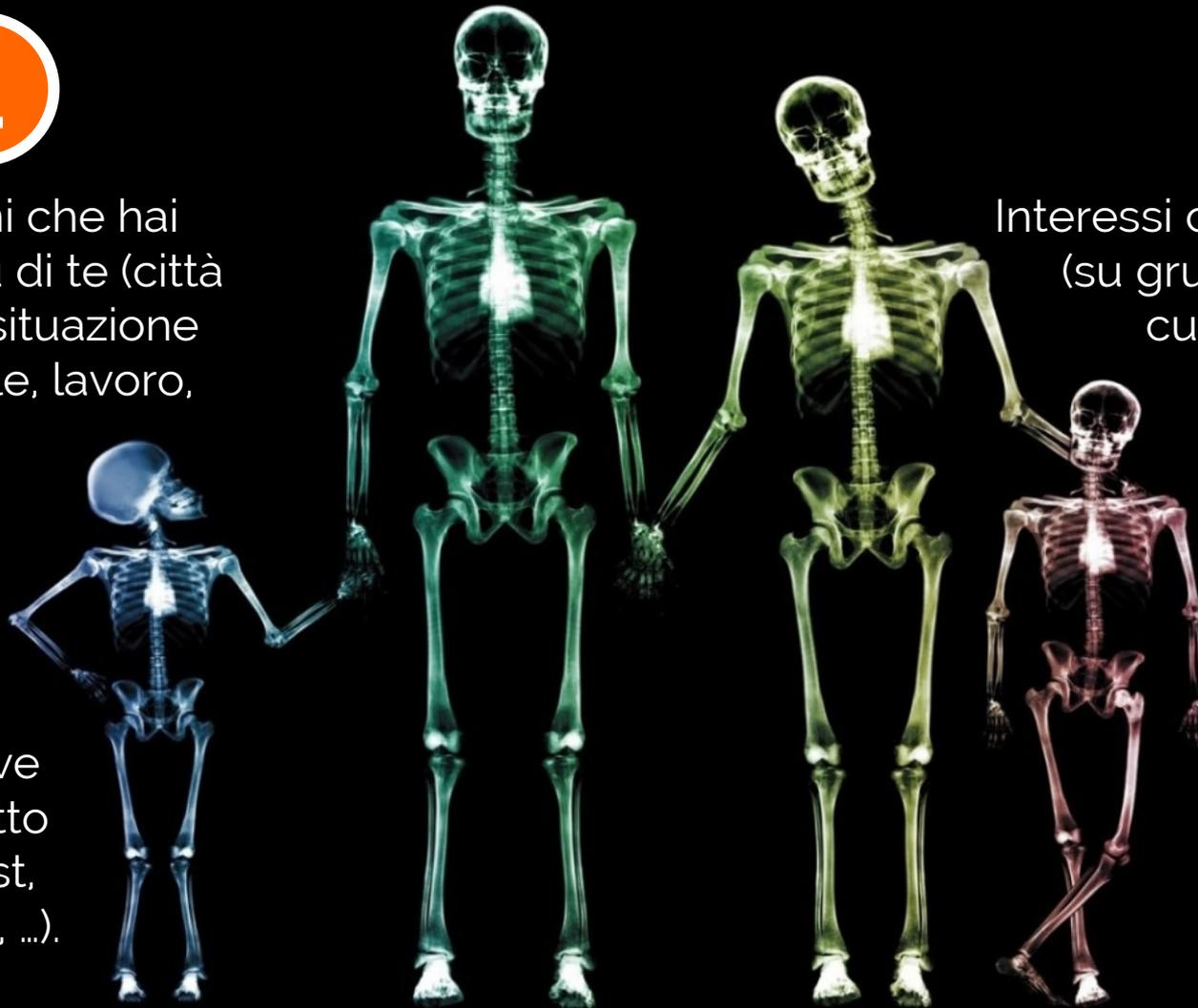
Interessi che hai indicato (su gruppi, e pagine a cui sei connesso).

3

Parole chiave che hai scritto (nei tuoi post, negli status, ...).

4

Azioni che esegui (pagine Facebook, applicazioni e video).



ESEMPIO



i  sono aggiornata

sono compatibile con i tablet

sono (un po') più accessibile

ti permetto di fare screenshot

 i servizi pubblici
a portata di mano

Il funnel di IO 1/5



Visualizzazione



Cost Per Mille

Il funnel di IO 2/5



Visualizzazione



Cost Per Mille

Click



Cost Per Click

Il funnel di IO 3/5



Visualizzazione



Cost Per Mille

Click



Cost Per Click

Download



Cost Per
Conversion

Il funnel di IO 4/5



Visualizzazione



Cost Per Mille

Click



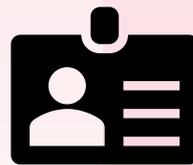
Cost Per Click

Download



Cost Per Conversion

Registrazione



Cost Per Lead

Il funnel di IO 5/5



Visualizzazione



Cost Per Mille

Click



Cost Per Click

Download



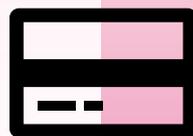
Cost Per Conversion

Registrazione



Cost Per Lead

Uso



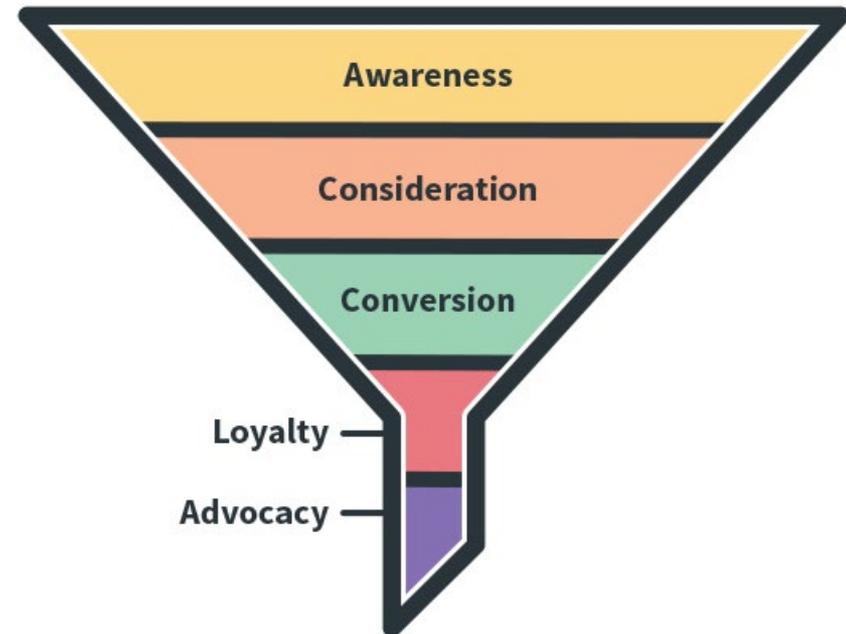
Cost Per Acquisition



Ti conosco, maschrina!

Rapporto tra impressioni e tempo di visualizzazione

Dati disponibili: 01 ott 2018 – 29 nov 2020 (791 giorni)



Ads manager

Campagne One Man Brand

Aggiornamento: adesso

Elimina le bozze

Controlla e pubblica (8)

Cerca e filtra

Dall'inizio: 22 apr 2020 – 1 dic 2020

Campagne

Gruppi di inserzioni

Inserzioni

+ Crea

Duplica

Modifica

Altro

Visualizza configurazione

Colonne: Prestazioni

Dettagli

Report

<input type="checkbox"/>	Nome della campagna	Pubblicazione ↑	Strategia di offerta	Budget	Risultati	Copert
<input type="checkbox"/>	Page Like Ads for 1000 posts (active)	Non attivo	Costo inferiore	Uso del budget ...	28194 "Mi piace" sulla Pagina	
<input type="checkbox"/>	Post Engagement: The Street 2019 & 2020 (active)	Non attivo	Costo inferiore	Uso del budget ...	11453 Interazioni con il post	
<input type="checkbox"/>	Post Engagement: The Street...	Non attivo	Uso della strate...	Uso del budget ...	228 Clic sul link	
<input type="checkbox"/>	Post Engagement: The Street...	Non attivo	Uso della strate...	Uso del budget ...	114 Clic sul link	
<input type="checkbox"/>	Post Engagement: The Street...	Non attivo	Uso della strate...	Uso del budget ...	877 Clic sul link	
<input type="checkbox"/>	Post Engagement: The Street...	● Completato	Uso della strate...	Uso del budget ...	488 Interazioni con il post	
> Risultati di 16 campagne ⓘ						—

Differenzia



Obiettivo

Crea una nuova campagna Usa una campagna esistente

Scegli un obiettivo della campagna
[Scopri di più](#)

Notorietà

- Notorietà del brand
- Copertura

Considerazione

- Traffico
- Interazione
- Installazioni dell'app
- Visualizzazioni del video
- Generazione di contatti
- Messaggi

Conversione

- Conversioni
- Vendita dei prodotti del catalogo
- Traffico nel punto vendita

Annulla **Continua**

Budget	Risultati	Copert
del budget ...	28194	
	"Mi piace" sulla Pagina	
del budget ...	11453	
	Interazioni con il post	
del budget ...	228	
	Clic sul link	
del budget ...	114	
	Clic sul link	
del budget ...	877	
	Clic sul link	
del budget ...	488	
	Interazioni con il post	

Test A/B

Nuova cam... 

Nuovo gr... 

Nuova ... 

 Nuova campagna >  1 Gruppo di inserzioni >  1 Inserzione

Bozza 

Altro ▾

Test A/B

Confronta campagne, gruppi di inserzioni e inserzioni tra loro in un test per capire quali strategie ottengono i risultati migliori. La tua copertura potenziale verrà suddivisa tra le varianti per ottenere risultati più accurati.

[Scopri di più](#)

 Ora questa campagna è la tua campagna di controllo 

Continua a configurare il tuo controllo e potrai aggiungere varianti al tuo test dopo la pubblicazione.

[Annulla](#)

Ottimizzazione del budget della campagna No

L'ottimizzazione del budget della campagna distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a ottimizzazione della pubblicazione e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

Chiudi  Tutte le modifiche sono state salvate

Avanti

PIERO ZILIO  STRATEGY INTO COMMUNICATION

93/105

Budget

Nuova campagna > Nuovo gruppo di inserzioni > 1 Inserzione

Bozza

Altro

Nuovo gruppo di inserzioni

Budget e programmazione

Budget

Budget giornaliero € 11,00 EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare.

Programma

Data di inizio

1/12/2020 19:43
Fuso orario di Roma

Fine - Facoltativo

Imposta una data di fine

gg/mm/aaaa h:m
Fuso orario di Roma

Definizione del pubblico

Il pubblico selezionato è abbastanza ampio.

Copertura potenziale: 35.000.000 persone

Risultati giornalieri stimati

Copertura **3,6K - 10K**

Interazione con i post **175 - 505**

L'accuratezza delle stime si basa su fattori come i dati delle campagne passate, il budget che hai inserito e i dati di mercato. I numeri vengono forniti per darti un'idea

Chiudi Indietro Avanti

MECCANISMO AD ASTA

Il budget lo decidi tu.
Il tuo annuncio entra in competizione con gli ads pubblicati da altri inserzionisti sul circuito pubblicitario del social.



Nuova campagna > Nuovo gruppo di inserzioni > 1 Inserzione

Bozza

Altro

Publicco

Crea un nuovo pubblico Usa il pubblico salvato

Publicco personalizzato Crea nuovo

Cerca gruppi di pubblico esistenti

Escludi

Luoghi

Le persone che viaggiano in questo luogo

Italia

Milano, Lombardia + 50km

Includi Cerca sedi Sfoggia

Aggiungi i luoghi in gruppo

Chiudi ✓ Tutte le modifiche sono state salvate

Indietro Avanti

Definizione del pubblico

Il tuo pubblico è troppo specifico per poter mostrare le tue inserzioni. Prova ad ampliarlo.

Copertura potenziale: Meno di 1000 persone

Risultati giornalieri stimati

I risultati non sono disponibili.

Includi/Escludi

Nuova campagna > Nuovo gruppo di inserzioni > 1 Inserzione

Bozza

Altro

Età
15 24

Genere
Tutti i generi

Targetizzazione dettagliata
Includi le persone che soddisfano questi requisiti

Dati demografici > Istruzione > Livello di istruzione

Scuola superiore (in corso)

Università (in corso)

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti S suggerimenti S sfoglia

e che soddisfano anche

Comportamenti > Viaggi

Pendolari

Chiudi ✓ Tutte le modifiche sono state salvate

Indietro Avanti

Definizione del pubblico



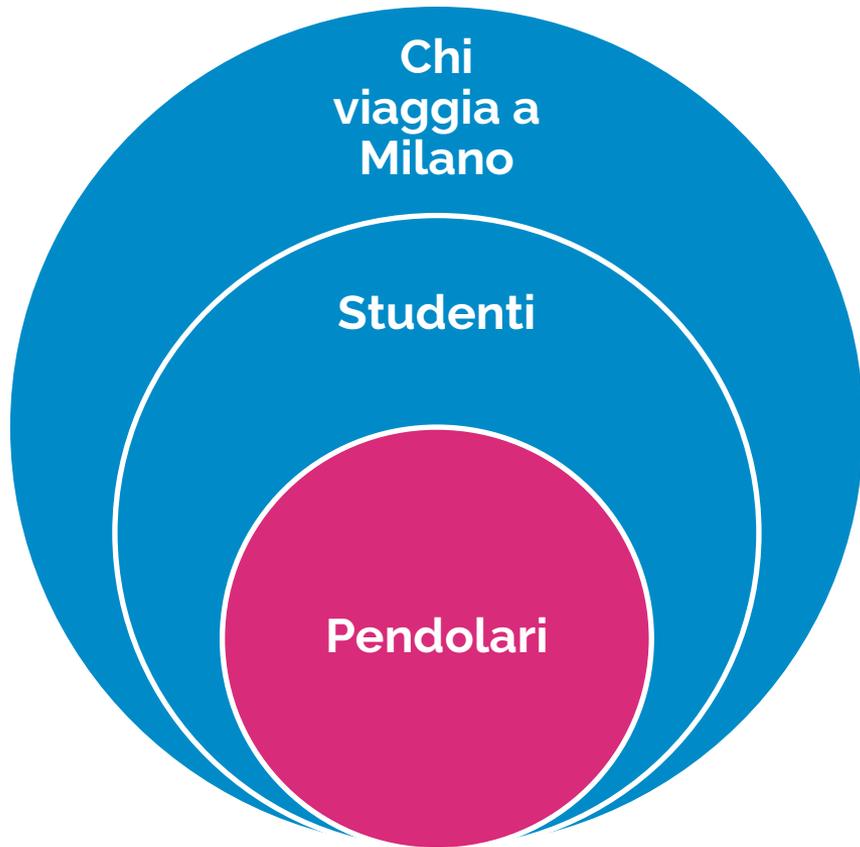
Il tuo pubblico è troppo specifico per poter mostrare le tue inserzioni. Prova ad ampliarlo.

Copertura potenziale: Meno di 1000 persone

Risultati giornalieri stimati

I risultati non sono disponibili.

Escludi/Includi



Crea/Scegli il contenuto

Nuova campagna > Nuovo gruppo di inserzioni > Nuova inserzione

Bozza

Altro

Nome dell'inserzione

Nuova inserzione

Identità

Pagina Facebook

ADventure Pastura

Account Instagram

adventurepastura

Configurazione dell'inserzione

Usa post esistente

Cliccando sul pulsante "Pubblica", accetti le Condizioni e Linee guida sulle pubblicità di Facebook.

Chiudi ✓ Tutte le modifiche sono state salvate

Indietro **Pubblica**

Facebook
Sezione Notizie

ADventure Pastura si trova presso Mongolia. Sponsorizzato ·
Yes, 15 years ago I've been to #Mongolia, but if you ask me where exactly I have been, I can't recall a single name ... continua a leggere

Feed

In-stream

Traccia le conversioni!

Nuova campagna > Nuovo gruppo di inserzioni > Nuova inserzione Bozza

Modifica posizionamento
Seleziona un posizionamento da modificare

Monitoraggio
Monitoraggio delle conversioni

- Pixel di Facebook
 - ADvPa
- Eventi nell'app

Eventi offline Configura

Parametri URL · Facoltativo
chiave1=valore1&chiave2=valore2
[Crea un parametro URL](#)

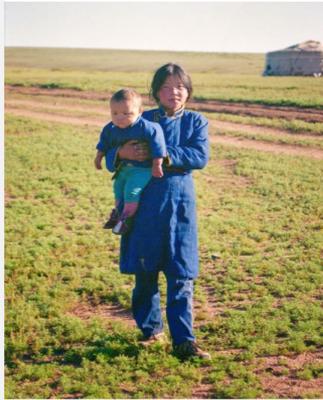
Cliccando sul pulsante "Pubblica", accetti le Condizioni e Linee guida sulle pubblicità di Facebook.

Chiudi ✔ Tutte le modifiche sono state salvate Indietro **Pubblica**

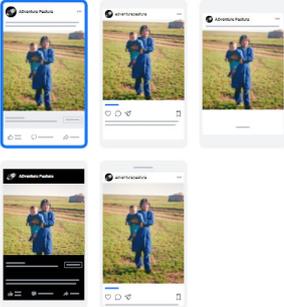
Facebook
Sezione Notizie

ADventure Pastura si trova presso **Mongolia**.
Sponsorizzato ·

Yes, 15 years ago I've been to #Mongolia 🇲🇶, but if you ask me where exactly I have been, I can't recall a single name ... continua a leggere



Feed



In-stream



Facebook Pixel

The screenshot shows the Facebook Pixel interface for the website 'ADventurePastura'. The interface is divided into several sections:

- Origini dei dati:** A search bar with the text 'Cerca per nome o ID' and a search icon. Below it, a list of data sources is shown, with 'ADventurePastura' selected.
- ADventurePastura:** The main header for the selected website, including a date range selector for '10 nov 2020 - 30 nov 2020' and a 'Crea' button.
- Navigation:** Tabs for 'Panoramica' (selected), 'Testa gli eventi', 'Diagnostica', 'Cronologia', and 'Impostazioni'.
- Tutte le attività:** A line graph showing activity levels over time. The y-axis ranges from 1 to 6. The x-axis shows dates from nov 10 to dic 1. The activity starts at 1 on nov 10, rises to 4 by nov 13, peaks at 6 on nov 17, drops to 1 on nov 24, and rises to 4 by dic 1.
- Stato:** A section on the right indicating the pixel is 'Attiva' (Active) with the last reception 7 minutes ago. It also shows the website 'www.adventurepastura.com'.
- Eventi:** A table listing events with columns for 'Eventi', 'Usato da', 'Metodo di connessione', and 'Eventi totali ↓'. Two events are listed: 'PageView' (Active) and 'Visualizzazione di con...' (No recent activity).

Eventi	Usato da	Metodo di connessione	Eventi totali ↓
PageView ● Attiva		Browser	16597 Ultima ricezione 7 minuti fa
Visualizzazione di con... ● Nessuna attività recente		Browser	111 Ultima ricezione 12 giorni fa

Scegli la pagina del tuo sito

The image shows a screenshot of a web analytics dashboard. At the top, there's a pink banner with the text "Scegli la pagina del tuo sito". Below it, the dashboard interface is visible, featuring a search bar, a date range selector (10 nov 2020 - 30 nov 2020), and a "Crea" button. A modal window titled "Configura gli eventi" is open in the center, providing instructions on how to use the event configuration tool. The modal includes a text input field for the website URL, which contains "https://www.adventurepastura.com/newsletter", and a blue button labeled "Apri il sito web". There are also links for "Fornisci un feedback" and "Annulla".

Configura gli eventi

Puoi usare lo strumento di configurazione degli eventi per aggiungere eventi e parametri standard senza usare alcun codice. Questa è l'opzione più facile per installare gli eventi del pixel.

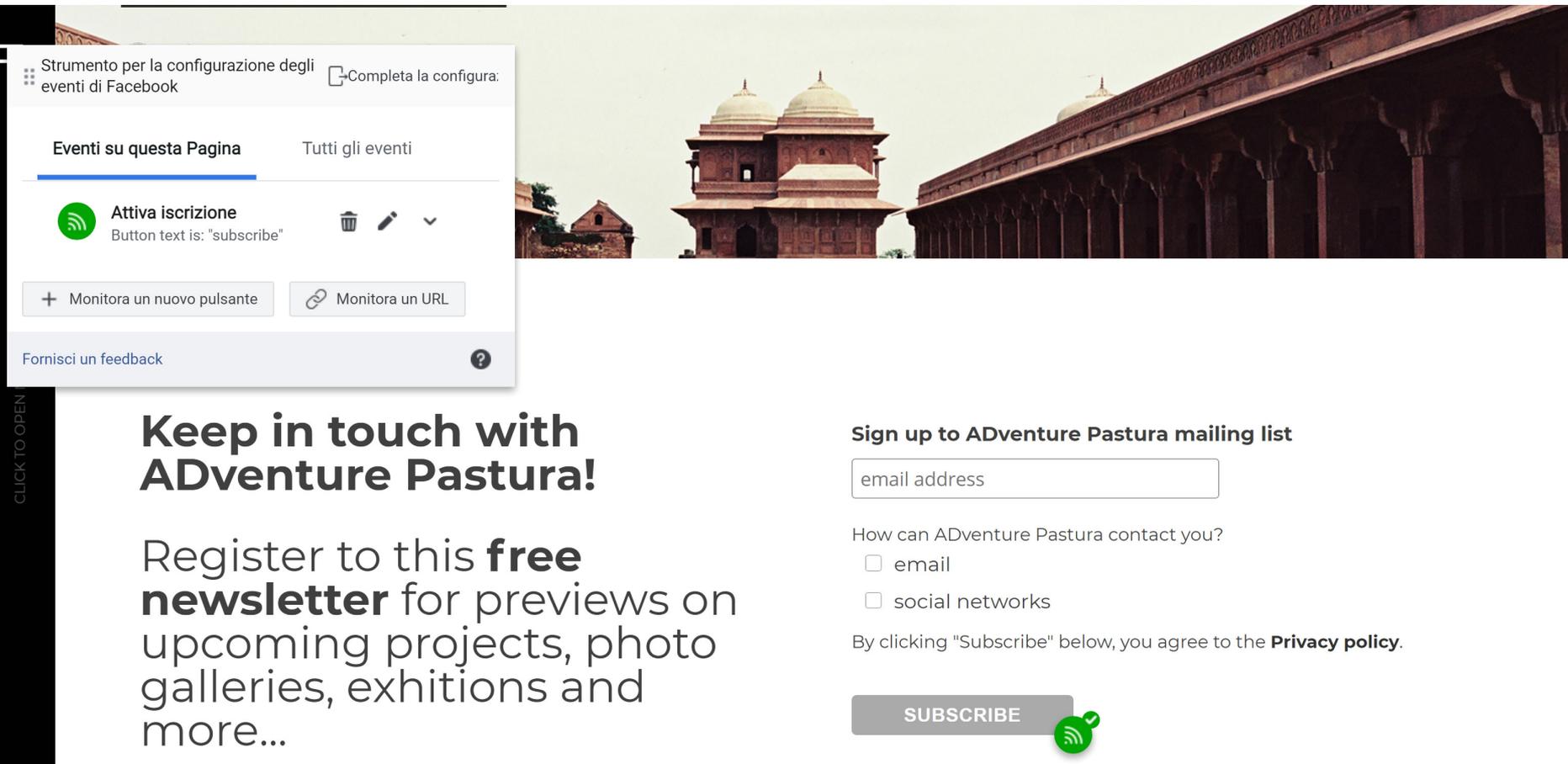
URL del sito web

[Apri il sito web](#)

[Fornisci un feedback](#) [Annulla](#)

Eventi	Usato da	Metodo di connessione	Eventi totali ↓
PageView ● Attiva		Browser	16597 Ultima ricezione 7 minuti fa
Visualizzazione di con... ● Nessuna attività recente		Browser	111 Ultima ricezione 12 giorni fa

Aggiungi il pixel di monitoraggio



Strumento per la configurazione degli eventi di Facebook Completa la configura:

Eventi su questa Pagina Tutti gli eventi

Attiva iscrizione
Button text is: "subscribe"

+ Monitora un nuovo pulsante Monitora un URL

Fornisci un feedback

Keep in touch with ADventure Pastura!

Register to this **free newsletter** for previews on upcoming projects, photo galleries, exhibitions and more...

Sign up to ADventure Pastura mailing list

email address

How can ADventure Pastura contact you?

- email
- social networks

By clicking "Subscribe" below, you agree to the **Privacy policy**.

SUBSCRIBE

CLICK TO OPEN

Altre funzioni (più o meno comuni)

Twitter: scegli pubblico simile (**look-alike**)

YouTube: paga solo le visualizzazioni (**trueview**)

LinkedIn: invia un messaggio (**InMail**)

Google: punta su chi ha visitato il tuo sito (**remarketing/retargeting**)

CONTENT IS KING





PIERO ZILIO 
STRATEGY INTO COMMUNICATION

