

**GUIDA PRATICA:
COME AVERE
PIÙ CLIENTI CON
FACEBOOK E
INSTAGRAM**

DI GIACOMO ELIA GALLI



Perché gli Annunci Meta Sono la Più Grande Opportunità di Marketing da... Sempre

Miliardi di persone utilizzano i prodotti Meta (Facebook, Instagram, ecc.) ogni giorno.

Questo ci dice due cose:

- 1) Il numero è impressionante
- 2) Il tuo cliente perfetto usa Meta

Il secondo punto non suona entusiasmante all'inizio... ma lo è davvero!

Perché ci permette di preparare al meglio i nostri annunci per raggiungere chi vogliamo.

Se ti pubblicizzi ovunque, sai bene che stai buttando via i tuoi soldi. La maggior parte delle persone non può comprare da te, non vuole comprare da te e non comprerà mai da te. Questo perché stai semplicemente cercando di raggiungere CHIUNQUE.

Meta è diverso. Mai nella storia è stato così facile far arrivare il tuo messaggio di fronte alle persone GIUSTE.

E sai qual è la parte migliore?

Si tratta di una miniera d'oro in gran parte non sfruttata.

Certo, chi ti fa concorrenza sa di Meta. Ma moltissime persone non sanno come usarlo. Potrebbero mettere in evidenza un post qua o là, ma non si avvicinano mai a utilizzarlo per quello che è il suo vero potenziale.

E questo è quello che ti mostrerò in questa guida.

Vediamo i passi esatti da fare perché Meta ti fornisca i clienti perfetti per la tua attività.

Pronto? Via!

P.S. Se vuoi che guardi i tuoi social per capire cosa posso fare per te, **[clicca qui](#)**. Non preoccuparti, non ti costa nulla e non comincerò ad annoiarti con tecniche di vendita pressanti. Se ci sarà sintonia te lo dirò e deciderai tu come procedere.

Ora passiamo alle cose belle.



Quello che Quasi Tutte le Aziende Sbagliano sugli Annunci Meta

Il problema principale della pubblicità su Meta? Sembra estremamente complicata.

Nel senso, dai solo un'occhiata qui:

Aggiornamento e modifiche degli obiettivi pubblicitari in Gestione inserzioni di Meta

Abbiamo aggiornato gli obiettivi pubblicitari in Gestione inserzioni di Meta per aiutarti a scegliere quello più in linea con il tuo obiettivo di business. I sei nuovi obiettivi sono: Vendite, Contatti, Interazioni, Promozione dell'app, Traffico e Notorietà.

Anche se alcuni obiettivi pubblicitari sono stati accorpati e le fasi di creazione della campagna sono conseguentemente cambiate, tutte le funzionalità sono ancora disponibili. A partire da gennaio 2024, non potrai più duplicare o importare campagne, inserzioni e gruppi di inserzioni che usano gli obiettivi originali. Inoltre, non potrai creare nuove inserzioni o gruppi di inserzioni all'interno di campagne esistenti che usano gli obiettivi originali. Nel corso del 2024, gli obiettivi originali non saranno più disponibili per nessuna campagna, nuova o esistente che sia.

Come selezionare un obiettivo pubblicitario semplificato in base al tuo obiettivo originale

Dal momento che gli 11 obiettivi pubblicitari sono stati accorpati diventando 6, alcuni

E questa è solo la **prima** interfaccia. Inizialmente gli obiettivi della campagna erano 11, ora ridotti a 6... ma dopo questa scelta devi ancora farti strada in almeno altre 50 scelte. Alcune di queste cambiano davvero poco, altre fanno una grandissima differenza.

È un po' come cercare di disinnescare una bomba e dover decidere quale filo tagliare... ma devi farlo per 50 volte di fila.

Piuttosto snervante.

Meta lo sa bene. Le loro entrate pubblicitarie annuali superano i miliardi (sì, hai letto bene). Quindi si può tranquillamente supporre che ci siano persone intelligenti da quelle parti.



Che è il motivo per cui ti danno la possibilità di “Mettere in evidenza” i tuoi post.

Si tratta di un modo semplicissimo di spendere soldi per gli annunci e una miriade di imprenditori lo usa senza mai rendersi conto che sta buttando via soldi a palate.

Si, se metti in evidenza i tuoi post ottieni più esposizione, ma ti stai perdendo praticamente tutto quello che rende Meta un ottimo mezzo per ottenere clienti:

- Sei limitato a solo alcuni tipi di post
- Non puoi raggiungere bene un certo gruppo di persone se vuoi intraprendere azioni specifiche
- Non puoi personalizzare foto, cambiare il titolo o la descrizione
- Non puoi lanciare l'annuncio sia su Facebook che su Instagram

Usare il “Metti in evidenza questo post” per raggiungere i clienti è un po' come cercare di vincere il Giro d'Italia con un triciclo.

Quindi... cosa DOVRESTI fare?

Dovresti usare la “Gestione Inserzioni”. Ti dà più opzioni, più possibilità di raggiungere i clienti migliori e soprattutto... MOLTI più risultati.

Quindi, da oggi in poi non useremo più “**Metti in evidenza il tuo post**”.

A meno che non ti facciano schifo i soldi, in quel caso dovrai usarlo sempre.

Attrarre Clienti Senza Spendere una Fortuna

Una delle cose più belle degli annunci Meta è che puoi cominciare ad utilizzarli e ottenere fin da subito risultati senza spendere una fortuna.

Le pubblicità stampate, quelle televisive, gli influencer... richiedono tutti che tiri fuori dal tuo portafoglio un sacco di soldi senza avere alcuna idea se il progetto funzionerà oppure no. Prima che tu possa scoprirlo ti ritrovi con migliaia di euro in meno con zero risultati.



Gli annunci Meta sono differenti.

Puoi decidere esattamente quanto spendere al giorno, alla settimana o al mese. E puoi controllare regolarmente i risultati per vedere se le cose stanno andando nella giusta direzione.

Quindi, quanto ti andrà a costare tutto ciò?

Essere rilevanti è fondamentale per il successo quando usi le pubblicità di Facebook. Ci vuole un po' di tempo perché l'algoritmo capisca il pubblico che si vuole raggiungere e si ottimizzi per questo. Una volta che lo afferra, si parte e si ottimizza.

Detto ciò... questo richiede comunque un investimento. Troppe volte vedo imprenditori che spendono volentieri migliaia di euro in ogni genere di cosa... ma si aspettano risultati spendendo 1 euro al giorno negli annunci Meta.

Finiscono per spendere più per il caffè ogni giorno di quanto spendono per la loro attività. E questo non ha senso.

Quando lavoriamo con i clienti abbiamo un obiettivo semplice. Arrivare al punto in cui per ogni euro speso nella pubblicità tornino 2 euro di ricavi.

Lo facciamo testando e modificando continuamente fino a raggiungere l'obiettivo. Se vuoi sapere cosa possa fare per la tua attività, [clicca qui](#).

Come Forzare il tuo Cliente Perfetto a Leggere il tuo Annuncio

Il peccato più grande nel marketing è...

... essere NOIOSO.

Meta è una piattaforma social. Le persone scorrono giù sullo schermo. Non potete aspettarvi che le persone vedano il vostro annuncio, vadano a sedersi sulla poltrona, si mettano ben comodi e leggano il vostro post con estrema attenzione.

GM Results



Si dice che leggiamo 5 mila annunci o messaggi di qualche azienda ogni giorno. Non ho idea di chi venga fuori con questi numeri. Sembrano detti a caso e inventati, ma noi tutti sappiamo che ci sono molte pubblicità a competere per la nostra attenzione là fuori, quando accendiamo la televisione o quando prendiamo il nostro telefono.

Per questo devi attirare l'attenzione del lettore IMMEDIATAMENTE.

Un paio di consigli su questo.

1) L'immagine deve lasciare il segno.

Siamo creature visive, quindi assicurati che la tua immagine sia dirompente. Non in modo strano, più del tipo "Mmh, interessante..."

Mostra movimento. O usa colori vivaci. O mostra qualcosa che il tuo pubblico vuole davvero. Oppure combina tutte queste cose.

È per questo che non smettiamo mai di testare con i clienti con cui lavoriamo. C'è sempre un'immagine migliore.

2) La seconda cosa è il titolo.

C'è un potere incredibile nel titolo.

Il tuo titolo è l'annuncio per l'annuncio. Se non catturi l'attenzione fin da subito scorreranno giù, e scorreranno veloce!

3) Non sovraccaricare il testo.

Molti riempiono di testo l'immagine dell'annuncio. Questo spesso non è una buona idea.

E ancora, il pubblico scorre giù, non leggendo "I Fratelli Karamazov".

Piccolo riassunto: assicurati di ottenere subito la loro attenzione. Non essere noioso: è il bacio della morte rispetto ai risultati che gli annunci Meta possono dare.



Come Misurare e Ottimizzare Facilmente la Performance degli Annunci

L'ho già menzionato prima, ma serve ripeterlo.

Quando lavoriamo con i clienti abbiamo un obiettivo semplice. Arrivare al punto in cui per ogni euro speso nella pubblicità tornino 2 euro di ricavi.

Uno dei modi migliori per farlo è usare una “Chiamata all'azione”, e usarla in Ogni. Singolo. Annuncio.

Ogni cosa che facciamo ha una chiamata all'azione perché questa la rende misurabile.

Stai provando a raggiungere il cliente indipendentemente da quello che lui sa già, sia che abbia appena cominciato a leggere di te per qualche informazione sia che abbia già deciso di comprare il tuo servizio/prodotto:

Prima entri nel loro radar, più facile sarà trasformarli da non clienti a clienti.

Meta ti dà anche la possibilità di pubblicare annunci per generare opportunità, annunci che si rivolgono proprio alle persone che hanno maggiori probabilità di diventare clienti del vostro servizio.

In un percorso tradizionale gli utenti vengono guidati verso una pagina apposita dove compilano un modulo. Ad esempio, potreste utilizzare un'inserzione con offerta su Facebook (come quella di cui abbiamo parlato prima) per portare gli utenti sul vostro sito web e fargli compilare un modulo.

Generiamo un'opportunità dando loro qualcosa che gli può piacere. Per esempio, dire che tu cucini il miglior panino al mondo non farà arrivare le persone sulla pagina del tuo sito, ma magari offrire uno sconto del 20% sì. Oppure, magari aggiungere una prova di qualche genere può aiutare — qualcosa come, “Panini amati da più di un milione di persone ogni anno! Vieni a provare il tuo oggi e ottieni il 20% di sconto utilizzando questo coupon”.

GML Results



Cosa Fare Ora?

Gli annunci Meta sono uno strumento incredibilmente versatile. Miliardi di Dollari sono spesi su di essi da aziende provenienti da tutto il mondo. Usare i consigli di questa guida ti permetterà di generare opportunità per la tua attività allo stesso modo.

Se vuoi che dia un'occhiata ai tuoi social e a cosa posso fare per la tua attività, **contattami qui**. Nessun'altra azienda di marketing garantisce risultati. Siamo così sicuri che possiamo battere gli annunci che fai ora che diamo una garanzia davvero semplice.

Battiamo la performance dei tuoi annunci oppure... non ci paghi nulla.

Facile. Semplice. Chiaro.

Quindi, se ti piacerebbe sapere cosa sarei capace di fare per te, entriamo in contatto e facciamo una chiacchierata!

Non ti costerà nulla e non ti darò fastidio con vendite improvvise.

A presto,

Giacomo Galli
GML Results