



Stefano Del Grande

# Come Creare un Funnel di Marketing su Facebook

@ Copyright di Stefano Del Grande

[www.stefanodelgrande.com](http://www.stefanodelgrande.com)

## **Tutti I diritti riservati**

Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta o trasmessa in alcuna forma elettronica o meccanica senza l'autorizzazione scritta dell'autore.

Tutte le foto presenti in questo volume sono coperte da copyright. Abbiamo fatto tutto il possibile per contattare i detentori dei diritti d'Autore relativi al materiale incluso. Se ci fossero casi in cui non è stato possibile vi invitiamo a contattare l'autore.

## **Note legali**

Le strategie riportate in questo manuale sono il frutto di anni di studi quindi non è garantito il raggiungimento dei medesimi risultati.

L'autore si riserva il diritto di aggiornare o modificarne il contenuto in base a nuove condizioni. Questo documento ha solo ed esclusivamente scopo informativo e l'autore non si assume nessuna responsabilità dell'uso improprio di queste informazioni.

@ Copyright di Stefano Del Grande

[www.stefanodelgrande.com](http://www.stefanodelgrande.com)

# Come Creare un Funnel di Marketing su Facebook

Quali sono le cose che creano maggior interazione con il pubblico su Facebook?

Se il tuo obiettivo è quello di creare maggior interesse verso il pubblico, tramite i post che pubblichi sulla tua pagina fan, ecco qui di seguito alcuni consigli che puoi mettere in pratica.

Facebook può essere un valido strumento di marketing per il tuo business ma devi assicurarti di seguire le strategie giuste per ottenere maggiori risultati.

**In particolare devi assicurarti di rivolgerti alle persone giuste, al momento giusto e con i giusti contenuti.**

Ecco i passaggi tipici per ottenere persone connesse nella tua comunità e quale tipo di contenuto funziona a ogni livello.

Qui di seguito voglio suggerirti alcune strategie che ti serviranno a massimizzare i risultati dei tuoi sforzi e a farti ottenere maggiori risultati anche con un budget minimo. Segui questo percorso diviso in 3 Fasi.

## **FASE 1**

Pensa a come le persone riescono a raggiungere il tuo business grazie a Facebook. Qual è il percorso che seguono? Pensa a come tu sei riuscito ad entrare in contatto con altri business, come li hai scoperti?

Qualcuno potrebbe aver condiviso qualcosa dal proprio sito internet o magari potrebbe aver fatto riferimento ad un brand o ad un'attività, oppure potresti aver visto un'inserzione che ha catturato la tua attenzione.



Imposta un obiettivo per ogni parte dei tuoi contenuti

In genere i passi che le persone compiono e che portano ad entrare in contatto con un business, un brand, un'attività sono quelli compresi nella formula che io chiamo S.A.C.R.: Scoperta – Approfondimento – Conversione e Rapporto a lungo termine. Vediamola insieme:

### **Scoperta**

1) grazie alla condivisione di contenuti altamente interessanti le persone scoprono l'esistenza di un business, di un'attività o comunque vengono a conoscenza di una realtà qualunque essa sia.

## **Approfondimento**

2) grazie a contenuti più approfonditi, video e promozioni speciali, le persone si interessano maggiormente a quell'attività, a quel business o comunque a quella realtà.

## **Conversione**

3) grazie alla pubblicazione e alla condivisione di più materiale, di testimonianze le persone acquistano un prodotto o servizio da quel business.

## **Rapporto a lungo termine**

4) questo procedimento non dovrebbe concludersi con una prima vendita. Le persone, grazie alla qualità che offri con costanza, si affezionano e continuano a seguirti e ad acquistare ogni tua novità.

Vediamo nel dettaglio come incentivare la realizzazione di questo percorso da parte degli utenti. Ovvero vediamo come fare in modo che quante più persone possibile seguano questi step verso la tua attività.

Definisci un obiettivo preciso per ogni contenuto che pubblichi. Alcuni ritengono che un post è semplicemente un post. Non è così, ogni post è importante e deve servire ad uno scopo.

Ad esempio, il tuo obiettivo potrebbe sembrare qualcosa di simile:

- Raddoppiare la tua raggiungibilità media per quel post
- 30% di più di visualizzazioni video per nuovi video
- Aumentare di 3 volte il numero dei clic sul tuo sito web rispetto al mese scorso

- 1000 nuovi opt-in in più nei prossimi 3 mesi provenienti solo da post sulla fan-page

Se utilizzi gli annunci di Facebook sponsorizzati, devi usare una diversa metriche come costo per clic di collegamento, costo per conversione o impressioni.

Esistono delle chiavi di misura per tracciare l'andamento e la performance di ogni post. Vediamo quali sono per ogni step che abbiamo indicato precedentemente:

- 1) scoperta --> chiave di misura: visualizzazioni, interazioni;
- 2) approfondimento--> chiave di misura: visualizzazioni del sito web ed eventuali iscrizioni alla mailing list;
- 3) conversione --> chiave di misura: vendite;
- 4) rapporto a lungo termine--> chiave di misura: vendite ripetute, testimonianze.

#### Sponsorizza il Post



#### BlogPost con Opt-in Form



#### Thank-you Page (con pixel FB inserito)



## **Definizione degli obiettivi per ogni fase**

### 1) -“S: SCOPERTA”

per fare in modo che più persone vengano a conoscenza del tuo brand, pubblica contenuti che abbiano un'alta probabilità di essere condivisi. Le caratteristiche fondamentali sono: immagini eccellenti e sorprendenti, contenuti pratici e brevi, video carosello e quotes emozionali e partecipazione attiva ai gruppi Facebook della tua nicchia.

Annunci Facebook per la fase di Scoperta:

- Sponsorizza i tuoi posti migliori (5% engagement organico o superiore) con tasto “Mettili in evidenza il post”
- Like Ads (spesa minima ) - gli annunci per aumentare i like ok per la consapevolezza generale aumentano i like alla pagina.

### 2) – “A: APPROFONDIMENTO”

Per fare in modo che le persone vogliano approfondire la loro conoscenza relativa alla tua attività, devi pubblicare contenuti interessanti ed educativi ma anche personali (blogpost e altro materiale che chiarisca bene chi sei, cosa fai e quali sono i vantaggi per chi ti segue).

Attività di approfondimento su Facebook:

- Sposta il traffico verso la landing page con all'interno un optin (modulo di registrazione alla tua lista)
- Freebies, coupon, serie video, webinar formativi, ebook, concorsi
- Facebook Video ma con chiamata mirata all'azione (Live o preregistrati)

- Contenuto più lungo della forma
- Case Study, confronti tra i prodotti sul mercato

### **Annunci Facebook da considerare:**

- Annunci FB ads obiettivo Conversioni sul sito web
- Annunci FB ads obiettivo: Lead Generation

### 3) -“C: CONVERSIONE”

Per fare in modo che le persone acquistino i tuoi prodotti o servizi, devi pubblicare in questa fase un 80% di contenuti di riprova sociale in modo da invogliare le persone a fidarsi di te (in particolare testimonianze, immagini e video di clienti soddisfatti ecc). E un 20% di promozioni dirette alla pagina di vendita.

Nella fase di conversione devi inviare il traffico verso la tua pagina di vendita o la tua pagina di presentazione di un prodotto. In questa fase dovresti solo puntare al tuo pubblico caldo con i tuoi annunci di Facebook.

Il tuo pubblico caldo può includere:

- I tuoi FAN
- Persone che hanno visitato il tuo sito web
- Persone che si sono iscritte alla tua mailing list
- Persone che si sono dimostrate interessate ai tuoi post (condivisioni, interazioni ecc)

A volte le persone non hanno abbastanza traffico del sito (o non hanno ancora avuto tempo per costruire ancora con il Pixel di Facebook). Potresti pensare a



combinare il targeting del pubblico caldo in modo da poter ottenere un pubblico abbastanza grande da destinare ad offerte speciali.

#### 4) -“RAPPORTO A LUNGO TERMINE”

Per fare in modo che le persone si affezionino a te e al tuo brand, e quindi per creare un rapporto a lungo termine, innanzitutto devi garantire **qualità**. Dopodiché devi essere costante nel pubblicare novità nella tua nicchia di mercato e contenuti speciali rivolti a chi è già cliente (ad esempio creando un gruppo specifico).

Attività per la “conservazione” del tuo Brand su Facebook:

- Rimani attivo con contenuti di qualità
- Crea un gruppo Facebook per gli addetti ai lavori
- Facebook Live con FAQ e Domande e Risposte
- Rispondi ai messaggi su Messenger
- Guarda le notifiche

**I video continuano ad essere tra i post preferiti dalle persone.**

Tuttavia, i video che ottengono maggiore visibilità, sono quelli registrati direttamente su Facebook rispetto ai link di video pubblicati su Youtube.

Esistono varie soluzioni per creare video di successo anche senza apparire in primo piano. Tuttavia, il video deve essere breve e avvincente. Uno slideshow o un video tutorial ad esempio, potrebbero non costituire la soluzione ideale in questo caso.

L'alternativa più semplice ed efficace che ti suggerisco è **LUMEN5** una webapp che ti permette, in poco tempo e in modo semplice, di creare video professionali e dalle elevate probabilità di diventare virali.

Puoi anche registrare dei **Facebook live** ad esempio. In questa fase è di fondamentale importanza riuscire a fare in modo che si crei una community tra i tuoi clienti. Devi dar loro la possibilità di condividere opinioni e le esperienze legate all'acquisto e al coinvolgimento nella tua attività. I video devono affrontare argomenti inerenti al tuo lavoro, passione, mercato dal tuo punto di vista. Alla fine della tua diretta invita tutti i partecipanti ad iscriversi alla tua mailing list in cambio di un piccolo omaggio.

Ogni tanto pubblica e condividi **qualcosa di personale** (pur mantenendo la tua professionalità) e qualcosa di divertente. Racconta la Tua Storia, cosa fai, come hai iniziato, cosa ti spinge tutti i giorni a migliorare sempre di più la tua attività e perchè dovrebbero seguirti.

Usa Canva.com per creare dei **post grafici del tipo "Quotes "** ovvero Aforismi e Citazioni che possano ispirare. Con Canva.com potrai comporre immagini e testo con una facilità inaudita.



*Esempio di post motivazionale realizzato con Canva*

Crea le tue Quotes emozionali come questa. Ricorda di utilizzare frasi brevi ma d'impatto con sfondi accattivanti. Per le immagini puoi trovarne di alta qualità e del tutto gratis su [pixabay.com](http://pixabay.com). Invece per le citazioni cerca su Google: "siti citazioni", ne troverai migliaia.

**Condividi delle novità e delle anteprima che riguardano il tuo business.** Pubblica dei post che trasmettano fiducia e che quindi diano la

possibilità al pubblico di scoprire la persona (o il team) che c'è dietro il tuo brand.

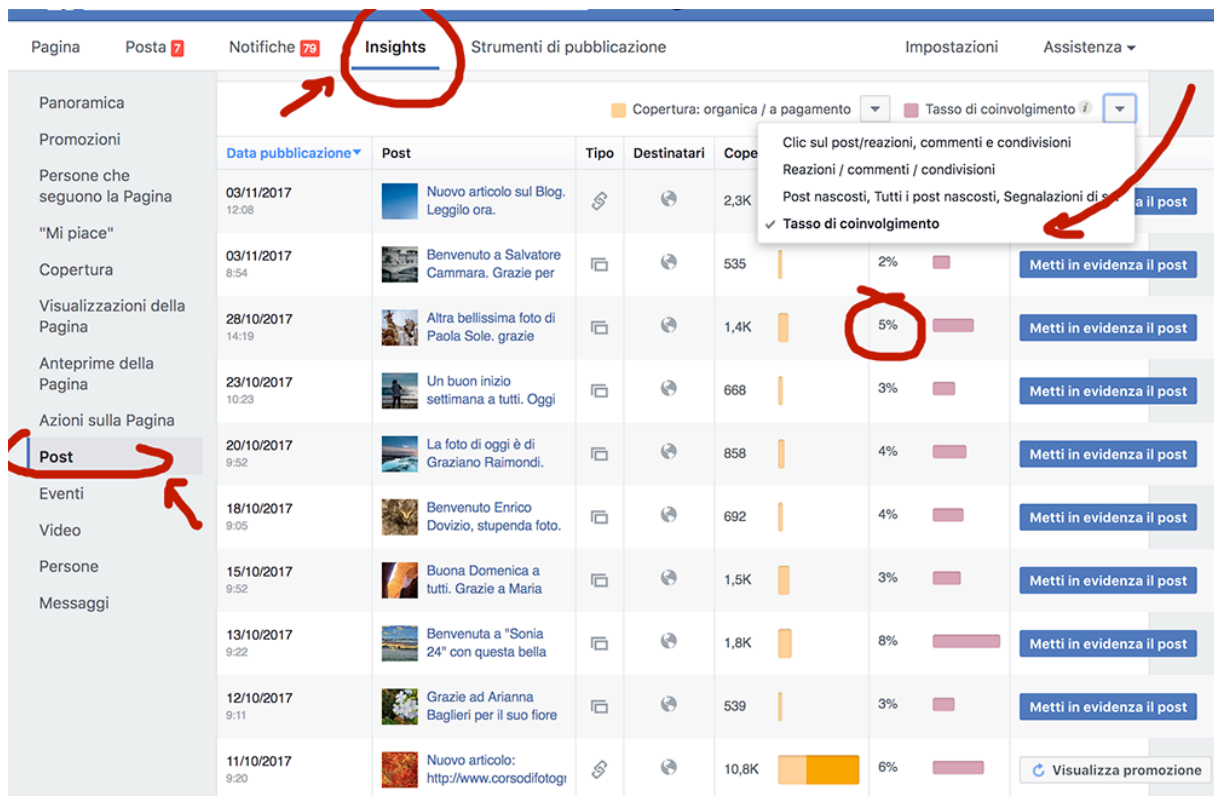
Fai in modo che essere un tuo fan sia un vantaggio per le persone, il che significa anche offrire frequentemente materiale gratuito, promozioni e sconti speciali.

## **FASE 2**

Uno studio ha rivelato che, dall'ottobre 2015 ad oggi, la percentuale di fan di una pagina che visualizza un contenuto nel proprio feed è scesa dal 12% al 6%. E in alcuni casi toccherebbe quota 4%.

E è diventato quindi ormai indispensabile destinare un piccolo budget settimanale agli annunci sponsorizzati. Sarà infatti lo stesso Facebook ad invitarti a mettere in evidenza il post.

Sui post che ottengono maggior successo vale la pena metterli in evidenza (anche con un budget minimo ad esempio 5 Euro). Facebook infatti premia i contenuti che maggiormente riscontrano il favore del pubblico migliorandone la performance e quindi conferendogli maggior visibilità a costo ridotto.



Assicurati di sponsorizzare solo i tuoi contenuti migliori. Dai un'occhiata a quali post hanno avuto un buon tasso di engagement (coinvolgimento) – tendenzialmente ti consiglio il 5% o più alto come un buon benchmark ma potresti aver bisogno di vederlo e controllarlo tu stesso dagli insight della tua pagina.

Visualizza risultati

Hai targettizzato **uomini e donne** di età **44 - 65+** che vivono presso **1 luogo** e hanno **8 interessi**.  
 Mostra riepilogo completo

Questa promozione è stata attiva per **3 giorni**.

Il tuo budget complessivo per questa promozione era **9,00 EUR**.

**6853** Persone raggiunte [?] **403** Clic [?] **€ 9,00** Spesa totale [?]


Azioni | Persone | Paesi

Azione	Valore
Clic sul link	403
"piace" sulla Pagina	6
Commenta	1
Condivisioni	10

Aumenta il budget e la durata

Sezione Notizie dei computer | Sezione Notizie mobile

Nuovo articolo:  
<http://www.corsodifotografia.net/8-consigli-per-la-foto-di-paesaggio-autunnale/>



**8 Consigli per la Foto di Paesaggio Autunnale - Blog di CorsodiFotografia.net**

L'autunno è sicuramente la stagione per vivere e scoprire la fotografia a pieno grazie alle sue innumerevoli sfumature di colore. Con la sua ampia gamma di...

CC BY-NC-ND

Scopri di più

Reazioni: 144 | 1 commento | Condivisioni: 27

Per esempio, qui volevo che le persone conoscessero più a fondo le dinamiche della fotografia di paesaggio autunnale nella nicchia della Fotografia digitale. Così ho creato un post e poi l'ho sponsorizzato per 9 euro.

**Corso di Fotografia digitale**  
11 ottobre alle ore 9:20 · 🌐

Nuovo articolo:  
<http://www.corsodifotografia.net/8-consigli-per-la-foto-di-paesaggio-autunnale/>

**8 Consigli per la Foto di Paesaggio Autunnale - Blog di CorsodiFotografia.net**  
L'autunno è sicuramente la stagione per vivere e scoprire la fotografia a pieno grazie alle sue innumerevoli sfumature di colore. Con la sua ampia gamma di...

CORSODIFOTOGRAFIA.NET [Scopri di più](#)

**10.787** persone raggiunte

**177** Reazioni, commenti e condivisioni

<b>144</b> Mi piace	<b>139</b> Sul post	<b>5</b> Sulle condivisioni
<b>1</b> Love	<b>1</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni
<b>4</b> Wow	<b>4</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni
<b>1</b> Commenti	<b>1</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni
<b>27</b> Condivisioni	<b>27</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni

**587** Clic sul post

<b>0</b> Visualizzazioni di foto	<b>513</b> Clic sul link	<b>74</b> Altri clic
-------------------------------------	-----------------------------	-------------------------

**COMMENTI NEGATIVI**

<b>1</b> Nascondi post	<b>0</b> Nascondi tutti i post
<b>0</b> Segnala come spam	<b>0</b> Non mi piace più

L'attività di Insights è indicata nel fuso orario del Pacifico. L'attività delle inserzioni è indicata nel fuso orario del tuo account pubblicitario.

144 reazioni, 1 commento, 27 condivisioni

Mi piace Commenta Condividi

Ecco i risultati:

- 177 Reazioni (like, condivisioni ecc)
- 587 Click sul link
- 10,787 Visualizzazioni
  - 3934 Organiche (5x di più di altri post)
  - 6853 a pagamento con 9 euro di budget
- 0.01 € per video view

Imposta la tua prima campagna di “Sponsorizzata” per aumentare l’interazione con i tuoi post migliori, investendo 5€ e targettizzando il pubblico specifico.

Crea il pubblico scegliendo età, luogo e interessi del tuo pubblico. Poi imposta come **budget 5 €** e inserisci una **durata di 3 giorni**.

Poi imposta il metodo di pagamento preferito e conferma l'ordine.

### FASE 3

Tieni d'occhio gli **insights** della tua pagina fan e controlla i **risultati che ottieni** per ogni contenuto che pubblichi in modo da renderti conto dell'efficacia delle tue strategie. Testa le differenti tipologie di post che ti ho proposto nella formula S.A.C.R. fino a raggiungere un costo medio per like di 0.10 € o di 0.07 € con le “Sponsorizzate”.

S: Quotes emozionali, Immagini accattivanti, video carosello

A: Blogpost, video, FB live, post personali

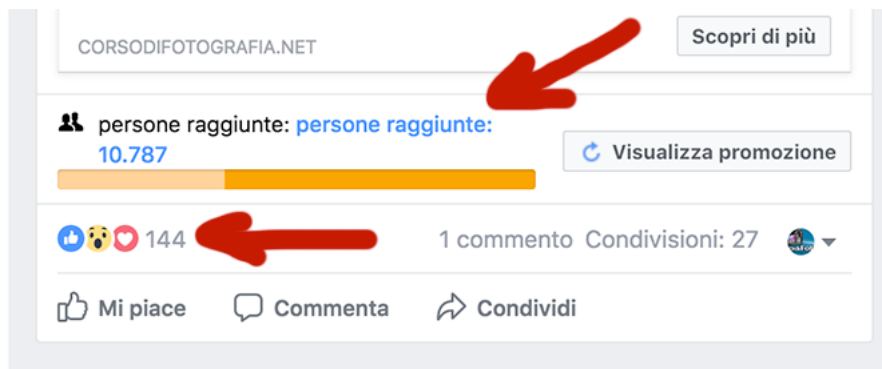
C: Conversioni (vendite – iscrizioni) Testimonianze clienti, recensioni

R: Novità prodotti-servizi e contenuti speciali

Organizza ogni settimana con Piano Editoriale in questo modo:

- 2/3 post al giorno di formato diverso (testo, video, immagine)
- 1 Facebook Live a settimana

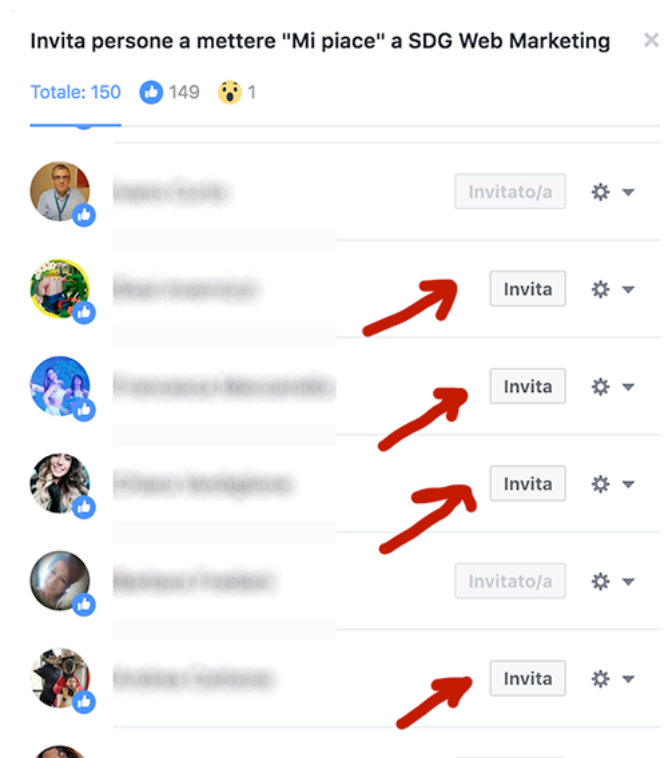
Analizza le interazioni con i tuoi post ogni giorno e rivedi il piano editoriale ogni lunedì mattina.





Come ultimo step riprenditi qualche like che erano sfuggiti:

1. Clicca su chi ha messo il Like
2. Visualizzerai una lista di tutte le persone che hanno interagito
3. Invita le persone a mettere mi piace alla tua pagina cliccando sul pulsante a destra "Invita"



Per ottenere successo è necessario procedere con metodo. Poniti degli obiettivi chiari e specifici da raggiungere e sulla base di questi elabora un piano strategico da mettere in pratica. Un piano che funziona è fatto da giusto mix tra inserzioni a pagamento, frequenza e il contenuto dei tuoi post.

Stendi il tuo piano d'azione settimanale con la formula S.A.C.R. e seguilo esattamente il risultato sarà una maggiore visibilità al tuo brand.

Stefano Del Grande

© Copyright di Stefano Del Grande - Tutti i diritti riservati

[www.stefanodelgrande.com](http://www.stefanodelgrande.com)