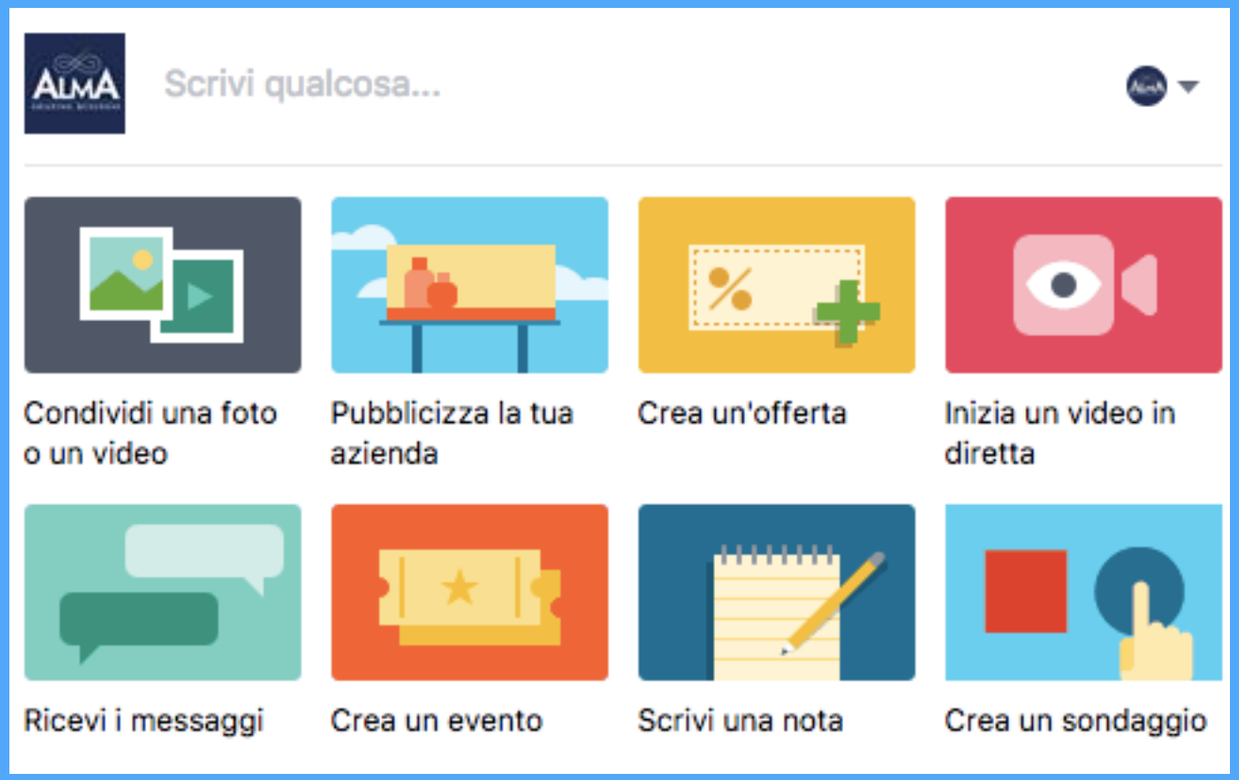
ALMA
SHAPING BUSINESS

AD OGNUNO IL SUO POST: COME COMUNICARE SU FACEBOOK

QUANTI TIPI DI POST ESISTONO?

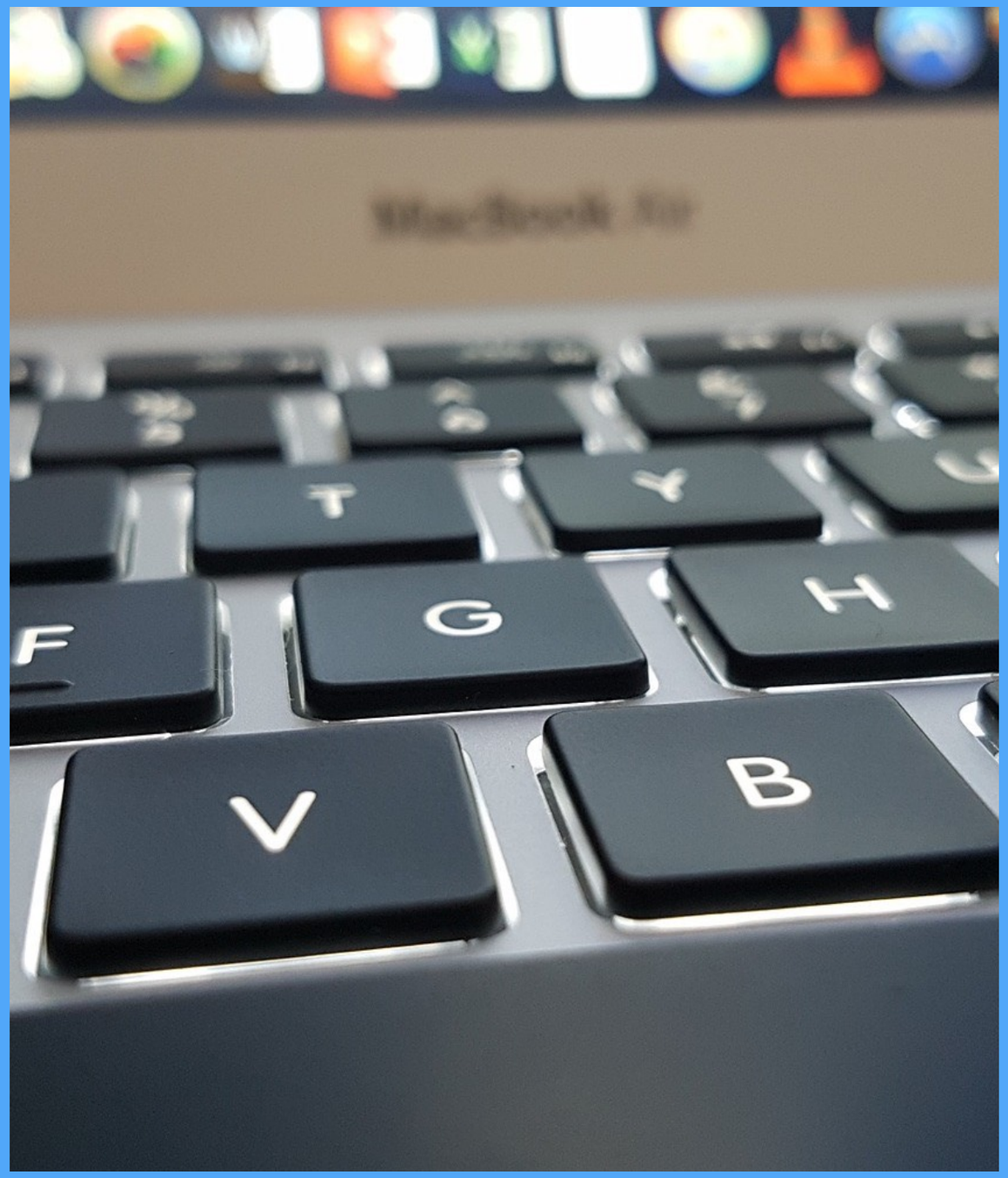


Dal solo testo, alla foto, al video. Facebook permette di usare linguaggi e strumenti diversi rispetto al nostro obiettivo.

Vediamo nel dettaglio:

- Status
- Link
- Immagine
- Video
- Slideshow
- Canvas
- Evento/offerta/sondaggio

LO STATUS/TESTO



Aggiornamento solo testuale, senza link o immagini.

Ormai poco usato, non crea engagement e ha un bassa portata organica.

TESTO + LINK

Fondamentale se l'obiettivo è portare traffico al vostro sito.

Esiste un tipo di adv mirato per questo tipo di post.

IMMAGINI: FOTO O GRAFICA

Insieme ai video,
al momento sono il formato migliore per Facebook.

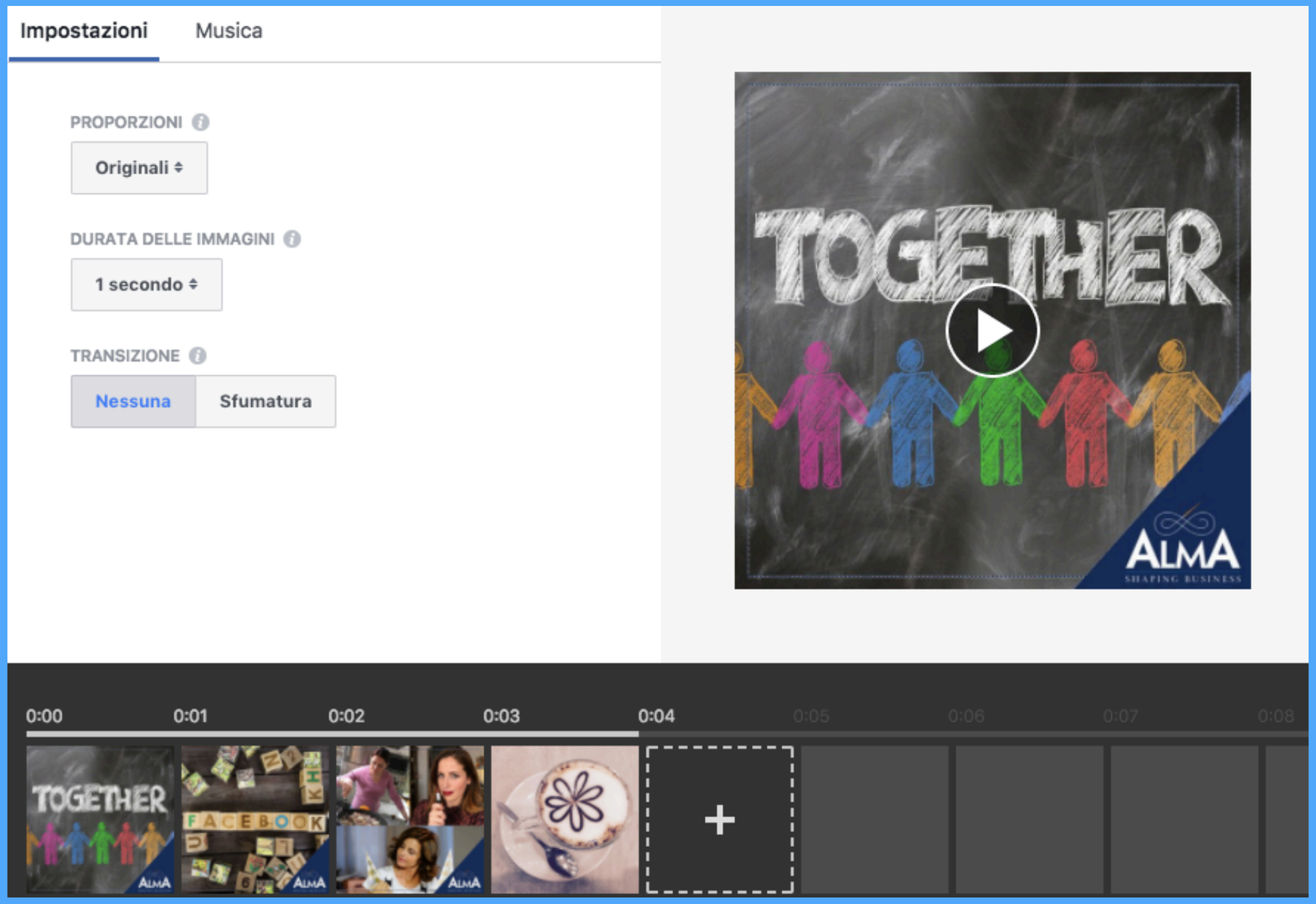
Se di impatto, possono avere anche una buona portata organica e creano engagement.

VIDEO/DIRETTA

Il video è, al momento, il formato più performante su Facebook.
Ci sono alcune regole e alcune accortezze da seguire per renderlo davvero uno strumento efficace (lunghezza, sottotitoli, …).

La diretta è utile invece in caso di eventi di una certa portata o quando si propone un momento di confronto domande/risposte sulla pagina.
Vengono poi salvate come un normale video.

SLIDESHOW



Unisce foto e video dando la possibilità di creare brevi clip in modo veloce.

CANVAS

Uno strumento nuovo che permette di unire immagini, testi, video, link. L'unità viene caricata in modo istantaneo, è ottimizzata per mobile ed è progettata per ottenere la piena attenzione del pubblico.

Con le inserzioni Canvas di Facebook, le persone possono guardare video e foto, scorrere i carousel, inclinare lo schermo per una visualizzazione panoramica e interagire.

EVENTI, OFFERTE, SONDAGGI, NOTE

Esistono altri tipi di formato che Facebook mette a disposizione.

Alcuni più antichi come “Crea evento” (inflazionato, ma utile come memo per luogo e orario) e “Note”, ormai quasi scomparso nonostante una veste grafica migliorata pochi anni fa.

“Sondaggi” può essere utile per stimolare interazioni e giocare un po’ con gli utenti.

“Offerta” invece è vero e proprio strumento per invogliare il cliente all’acquisto, on line o nel punto vendita fisico.