

Instagram for business

COME RAGGIUNGERE I CLIENTI
E COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE



Indice

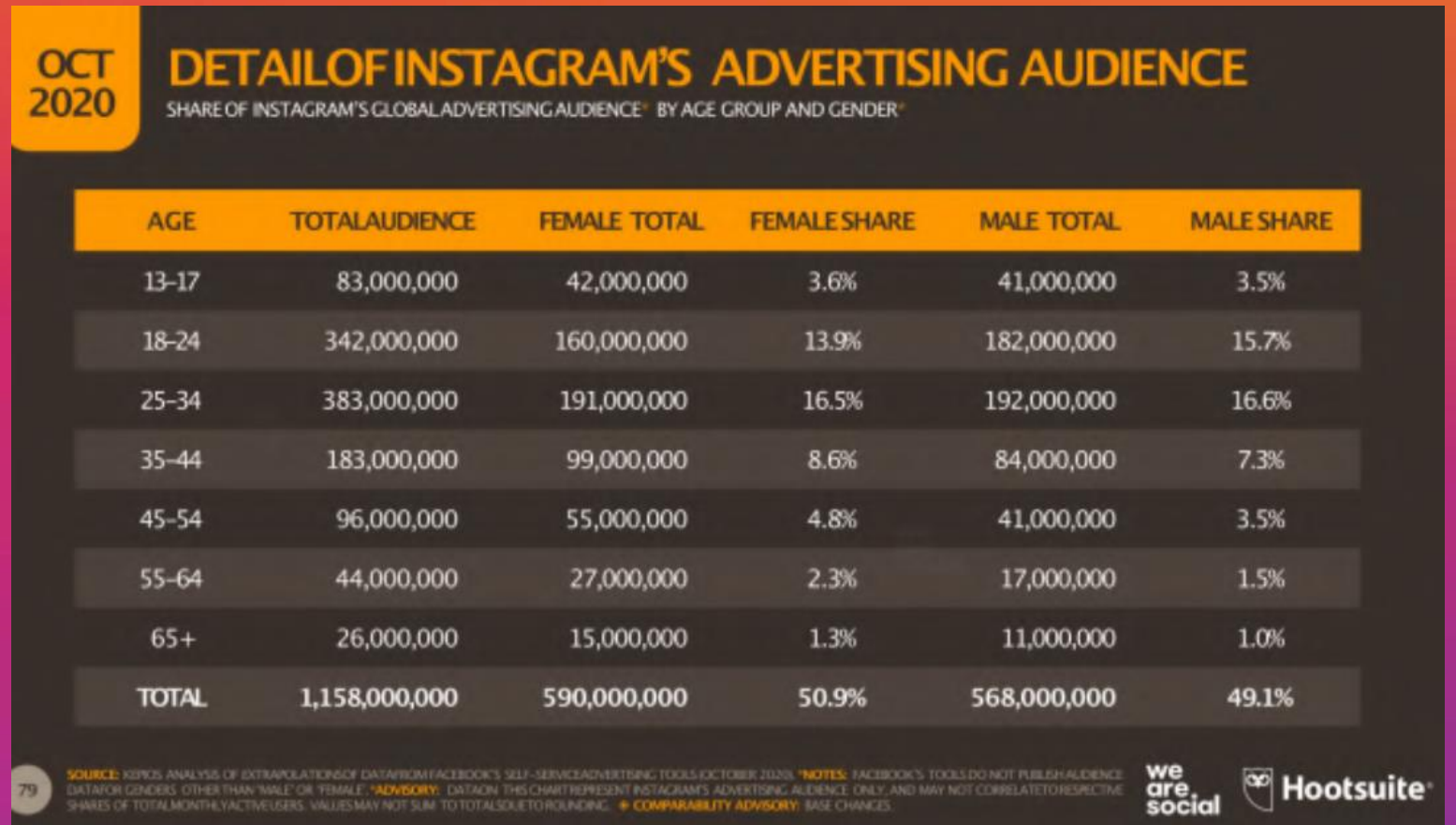
- Perché Instagram
- Setup della pagina
- Come funziona: like, follow, hashtag
- Crea i giusti contenuti: formati, CTA, creatività
- Monitora i risultati: le tue statistiche
- Come fare advertising
- La sicurezza



Perché Instagram

Instagram è l'unica piattaforma che racchiude tutte le tipologie di contenuto che offrono singolarmente Facebook, Youtube, Snapchat e Tik Tok.

Ci sono 26 milioni di utenti su Instagram in Italia (Statista, 2021).



La percentuale di utenti tra i 18 e i 44 anni è quella che rappresenta la fetta maggiore e anche quella meglio distribuita tra uomini e donne (We Are Social, 2020).



Perché Instagram

Devo avere qualcosa da fotografare per stare su Instagram?

NO.

Non è più la fotografia il cuore del feed di Instagram, ma l'immediatezza di comunicazione, tramite **le stories**, **i reels**, **le live** e **i direct messages** che prendono sempre più piede.



Setup della pagina

Prima crea un Profilo


Vai su www.instagram.com oppure scarica l'app sul tuo smartphone o tablet.

Inserisci:

1. Indirizzo email aziendale
2. Nome e cognome
3. Nome utente
4. Password

Instagram

Iscriviti per vedere le foto e i video dei tuoi amici.

 Accedi con Facebook

+

Numero di cellulare o indirizzo e-mail

Nome e cognome

Nome utente

Password

Avanti

Iscrivendoti, accetti le nostre **Condizioni**. Scopri in che modo raccogliamo, usiamo e condividiamo i tuoi dati nella nostra **Normativa sui dati** e in che modo usiamo cookie e tecnologie simili nella nostra **Normativa sui cookie**.

Hai un account? [Accedi](#)

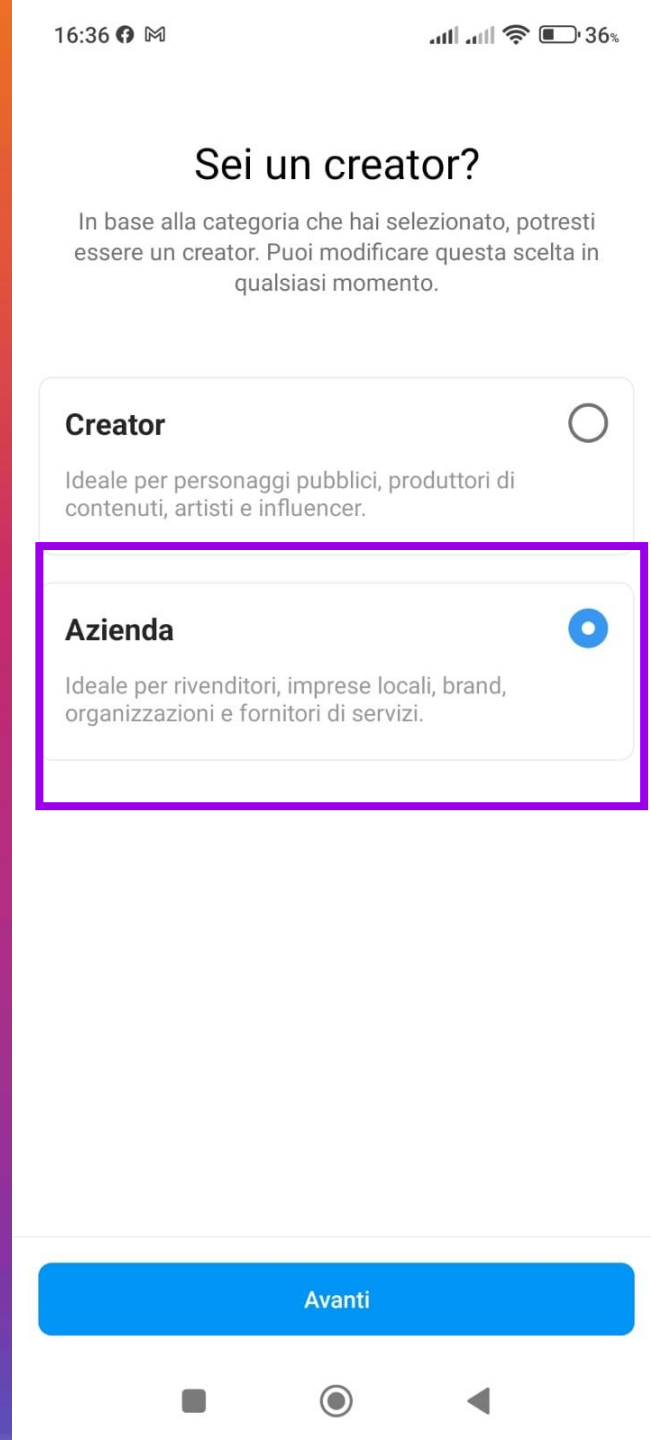
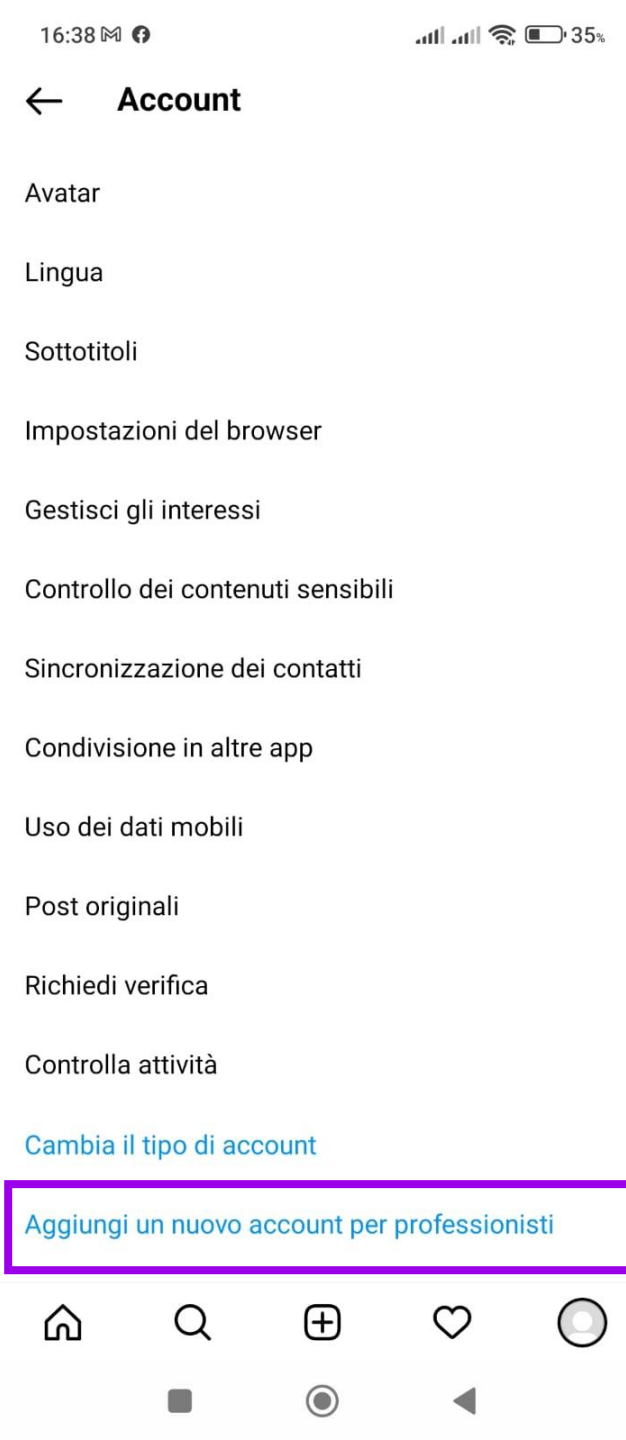


Setup della pagina

Passa dal Profilo alla Pagina

- Una volta effettuato il tuo primo accesso, trasforma il Profilo in un Pagina.

Per collegare la Pagina Instagram a quella Facebook, verranno chiesti i dati di accesso di uno degli Amministratori della Pagina Facebook.



Username

Ti distingue rendendoti **univocamente** riconoscibile nelle **ricerche** delle pagine e nei **tag** verso la tua pagina.

Nome Profilo

È il tuo nome **istituzionale** per esteso.

Bio

È una descrizione utile per spiegare **che cosa fai e come lo fai**. Inserisci anche una **call to action** da variare periodicamente in base ai tuoi obiettivi (es. «Dai un'occhiata al link!»).

Post fissati in alto

Puoi decidere di fissare uno o più post nella prima fila della tua pagina, quindi rimarranno nella prima fila anche quando pubblicherai nuovi post.

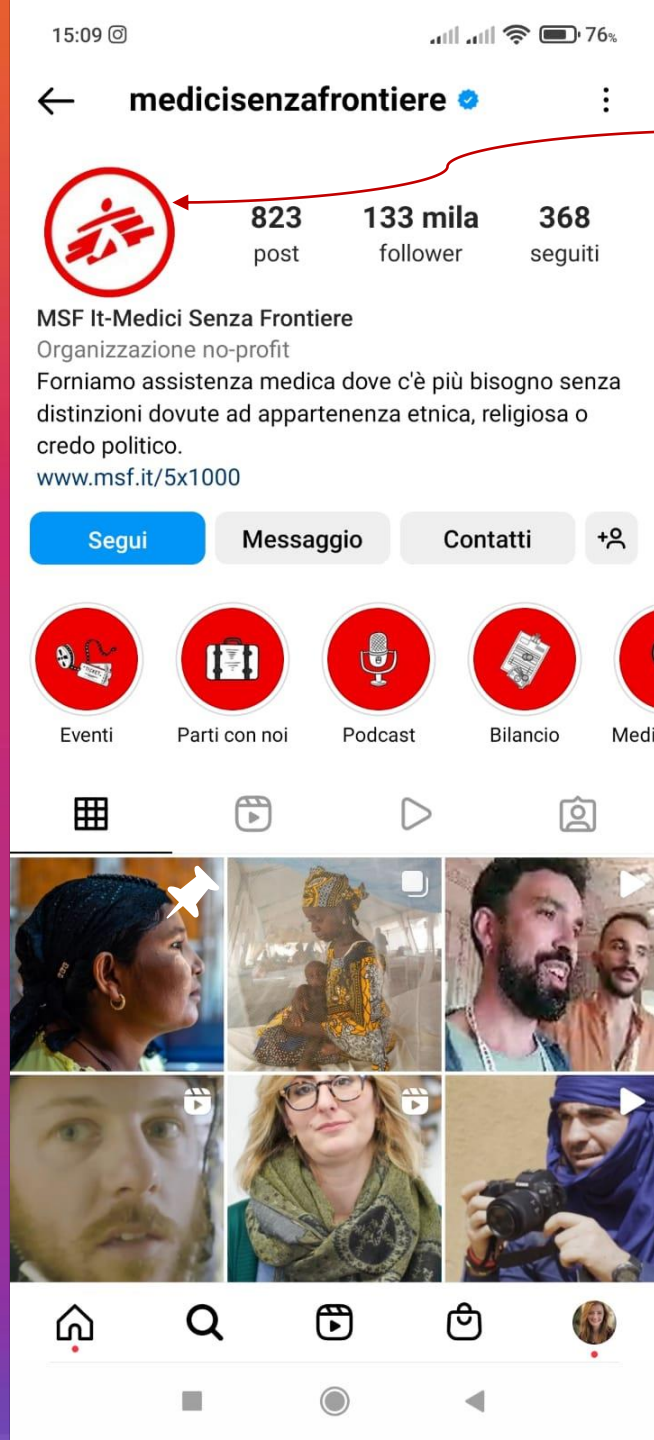


Foto Profilo

È un'immagine che deve essere **ben riconoscibile** all'interno di un cerchio piccolo posto **in alto a destra** nel profilo e **in alto al centro** nell'elenco delle Stories attive. In una pagina aziendale è bene mettere il **logo dell'azienda su sfondo neutro**.

Storie in evidenza

Sono delle **sezioni** del tuo profilo che puoi inquadrare come quelle sul tuo sito web.

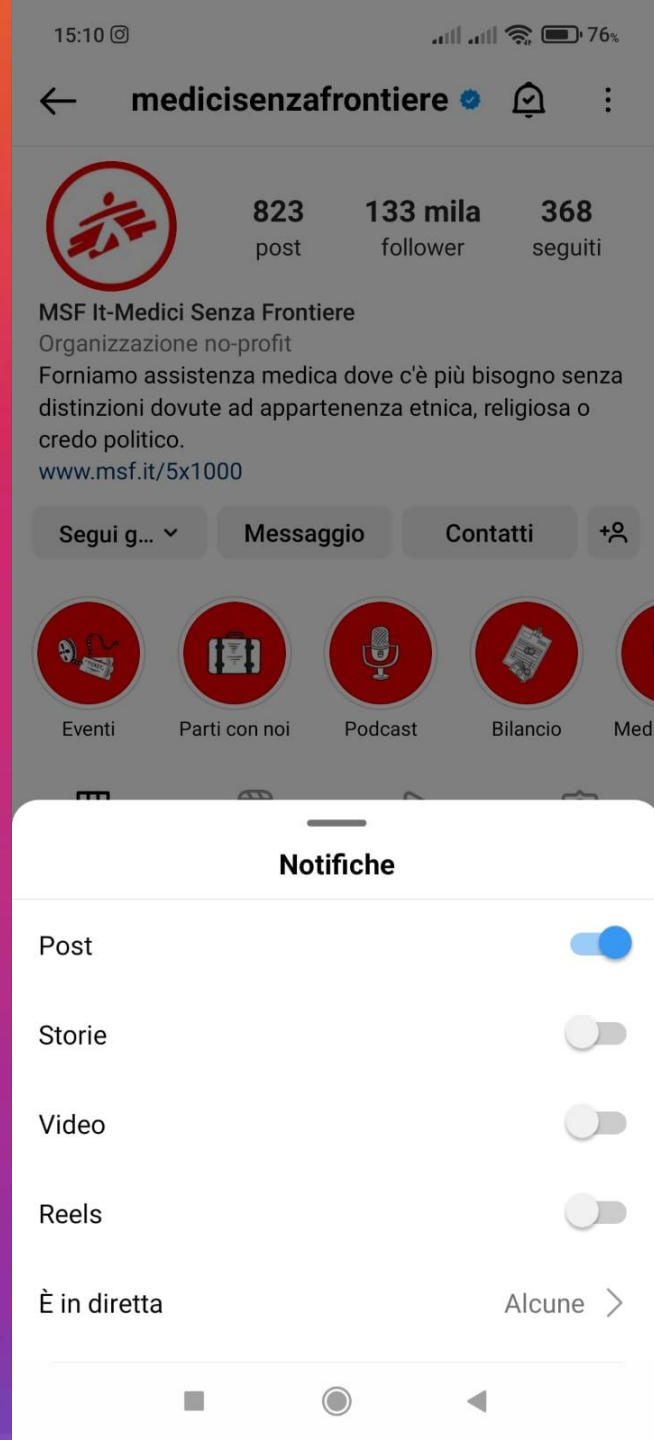
Sfruttale per presentarti! Ad esempio:

- Chi sei
- Servizi
- Eventi
- Recensioni dei clienti



Come funziona: il like

Ogni like che metti **influenza ed educa**, inevitabilmente, **l'algoritmo**. Dobbiamo indirizzare, soprattutto all'inizio, l'algoritmo circa quella che è **la nostra nicchia**, per farci trovare da pubblico che ha i nostri interessi ed a cui interessa il nostro ambito.



How to

1. Ricerca e segui i profili più simili al tuo, che hanno il tuo stesso target, che fanno parte delle tua stessa nicchia.
2. Attiva le notifiche che ti avvisano ad ogni loro pubblicazione.
3. Quando avviene, vai subito sul contenuto pubblicato e vai a vedere la lista di utenti che hanno messo mi piace a quel contenuto.
4. Vai su ognuno di quei profili e comincia a mettere like ai loro contenuti.
5. E' probabile che siano ancora online.
6. Comincerai a ricevere, per il principio di reciprocità, diversi mi piace e follow anche tu.

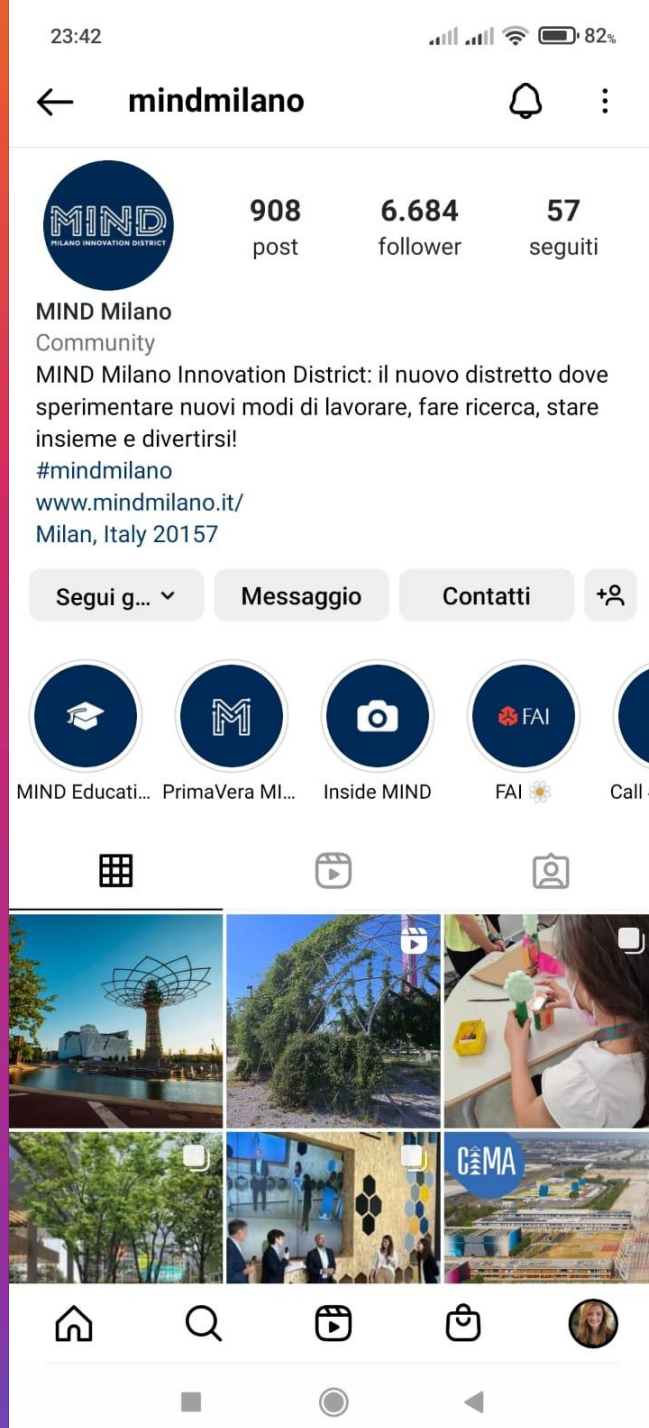


Come funziona: il follow

Non avere paura di prendere spunto da **pagine simili** alla tua, anzi: è proprio lì che troverai **follower interessati** alla tua attività.

Più nel dettaglio:

- Segui i **followers** delle pagine più attive nella tua **nicchia**: anche loro, nella maggior parte dei casi, ricambieranno il follow.
- **Ricerca gli hashtag** relativi ai tuoi argomenti di interesse: segui gli account che utilizzano quegli stessi hashtag.
- **Interagisci** con la tua **nicchia**: commenta e metti like ai loro contenuti!



Se, ad esempio, gestisci la pagina di un'associazione che vuole rivolgersi a neo o aspiranti imprenditori di Milano prova a dare un'occhiata a questo elenco.

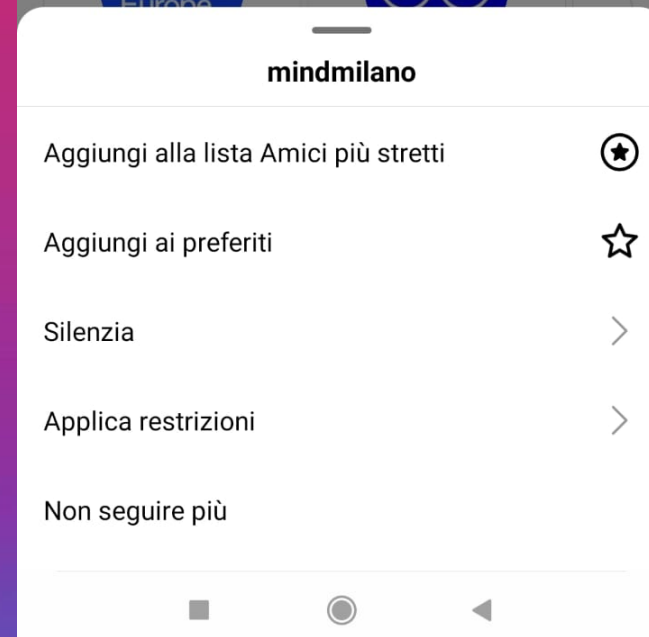
Pagine interessanti:

- ▶ [Generazione Lombardia](#)
- ▶ [Regione Lombardia](#)
- ▶ [Comune di Milano](#)
- ▶ [Il Milanese Imbruttito](#)
- ▶ [Italian Tech](#)
- ▶ [Milano Digital Week](#)
- ▶ [TEDx Milano](#)
- ▶ [Consorzio Netcomm](#)
- ▶ [FDO Milano](#)
- ▶ [SMAU](#)
- ▶ [MIND Milano](#)
- ▶ [Università Statale di Milano](#)
- ▶ [Università Milano-Bicocca](#)
- ▶ [Università Cattolica](#)
- ▶ [Università Bocconi](#)

...e l'unfollow

Instagram pone il limite di 7500 account da poter seguire.

Se vuoi fare una cernita cerca di spalmare gli unfollow nell'arco della giornata, non superando i 30 l'ora circa.



Crea i giusti contenuti: i formati

- Immagini: grafiche per presentare servizi, eventi e notizie speciali.

Scegli una palette di almeno 3-4 colori da utilizzare con costanza per crearti un'identità cromatica ed essere sempre riconoscibile. Non limitarti però ad fare associazioni statiche come ad es. il titolo sempre verde e lo sfondo sempre in nero: puoi alternare anche un titolo nero con lo sfondo verde.

- **Storie:** video verticali di massimo 15 secondi. Puoi crearli da zero oppure trasformare un post che hai già pubblicato anche in una Storia. Durano solo 24 ore, a meno che tu decida di metterle nella sezione delle **Storie in evidenza**.

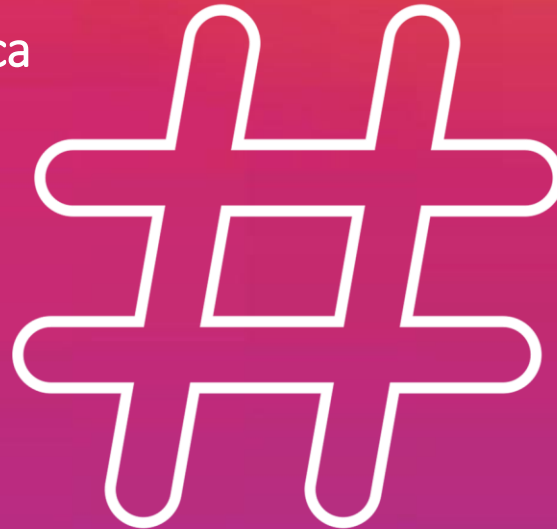
- **Reel:** video verticali di massimo 30 secondi, in cui puoi aggiungere musica o effetti sonori, ma anche effetti video e filtri. Puoi pubblicarli anche nell'elenco delle Storie, ma a differenza delle Storie rimarranno sempre presenti in automatico anche nella sezione Reels della tua pagina.



Come funziona: l'hashtag

Utilizzalo nella **sezione di ricerca** per informarti su uno **specifico argomento**.

Dai uno sguardo a quelli che **usano i competitor** e utilizzali anche tu e/o seguili.



Inseriscili nei tuo **post, stories e reels** per attrarre gli utenti che li seguono già. **Nei post, evita di metterli nel testo**, meglio nel primo commento. Puoi inserire al massimo 30.

Crea il tuo **branded hashtag**. E' un hashtag personalizzato per identificare la tua **pagina** oppure un tuo **servizio speciale** o un tuo **evento temporaneo**. Puoi anche creare un **contest** coinvolgendo i tuoi utenti, che a loro volta devono utilizzare il branded hashtag in questione e renderlo così virale.



Crea i giusti contenuti: i formati

Prepara un calendario editoriale per non lasciare nulla al caso.

Planner Content

Social accounts ▾ Post status ▾ | Today < > Jul 11 - 17, 2022 ▾ ⚙

GMT -04:00	Mon 11	Tue 12	Wed 13	Thu 14	Fri 15	Sat 16	Sun 17
		<p>hootsuite 1:00PM · Whoops, I</p>	<p>Hootsuite (Defa... 1:00PM · Spicy take:</p>	<p>Hootsuite 9:15AM · Instagram</p>	<p>Hootsuite (Defa... 9:15AM · You're wel</p>	<p>Hootsuite (Defa... 9:15AM · Secret tip:</p>	<p>Hootsuite 9:00AM · With the p</p>
		<p>Hootsuite 2:58PM · Social is th</p>	<p>Hootsuite 2:00PM · It's called</p>	<p>hootsuite 12:00PM · Spicy tak</p>	<p>Hootsuite 9:15AM · Pop quiz! What is your favourite social media platform to create content for</p>	<p>Hootsuite 12:00PM · Not all ha</p>	<p>Hootsuite (Defa... 9:15AM · Ok, let's se</p>
			<p>Hootsuite (Defa... 2:00PM · It's called</p>	<p>Hootsuite 2:00PM · The good \</p>	<p>Hootsuite 11:00AM · Don't ove</p>	<p>Hootsuite (Defa... 3:15PM · Turn your</p>	<p>Hootsuite 12:45PM · It's not al</p>

Il sito per creare i tuoi contenuti:

► [Canva](#)

Altri siti utili:

► [Hootsuite](#)

► [Mojo](#)

► [Unfold](#)



Crea i giusti contenuti: la CTA

Invita l'utente all'azione chiedendogli ad esempio di...

- Inviare un **messaggio** nella chat
- Seguire una **pagina**
- Seguire un **hashtag**
- Cliccare sul **link**:
 - Nel singolo post
 - Nel singolo commento
 - Nella bio
- Scrivere un'**email**



Crea i giusti contenuti: la creatività

Fotografie di volti, strumenti e lavori in corso....



tamaramccleary • Segui
Barcelona, Spain

tamaramccleary Why do I make the weirdest faces when I'm talking!?! 😬
Interview with Executive Board Member and CTO of @sap, Juergen Mueller.

tamaramccleary #mwc19 #mobile #5G
#cybersecurity #IoT #AI

ozkanarsln 🤪

guzmandmg That's the mark of a true genius didn't ya know!?! #mwc19

tamaramccleary @guzmandmg 😂
🤪!!

c_att1 Because YOU show up in your whole self for everyone to enjoy and experience. ❤️ ❤️

tamaramccleary @c_att1 🙌 Beth!



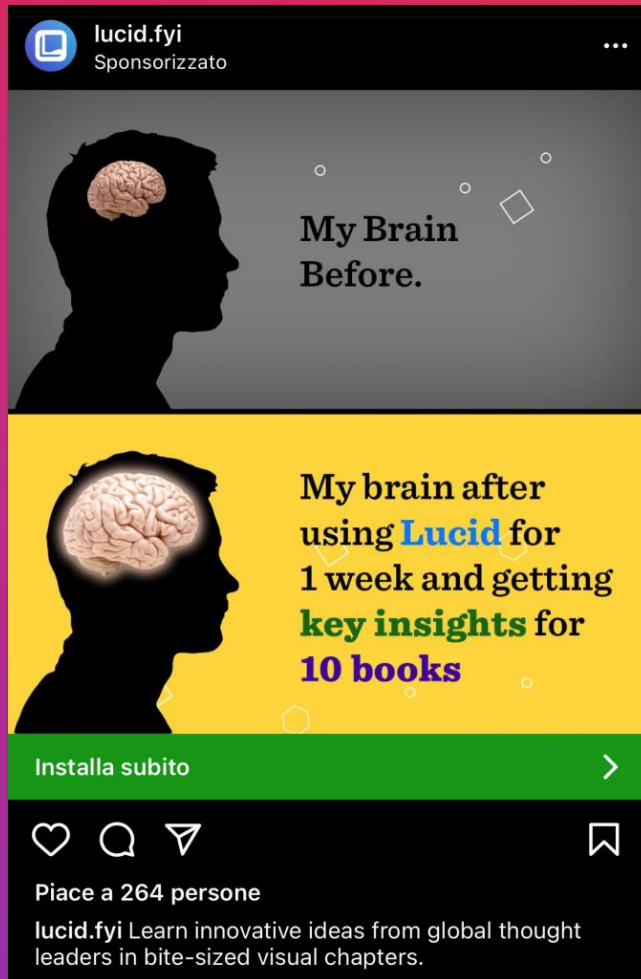
Piace a 80 persone

3 GIORNI FA

Aggiungi un commento...

Crea i giusti contenuti: la creatività

Il prima e il dopo



lucid.fyi
Sponsorizzato

My Brain Before.

My brain after using **Lucid** for 1 week and getting **key insights** for **10 books**

Installa subito >

Piace a 264 persone

lucid.fyi Learn innovative ideas from global thought leaders in bite-sized visual chapters.

La comparazione



anyword
Sponsorizzato

All that does all of the writing for you? Mind. Blown. 🤖 Start Data-driven writing now for free.

This is you writing a blog post

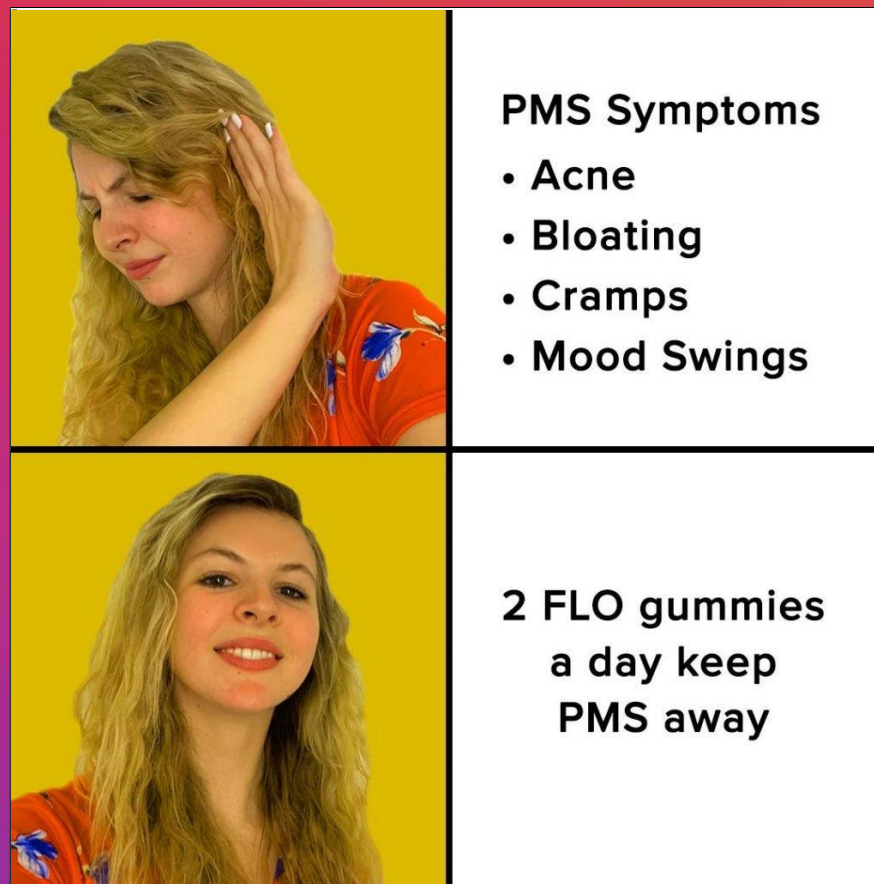
This is you with **anyword**

Crea i giusti contenuti: la creatività

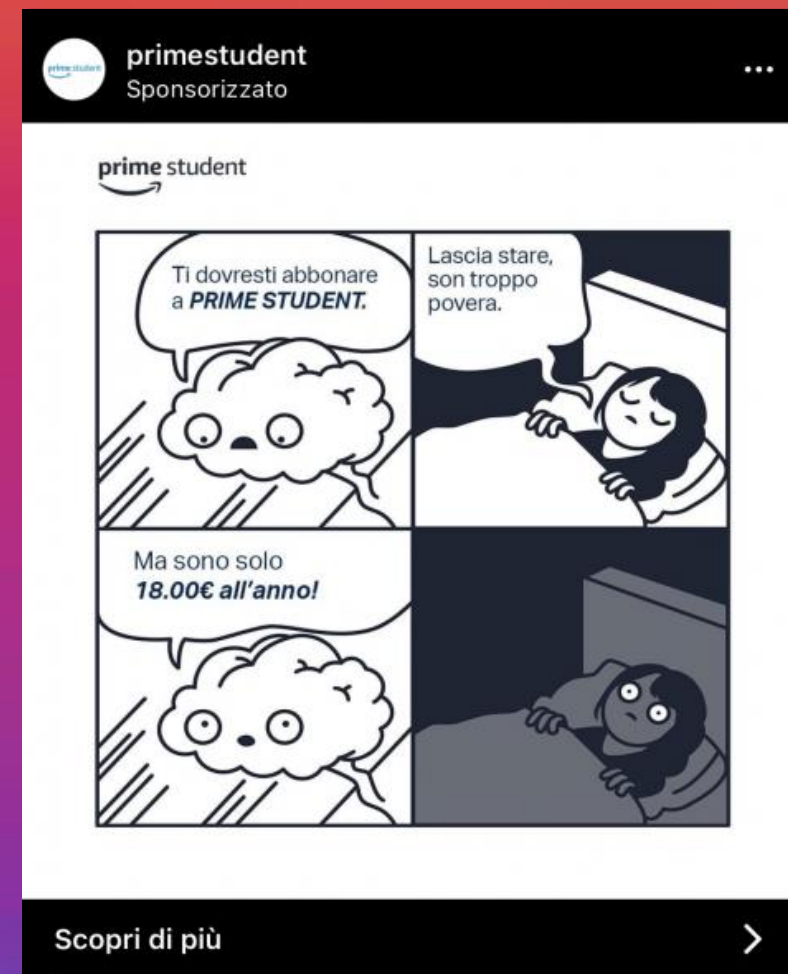
How to/Tutorial



Meme 1



Meme 2



Crea i giusti contenuti: la creatività

Funzionalità



Benefici

MY BANKING
MOBILE BANKING

App Store
Google Play

Protetto con Cyber Security

#MYBANKING

Tutte le tue attività in un unico posto.

Sistema di invito automatico.

La via più rapida per i pagamenti.

FOR MORE INFORMATION PLEASE VISIT WWW.MYBANKING.COM

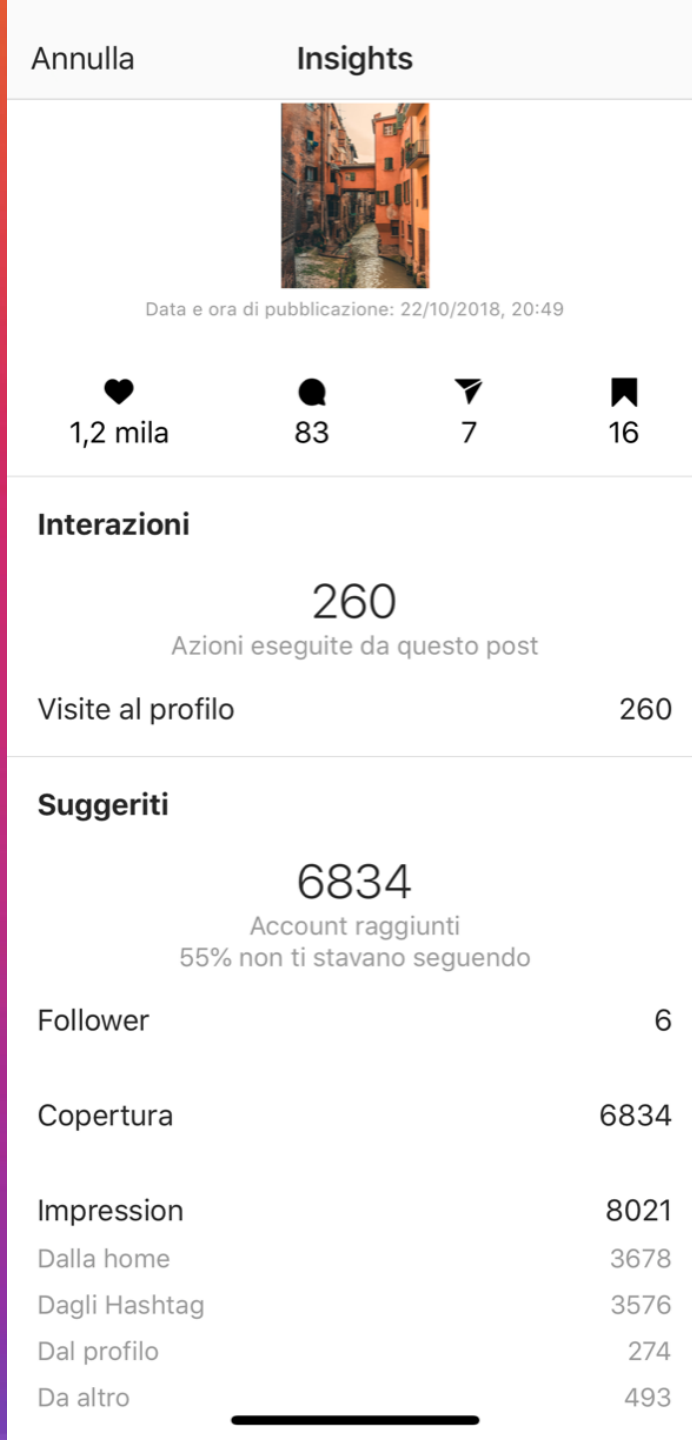
All'interno di ogni contenuto puoi inserire...

- **Testo.** Scrivi brevi indicazioni per accompagnare i contenuti visivi con il testo.
- **Link:** inserisci un link alla tua landing o alle tue pagine servizi/prodotti (meglio evitare l'homepage).
- **Geotag.** Ci si tagga in un determinato luogo, in modo da apparire nelle ricerche per luogo.
- **Hashtag.** Utilizza gli # nelle stories in modo da apparire nelle ricerche per hashtag.
- **Tag.** Taggando un profilo simile al tuo potresti essere ripostato nelle loro stories e apparirai nel loro album dei tag.



Monitora i risultati: le tue statistiche

- Apri la tua pagina aziendale
- Premi l'icona con le tre linee che trovi in alto a destra
- Vai sul Pannello di Controllo
- Vai su Dati statistici
- Accedi e visiona tutti i parametri



I parametri

- **Impressions (visualizzazioni)** Indica il numero di volte che un determinato post è stato visualizzato.
- **Reach (copertura)** Indica il numero di visitatori unici che hanno visualizzato il post.
- **Profile views.** Numero di volte in cui il tuo profilo è stato visitato.
- **Website click (Click sul website)** Il numero di "tap" sul link del sito web inserito in bio.
- **Clicks to email (Click sulla email)** Il numero totale di "tap" sul tasto "email" nella sezione contatti.
- **Followers.** Indica i dati e comportamenti dei tuoi seguaci.
- **Engagement.** Questo parametro è il più importante e misura le interazioni degli utenti con i tuoi contenuti: commenti, like, salvataggi del post. *Se un post genera tanto coinvolgimento, rispetto a tutti gli altri che hai pubblicato, va analizzato per poter replicare i fattori di successo.*



Come fare advertising

L'agenzia pubblicitaria crea post sponsorizzati utilizzando il Business Manager di Meta.

Si tratta di uno strumento che permette di creare, gestire e monitorare le campagne pubblicitarie sulle piattaforme dell'ecosistema Meta tra cui Instagram e Facebook.

L'agenzia si occupa non solo di creare gli annunci ma anche di monitorare le statistiche parziali per migliorare man mano ciò che non funziona.



Le 7 fasi per il giusto ADV

Come lavora un'Agenzia?

1. **Fa una ricerca accurata.** Si informa sul mercato, sulla nicchia di riferimento e sui competitors. Uno strumento utilissimo: la **Libreria Inserzioni** di Meta.
2. **Stabilisce l'obiettivo.** Qual è il risultato da ottenere? *Copertura, Traffico, Interazione, Visualizzazione Del Video, Lead Generation?*
3. **Distribuisce il budget a disposizione:** giornaliero, mensile o per un periodo di tempo ben definito. Mediamente, un budget per iniziare è di 500€/mese.
4. **Definisce data di inizio e data di fine,** sapendo che può comunque effettuare delle modifiche in base ai risultati parziali ottenuti man mano.
5. **Definisce il target.** Si riferisce a un pubblico specifico in modo da raggiungere l'obiettivo. Identifica età minima e massima, sesso, luogo, interessi macro e micro, tipologia di dispositivo, etc
6. **Genera la creatività.** Sceglie il formato del post: un'immagine, una storia o un video che rimandi ad una call-to-action per ottenere un ritorno in base all'obiettivo.
7. **Fa un'analisi accurata** sia durante la campagna sia al termine. Analizzando le statistiche parziali riesce ad ottimizzare, ovvero a raggiungere il massimo risultato in base al budget investito.



ADV: aspetti tecnici

Ads Statiche

Tipi di file:

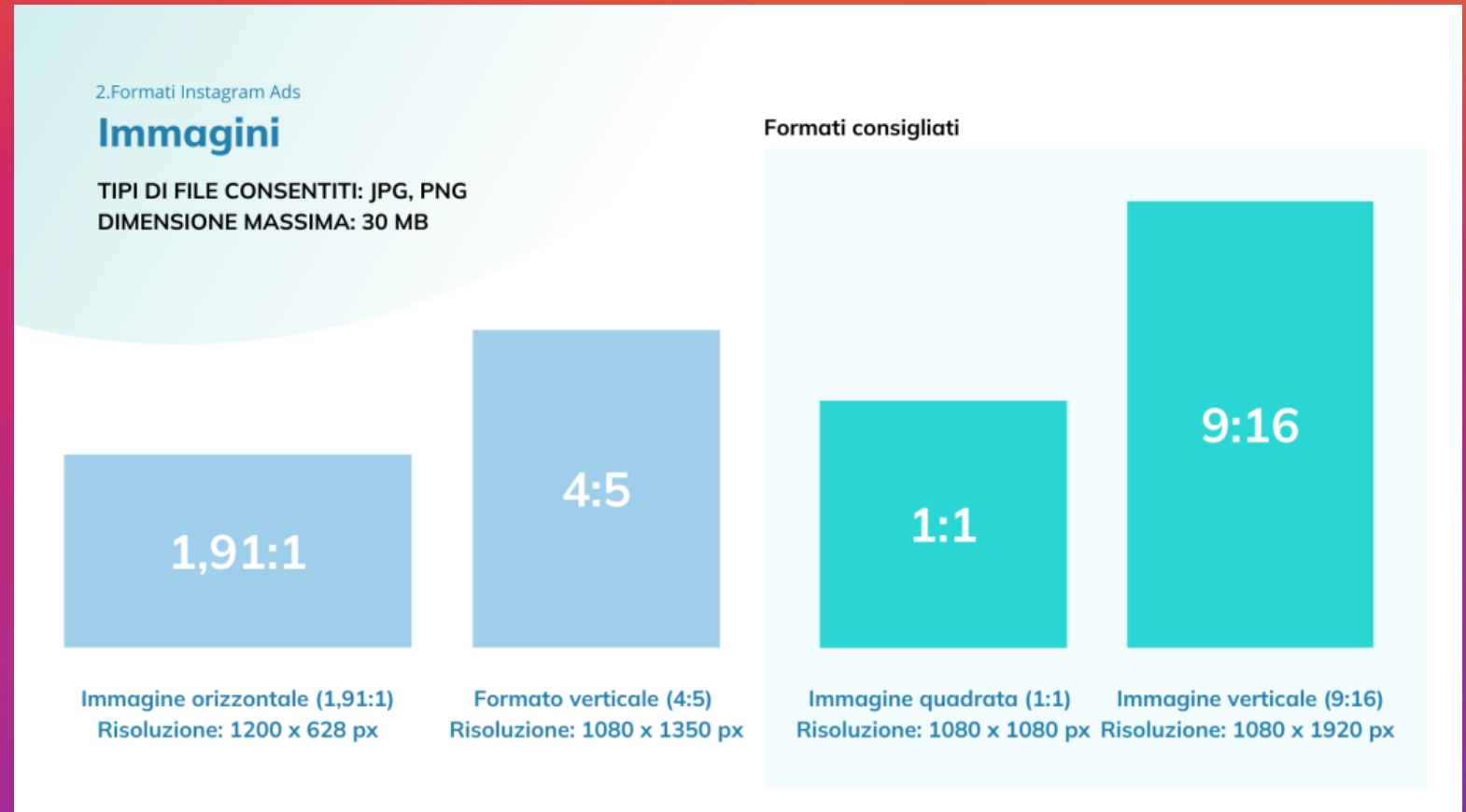
- JPG
- PNG

Dimensione massima:

- 30 MB

Formati e risoluzioni:

- Orizzontale
1,91:1 – Risoluzione 1200 x 628 px
- Verticale
4:5 – Risoluzione 1080 x 1350 px
- Verticale
9:16 – Risoluzione 1080 x 1920 px
- Quadrato
1:1 – Risoluzione 1080 x 1080 px



ADV: aspetti tecnici

Ads Dinamiche

Tipi di file:

- GIF
- MOV
- MP4

Dimensione massima:

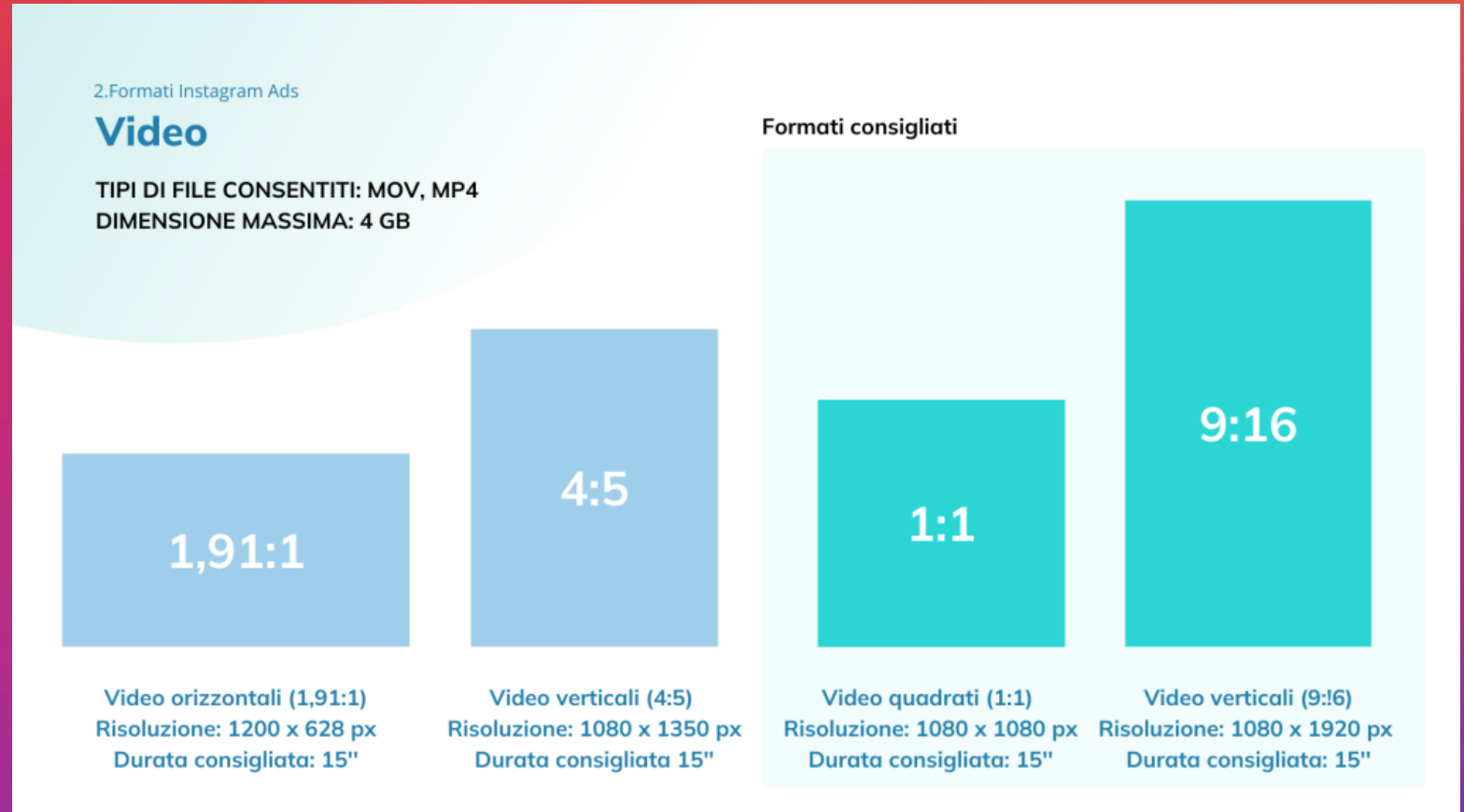
- 4 GB

Durata consigliata:

- 15 secondi

Formati e risoluzioni:

- Orizzontale
1,91:1 – Risoluzione 1200 x 628 px
- Verticale
4:5 – Risoluzione 1080 x 1350 px
- Verticale
9:16 – Risoluzione 1080 x 1920 px
- Quadrato
1:1 – Risoluzione 1080 x 1080 px



ADV: aspetti tecnici

Ads Carousel

Tipi di file:

- JPG
- PNG
- MOV
- MP4

Dimensione massima:

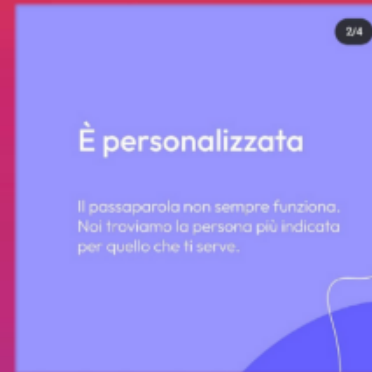
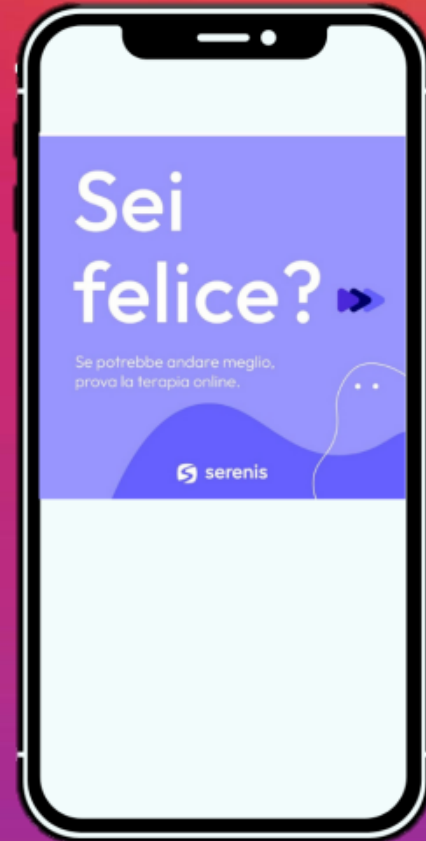
- 4 GB per i video
- 30 GB per le immagini

Numero di immagini/video:

- Da 2 a 10

Formati e risoluzioni:

- Verticale
4:5 – Risoluzione 1080 x 1350 px
- Quadrato
1:1 – Risoluzione 1080 x 1080 px



ADV: aspetti tecnici

Ads Collection

Tipi di file:

- JPG
- PNG
- MOV
- MP4

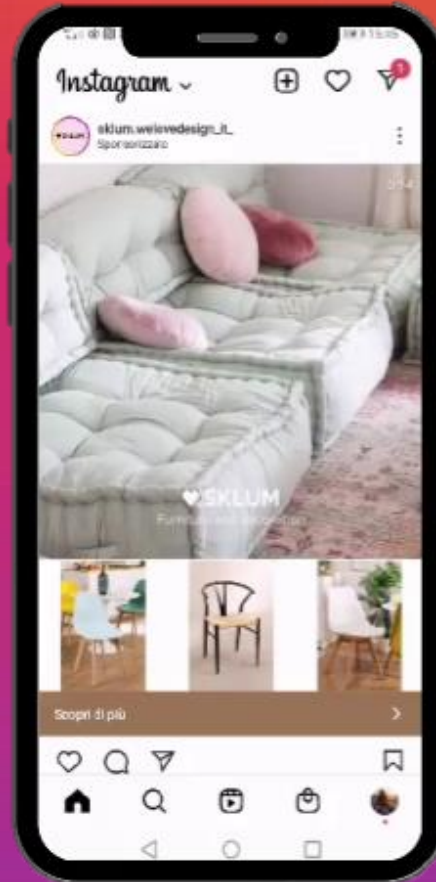
Dimensione massima:

- 4 GB per i video
- 30 GB per le immagini

Ogni inserzione con raccolta ha un video o un'immagine principale con 3 immagini di accompagnamento più piccole disposte a griglia.

Formati e risoluzioni:

- Verticale
 - 4:5 – Risoluzione 1080 x 1350 px
- Quadrato
 - 1:1 – Risoluzione 1080 x 1080 px



Sicurezza

È un tema universale: con qualsiasi tipo di profilo (personale o aziendale) devi sempre porre la massima attenzione.



Come prevenire il furto dei dati

- ✓ Non cliccare sui link sospetti perché spesso sono infettati.
- ✓ Abilita l'impostazione per gli "Avvisi sugli accessi non riconosciuti" tramite email.
- ✓ Resta aggiornato sulle tipologie di frodi emergenti come phishing e smishing tramite una formazione periodica.
- ✓ SPIN offre un servizio gratuito di Cyber CheckUp per scovare le vulnerabilità delle tue email e del tuo sito web: puoi ottenere un report completo con gli step e le misure correttive per renderli a norma.



Cosa fare in caso di furto

- Sporgi denuncia alla Polizia Postale: si tratta di un vero e proprio furto di identità!
- Meta ha predisposto una pagina, accessibile anche senza login, da cui è possibile segnalare la violazione. Vai nel Centro Assistenza, cerca la sezione "Segnala account compromesso" e segui la procedura guidata per "Account vittime di hacker".
- Appena rientri in possesso di nuove credenziali: accedi al tuo account, vai su "Impostazioni account" e poi su "App". Ti apparirà la lista di tutte le app autorizzate ad accedere al tuo account. Mantieni l'autorizzazione solo per le app certificate (ad es. Messenger) e scollega tutte quelle di cui non conosci il grado di affidabilità.



Hai una domanda?
Chiedi pure!



Ilaria Cesana

Project Manager di Business Competence

+ 39 393 811 4665

i.cesana@businesscompetence.it

<https://www.linkedin.com/in/ilariacesana>



business competence
Turn Risk Into Opportunity