

Facebook marketing, la guida fondamentale

Di **Tim Soulo** @timsoulo



Articolo originale:

Facebook Marketing: Ultimate Guide

<http://www.seomoz.org/blog/facebook-marketing-ultimate-guide>

14 luglio 2010



Salve fan di SEOMoz! E' una tattica abusata partire con delle [statistiche mozzafiato](#)

[<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>] e dissertare su come

Facebook sia potente e importante per le imprese, quindi partirò dal presupposto che tutti voi sappiate cos'è Facebook e quanto è efficace.

Quello che state per leggere è una strategia di SMM (Social Media Marketing) passo-passo, per promuovere su Facebook la vostra attività. Ho raccolto tutte le "best practice" e suggerimenti che ho usato io stesso, insieme ad alcuni consigli che non ho provato, ma che confido funzioneranno a dovere. Ok, per l'introduzione questo è sufficiente; andiamo!

Da dove cominciare?

1. Ambasciatore del marchio.

Per prima cosa non utilizzate l'account personale per promuovere la vostra attività, se non volete che i vostri clienti vedano le foto della vostra infanzia e dei momenti allegri dell'ultima festa. potete creare un'altra istanza di voi stessi (puramente per scopi di business) o assumere qualcuno per che diventi l'ambasciatore del vostro marchio. Questa è la persona che rappresenterà il vostro business online e che gestirà tutte le comunicazioni; per cui le informazioni sul profilo dovranno essere concise e chiare e le immagini, curate e professionali. Ricordate che gli utenti assoceranno il vostro business con questo tizio.



Suggerimento potente: create un account di posta elettronica separato in Gmail ed importate lì tutti gli indirizzi e-mail dei vostri clienti. Ora, quando utilizzerete questo account per creare un nuovo profilo di Facebook, il sistema troverà automaticamente tutti i clienti della vostra rubrica e vi suggerirà di aggiungerli come amici su Facebook: che partenza fantastica!

2. Creazione di una pagina di Facebook.

Fare promozione su Facebook significa avere una pagina dedicata al vostro business. Per crearne una, andate a <http://www.facebook.com/pages/> e cliccate sul pulsante "+ Crea una Pagina".

Suggerimento potente: Il "nome pagina" è uno dei fattori di posizionamento più importanti nella ricerca di Facebook. Non perdetevi l'opportunità di aggiungere alcune parole chiave per cui desiderate figurare in buona posizione, poiché non è permesso cambiare il nome della vostra pagina in un momento successivo.

Configurare vostra pagina di Facebook

1. Profilo, foto e avatar.



La foto del profilo è una delle poche cose nel disegno della pagina, che si può davvero personalizzare, per cui fate in modo di utilizzarla al meglio.

Ecco due grandi articoli che vi aiuteranno: [5 modi creativi per elaborare la foto del tuo profilo](#)

[<http://www.allfacebook.com/2009/02/facebook-profile-photo-hacks/>], [Utilizzare al meglio](#)

[l'immagine del vostro profilo di Facebook](http://www.clear-river.com/weblog/comments/making_the_most_of_your_facebook_page_profile_picture/) [http://www.clear-river.com/weblog/comments/making_the_most_of_your_facebook_page_profile_picture/].

2. Informazioni della pagina

La prossima cosa importante da fare è riempire la vostra pagina di Facebook con le informazioni sulla vostra azienda. La maggior parte di queste vengono memorizzate nella scheda "Info", che non si può rimuovere o nascondere. Un sacco di persone la visitano, per cui lavorate duro per rendere le vostre informazioni più concise e coinvolgenti possibile. "Pensate SEO" e utilizzate le parole chiave, perché ciascuna delle schede è indicizzabile dai motori di ricerca.

Suggerimento potente: se si digita un URL che comincia con 'http:/' nel box delle informazioni sotto la vostra immagine del profilo, Facebook lo trasformerà in un link cliccabile. Così si potete facilmente indirizzare i vostri visitatori verso il vostro sito, blog o account Twitter.

3. Applicazioni



- Static FBML (FaceBook Markup Language): consente di creare fino a 10 schede aggiuntive, che possono contenere codice HTML / CSS, Flash, [FBML](#), [iframe](#)

[http://wiki.developers.facebook.com/index.php/Choosing_between_an_FBML_or_IFrame_Application] e [FBJS](http://wiki.developers.facebook.com/index.php/FBJS) [<http://wiki.developers.facebook.com/index.php/FBJS>];

- NetworkedBlogs: permette di pubblicare il vostro RSS feed e Atom direttamente sulla vostra bacheca;
- Twitter Tab: pubblica gli aggiornamenti di Twitter in una scheda a parte;
- Extended Info: aggiunge un box aggiuntivo che supporta html / FBML, immagini, video e musica per la sidebar di sinistra della pagina;
- Fan Appz & Promotion: vi aiuta a gestire tutti i tipi di concorsi, lotterie e omaggi.

Suggerimento: probabilmente vi ritroverete con un sacco di schede per aver aggiunto varie applicazioni, tuttavia potete facilmente spostarle di posizione trascinandole, se pensate che alcuni di queste loro siano più importanti.

4. Vanity URL.

Per essere in grado di convertire i brutti URL "326727833086?ref=sgm&ajaxpipe=1&__a=7" in qualcosa di aspetto più gradevole, come "<http://facebook.com/mybusinesspage>", dovete avere almeno 25 fan. Quando ce li avete, andate a <http://www.facebook.com/username/> e cliccate su link "Imposta un nome utente per le pagine", in fondo alla pagina.

5. Landing page personalizzata.



Avete bisogno di una landing page attraente, che converta i vostri visitatori in fan; qui è dove entra in gioco l'applicazione FBML. Usando HTML, CSS, FBJs e anche flash, potete creare [landing page di grande impatto](#)

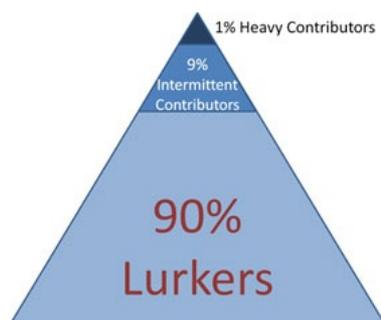
[<http://www.flashmint.com/show-type-facebook.html>] per cui non solo la

gente clicca su "mi piace", ma gli punta anche un link e la suggerisce agli amici.

Suggerimento: se non avete le competenze per sviluppare potete trovare qualche bel [modello di pagina in FBML facebook](#) [<http://www.fbml-templates.net/>], di quelli che sono appena iniziati a comparire in giro nei negozi online che vendono template di pagine.

Cosa ci si deve aspettare?

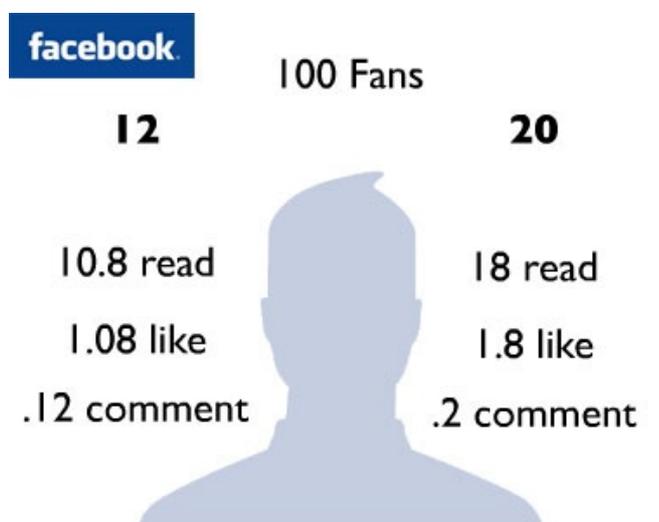
Prima di iniziare a esaminare le varie tecniche di promozione su Facebook, vorrei chiarire un po' le cose. Essenzialmente, quando a qualcuno "piace" la vostra pagina di Facebook, gli verrà notificato ogni volta che aggiornate il vostro stato; è più o meno lo stesso che seguire qualcuno su Twitter. Per fare in modo che il vostro messaggio si diffonda su Twitter, è necessario che i vostri follower facciano il retweet del vostro post, in modo che i loro follower lo vedano e facciano un retweet, a loro volta. Su Facebook, il principio è un po' più sofisticato: quando a qualcuno piace l'aggiornamento dello stato, o lo commenta, questo evento si riflette nel suo profilo. E quando l'aggiornamento di stato ottiene una discreta quantità di "Mi piace" e commenti, viene promosso nella sezione Top News delle News Feed di un utente, in modo che possa vederlo un maggior numero di persone.



Ora facciamo riferimento alla famosa [Regola 90:9:1 del comportamento sui social media](#)

[http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html], per capire che cosa ci vuole perché il vostro messaggio diventi visibile.

Diciamo che i "contributori massivi" sono quelli pronti a commentare ogni vostro aggiornamento, gli "intermittenti" sono quelli che probabilmente cliccheranno su "Mi piace", e gli "Sbirciatori" lo leggeranno o gli daranno solo una scorsa. Diciamo che la vostra pagina abbia 100 fan; Sapendo che solo il **12 - 20% di tutti i vostri "fan" vedranno l'aggiornamento di stato nei loro Live Feed**, si vede che:



Spero di avervi dato una visione chiara dell'enorme sforzo che costa una promozione di successo su Facebook.

Promuovere internamente la vostra pagina di Facebook.

1. Utilizzare l'ambasciatore del marchio.

- Aggiungete ai vostri amici le persone che possono essere potenziali clienti o che in qualche modo sono correlate alla vostra attività. Recentemente Facebook ha aggiunto l'integrazione con Skype, che suggerisce alcuni amici Facebook dalla lista dei vostri contatti Skype. Una volta che avete una discreta quantità di amici, utilizzate la funzione "Suggerisci agli amici" e "Condividi", per promuovere la vostra pagina di Facebook fra di loro;
- Usate la funzione di ricerca per scoprire le pagine pertinenti, gruppi, eventi, persone e perfino i messaggi. Con la ricerca si può facilmente tenere traccia di

qualsiasi menzione del vostro marchio e fornire un feedback: la gente li gradisce molto;

- Una volta che vi siete iscritti a pagine, gruppi ed eventi, potete partecipare alla conversazione, che è una eccellente promozione diretta. Inoltre potete visualizzare l'elenco dei membri del gruppo e aggiungerli facilmente agli amici;
- Comunicate. Una volta che qualcuno commenta il vostro nuovo status, una foto, o qualsiasi altra cosa, rispondete. Inoltre dovete far amare il vostro marchio e diventare contributori attivi e poi ambasciatori del marchio. 1/4 dei risultati della ricerca su ogni grande marca è UGC (User Generated Content).

Suggerimento potente: Nel comporre un messaggio, citate il nome della vostra pagina business, facendolo precedere dal simbolo '@', proprio come quando si menziona qualcuno su Twitter. Potete usarlo come firma dei vostri aggiornamenti.

2. Mantenete la pagina aggiornata e interessante.

La gente entra nella vostra pagina sperando di ricevere da voi delle cose interessanti, quindi non deludeteli. Gli utenti di Facebook di solito preferiscono immagini, video e link agli aggiornamenti del testo normale. Ecco un elenco completo delle cose che dovrete tenere a mente, per evitare di perdere fan: non postare troppi aggiornamenti: non automatizzate i vostri contenuti, non siate un duplicato del vostro sito web e non siate noiosi. La bacheca è la vostra pagina di "social proof" [http://en.wikipedia.org/wiki/Social_proof] ed è il segnale che può coinvolgere la gente.

3. Barate un po'.

Chiedete ai vostri dipendenti, colleghi e membri del team di cliccare su "Mi piace" e commentare ogni aggiornamento di stato, per migliorare il loro posizionamento. Solo gli aggiornamenti di stato con 5 o più "Mi piace" e commenti, appaiono nella sezione Top News. Questo darà anche alla vostra bacheca un aspetto "vivo", che ispirerà i vostri fan ad essere più attivi sulla vostra pagina e partecipare alla conversazione.

4. Riempite la vostra pagina con contenuti multimediali.

- Caricate le immagini dei vostri prodotti o servizi, del vostro ufficio e il vostro team mentre è al lavoro, per rendere la vostra azienda più avvicinabile;

- Incoraggiate i vostri fans a postare una foto di come utilizzano il prodotto;
- Caricate le immagini di ogni evento che avete presieduto e lì taggate i vostri fan;
- Pubblicate i video dei membri del vostro team che parlano ad una conferenza;
- Mostrate ai vostri prodotti o servizi in azione;
- Utilizzate i video per rispondere ai vostri fan ([Bill Clinton](#) [<http://www.facebook.com/billclinton>] fa spesso video di risposta sulla sua pagina).

5. Fate offerte ai vostri fan.

Dovete offrire ai vostri fan qualcosa di speciale e premiarli. Per esempio, la pagina di [1-800-FLOWER](#) [<http://www.facebook.com/1800flowers>] mostra il codice sconto solo quando si clicca sul pulsante "Mi piace".

Potete fare delle offerte speciali, che sono solo per i vostri fan su Facebook e di cui non fate menzione al di fuori di Facebook. E' facilissimo premiare i fan fedeli promuovendoli ad amministratori della pagina, che molto probabilmente li trasformerà in entusiasti ambasciatori del marchio. Comunque, se c'è qualche fan che si distingue, dovrebbe essere premiato pubblicamente.

6. Inviare un aggiornamento ai fan.

La messaggistica diretta è uno strumento molto potente, ma non abusatene. Pensateci due volte prima di inviare un messaggio a tutti i vostri fan: dovrebbe essere veramente utile se non volete che tutti si irritino o che lo ignorino.

Suggerimento: Facebook consente di inviare gli aggiornamenti mirati. Pensate ad un modo in cui potreste sfruttare questa funzione per il vostro business.

7. Chiedete aiuto ai vostri fan.

Ogni tanto potete inviare un aggiornamento dello stato chiedendo i vostri fan di aiutarvi a costruire la comunità, suggerendo la vostra pagina ai loro amici. Basta fare riferimento ai link "Suggerisci agli amici" e "Condividi" della vostra pagina e poi misurare la loro risposta.

8. Costruite delle partnership con altre pagine.



Si noti che ogni pagina su Facebook ha un "Aggiungi ai preferiti della mia pagina" pulsante. Quando si esegue questa operazione, il logo di questa pagina viene visualizzato in una box

speciale delle "pagine preferite" nella vostra pagina personale. La gente lo vede e potrebbe fare clic sul link per saperne di più su questa pagina.

Il vostro obiettivo è quello di costruire partnership all'interno della vostra nicchia e di essere più possibile una pagina "favorita". Aggiungete ai preferiti le pagine che vi piacciono o che sono legate alla vostra attività ed informatene i loro proprietari con un post sulla loro bacheca muro o con un messaggio privato. Molto probabilmente ne scaturirà un "preferito" in cambio.

9. Utilizzate le applicazioni.

Ci sono un sacco di applicazioni da sballo che potete utilizzare per promuovervi. Potete anche svilupparne una tutta vostra, se il budget ve lo permette. Ma cosa hanno in comune le applicazioni virali?

Avete bisogno di qualcosa che la gente farebbe conoscere a tutti volentieri. Potrebbe essere un gioco o un quiz o di qualsiasi altro tipo di contenuto dinamico che la maggior parte delle persone adora. Una volta che una persona ha il suo punteggio, un badge, regalo Virtuale o qualsiasi altro risultato, l'applicazione lo pubblica sulla sua bacheca, in modo che tutti i suoi amici lo vedano. L'applicazione dovrebbe anche avere un chiaro invito all'azione, in modo che nuove persone possano facilmente attivarla. Se l'applicazione prevede un qualche tipo di massimo punteggio, la gente ci giocherà di continuo fino a battere i propri amici. Si può (si devono http://www.facebook.com/promotions_guidelines.php) usare le applicazioni per i concorsi a premi e gli omaggi, la gente li adora.

10. Spiate!

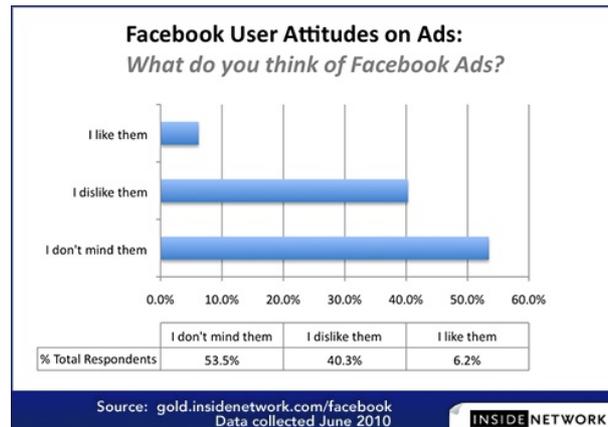


Sì. Tenete sempre d'occhio i vostri concorrenti, in particolare quelli che si battono in popolarità. Controllate quello che fanno e se vi pare che sia una strategia vincente, fatelo anche voi. Quando gli va male, cercate di evitare i loro errori. In

ogni caso, dovrete sempre essere informati su ciò che altri fanno per promuovere se stessi.

11. Annunci pubblicitari?

In effetti è il modo più comune per promuovere la vostra pagina. Ma prima di farvi ricorso, date un'occhiata a queste statistiche:



Promuovere esternamente la vostra pagina di Facebook.

1. Facebook per i siti web.

Il team di sviluppo di Facebook ha fatto molta strada per [rendere più personalizzato e sociale il vostro sito web](#) [<http://developers.facebook.com/docs/guides/web>]. C'è una lista di fantastici [plugin sociale](#) [<http://developers.facebook.com/plugins>] che possono essere facilmente integrati nel vostro sito web per portare un sacco di nuovi visitatori: il pulsante "Mi piace", che ora è quasi onnipresente, la box "Mi piace", che vi permette di diventare un fan del sito web senza uscire dalla pagina, "Live Stream", che è spesso usato per la diffusione massiva di un qualche evento. Provateli sul vostro sito web e state a vedere cosa succede.

2. Pulsanti "Mi piace" e "Condividi".

Questi due sono così potenti che hanno bisogno di un paragrafo a parte. Una volta che avete un negozio online, i pulsanti sono preziosissimi. Ogni volta che trovate qualcosa che vi attira in un negozio online, non è più necessario copiare l'URL e inviarlo ai vostri amici per chiedere il loro parere, basta premere il pulsante "Mi

piace". Lo vedranno che e lo commenteranno. Questo si applica a foto, video, giochi, blog, recensioni, letteralmente a tutto ciò che si può trovare sul web.

3. Metti un link ovunque.

Una volta che avete un sito web, mettete il vostro indirizzo ovunque: nelle signature della posta elettronica, dei forum, nella pagina info di Twitter, nella sezione biografia dell'autore, nel profilo di LinkedIn, nella sezione dei link del vostro blog. Fate esattamente la stessa cosa con la vostra pagina di Facebook. Evidenziate la vostra presenza su Facebook negli eventi offline, stampatelo sui biglietti da visita, sfruttate tutte le opportunità che avete.

Suggerimento potente: prendete qualche script "auto follow" per Twitter che segue una persona ogni volta che trova parole chiave specifiche nel suo tweet. Una certa percentuale delle persone che seguite vi seguirà a sua volta. Scrivete loro una richiesta coinvolgente per farli iscrivere alla vostra pagina di Facebook e impostatelo come messaggio diretto automatico alle persone, che sono appena avete diventati vostri followers. Una volta lanciato il sistema porterà un po' di nuovi fan alla vostra pagina di Facebook, con regolarità.

4. Utilizzo di video.

Quasi ogni servizio di condivisione video consente di annotare i vostri video con i link. Questo è un ottimo modo per portare alcuni nuovi fan sulla pagina Facebook. Si possono realizzare video virali, video divertenti, tutorial, spiegazioni, presentazioni, ecc... ed includere un link alla vostra pagina di Facebook con la richiesta di aderire. Funziona perfettamente!



5. Altri servizi:

Ci sono un sacco di siti web dove è possibile ottenere un po' di pubblico mirato. Per esempio, mentre scrivevo questa guida ho guardato decine di presentazioni su **SlideShare** e **Scribd**; ci ho visto molti riferimenti a partecipare a pagine di Facebook specializzate in marketing e sinceramente ho aderito ad alcune di loro, poiché mi erano piaciute le presentazioni. Esaminate con attenzione tutti i siti web

dove pubblicate informazioni o dove presentate i vostri servizi e pensate al modo in cui potreste indicare alle persone la vostra pagina di Facebook.

Suggerimento potente: Nel caso abbiate qualche tipo di prodotto digitale, create un torrent con alcune demo, dategli un il nome che contenga parole chiave in uso e caricatelo su tutti i tracker torrent che si riuscite a trovare. Nella sezione info o nella sezione commenti aggiungete un link alla vostra pagina di Facebook. Poi andate sul vostro prodotto di web analytics e guardate i vostri numeri crescere.

Wow! Questa è **la fine** della mia guida. Certo c'è molto da aggiungere, ma ho cercato di mantenere brevi le mie tattiche, per lasciare spazio per l'immaginazione. Sono sicuro che ognuno di voi può inventare un sacco di fantastici modi per utilizzare Facebook nel SMM. Sono aperto a qualsiasi domanda; sparate pure!



Tim Soulo

[@timsoulo](#)

<http://www.site2you.com>

Traduzione di **Marco Dini**

Questo articolo si trova a questo indirizzo:

<http://www.ideawebitalia.it/sem/2614/>

Foto in prima pagina

Autore: [laikolosse](#)

Originale: <http://www.flickr.com/photos/laikolosse/2712207735/>

Diritti di riproduzione: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/deed.it>