

# La pubblicità su Facebook

UNA RISORSA GRATUITA CON 30 CONSIGLI STRATEGICI  
PER PICCOLI BUDGET E RISULTATI GANZI

ARIANNA GAMBARO

DAY 1	DAY 2	DAY 3	DAY 4	DAY 5
prepara il terreno	trova l'ispirazione	la struttura della campagna pubblicitaria	assegnare nomi significativi	concentrati sull'obiettivo
DAY 6	DAY 7	DAY 8	DAY 9	DAY 10
il funnel di conversione	obiettivo Mi piace: sì o no?	conosci il tuo pubblico	crea un pubblico personalizzato	il pubblico simile
DAY 11	DAY 12	DAY 13	DAY 14	DAY 15
i posizionamenti	quanto spendere	quale formato per quale obiettivo	le immagini giuste	ancora sulle immagini
DAY 16	DAY 17	DAY 18	DAY 19	DAY 20
racconta una storia con il formato carosello	il copy: scrivere efficace	i post organici da sponsorizzare	accompagna le persone nel processo	sul vendere a freddo
DAY 21	DAY 22	DAY 23	DAY 24	DAY 25
crea delle varianti	il pixel di monitoraggio	A/B test	il catalogo prodotti	bidding automatico vs bidding manuale
DAY 26	DAY 27	DAY 28	DAY 29	DAY 30
perchè una campagna non funziona	misurare i risultati	saturatione del target	Facebook non è cattivo	la fatturazione

