



Filippo Baccocchi

Corso di Web Marketing Avanzato

“Instagram”



9 Gennaio 2019



Cosa vedremo?

1. Che cos'è Instagram?
2. Numeri di Instagram
3. Perché Instagram?
4. Fattori di successo su Instagram
5. Utilizzo degli hashtag
6. Come crescere su Instagram
7. Come funziona l'algoritmo di Instagram
8. Stories e utilizzi per categorie
9. Come funziona l'advertising
10. Strumenti utili
11. Best practice e consigli



Filippo Bacciocchi

Che cos'è Instagram?



Instagram è una **app** di **social networking** per dispositivi mobili basata sulla condivisione di video, immagini e gif.

Mobile App:

- 2,51 ore in media per utente spese sui dispositivi mobili (emarketer);

Social Networking:

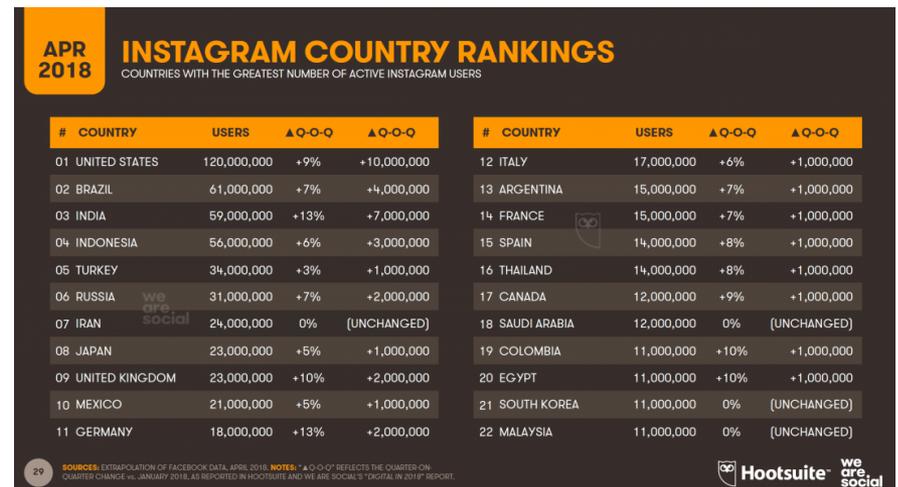
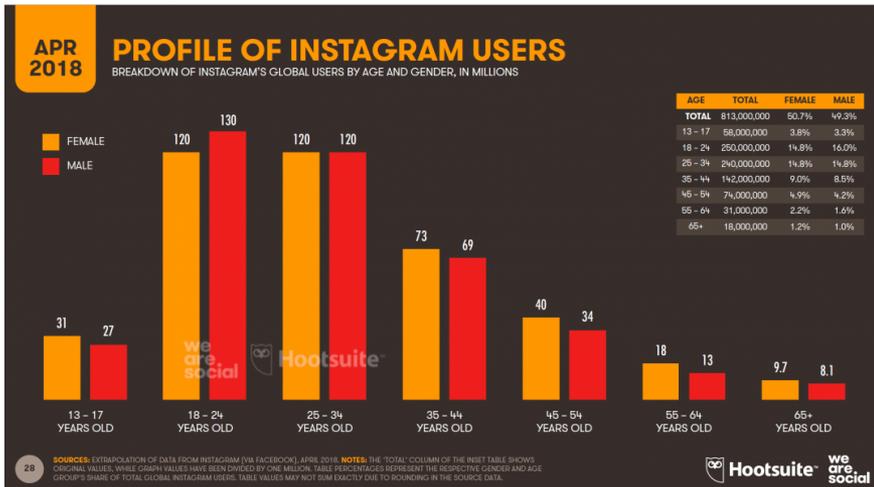
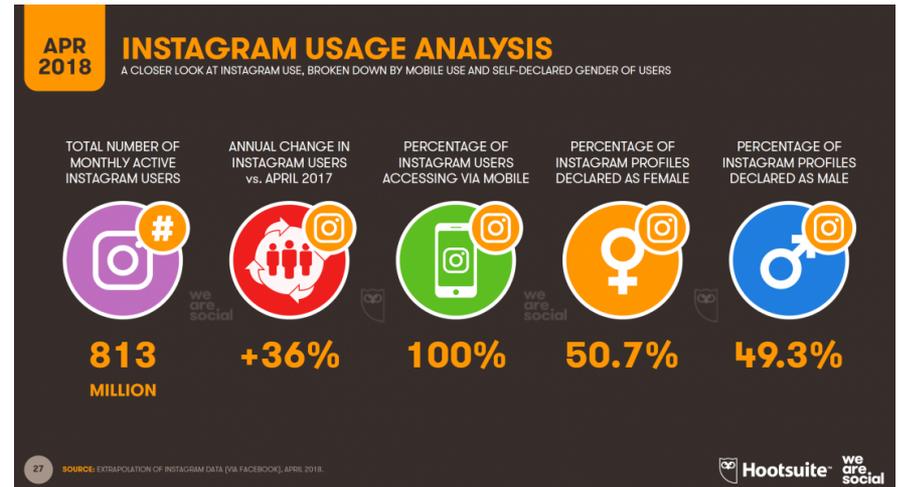
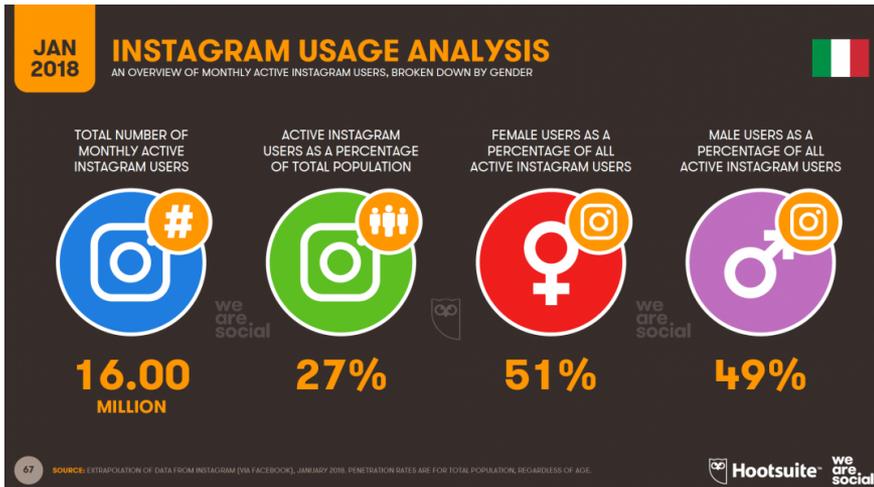
Piattaforme all'interno delle quali si ha la possibilità di interagire con altri utenti o per trovare persone che hanno interessi simili ai nostri.

Fondato da Kevyn Systrom & Mike Krieger nel 2010 e acquistato nel 2012 da Facebook per 1 miliardo di dollari



Filippo Baccocchi

Numeri di Instagram:





Filippo Baccocchi

Perché instagram?

- 5° Piattaforma social più attiva in Italia (3° se non consideriamo le App di messaggistica)
- 60% degli utenti attivi giornalmente
- 32 minuti al giorno spesi su instagram dagli utenti sotto i 25 anni, 24 minuti per quelli sopra i 25 anni
- 80% degli utenti segue almeno un profilo aziendale
- Il 60% degli utenti trova nuovi prodotti da acquistare utilizzando Instagram
- 16 milioni di utenti attivi in Italia
- Ti permette di raggiungere target altrimenti non raggiungibili
- E' il social network con il più elevato livello di engagement:
11 volte in più la media di Facebook, 52 volte in più rispetto a Pinteest,
84 volte in più rispetto a Twitter.
- La comunicazione principale è visiva e non scritta (le foto/immagini restano sempre le protagoniste di questo social)
- Crea fiducia ed è possibile mostrare un lato umano del brand
- Pubblicità gratis: permette di raggiungere nuovi utenti ogni volta che pubblichi una foto, utilizzando correttamente gli hastag, potrete coinvolgere nuovi segmenti e tipologie di utenti



Fattori di successo su Instagram:

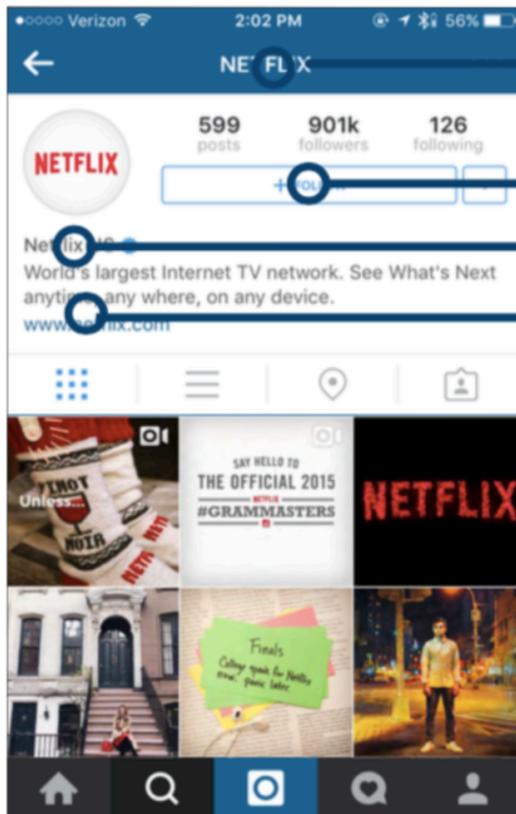
- Cura del profilo
- Cura dei contenuti
- Utilizzo di live e stories
- Attuazione di una strategia di hastag adeguata





Filippo Baccocchi

Cura del profilo:



1. La username aziendale

Oltre ad essere una parte in primo piano del profilo, è anche la combinazione di parole ed altri elementi ammessi che usano le persone per trovarci. Bisogna avere cura di trovare un nome riconoscibile.

2. Impostare il profilo in modalità pubblica

Deve essere facile per gli utenti seguirvi.

3. Il nome aziendale

Bisogna assicurarsi di inserire il nome completo, in modo che sia ancora più semplice per gli utenti, identificarci soprattutto considerando che il nome appare insieme alla username in fase di ricerca.

4. Bio

La biografia del profilo contribuisce a generare attenzione da parte del pubblico. Deve essere breve, significativo e impattante. Estremamente importante è l'aggiunta del link.



Filippo Baccocchi

Cura del profilo:

5. Location

È un elemento che può contribuire ad incrementare la visibilità

6. Contenuti riconoscibili e inclusivi

Più gli utenti si sentiranno relazionati con i contenuti condivisi e maggiore sarà la probabilità di essere seguiti

7. Personalizza i contenuti

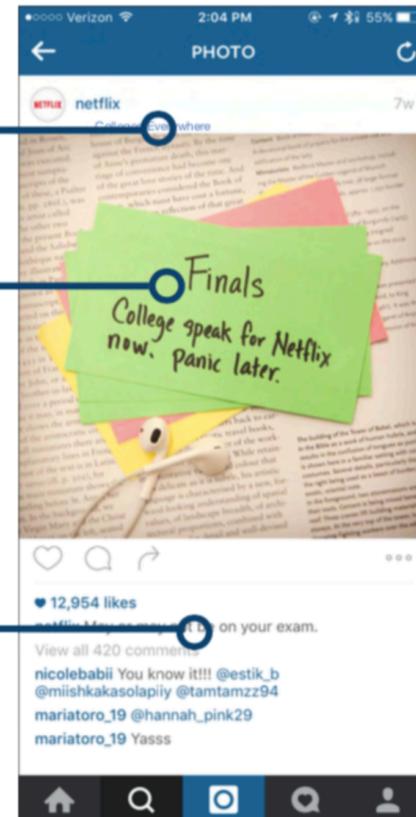
È importante essere in grado di capire come utilizzare filtri, tags, link e hashtags.

8. Pubblica contenuti di alta qualità

Nessuno è attratto o interagisci con contenuti pixelati e/o sfuocati

9. Call-to-Action

Se si desidera che gli utenti compiano una determinati azione, bisogna essere chiari ed espliciti nel definire una call to action.

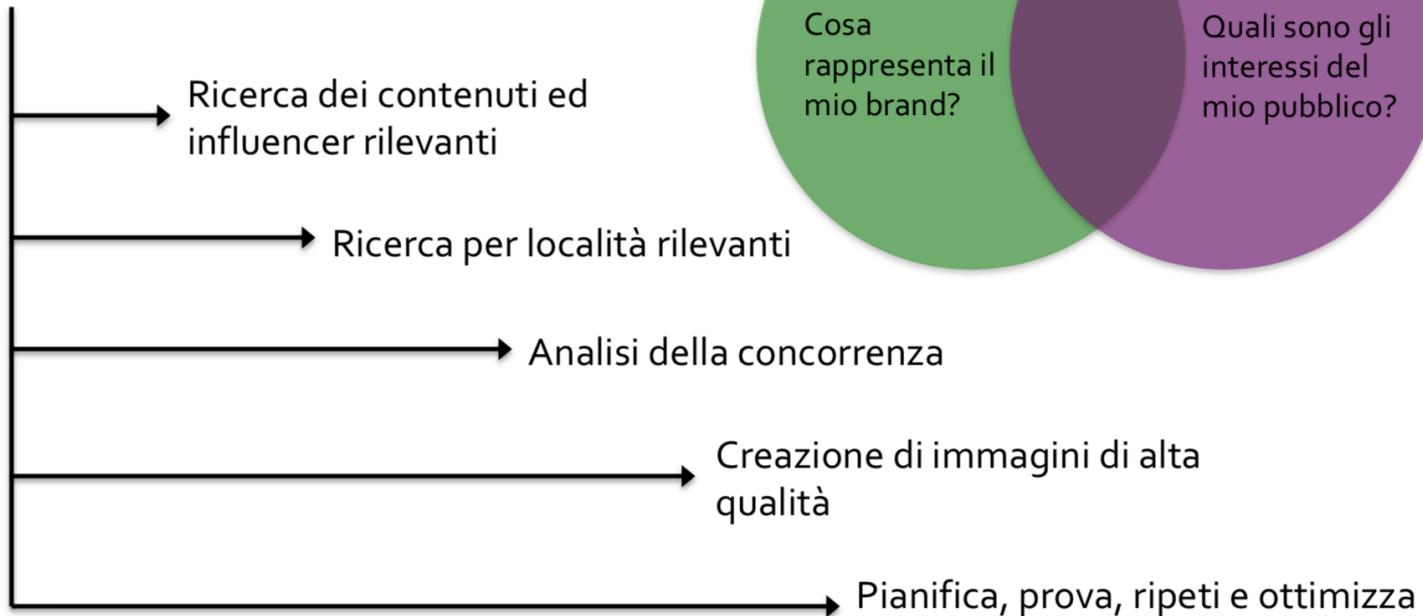




Filippo Bacciocchi

Cura dei contenuti:

Creare uno stile visuale



Senza contenuti di valore anche la più forte delle strategie non porta risultati

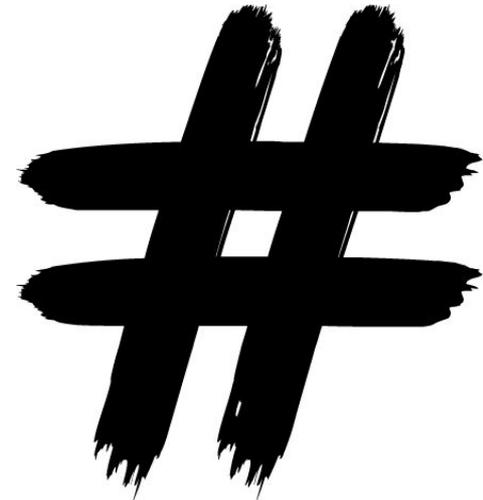


Filippo Bacciocchi

Utilizzo degli hashtag

Hashtag: sono delle parole rese attive che permettono di rendere i contenuti all'interno della piattaforma scopribili.

- Non più di 30 per foto o video
- Inserirli nel 1° commento o nella caption
- Inserire hashtag pertinenti alla foto
- Utilizza strumenti come keyhole (<https://hashtagify.me/>) per individuare gli hashtag correlati
- Utilizza per ogni foto 10 hashtag piccoli, 10 medi e 10 grandi





Come crescere su Instagram

- Posta frequentemente e al momento giusto
- Usa gli hastag ma usali bene
- Menziona o tagga account più grossi di te
- Stringi accordi con pagine simili alla tua e con numero simile di follower
- Comunica con i tuoi follower e rispondi ai commenti
- Commenta post di altri account
- Se vuoi automatizza, ma non comprare follower (MAI)
- Non pensare solo a promuovere i tuoi prodotti o servizi





Filippo Bacciocchi

L'algoritmo:

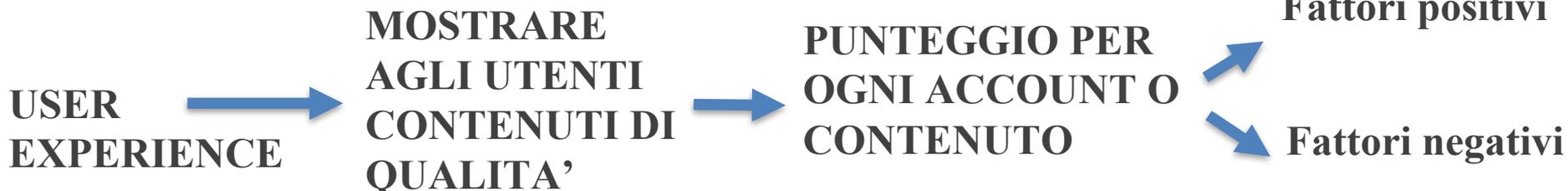
Ciò che sappiamo:

- 1** Instagram ha a cuore i propri utenti e tiene molto alla user experience.
- 2** Instagram deve comprendere in qualche modo quando un contenuto è di valore, per potergli dare maggiore visibilità.
- 3** Per decidere a quali post dare maggiore visibilità, e quindi quali post far finire nelle pagine popular ed esplora, ad Instagram sarebbero serviti dei parametri sui quali basarsi.

Quali possono essere i parametri per misurare il valore di un contenuto?

- Il numero e la qualità dei contenuti

Dopo molti test:





Filippo Bacciocchi

FATTORI POSITIVI



- ✓ **ALTO LIVELLO DI ENGAGEMENT**
- ✓ **NUMERO DI FOLLOWER**
- ✓ **ACCOUNT VERIFICATO**
- ✓ **VENIRE TAGGATI DA ALTRI UTENTI
(NELLE LORO FOTO E NEI
COMMENTI)**
- ✓ **RIMANDARE IN BIO A LINK SICURI
(RITENUTI TRUSTED DA
INSTAGRAM)**
- ✓ **POSTARE CON CONTINUITA'**
- ✓ **VARIARE GLI HASHTAG UTILIZZATI**

FATTORI NEGATIVI

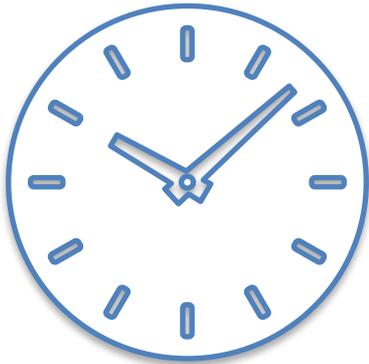


- ✗ **BASSO LIVELLO DI ENGAGEMENT**
- ✗ **CANCELLARE LE PROPRIE FOTO**
- ✗ **ANDARE OLTRE I LIMITI CONSENTITI DA
INSTAGRAM**
- ✗ **VENIRE SEGNALATI O BLOCCATI**
- ✗ **RIMANDARE IN BIO A LINK NON SICURI
(RITENUTI SPAMMOSI DA INSTAGRAM)**
- ✗ **AVERE UN ACCOUNT INATTIVO**
- ✗ **USARE SEMPRE GLI STESSI HASHTAG**



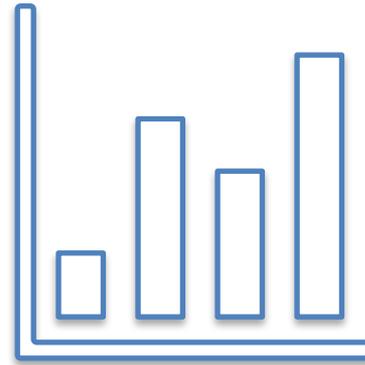
Filippo Bacciocchi

Fattori Chiave:



**FINESTRA
TEMPORALE
DI ANALISI
INIZIALE**

**40-60
MINUTI**



**QUALITA' DELLE
INTERAZIONI**

**QUANTITA' DELLE
INTERAZIONI**



Ogni interazione ha un valore.



Il valore dell'interazione aumenta o diminuisce in base all'autorevolezza dell'account che interagisce.



Più si è vicini al momento della pubblicazione maggiore sarà il valore dell'interazione.



Filippo Bacciocchi

Stories:

Intro:

Nel 2016, Instagram introduce le **Stories**: contenuti foto e video pubblicabili se scattati entro le 24 ore precedenti, e che **si cancellano** una volta passate le 24 ore successive.

Come funzionano:

- Puoi creare foto e video della durata di 15 secondi
- Puoi editare le foto e video con scritte, etc
- Puoi vedere chi ha visto le tue storie
- Puoi chattare e rispondere alle storie utilizzando "Direct"

Perché utilizzarle?

Permanenza nei feed dei follower: a giugno 2016, Instagram ha aggiornato il **feed in modo da avere le Stories sempre presenti in cima** al feed di un utente. Questo meccanismo aiuta i **brand** a rimanere **ai primi posti** nella sfilza delle Storie; quelle più popolari appaiono anche nella parte superiore della pagina Esplora, contribuendo a dare una copertura ancora più ampia.



Utilizzi:

Ho stilato i principali **motivi** per cui un'azienda pubblica le Stories su Instagram:

1. mostrare il “**dietro le quinte**” del marchio e dei suoi progetti
2. **anticipare** la pubblicazione di un post o spingere il flusso verso un contenuto particolare
3. fare sondaggi e ottenere **feedback** dagli utenti
4. lanciare un prodotto in anteprima attivando saldi o **promozioni** a tempo
5. fare **storytelling** del servizio offerto e dell'identità di marca
6. anticipare o riassumere un **articolo** pubblicato sul blog ufficiale.



Filippo Bacciocchi

Brand di moda:

- Disegni e bozzetti della nuova collezione in preparazione
- Assaggio di progetti e collaborazioni future
- Dietro le quinte di un set fotografico
- Outfit utilizzati in diverse occasioni o indossati da personaggi famosi
- Rendere i fan partecipi delle fasi di trucco, parruccho delle modelle prima di uno shooting
- Anticipazioni riguardo la nuova collezione
- Invitare i fan a postare proprie foto con indosso i loro prodotti utilizzando #
- Mini video per presentare un prodotto in particolare
- Quiz sondaggi per coinvolgere l'audience

Riassumendo:

- 1.mostrare i **prossimi prodotti**, il work in progress e il **dietro le quinte**
- 2.invitare i followers all'azione (**call-to-action**)
- 3.dare **consigli** e indicazioni su come usare i prodotti.



Filippo Bacciocchi

Aziende Food:

- Foto di prodotti indicando le calorie
- Le migliori foto taggate dagli utenti scrivendo il nome del fotografo per farli sentire parte della community
- Presentare prodotti corredati di ricetta
- Quiz divertenti con sondaggi
- Richiamare i fan all'azione proponendo giochi divertenti che permettono ai follower di interagire ed entrare in contatto diretto con loro
- Invitare gli utenti a raccontare la propria esperienza, cosa si è mangiato, scene divertenti e cosa rappresenta per loro

Riassumendo:

- per mostrare al meglio i propri **prodotti**
- per **coinvolgere** gli utenti con repost, tag e giochi a quiz.



Filippo Bacciocchi

Aziende per il tempo libero

- Coinvolgere gli utenti con repost e tag
- Mostrare anteprime dei servizi offerti
- Avvicinare anche i non esperti del settore al marchio rendendoli partecipi della vita lavorativa.

Hotel

- Consigli di viaggio, escursioni, luoghi da visitare
- Sondaggi in cui oscurando parte dell'immagine chiama gli utenti ad indovinare il luogo della fotografia
- Raccolta di foto di ospiti che hanno pubblicato sulle proprie pagine Instagram



Advertising:

- E' possibile fare campagne di advertising su Instagram tramite la piattaforma pubblicitaria di Facebook nella sezione "Posizionamento"
- Su Facebook è possibile creare pubblici di persone che hanno interagito con il tuo profilo aziendale su instagram



Profilo aziendale di Instagram Novità

Crea una lista di persone che hanno interagito con il tuo profilo aziendale su Instagram.

Da: 

Piattaforme

Facebook	<input type="checkbox"/>
Sezione Notizie	<input checked="" type="checkbox"/>
Instant Articles	<input checked="" type="checkbox"/>
Video in-stream	<input type="checkbox"/>
Colonna destra	<input type="checkbox"/>
Video consigliati	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Feed	<input type="checkbox"/>
Stories	<input type="checkbox"/>
Audience Network	<input type="checkbox"/>
Formato nativo, banner e interstitial	<input type="checkbox"/>
Video in-stream	<input type="checkbox"/>
Video con premio	<input type="checkbox"/>
Messenger	<input type="checkbox"/>
Home	<input type="checkbox"/>
Messaggi sponsorizzati	<input type="checkbox"/>



Filippo Baccocchi

Strumenti:

Bot di automazione Like, Follow & Unfollow, Commenti e View: **Instazood** (economico) **Gramista** (più costoso) o **Stim** (top)

<https://instazood.com/>

<https://gramista.com/>

<https://instazood.com/st>

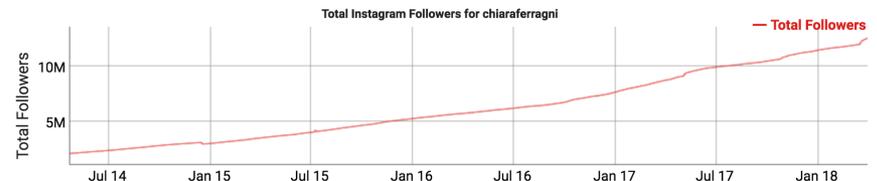
#frffaeadangelo	#swimwear	#swimwear2018	#costumi
Likes: 2537	Likes: 3163	Likes: 2788	Likes: 2713
Comments: 0	Comments: 0	Comments: 0	Comments: 0
Follows: 0	Follows: 0	Follows: 0	Follows: 0
Viewing stories: 1811	Viewing stories: 3041	Viewing stories: 3004	Viewing stories: 3056
Skipped: 37081	Skipped: 6277	Skipped: 6025	Skipped: 5735
Coverage: 4348	Coverage: 6204	Coverage: 5792	Coverage: 5769
Conversion: 1%	Conversion: 0.4%	Conversion: 0.7%	Conversion: 1%
Status: Completed	Status: Active	Status: Active	Status: Active

Programmare i post su Instagram: **Later** (gratuito fino a 30 post al mese e no video)

<https://later.com/>

Analizzare l'andamento dei like di un profilo Instagram: **Socialblade**, **Ninjalitics**, **Iconsquare**

<https://socialblade.com/>



Gestione Link in uscita: **Linktr.ee**

<https://linktr.ee/>



One bio link



Multiple destinations



Easily managed



Best practice e consigli:

- Usate descrizioni che aggiungano valore alle foto
- Create una community attorno agli interessi delle persone non (solo) del brand
- Suscitare emozioni è il modo più efficace per ottenere connessioni con il brand in termini di like, condivisioni e commenti
- Coinvolgi il pubblico attraverso il pubblico (UGC)
- Utilizza l'advertising tramite Facebook
- Pubblica il weekend perché il coinvolgimento è maggiore
- Dai una identità coerente e ben riconoscibile: es. utilizza sempre lo stesso filtro
- Pubblica da 1 a 3 post al giorno
- Segui gli hashtag per tenere sotto controllo i contenuti più popolari riguardo l'argomento di proprio interesse
- Analizza gli Instagram Insight per capire quali post funzionano meglio
- Testa, testa e ancora testa....



Filippo Bacciocchi

Web Marketing & Digital Adv

Evoluzione:

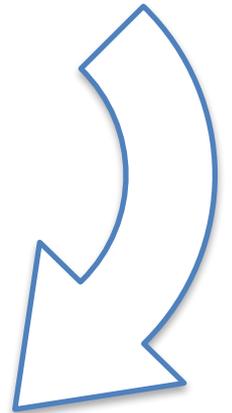
**OTTIMIZZAZIONE DELLA
PIATTAFORMA DI
ADVERTISING**

POST LINK SHOPPING

STORIE DIRETTE

DIRECT MESSAGE

**DAL 2018: ERA DELLA VERA
MONETIZZAZIONE SU
INSTAGRAM**





Filippo Bacciocchi

————— Web Marketing & Digital Adv —————

Grazie per l'attenzione!

www.filippobacciocchi.it



@filobacciocchi

filippobacciocchi **in**