

Facebook brand page: come costruire una brand page

FABRIZIO DE GENNARO

BluSuBlu

blusublu.it

Facebook: perché si diventa fan di una pagina?

- 72% per hobby e interesse
- 56% essere informati sulle novità dell'azienda
- 48% interesse professionale
- 31% senso di appartenenza
- 22% offerte speciali
- 16% poter interagire con l'azienda
- 7% cercar lavoro

Facebook Fan Page



Come costruire la fan page perfetta

1. La grafica
2. Le informazioni della pagina
3. La bacheca
4. I contenuti
5. Gli insights



1 – Facebook: la grafica

- È importante avere una pagina con una grafica fresca e accattivante perchè gli utenti sono più portati a cliccare “Mi piace”.
- La **grafica da curare**:
 - immagine di profilo (180*180 px): è consigliato il logo del brand;
 - Miniatura;
 - cover (851*315 px);
 - immagini delle app (111*74px).



facebook.com/timeline

Facebook: la cover

Cosa non può contenere:

- Prezzo o informazioni di acquisto, come “40% di sconto” o “Scarica dal nostro sito Web”;
- Informazioni di contatto, come indirizzi Web, e-mail, indirizzi postali o altre informazioni già previste nella sezione informazione della tua Pagina;
- Riferimenti a elementi dell'interfaccia utente, come **Mi piace** o **Condividi**, o qualsiasi altra funzione del sito di Facebook;
- Inviti a svolgere azioni determinate, come “Scaricala adesso” o “Dillo ai tuoi amici”.

2 - Facebook: le informazioni della pagina

- Le informazioni vanno riempite in ogni sua parte;
- La sezione “**informazioni**” è quella che viene visualizzata sulla timeline della fan page;
- Potete inserire il payoff del brand o informazioni generali sul brand;
- Vanno riempiti i campi “descrizione”, “sito web” ecc



The screenshot shows the Facebook profile of 'Smart&App'. The profile picture is a green and black logo with the text 'SMART & APP'. The cover photo features a woman and the text 'Cool Stuff'. The page name is 'Smart&App' with 1.260 likes and 89 posts. The 'Informazioni' section is highlighted with a red arrow and contains the following text:

Programma TV
Smart&App - La tecnologia facile che ti migliora la vita! smartapp@la3tv.it

Below the 'Informazioni' section are four tabs: 'Foto', 'Guardaci', 'Canale Youtube', and '#smartandapp'. The 'Guardaci' tab shows a play button icon and the word 'Streaming'. The 'Canale Youtube' tab shows a YouTube logo and 'La3tube'. The '#smartandapp' tab shows a Twitter logo and '@La3tv'.

3 – Facebook: la bacheca

- È organizzata in **due colonne**;
- Si può mettere un **“post in alto”** nella bacheca, lasciandolo come primo post “sempre in alto”, ad esempio per promozioni speciali, eventi, news importante, ecc;
- **Post in evidenza**: allargato su tutte e due le colonne, adatto se avete delle foto che volete ingrandire;
- I **“post recenti di altri”** lasciati dagli utenti fb possono non essere visualizzati sulla pagina (*Pannello di amministrazione – gestisci autorizzazione – visibilità dei post*) ;
- **Pagine in evidenza** (vedi slide a seguire).
- Per cambiare il nome della propria fanpage, [cliccare qui](#).

The image shows a screenshot of a Facebook page layout with several key sections highlighted by red arrows:

- Timeline Cover Image**: 851 x 315 px (top blue banner)
- Profile**: 100 x 100 compressed to 125 x 125 px (top left)
- TabSite App**: 111 x 74 Pixels (four tabs)
- Photo Album**: Max Image Size 403 px wide (height will be auto that is proportional) (middle right)
- Highlight a Post**: 843 x 403 px (bottom blue banner)
- Tab App Pages**: 810 px wide (bottom black banner)

Red arrows point from the text in the list to these specific elements on the page.

3 - Facebook: Pagine in evidenza

- Sono le pagine **che piacciono alla tua pagina**;
- **Attenzione:** piacciono non al tuo profilo personale, ma alla tua pagina;
- Lo spazio “Pagine” mette in evidenza solo **cinque pagine** preferite. E’ un’opportunità per promuovere altre pagine con cui si è associati o che fanno parte della stessa azienda/brand.



4 - Facebook: i contenuti

- Realizzare un piano editoriale settimanale che permette di organizzare i post da pubblicare;
- Postare più volte a settimana
- Curare i commenti, mettere i like, rispondere sempre;
- Parlare con i fan, rispondere, incoraggiare la conversazione;
- Avere fantasia: fare rimandi al sito web, postare foto, postare video, utilizzare le domande ecc;

- Avere una policy della pagina: Netiquette;
- **Mai cancellare i commenti negativi.**

5 - Facebook: Insights



- **1 People Talking About This** è una nuova metrica che tiene conto:
 - dei like della pagina
 - dei post degli utenti sulla bacheca
 - dei like, commenti o condivisioni dei contenuti pubblicati sulla pagina
 - delle risposte alle domande postate
 - delle conferme ad un invito
 - delle menzioni/tag della pagina
 - della condivisione o del like di un deal o di un check-in nel luogo associato al brand



web & social marketing

Come si fa a spiegare il mare a chi lo guarda e vede solo acqua...?
Eppure, non c'è niente che vorresti fare che non possa essere
fatto.

www.blusublu.it

+39 339.3277864