

PROGRAMMA COMPLETO

1 Introduzione: Mindset e Fondamenta su Meta Ads

- Programma Didattico e Obiettivi del Corso
- Come funziona Meta Ads e perché è una miniera d'oro
- Il mindset del digital advertiser: pensare come un professionista

2 Prima di Iniziare: Struttura, Business Suite e Account Pubblicitari

- Cos'è e perché una Pagina Facebook è indispensabile. Come creare la tua Pagina Facebook in modo strategico. Gli errori più comuni da evitare appena crei la tua Pagina. Creare passo passo il tuo Business Manager / Business Suite. Impostare correttamente l'account pubblicitario su Meta Ads Manager.

3 Blocco Account: Come Proteggere il Tuo Lavoro

- Panoramica essenziale sulle linee guida di Meta per non rischiare blocchi
- Best practices per evitare blocchi e penalizzazioni al tuo Ad Account
- Costruire una reputazione solida e guadagnare la fiducia di Meta

4 Dataset (Pixel) e Tracciamento Dati: il motore della performance

- Cos'è il Dataset e perché è la chiave delle conversioni
- Tracciamento con Dataset (Pixel) e potenziale per un utilizzo efficace
- Come creare e installare un Dataset passo dopo passo

5 Struttura delle Campagne e Scelta dell'Obiettivo Corretto

- Capire la gerarchia di Meta Ads: Campagna > Gruppo > Inserzione
- Come scegliere l'obiettivo giusto in base ai risultati desiderati

Il Budget: Impostazione e Gestione Intelligente

6

- Come funziona il sistema d'asta e cosa influenza i costi
- Advantage+ / CBO vs ABO: differenze, vantaggi e quando usarli
- Budget giornaliero o totale: quale scegliere e quando
- Capire la fase di apprendimento per migliorare le performance
- Strategie di offerta e controllo dei costi
- Analisi e ottimizzazione del budget per risultati sostenibili

Tipologie di Pubblico e Targeting Accurato per Identificare le Persone Giuste

7

- Definizione del pubblico: località, età, genere, interessi, comportamenti
- Uso di pubblico ampio vs pubblico ristretto
- Sovraposizione, esclusioni e salvataggio dei pubblici
- Pubblico Personalizzato: cos'è e come sfruttarlo al meglio
- GDPR e gestione dei dati: cosa sapere per restare in regola
- Pubblico Salvato: creazione e strategie d'uso
- Pubblico Simile: definirlo, sceglierlo e aumentarne la qualità

Inserzioni: Copy e Creatività che Convertono

8

- Scrivere copy persuasivi che generano azione
- Fusione tra copy e target per aumento delle conversioni
- Creatività ad alto impatto visivo: scegliere immagini irresistibili
- Video e caroselli per catturare l'attenzione

Analisi, Ottimizzazione e Retargeting

9

- Esempio pratico: crea una campagna da zero applicandole strategie apprese
- Come leggere e interpretare i dati in Meta Ads Manager
- Metriche di vanità vs dati che contano davvero
- Retargeting: come riconquistare utenti e aumentare le conversioni

BONUS

10

- Bonus aggiornati e variabili