

Francesco Agostinis



GLOSSARIO

Le parole che devi sapere

Introduzione



Glossario

- **Business Manager (BM)** → BM non si intende “bimbominchia” ma “Business Manager”, il luogo dove possiamo gestire tutta la piattaforma di advertising Facebook.
- **Ads Manager** → La parte del BM in cui possiamo creare e gestire campagne di advertising

Introduzione



Glossario

- **Campagna** → Su Facebook Ads, è il raggruppamento più generico che contiene tutti gli AdSet e le Ads della stessa campagna. E' dove scegliamo l'obiettivo che vogliamo raggiungere con le nostre campagne
- **AdSet** → Un AdSet è un insieme di Ads. Nell'AdSet possiamo specificare la nostra audience, il budget e molte altre informazioni condivise a tutte le Ad contenute in questo Adset.
- **Ad** → Contiene la creatività (il post) del nostro annuncio. Può avere diversi formati.

Introduzione



Glossario

- **CPC → Costo per click** – Il costo medio per click speso per quella campagna/adset/ad.
- **CPM → Costo per mille impressioni** – Il costo medio speso per far vedere quella campagna/adset/ad a 1000 persone o mille volte a un numero X di persone.
- **CTR → Click Through Rate** – Numero totale di click dell'annuncio, diviso il numero totale di visualizzazioni che l'annuncio ha avuto. Ci da un dato importante per capire quando la nostra Ads è interessante per il nostro pubblico.

Introduzione



Glossario

- **Custom Audience (pubblico personalizzato)**
→ Una Custom Audience è un pubblico basato, come vedremo nelle prossime lezioni, sulle azioni che un utente ha compiuto nei confronti della nostra Pagina Facebook o del nostro Account Instagram
- **Saved Audience (pubblico salvato)** → E' un pubblico basato su demografiche, interessi e connessioni dei nostri potenziali clienti.
- **Lookalike Audience (LAL)** → Audience di utenti "simili" che Facebook crea in base ad una Custom Audience.

Introduzione



Glossario

- **Facebook UID** → ID che identifica un utente in particolare su Facebook.
- **Facebook Pixel** → Frammento di codice da inserire nelle proprie pagine web. Serve per tracciare le azioni che compiono gli utenti Facebook sulle pagine web.
- **Remarketing / Retargeting** → Tipologia di campagna che re-intercetta utenti che hanno compiuto azioni particolari su pagine web (tracciate con Facebook Pixel) o su pagine.
- **Placement/ Posizionamento** → Posizioni in cui Facebook mostrerà gli annunci pubblicitari (News Feed, Sidebar, Mobile News Feed, Instagram, Instagram Stories...)

Introduzione



Glossario

- **Conversione:** qualsiasi evento che Facebook individui come scaturito da un utente specifico su una pagina del nostro sito.
- **Lead/Contatto:** Insieme di dati che, raccolti su un database, identifichino un utente specifico (e-mail, nome, cognome etc)
- **Visualizzazioni/Impressions:** numero di volte che un inserzione o una pagina viene effettivamente vista
- **Frequenza:** numero di volte che un singolo utente vede una determinata inserzione/adset/campagna
- **Copertura/Reach:** numero di persone raggiunte dall'inserzione

Introduzione



Glossario

- **View Content** → evento visualizzazione di un contenuto su un sito, solitamente utilizzato sulle pagine prodotto
- **Add to cart** → evento che scatta ogni volta che un utente del nostro sito aggiunge un prodotto al carrello.
- **Initiate checkout** → evento che scatta ogni volta che un utente del nostro sito inizia il processo di acquisto (checkout)
- **Purchase** → evento che scatta ogni volta che un utente del nostro sito acquista dei prodotti

Introduzione



Glossario

- **Lifetime Value:** → Valore totale degli acquisti nel tempo di un singolo cliente
- **CPL:** → Costo per Lead
- **CPA** → Costo per azione specifica
- **Conversion Rate:** → tasso di conversione rispetto ad un singolo evento
- **ROI:** → Ritorno dell'investimento, cioè $\text{Fatturato}/\text{Spese}$
- **ROAS:** → Ritorno dell'investimento pubblicitarie, cioè $\text{Fatturato}/\text{Spese pubblicitarie}$

