

# GLOSSARIO META ADS

**Le parole che devi sapere per gestire Meta**

# Glossario META ADS

**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

# Glossario META ADS

**Campagna** → Su Facebook Ads, è il raggruppamento più generico che contiene tutti gli Ad Set e le Ads della stessa campagna. Il luogo 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.

# Glossario META ADS

## **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 ThroughRate**

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.

# Glossario META ADS

## **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

## **SavedAudience (pubblico salvato)**

un pubblico basato su demografiche, interessi e connessioni dei nostri potenziali clienti.

## **LookalikeAudience (LAL)**

Audience di utenti “simili” che Facebook crea in base ad una **Custom Audience**.

# Glossario META ADS

**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...)

# Glossario META ADS

**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

# Glossario META ADS

**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



# Glossario META ADS

**LifetimeValue:** 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  $\text{Fatturato} / \text{Spese pubblicitarie}$

**GRAZIE**