

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