

Inserzioni Carosello: cosa sono, come usarle e come crearle

Pensavi che le tipologie di Inserzioni in Facebook fossero solo quelle con i classici post?

Mi piace sulla Pagina, post con condivisione di link, immagini...

Bene, perché da un po' di tempo c'è **una novità che è assolutamente da sfruttare** per chi fa pubblicità in Facebook. Un nuovo formato chiamato: **Multi Product AD** (ovvero Inserzione Multi Prodotto) o anche "**Carosello**" o "*Inserzioni con immagini in sequenza*".

E non farti ingannare dal nome perché non è limitata solo alla promozione di prodotti e vendita diretta.

Chi la sta provando sta riscontrando ottimi risultati, quindi è ora che ne approfitti anche tu!

Vediamo insieme:

- in cosa consiste
- alcuni modi in cui puoi sfruttarla
- ***una chicca per un'idea unica su come usarla che non ho ancora visto fare da nessuno!***
- e soprattutto come crearla passo passo!

Cos'è un'inserzione o post Carosello?

Fino ad oggi, per promuovere qualcosa, il metodo più utilizzato era creare un post con il link a tale risorsa.

Esempi di questo sono:

- i post in cui si condivide il link ad un **Articolo del BLOG**
- **Sales Page** (cioè pagine di vendita)

- o altri tipi di **Landing Page** (pagine di atterraggio, come possono essere anche le APP legate alla Pagina Facebook)

Tutte queste soluzioni hanno in comune 2 cose:

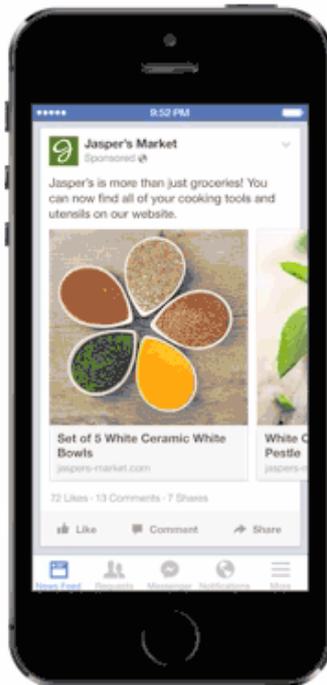
1. sono dei **normali post** che puoi creare per la tua Pagina, anche senza le inserzioni.
2. **puoi condividere un solo link** che viene mostrato attraverso un'anteprima composta da immagine in evidenza, titolo e descrizione (generati automaticamente da Facebook o impostati da te)

Una inserzione multi prodotto, invece, ti dà la possibilità di creare **qualcosa che non si è mai visto prima**, un nuovo tipo di post speciale che **si differenzia nettamente** da tutti gli altri.

Proprio per queste ragioni, credo che questo sia un momento d'oro per sfruttarle. Sono una novità che **incuriosisce le persone** e questo per te si traduce in:

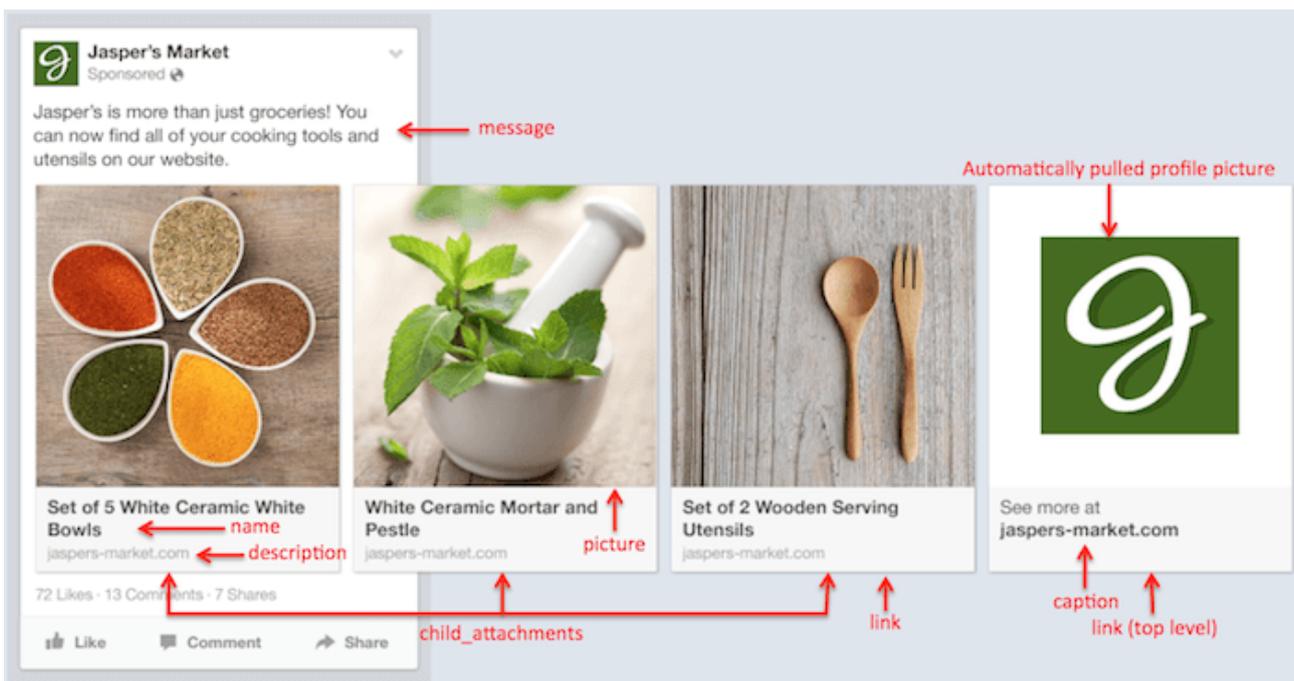
- ***maggiore visibilità***
- ***più interazioni***
- ***costi minori***
- ***più risultati***

Qui sotto vedi un esempio in azione di come è fatta una inserzione multi prodotto:



Non è limitata ai dispositivi mobili, anche sul Desktop si vede più o meno allo stesso modo.

Per praticità, attraverso l'immagine successiva, andiamo a scomporla nei suoi elementi base, a vederla nella sua interezza per comprendere meglio come è composta:



In un normale post in cui condividi un link, come dicevo, c'è un'unica immagine rettangolare bella ampia che copre il post, mentre in questo caso, come vedi, ci sono più riquadri piccoli e quadrati, e ognuno di questi corrisponde ad un diverso link.

Rimane il titolo sotto all'immagine, che però è più corto, e anche una brevissima descrizione.

Al momento hai la possibilità di creare questo tipo di inserzione multipla inserendo **da un minimo di 3 link** diversi, ad un **massimo di 5**.

Nell'ultimo riquadro (in più rispetto a quelli dei link) verrà mostrata la **foto profilo della Pagina** per cui è stata creata l'inserzione, e rimanderà anch'essa ad un link che puoi impostare ad esempio con la home del tuo sito web.

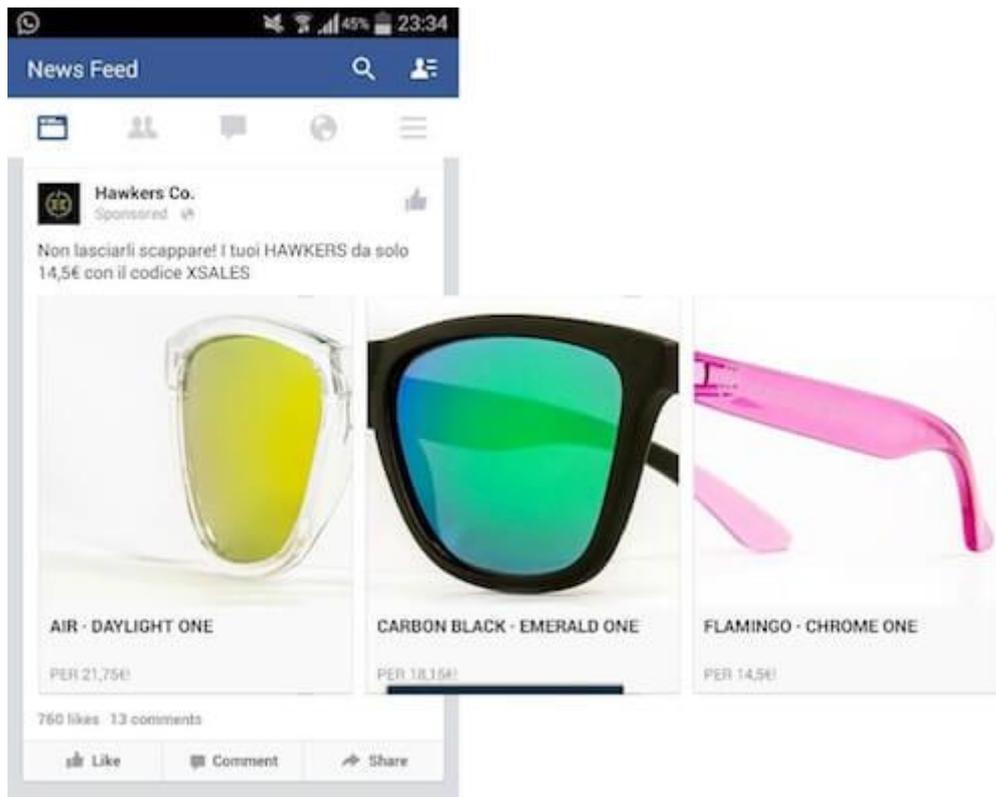
Occhio quindi a non fare brutte figure con Foto Profilo brutte e di bassa qualità; e per quanto riguarda il sito... se non ne hai uno, stai commettendo un grave errore.

Ora che ne abbiamo studiato l'anatomia, andiamo a vedere...

Come sfruttare le Inserzioni Multi Prodotto

Come suggerisce il nome, un ottimo modo per sfruttare questa nuova tipologia di inserzioni, è sicuramente quella di usarla come un **carosello di prodotti in vendita**. Ottima quindi per chi ha un **eCommerce**.

Guarda come è stata usata in modo creativo da questo eCommerce di occhiali:



Ma se ti stai chiedendo se serva avere un eCommerce per usarle... non preoccuparti.

Anzi, forse vista la natura di Facebook, **la vendita così diretta può non essere molto facile** a meno che tu non abbia un brand riconosciuto, autorevole e prodotti con prezzi bassi.

Un corso da 197€ non lo vendi così direttamente, ma magari un eBook a 12€ può ottenere buoni risultati.

In questo caso, se vuoi sperimentare, ti consiglio di usare pubblici come i tuoi **FAN** della Pagina Facebook, gli **ISCRITTI** alla tua newsletter, la lista dei tuoi **CLIENTI** passati, e i **VISITATORI** del tuo sito web.

Perché? Semplice, sono persone che già ti conoscono e ti apprezzano, quindi non sono Lead Freddi, e se vuoi vendere direttamente in Facebook, **rappresentano la tua migliore possibilità.**

Ma al di là di questa soluzione “scontata”, quello che ti consiglio di provare è di utilizzare questa opportunità anche per altri obiettivi.

Se ad esempio come noi hai un sito web e produci dei contenuti per il tuo pubblico, è un'ottima occasione per fare una piccola **raccolta a tema di 3-5 articoli** e creare una bella inserzione per portare persone a visitare il tuo sito e leggere le tue risorse spendendo molto poco.

Alla fine si tratta di link, quindi utilizza un po' di fantasia e di creatività e costruisci la tua inserzione Multi Product!

Se vuoi degli esempi creativi da cui trarre spunto, puoi guardare [questi qui](#), e se noti puoi usare le immagini **come una sequenza di avvenimenti uno dopo l'altro**, una sorta di storiella che si svolge in varie scene.

Non serve nemmeno che i link siano diversi, **possono anche rimandare tutti alla stessa pagina web** e tu sfruttare solo l'effetto "Carosello" con le immagini in sequenza.

Una chicca su come usare le Pubblicità Carosello

Vuoi un esempio per fare una cosa avanzata?

La sto ancora elaborando e devo sperimentarla, e non ho visto ancora nessuno usarle in questo modo, quindi voglio il copyright se la userai anche tu.

Eccola:

grazie alle **Website Custom Audience** (pubblici personalizzati con il Sito Web), hai la possibilità di tracciare le persone che visitano pagine specifiche. Queste persone poi entrano in un pubblico che puoi utilizzare per altre inserzioni molto mirate.

Vuol dire che ad esempio puoi creare una domanda nel testo del post e sfruttare i link dell'inserzione multi prodotto come fossero dei pulsanti che le persone devono premere per dare la loro risposta.

Una Domanda a risposta Multipla o un Sondaggio!

se PROMUOVI la tua Attività attraverso FACEBOOK e non stai ottenendo i Risultati che speravi... ti faccio una semplice domanda: ti piacerebbe avere una Pagina che funziona e porta profitti?

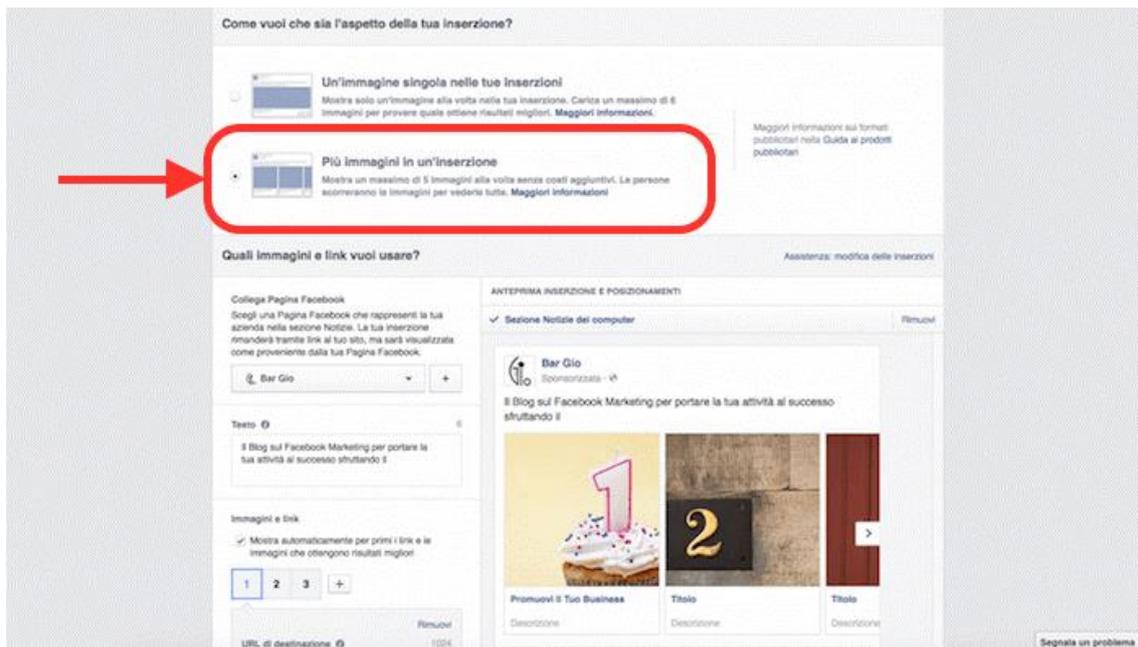
		
Si, vorrei usare Facebook con profitto!	No, Facebook è una trappola	Non so, non serve o no
Mi piace · Commenta · Condividi		

Chi risponderà in un determinato modo, può essere mandato in una **Landing Page specifica in base alla scelta** e dato che li stai tracciando, volendo potrai anche creare una seconda inserzione da mostrare solo a chi ha risposto positivamente, in modo da portarli in una pagina di conversione (ad esempio in iscritti).

Saranno persone molto più predisposte a compiere quell'azione, e tu avrai maggiori conversioni e costi minori.

Guida passo passo per creare un'Inserzione Carosello

È possibile crearle nel **Tool di Creazione Inserzioni** che si trova andando su www.facebook.com/ads/create, come si vede dall'immagine sotto:



E da pochissimo tempo è anche possibile costruire questo tipo di post dalla Pagina Facebook usando l'opzione *“Foto/Video”* e poi *“Crea un Carosello di foto”*.

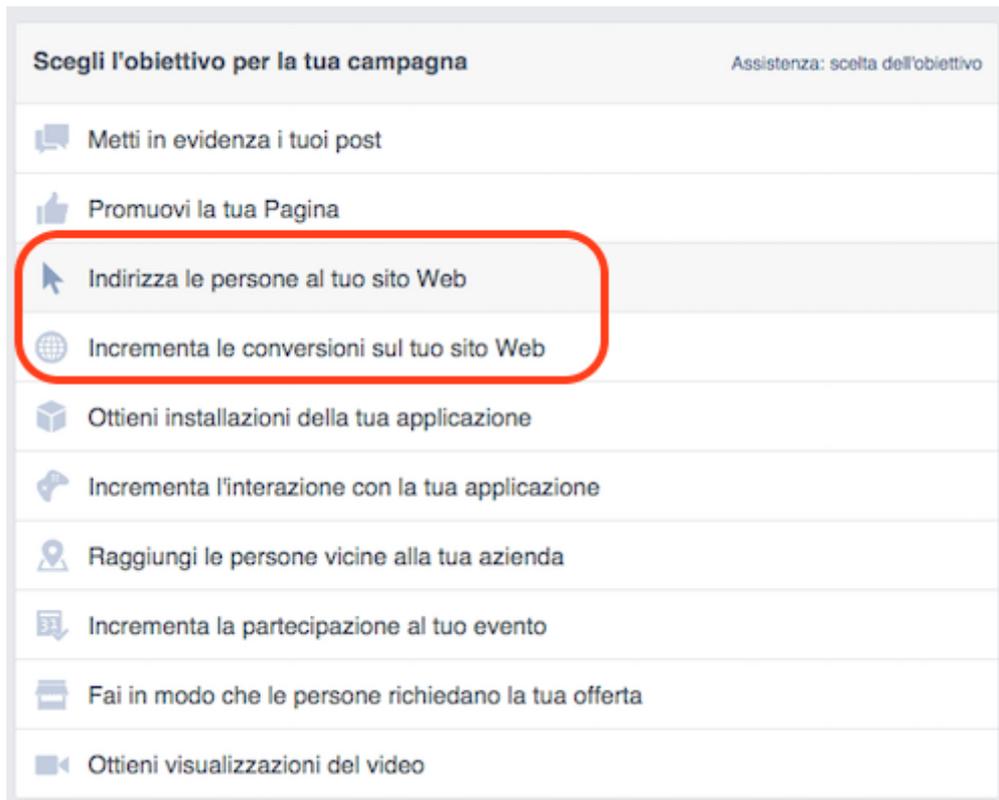


Comunque, tornando alla **guida passo passo per costruirla**, come prima cosa accedi allo ***“Strumento di Creazione Inserzioni”***

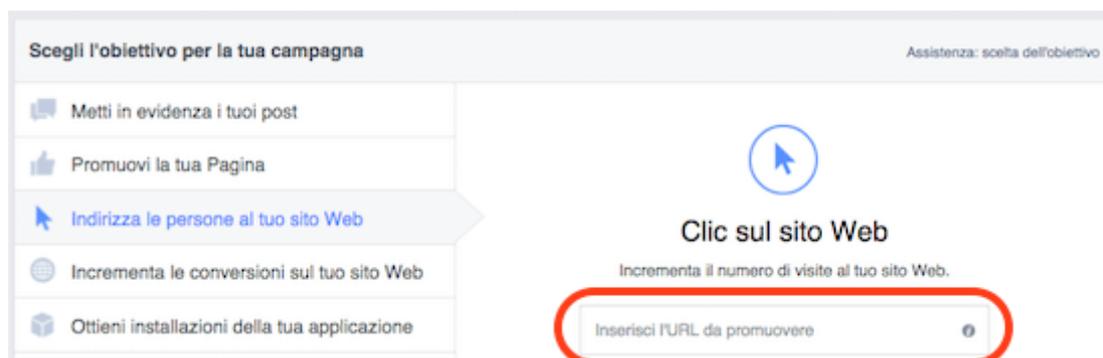
Per creare questa particolare pubblicità è necessario utilizzare uno fra questi due tipi di obiettivi per la Campagna:

- *“Indirizza le persone al tuo Sito Web”* (o *“click sul sito web”*)

- “Incrementa le conversioni sul tuo Sito Web” (o “conversioni”).



E una volta scelto l’obiettivo, devi inserire il primo dei vari URL (o link) che vuoi utilizzare per creare il Carosello.



Ti consiglio di mettere la home page del tuo sito web o una Landing Page particolare, perché alla fine questo link verrà usato per l’ultimo riquadro del carosello, dove ci sarà la foto profilo della tua Pagina Facebook, e che non potrai cambiare in seguito.

La scelta del pixel non è necessaria, e puoi continuare la creazione cliccando sul tasto blu “*Continua*”.

A questo punto si aprono tutte le sezioni sotto con le varie impostazioni.

Nel Gruppo di Inserzioni (dove ad esempio definisci il target, il budget e il **tipo di offerta**) non ci va nessuna impostazione particolare per abilitarle, quindi valorizzale come per le altre pubblicità che hai già fatto e scorriamo più in basso passando alle parti creative delle inserzioni.

Nella sezione “*Come vuoi che sia l’aspetto della tua Inserzione?*”, quindi, seleziona l’opzione “**Più immagini in un’inserzione**”.



A questo punto, trovi già una schermata con delle opzioni pre-caricate (prese dal link principale inserito all’inizio)

e puoi:

1. scegliere la **Pagina Facebook** per la quale creare l’annuncio
2. scrivere il **testo del post** (che compare sopra alle immagini del carosello).
3. scegliere se **mostrare automaticamente per primi i link e le immagini che ottengono risultati migliori** (cosa che può facilitare le interazioni e quindi abbassarti i costi delle pubblicità ma che conviene evitare se le immagini che hai creato compongono una storia o formano un’immagine unica spezzata, vedi esempio sopra degli occhiali)
4. scegliere se **aggiungere un’unità alla fine con l’immagine del profilo della tua Pagina**, ovvero se inserire un ultimo riquadro alla fine del carosello in cui puoi rimandarli al tuo sito (ricorda che il link non puoi modificarlo e rimarrà quello principale impostato all’inizio)

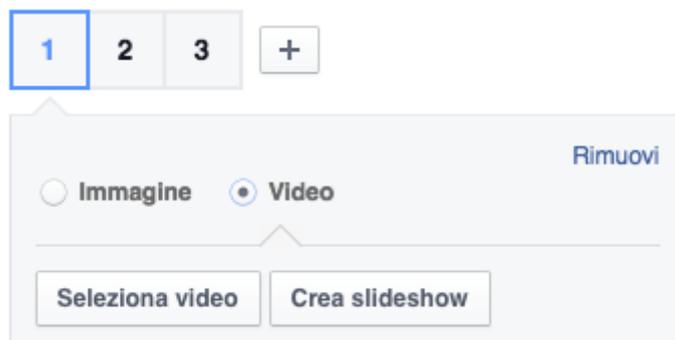
5. impostare i parametri specifici di ogni singolo riquadro

Andiamo quindi a vedere le impostazioni specifiche di ogni unità del carosello.

Grazie ai 3 riquadri numerati in alto, puoi scorrere le varie unità e impostare gli specifici parametri per ognuna. Di base parti con 3 unità, ma volendo **puoi aggiungere altri riquadri usando il tasto “+”** di fianco, fino ad un massimo di 5 riquadri.

Nel pannello sotto (nel caso dell’immagine sopra, relativo al primo link), puoi:

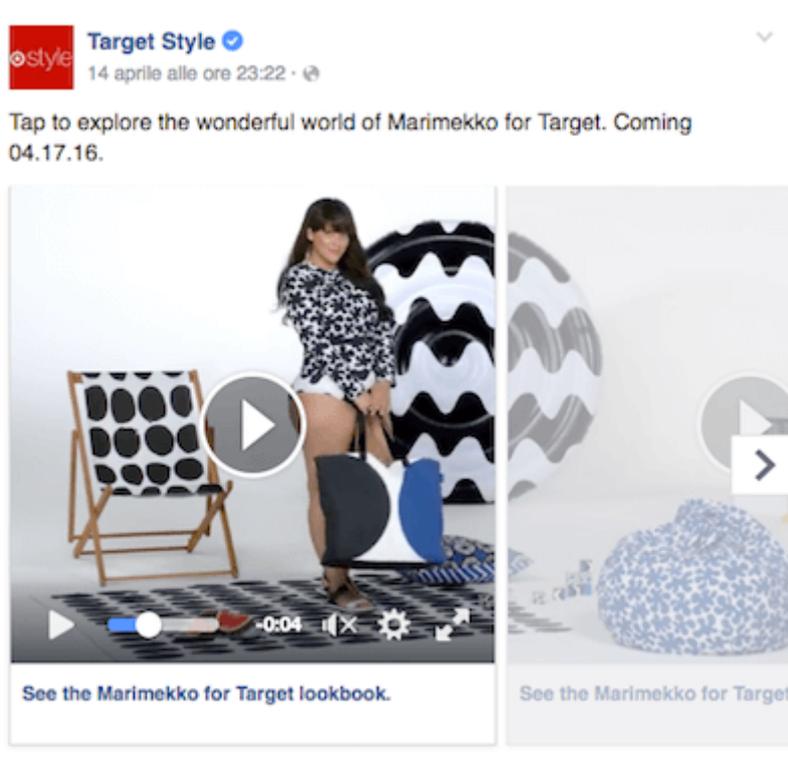
- impostare l’**immagine** (che deve essere quadrata, es: 600 x 600 pixel) oppure scegliere un **Video** o uno **Slideshow**



- inserire un **Titolo**
- inserire una **Descrizione** (facoltativa)
- specificare l’**URL** (o link) a cui deve rimandare questa singola unità se l’utente clicca su immagine, titolo, descrizione o pulsante di chiamata all’azione

Come sai, i Video sono un trend in crescita in Facebook, ricevono molte visualizzazioni e scatenano molte interazioni.

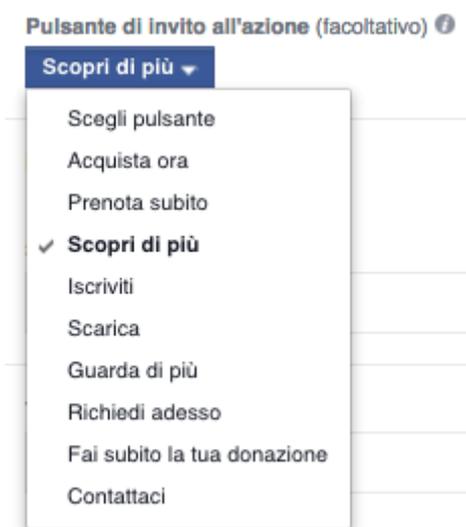
Ora che puoi usarli per i post carosello puoi creare cose molto accattivanti come l’esempio che puoi vedere cliccando questa immagine:



Per quanto riguarda l'immagine, fai attenzione a rispettare la **regola del 20% testo come anche le altre norme di Facebook per evitare che venga bocciata.**

Ripeti la procedura per ogni riquadro e, una volta terminato, passiamo all'ultima opzione.

Subito sotto il pannello multiplo appena visto, trovi l'opzione relativa al pulsante di *"Chiamata all'azione"*, che è impostato a livello generale e uguale per tutti i link del carosello.



Puoi scegliere se non metterlo, o se usare le voci:

- Acquista ora
- Prenota subito
- Scopri di più
- Iscriviti
- Scarica
- Guarda di più
- Richiedi adesso
- Fai subito la tua donazione
- Contattaci

Ci siamo! L'inserzione è pronta.