STUDIOSAMO® PRO

Visual strategy per l'advertising

Enrica Ferrero

Mi presento

Enrica Ferrero

Consulente, formatrice e public speaker sui temi della comunicazione visiva, lo sviluppo del brand e il posizionamento di marca, collabora con professionisti e aziende. Gestisce un blog che risponde alle necessità di freelance, studenti e di chiunque voglia conoscere le tecniche del brand management e della comunicazione digitale.

in /enrica-ferrero

1. Introduzione

1.1 Obiettivi del corso

*Il mondo del **visual advertising** cresce esponenzialmente con l'espansione del digitale. Ecco come le tecniche della comunicazione visiva si applicano alla tua strategia pubblicitaria.*

1.2 Programma del corso

- **Google Ads**
- **Facebook Ads**
- **Altre opportunità**

1.3 Cos'è la visual communication

- La **comunicazione visiva** riguarda la trasmissione di un messaggio tramite i principi della percezione visiva, la teoria del colore, i font tipografici, l'utilizzo di forme, simboli e icone, e il ricorso a figure retoriche
- Si applica alla progettazione di artefatti visivi nell'ambito della pubblicità, del marketing e del branding o gestione del marchio

1.3 Cos'è la visual communication

STUDIOSAMO PRO

1.3 Cos'è la visual communication

2. Google Ads

2.1. Cosa sono gli annunci illustrati

***Annuncio illustrato**: tipo di annuncio che include una grafica per promuovere la tua attività commerciale.*

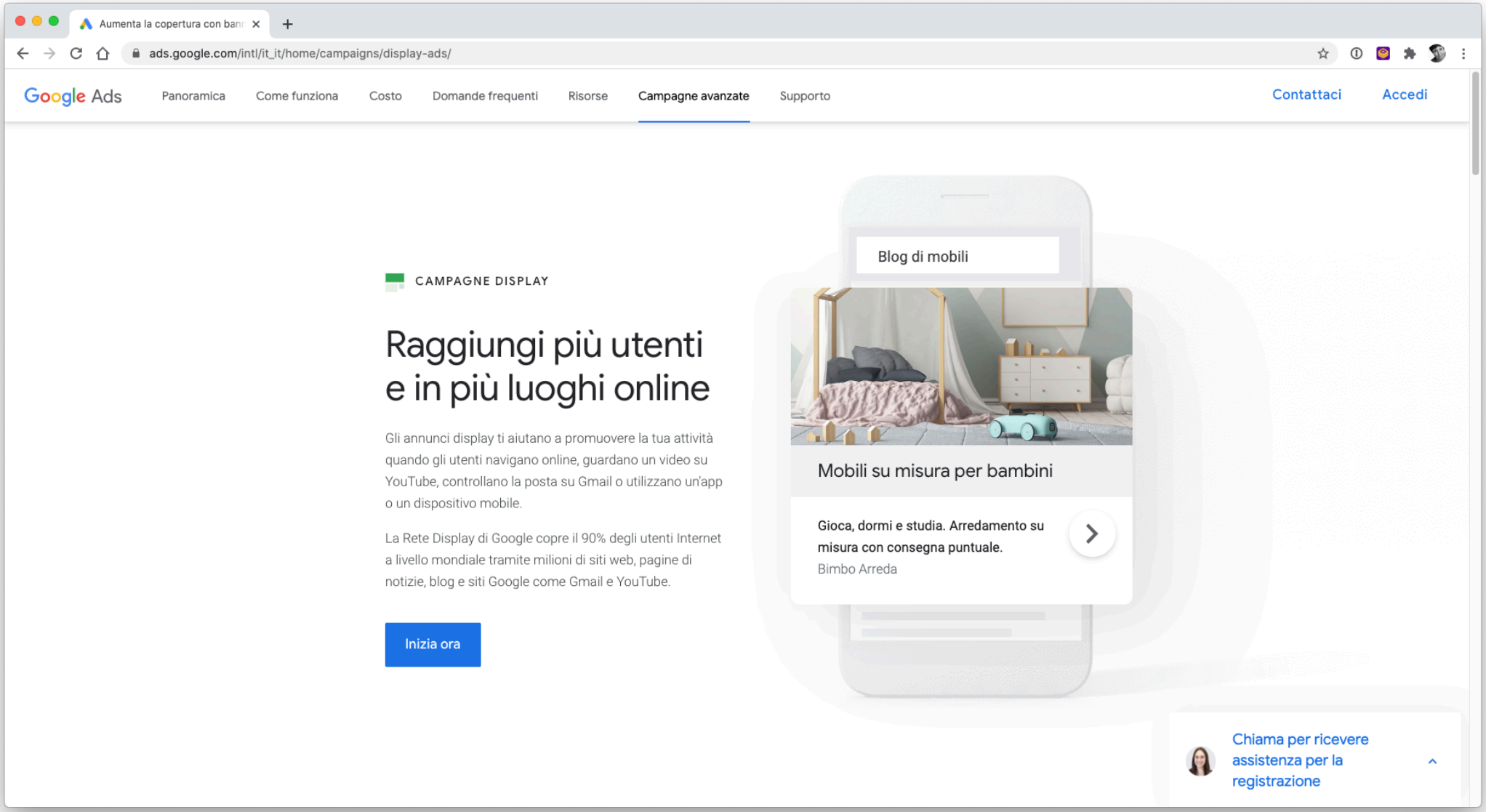
Guida di Google Ads

2.2 Google Display Network

*La **Rete Display** di **Google** può aiutarti a raggiungere gli utenti (...) mentre stanno navigando nei loro siti web preferiti, mostrando un video di YouTube a un amico, controllando il loro account Gmail o utilizzando dispositivi mobili e app.*

Guida di Google Ads

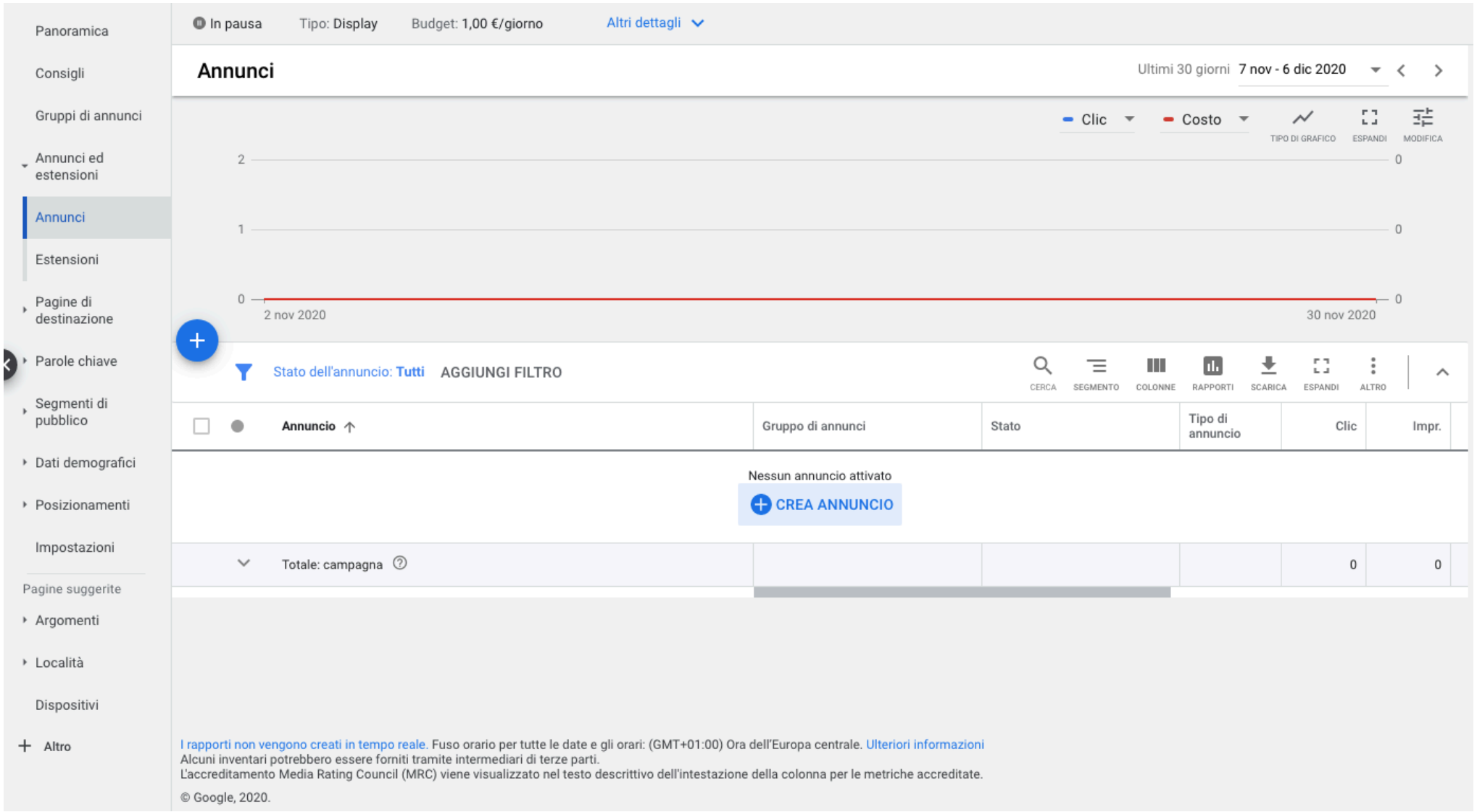
2.2 Google Display Network



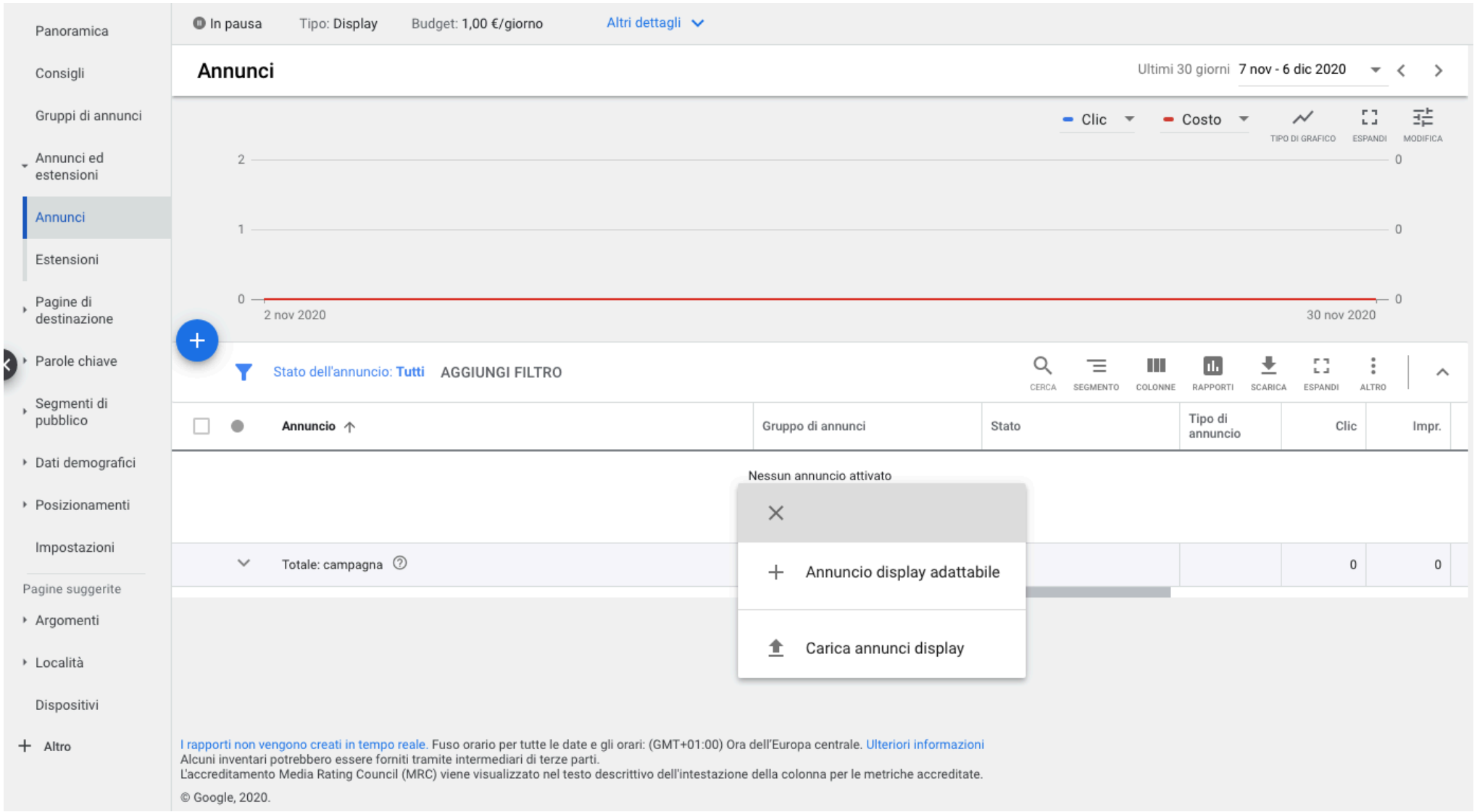
2.3 Annunci caricati

- Per le nostre campagne Display possiamo creare annunci personalizzati, così da avere il controllo completo sulle creatività
- Gli **annunci illustrati Caricati** vengono creati al di fuori di Google Ads e successivamente caricati sulla piattaforma

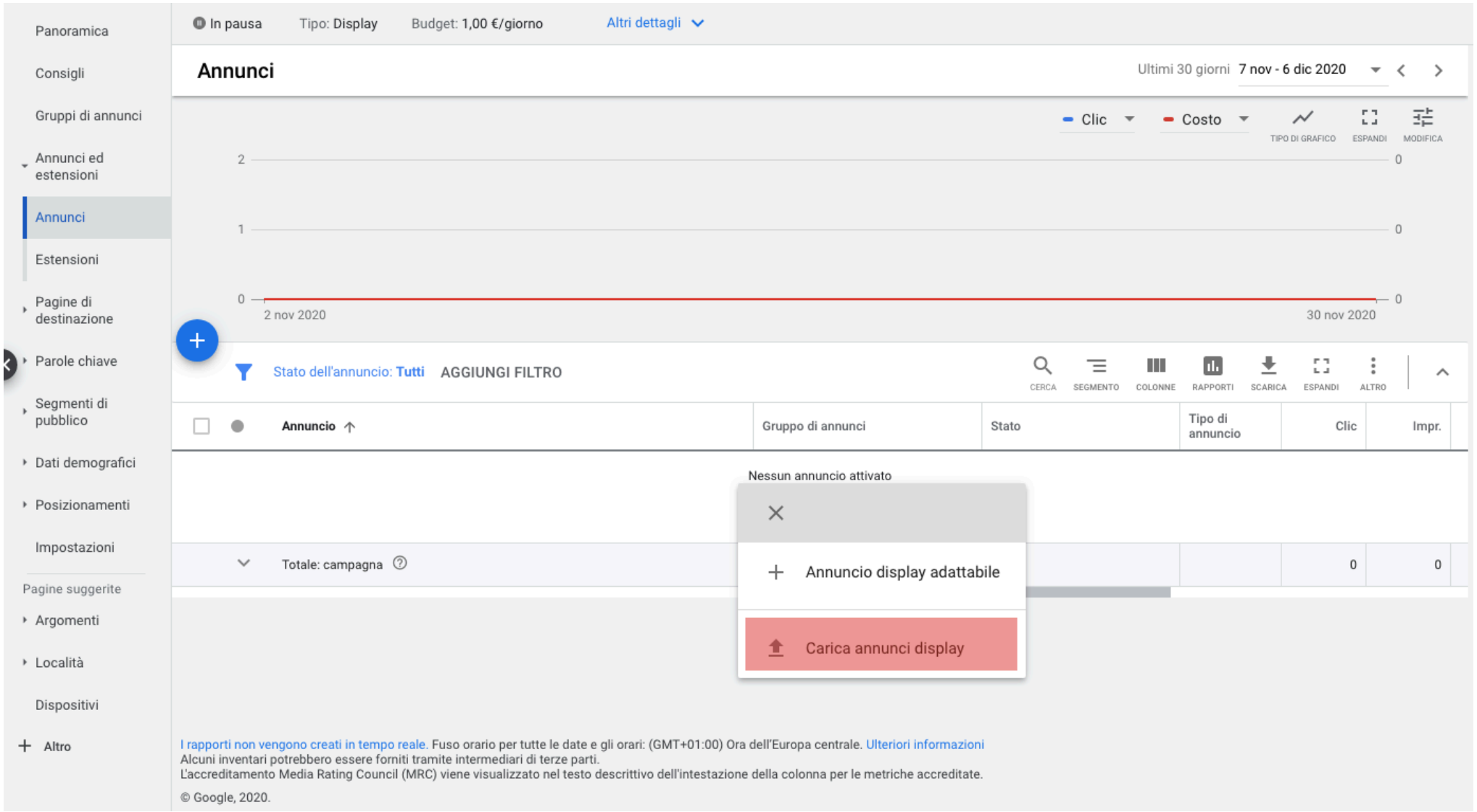
2.3 Annunci caricati



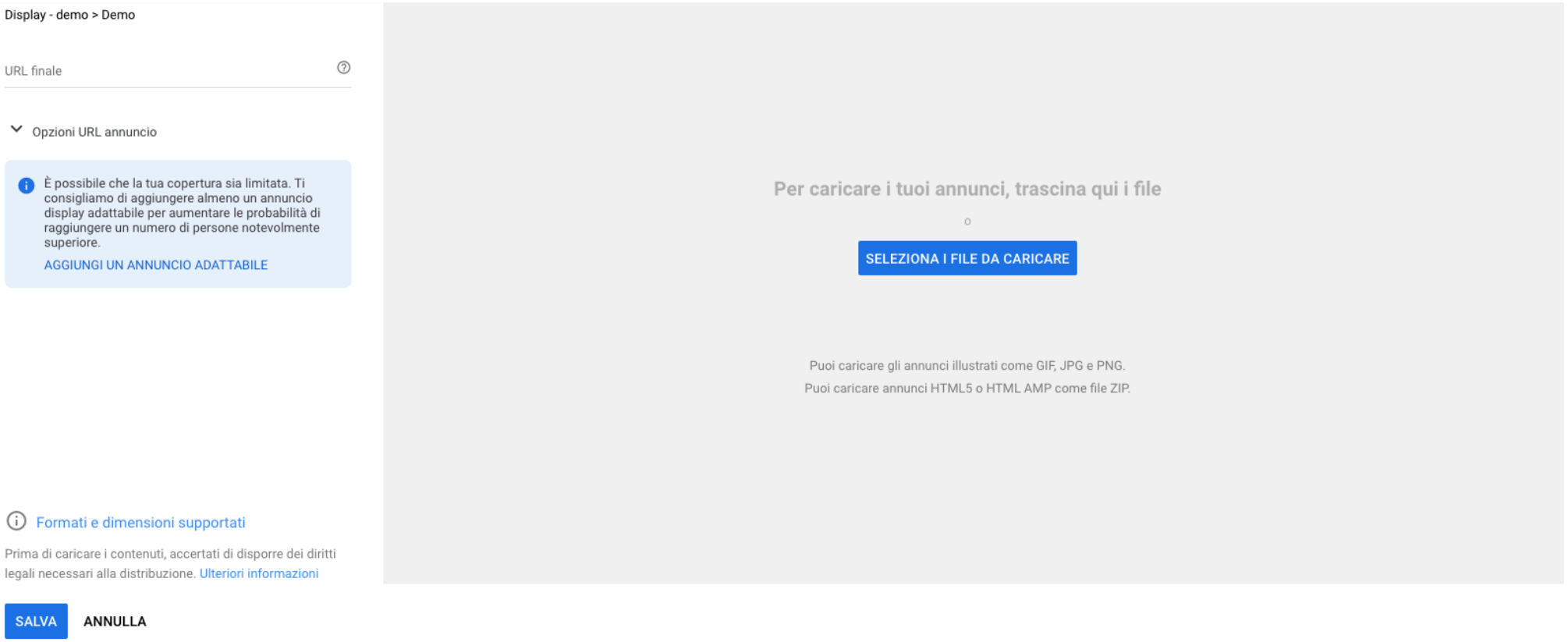
2.3 Annunci caricati



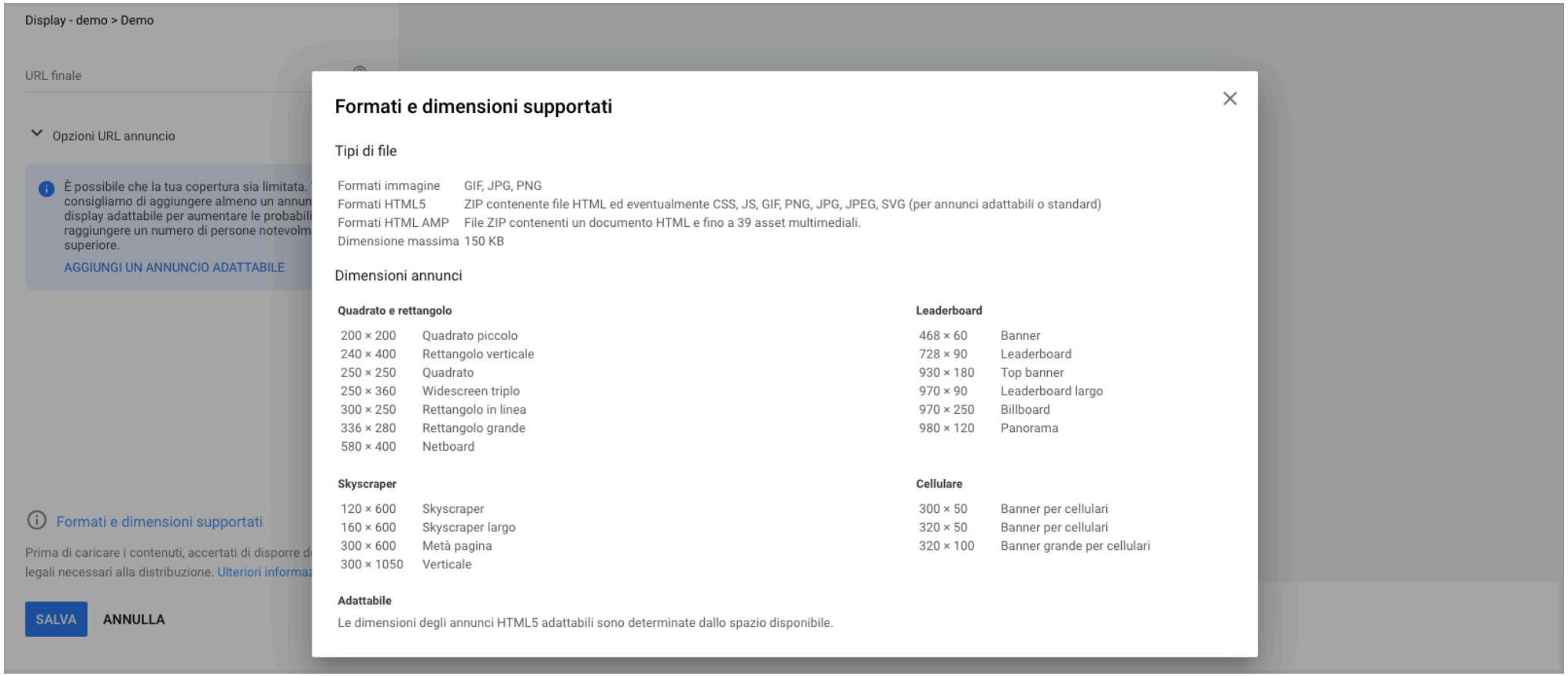
2.3 Annunci caricati



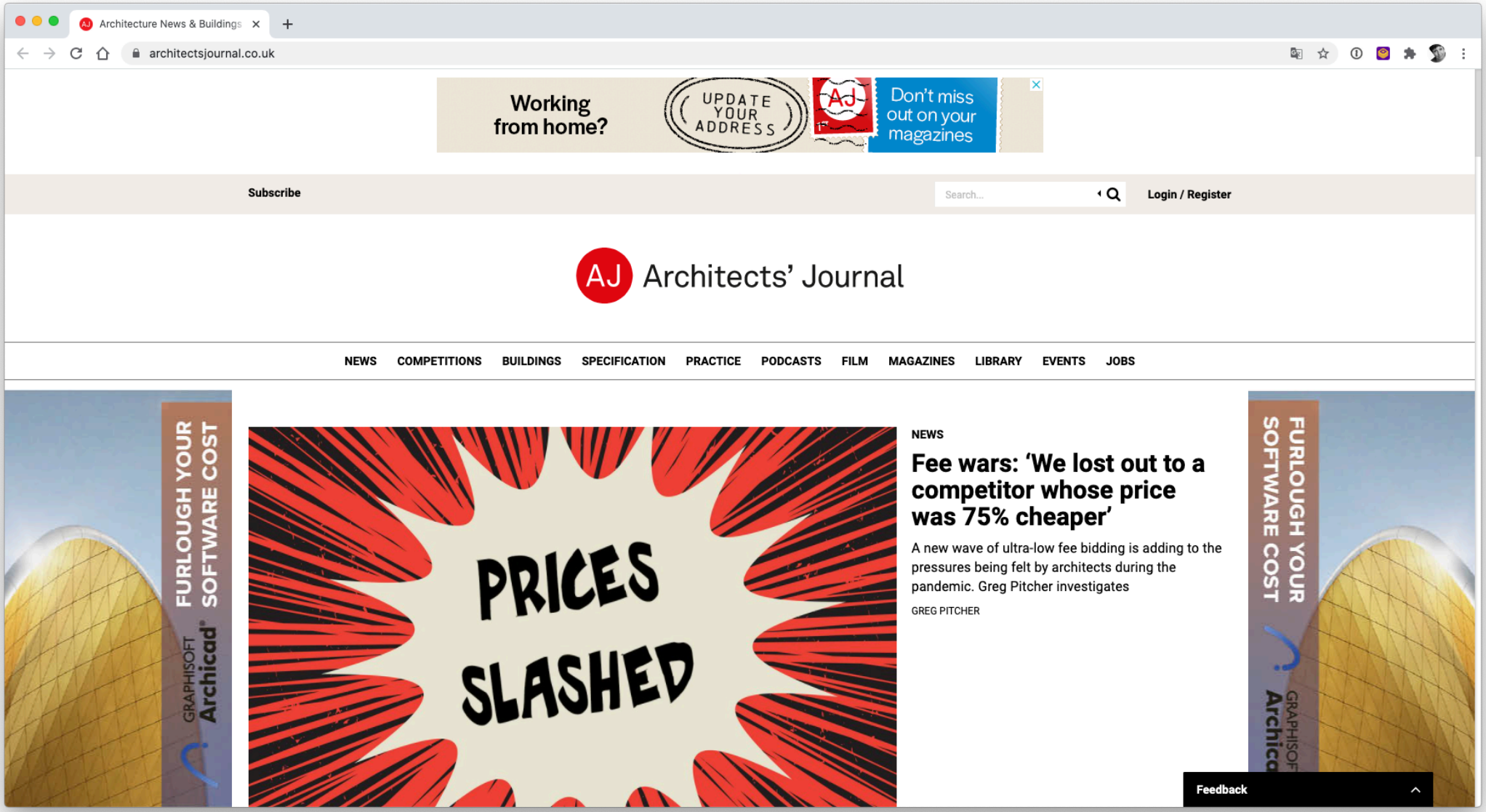
2.3 Annunci caricati



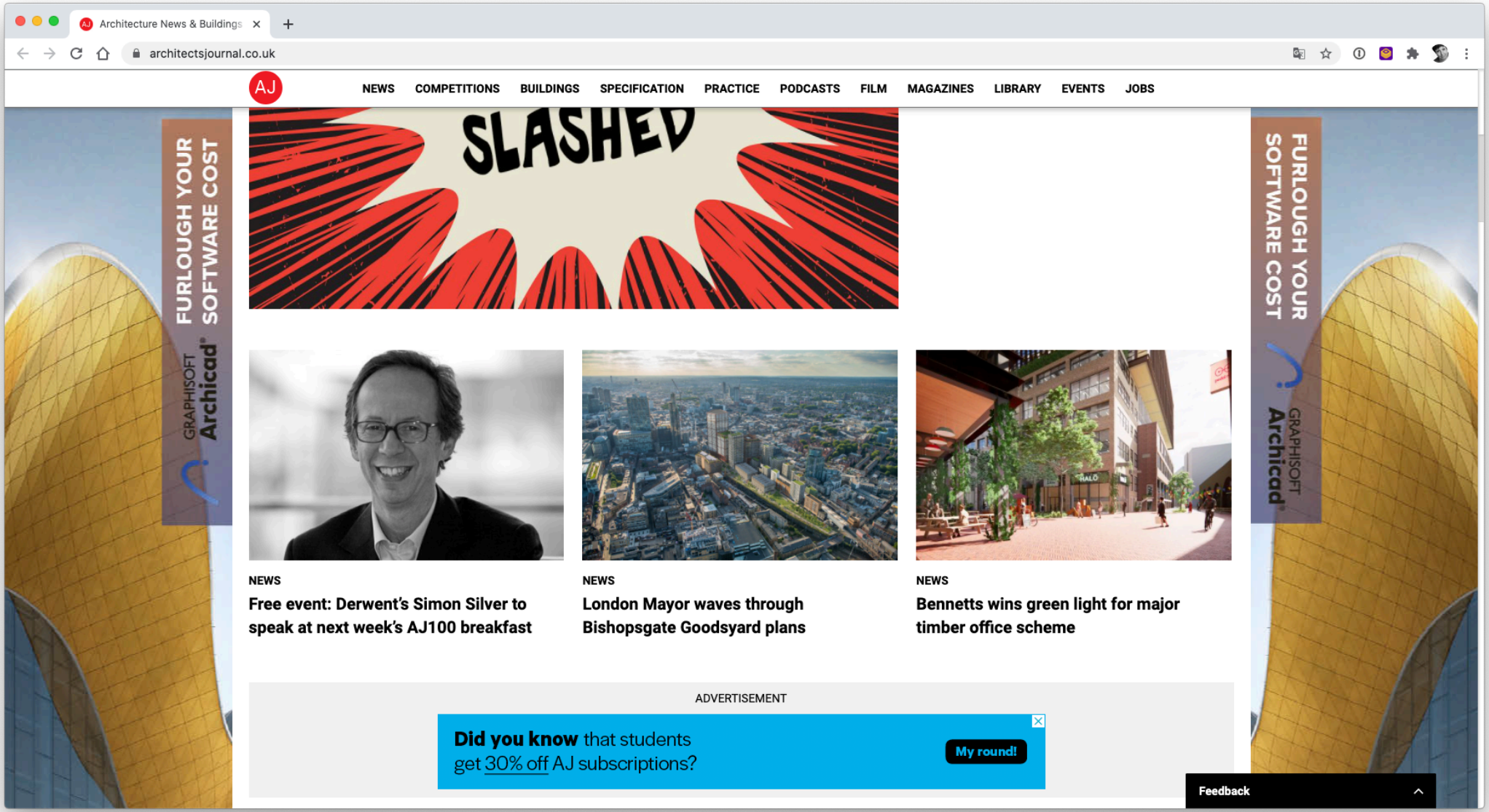
2.3 Annunci caricati



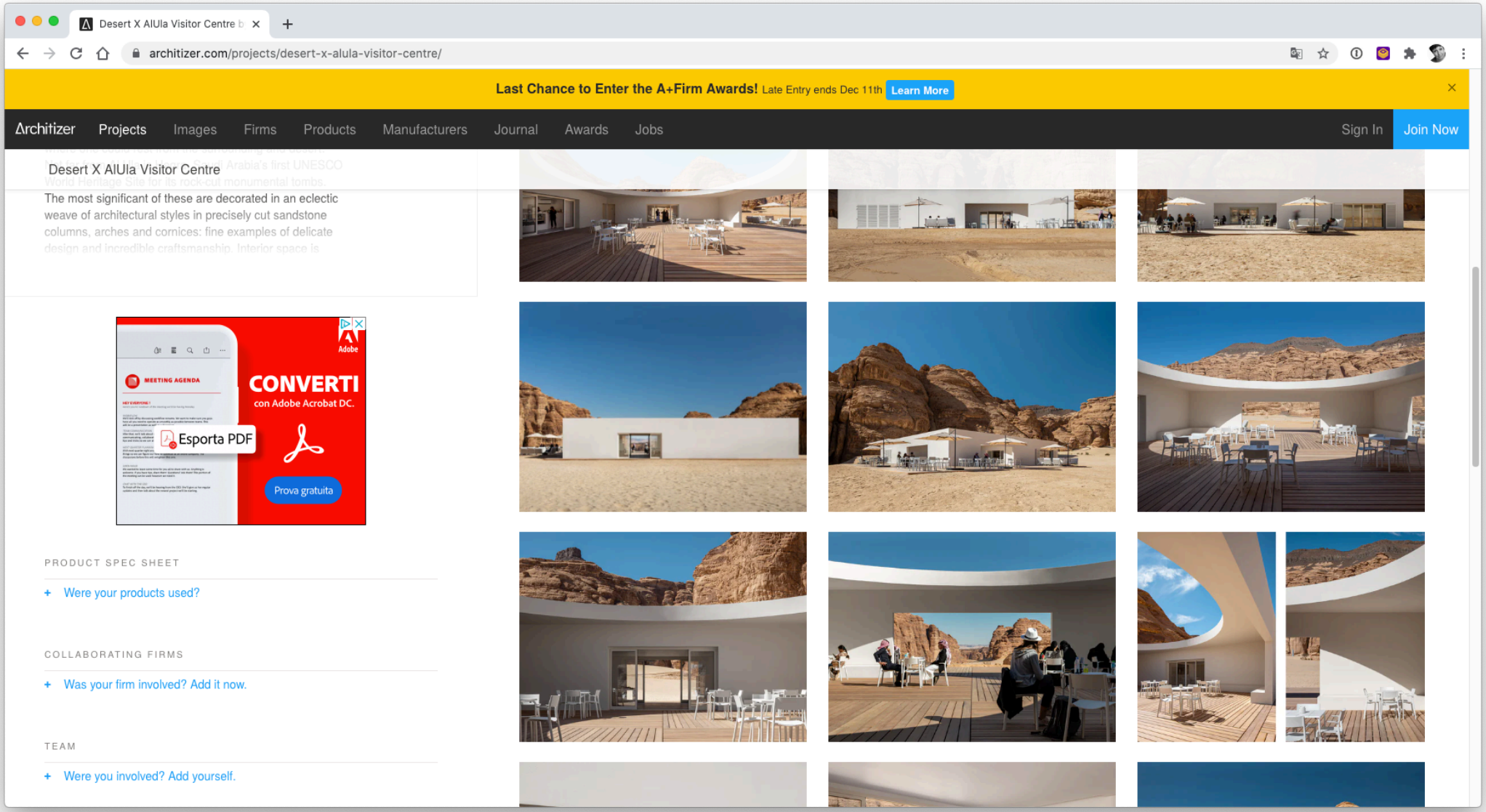
2.3 Annunci caricati



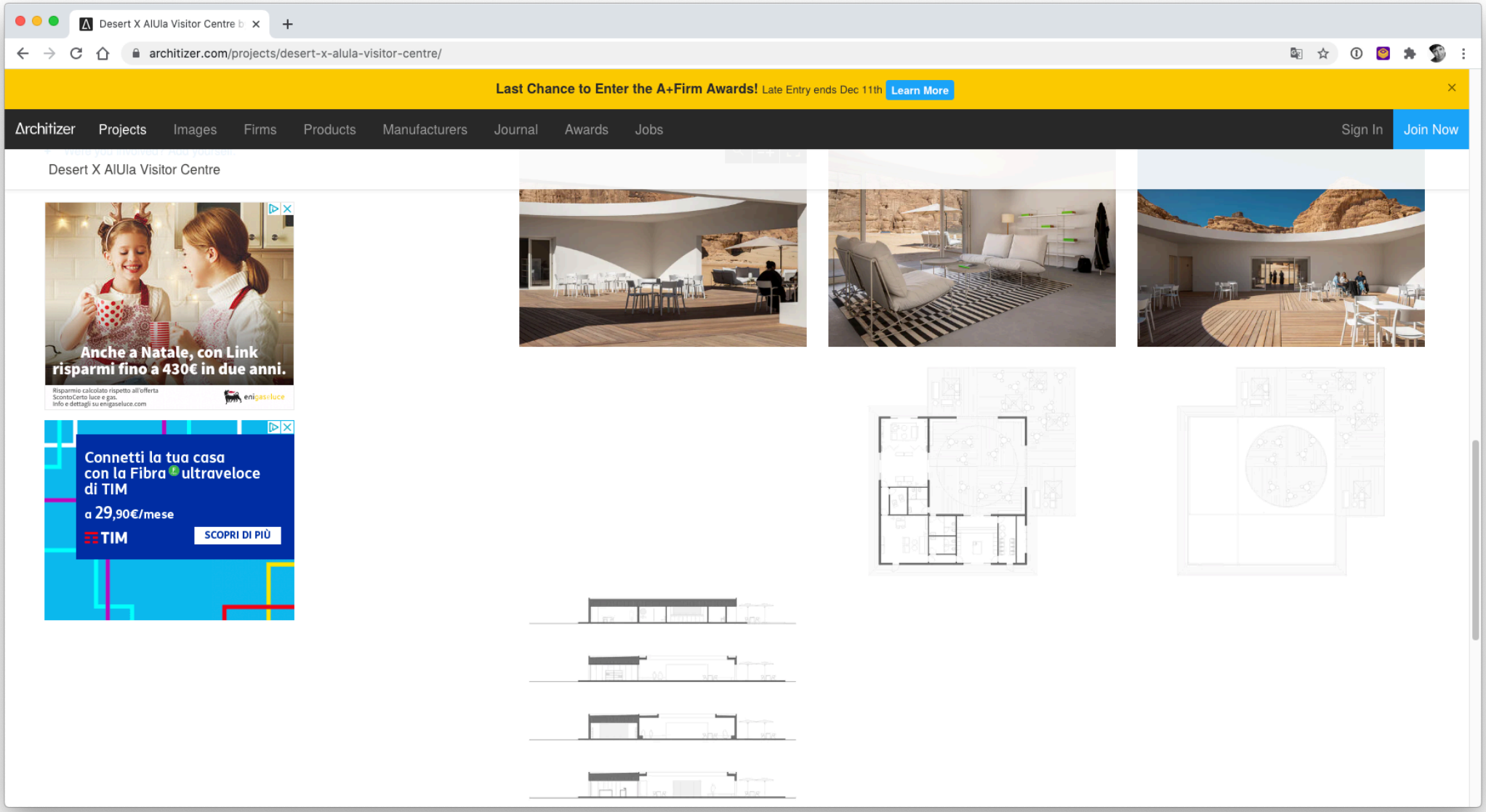
2.3 Annunci caricati



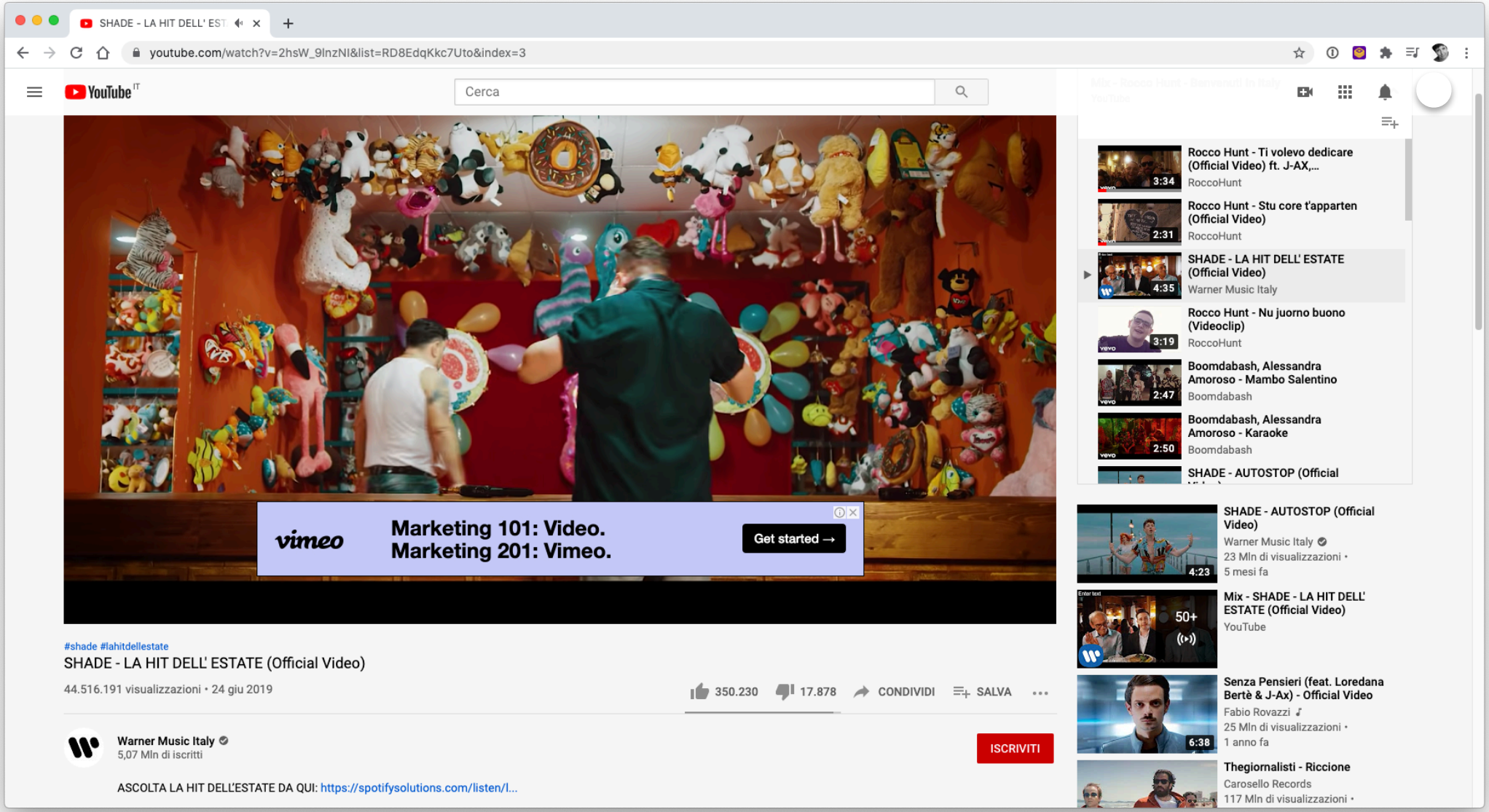
2.3 Annunci caricati



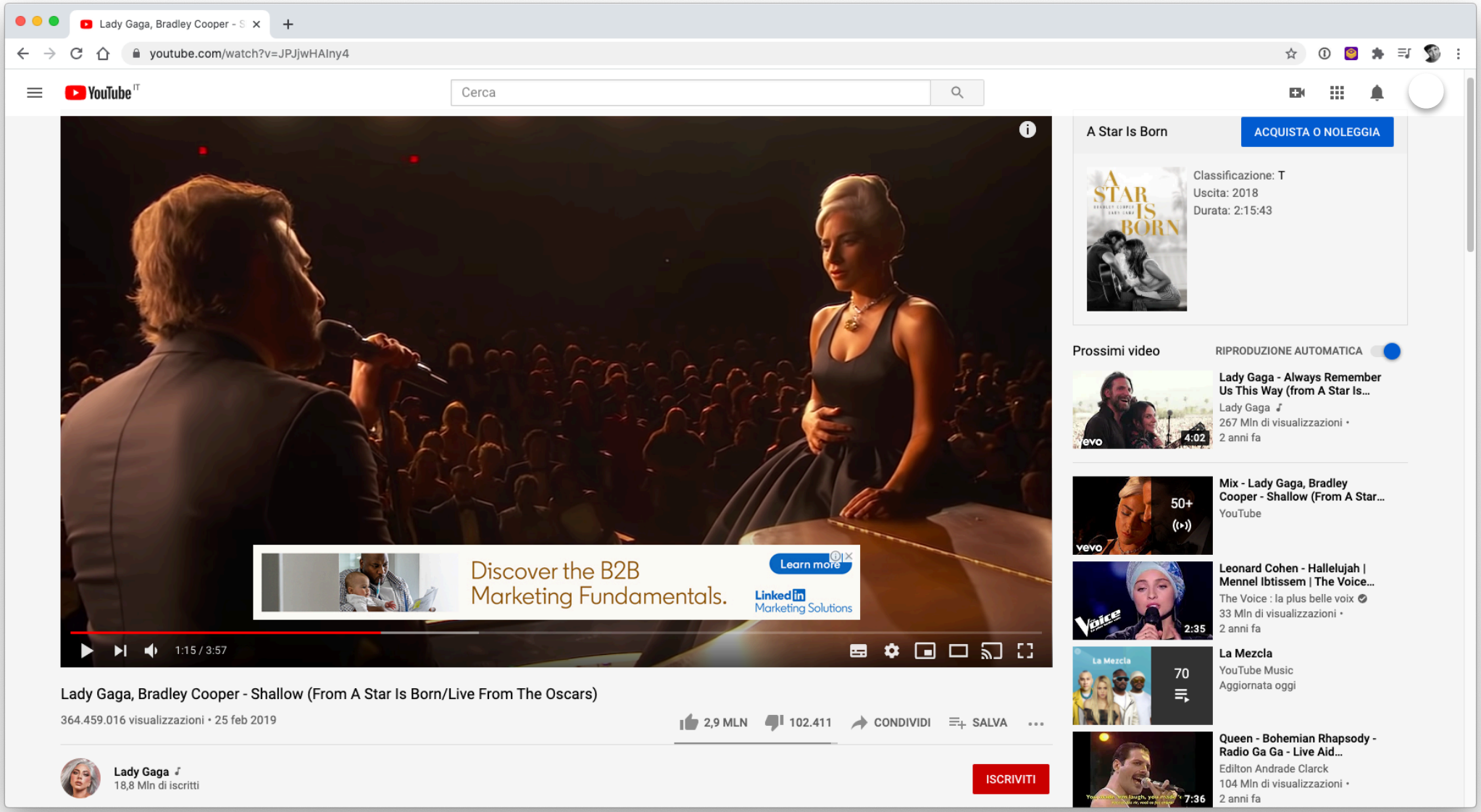
2.3 Annunci caricati



2.3 Annunci caricati



2.3 Annunci caricati



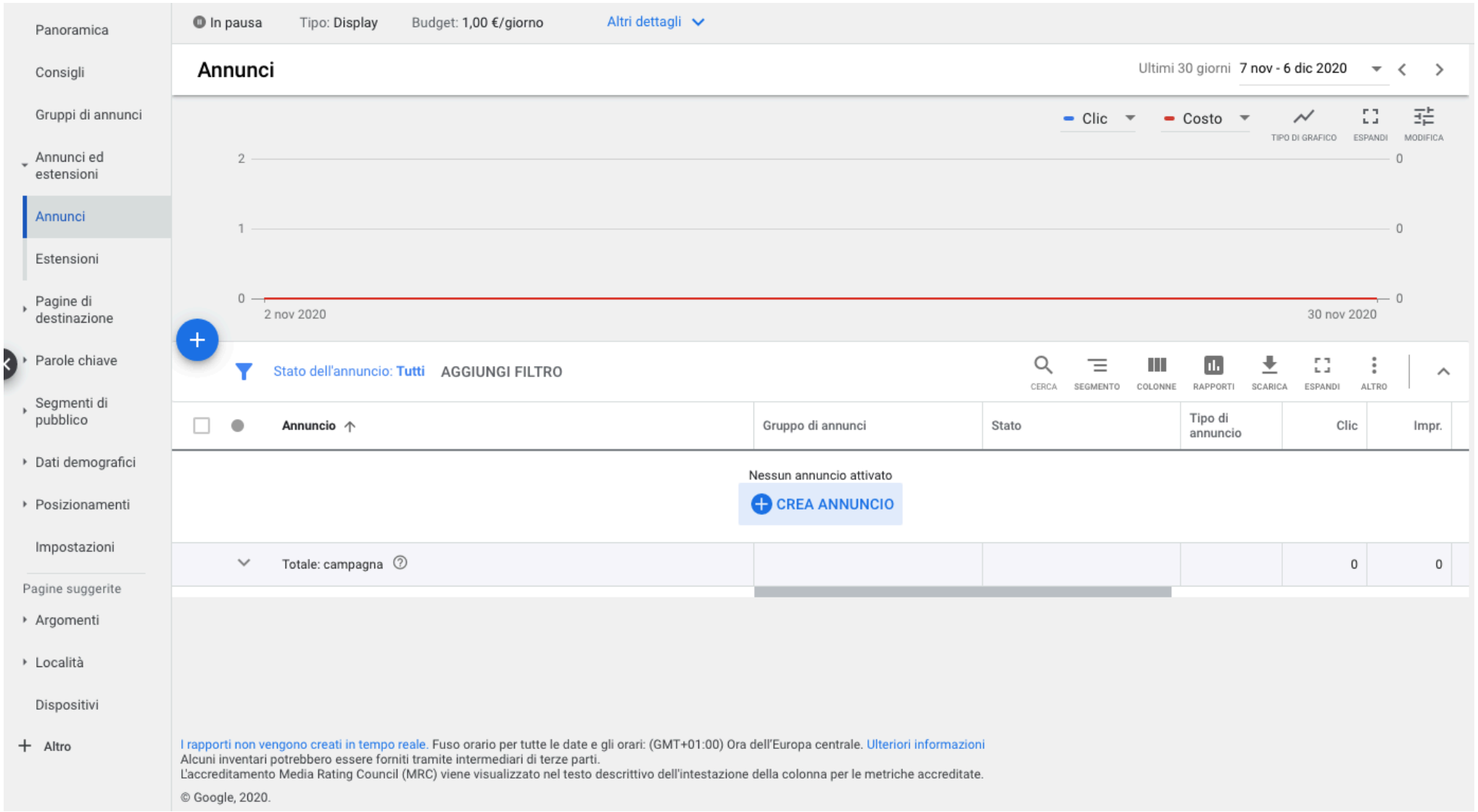
2.3 Annunci caricati

- Pro e contro degli annunci caricati

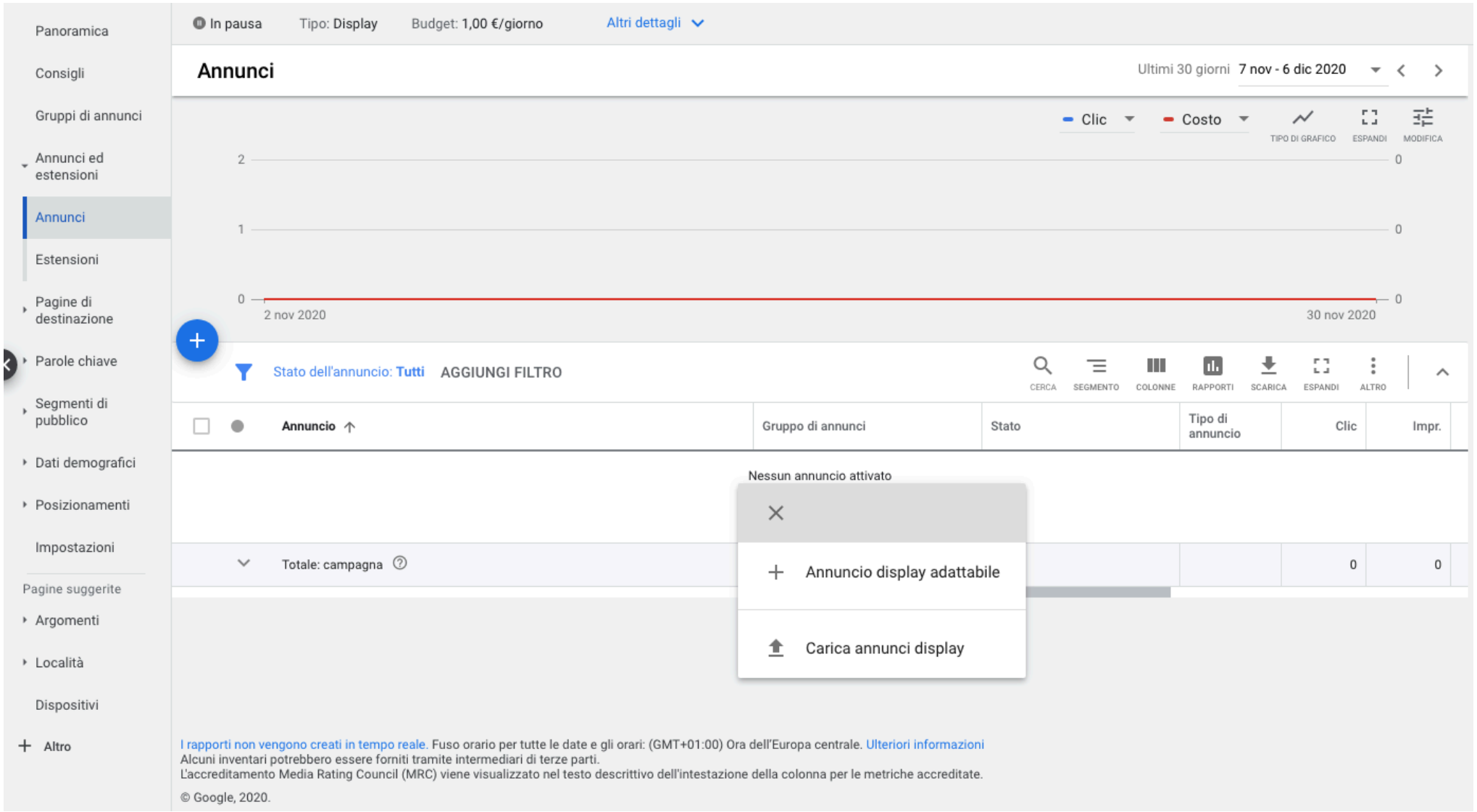
2.4 Annunci adattabili

- Quando creiamo un annuncio Display adattabile, Google utilizza gli **asset** che inseriamo, inclusi loghi, titoli, immagini, video e descrizioni, per generare automaticamente il nostro annuncio man mano che gli **spazi pubblicitari diventano disponibili**

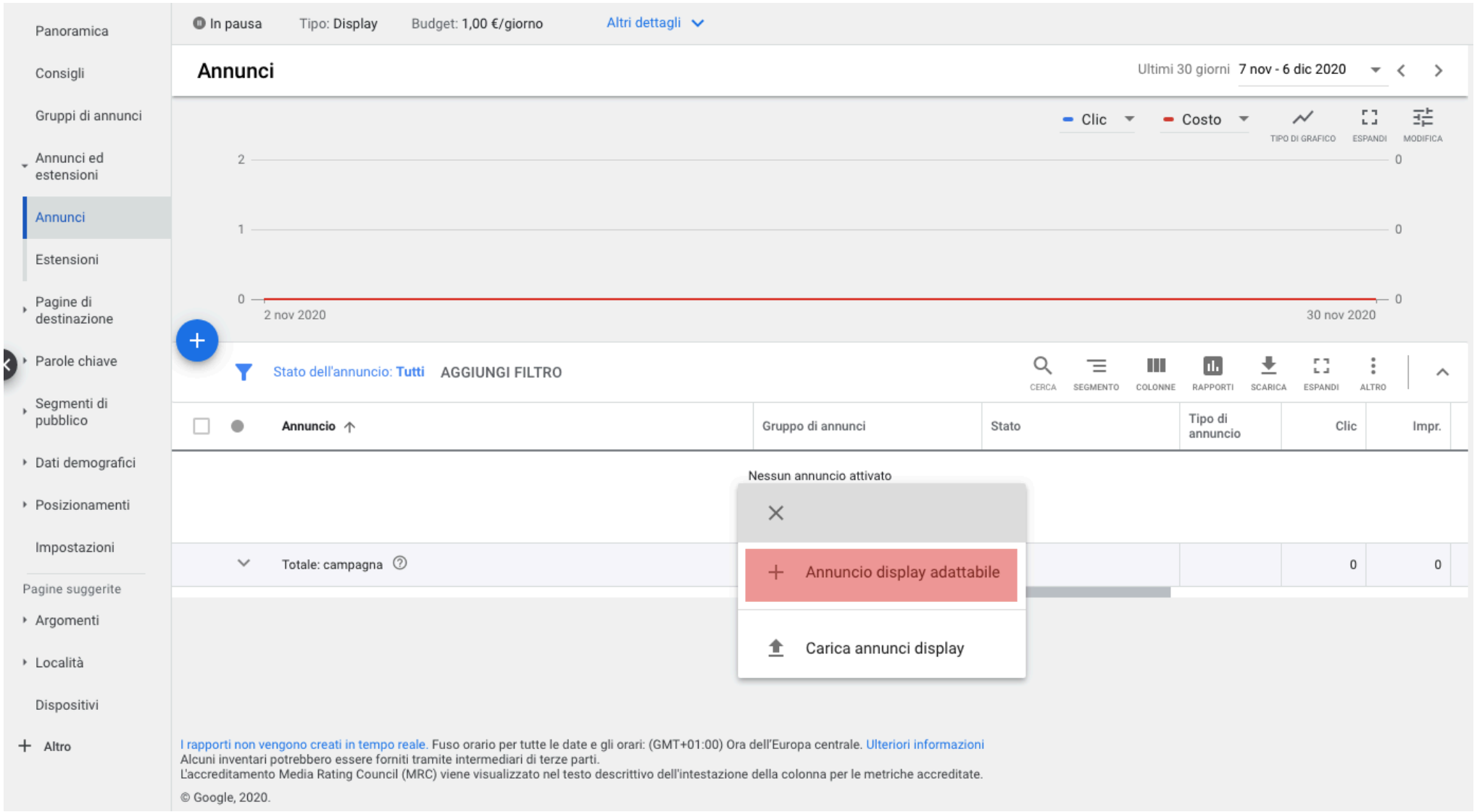
2.4 Annunci adattabili



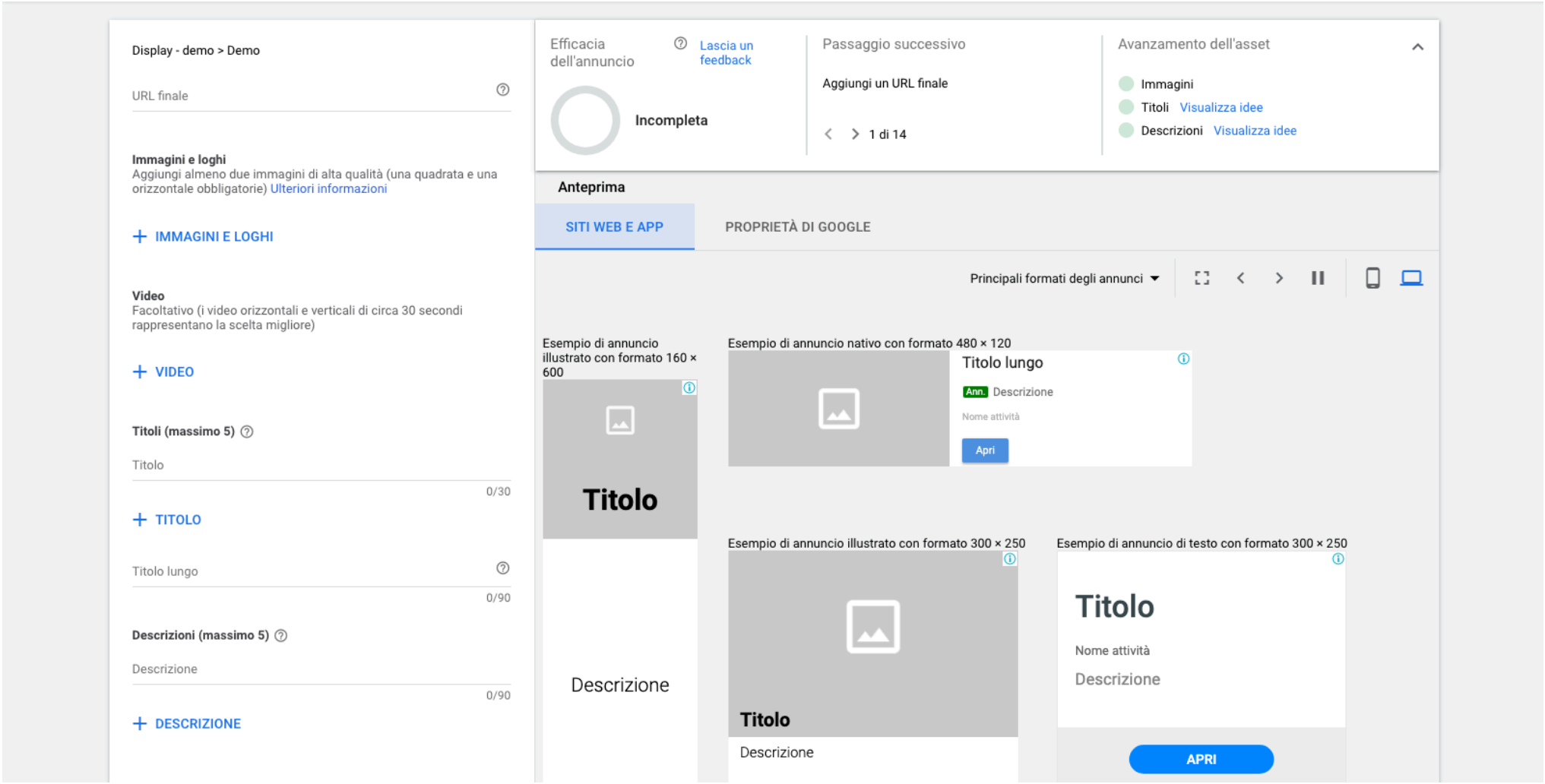
2.4 Annunci adattabili



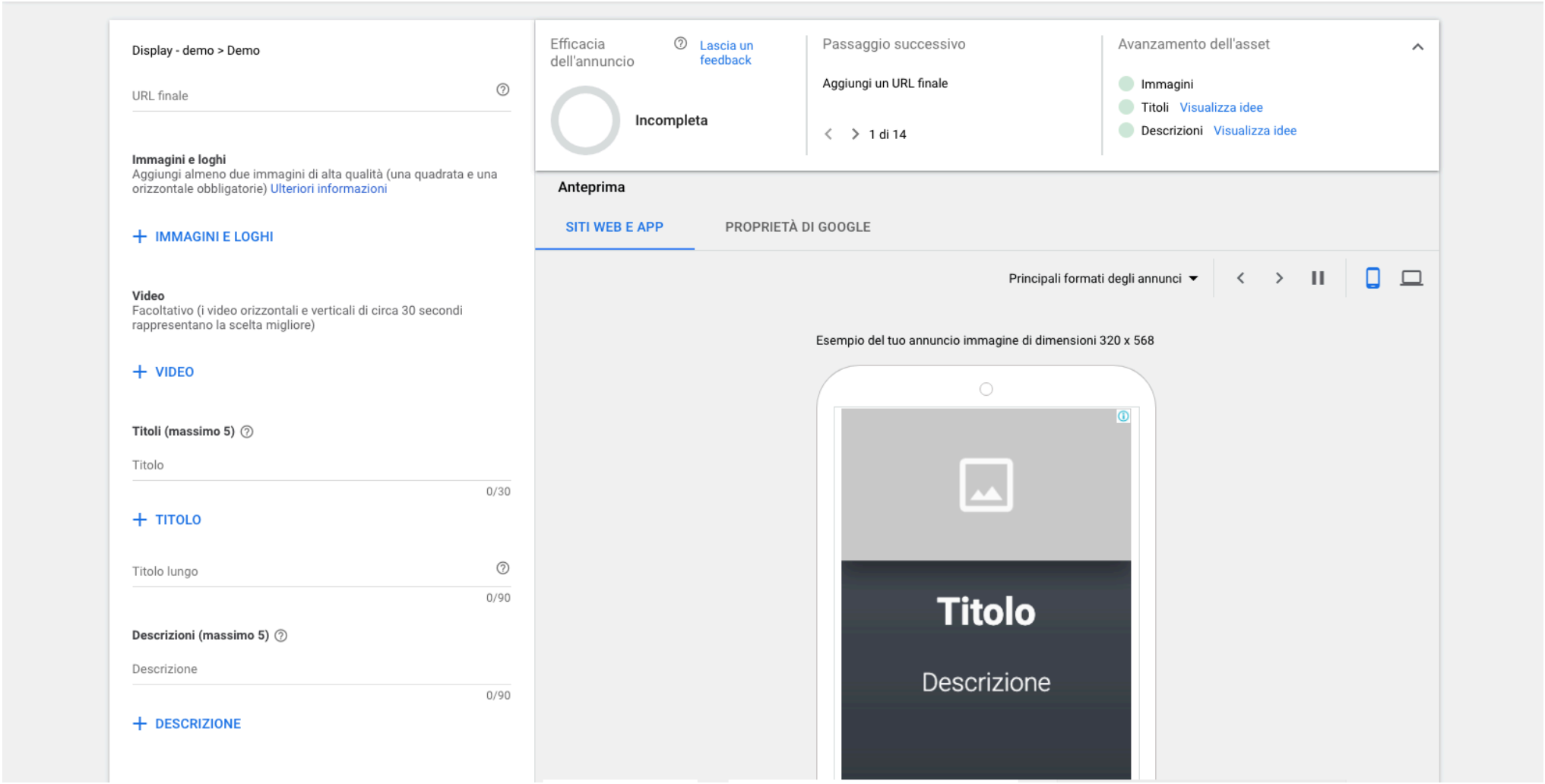
2.4 Annunci adattabili



2.4 Annunci adattabili

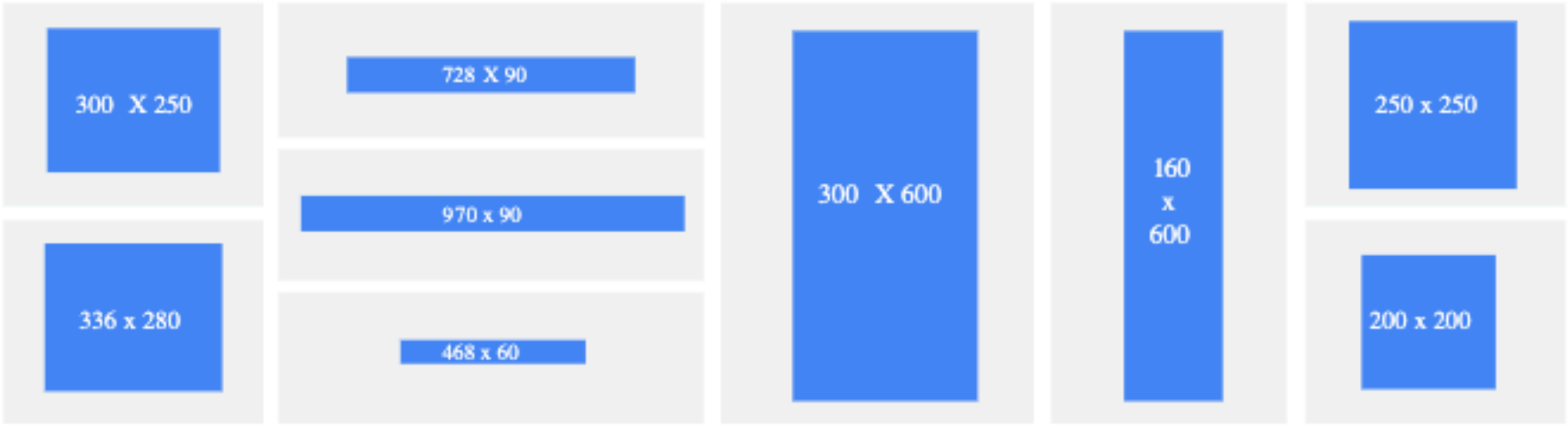


2.4 Annunci adattabili



2.4 Annunci adattabili

Questi esempi fanno riferimento alla visualizzazione degli annunci su computer.



STUDIOSAMO® PRO

2.4 Annunci adattabili

Gli esempi riportati si riferiscono a dispositivi mobili di fascia alta.

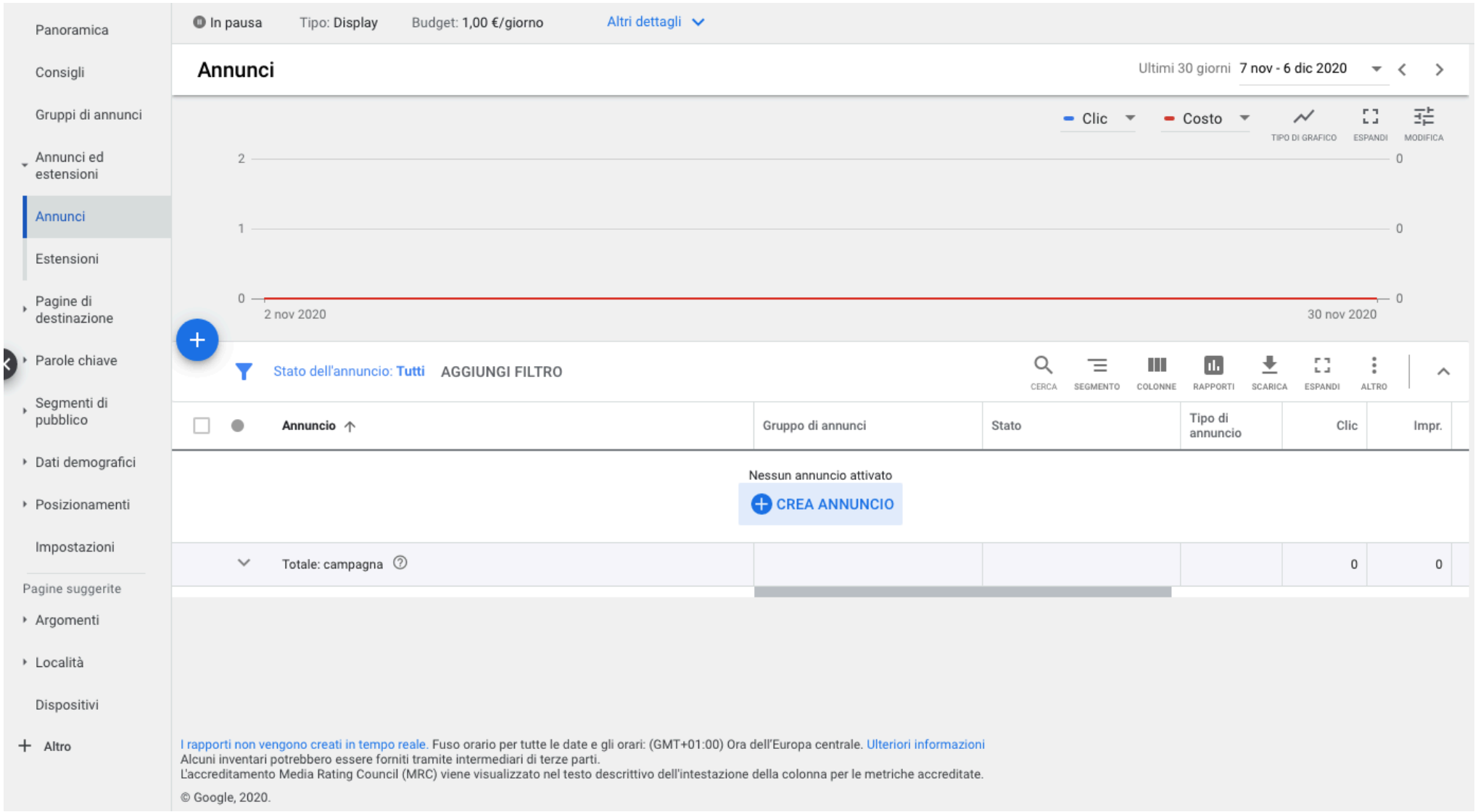
2.4 Annunci adattabili

- Pro e contro degli annunci adattabili

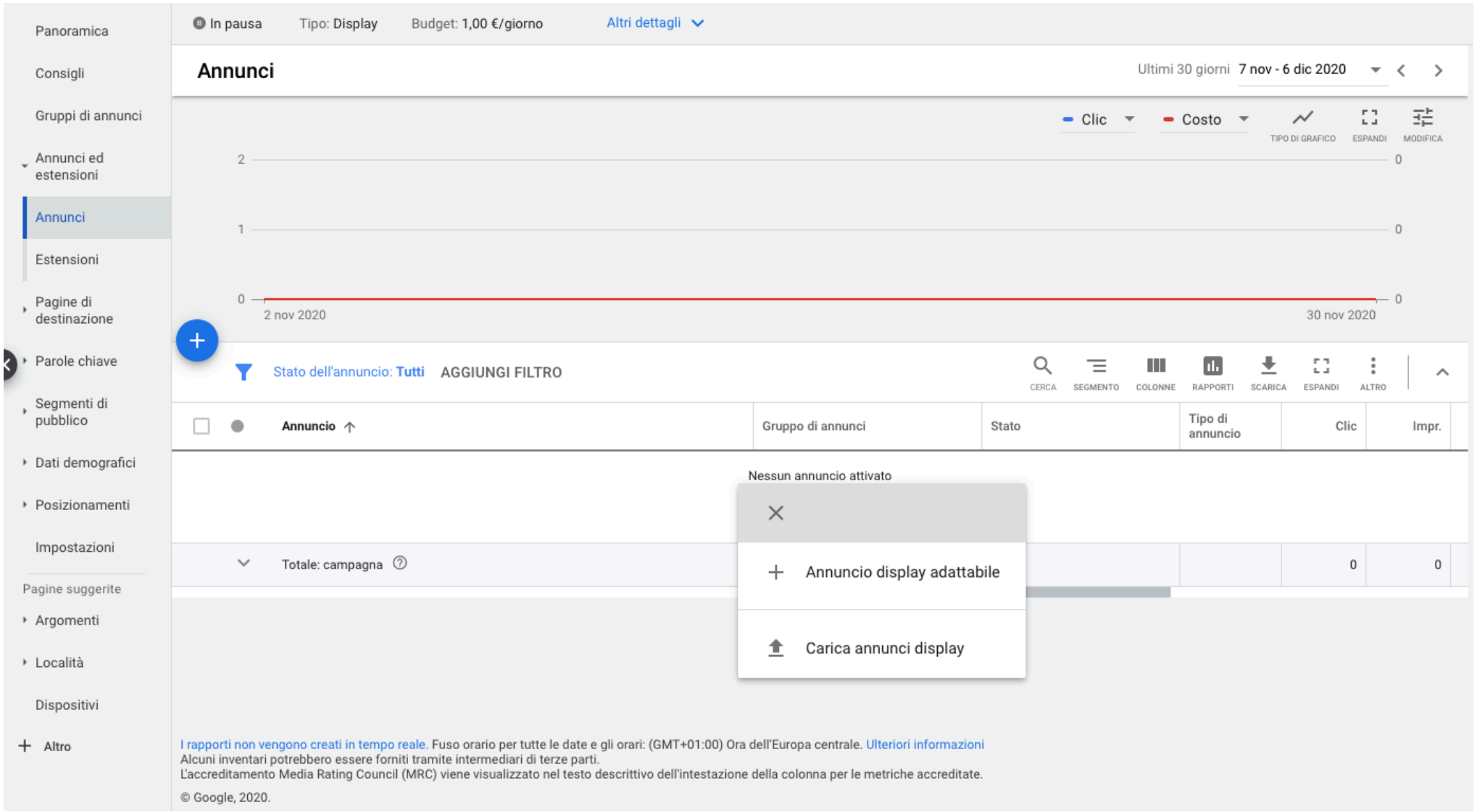
2.5 Annunci Gmail

- Gli **annunci illustrati** di una campagna Display possono essere erogati in **Gmail,** appaiono inizialmente compressi e quando l'utente fa clic sull'annuncio può interagire in diversi modi, in base al **layout** dell'annuncio stesso

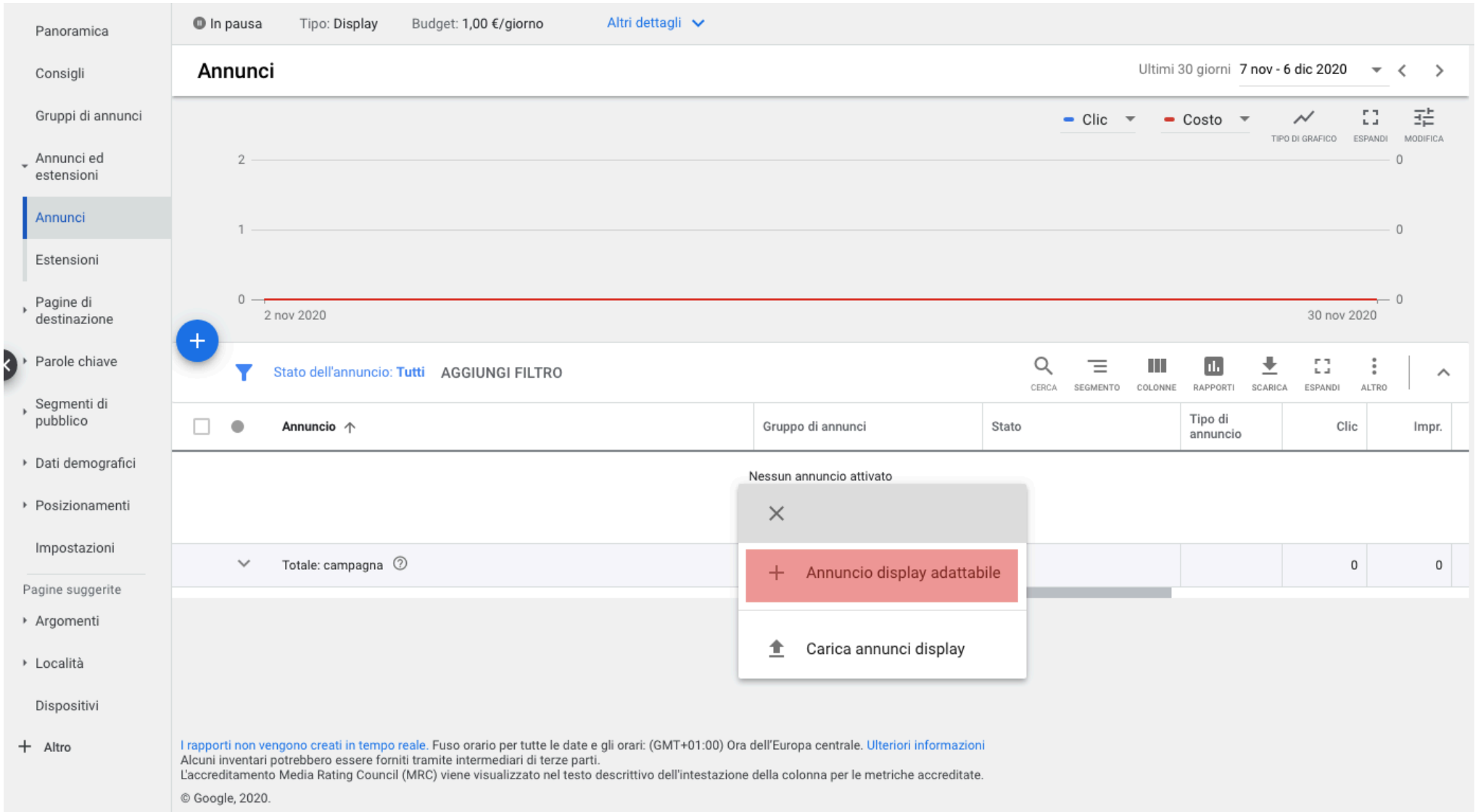
2.5 Annunci Gmail



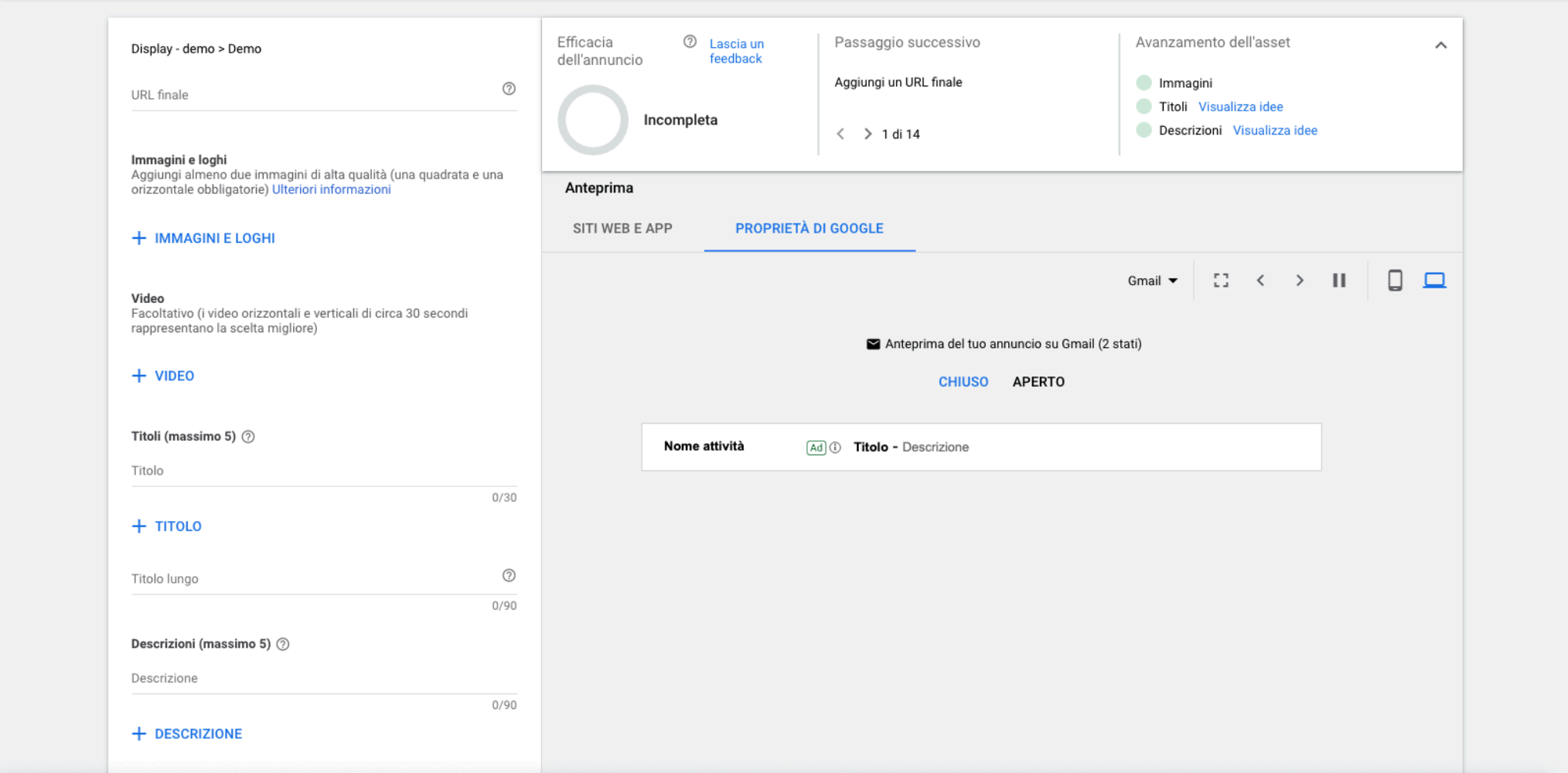
2.5 Annunci Gmail



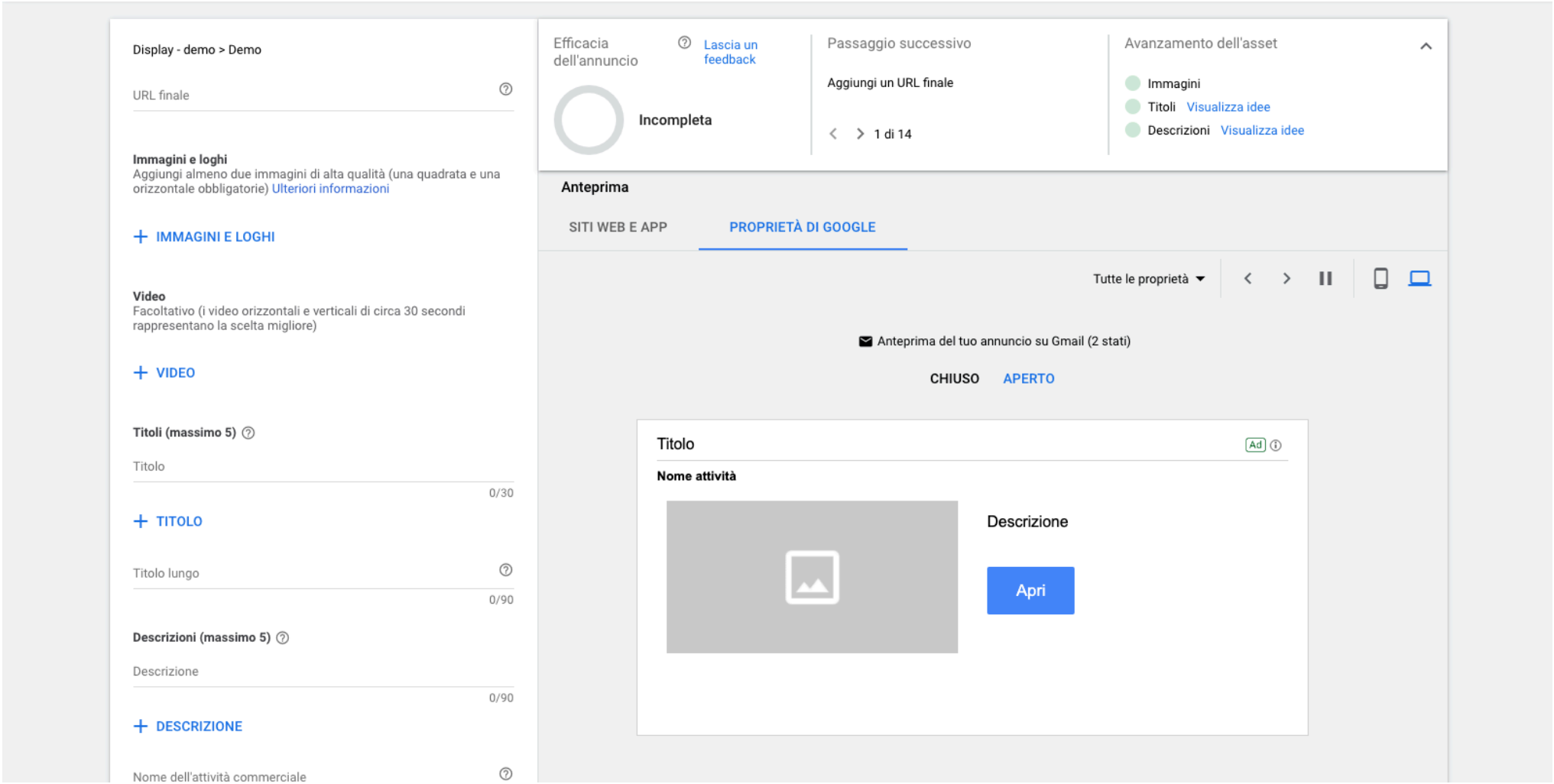
2.5 Annunci Gmail



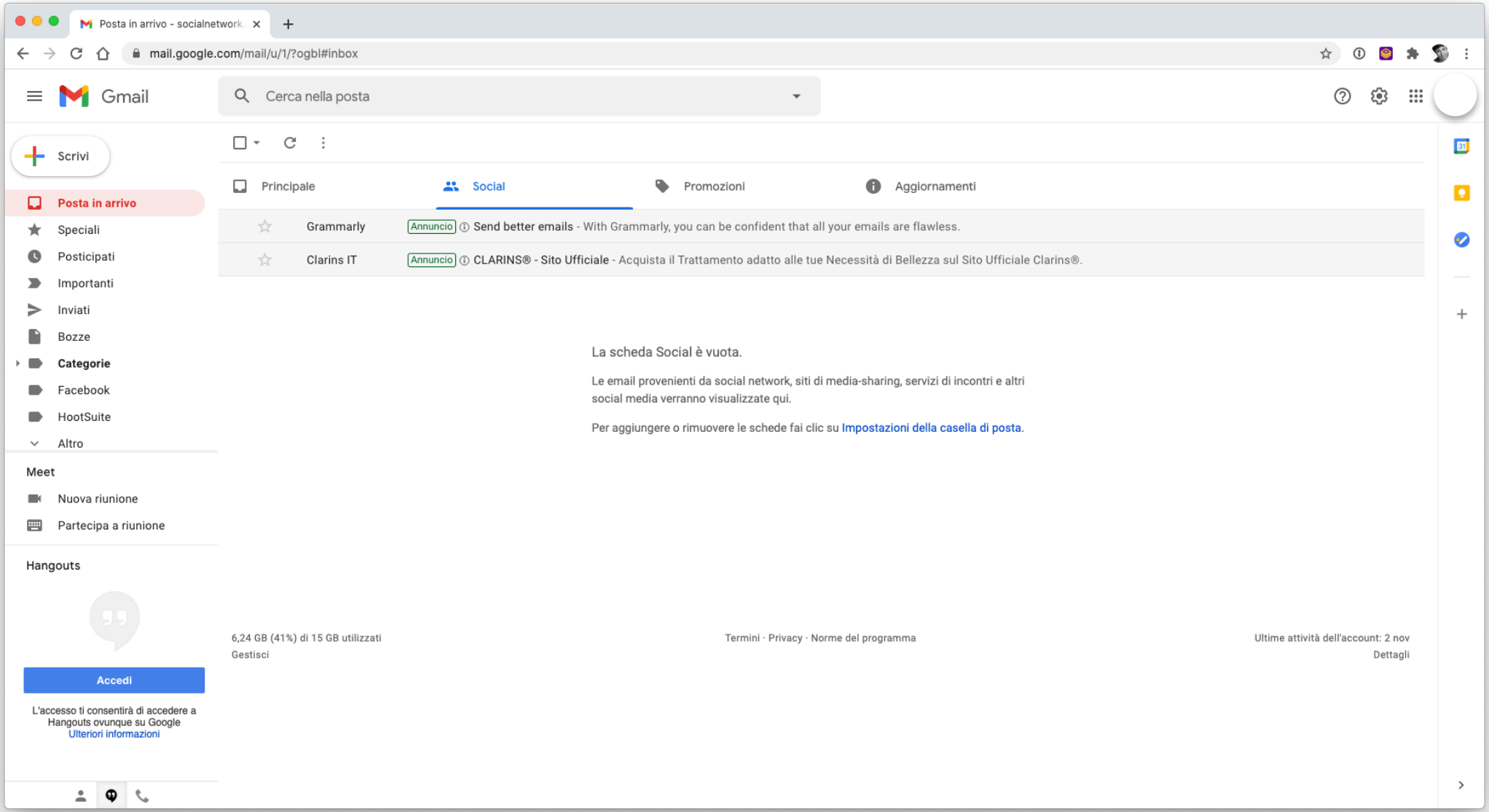
2.5 Annunci Gmail



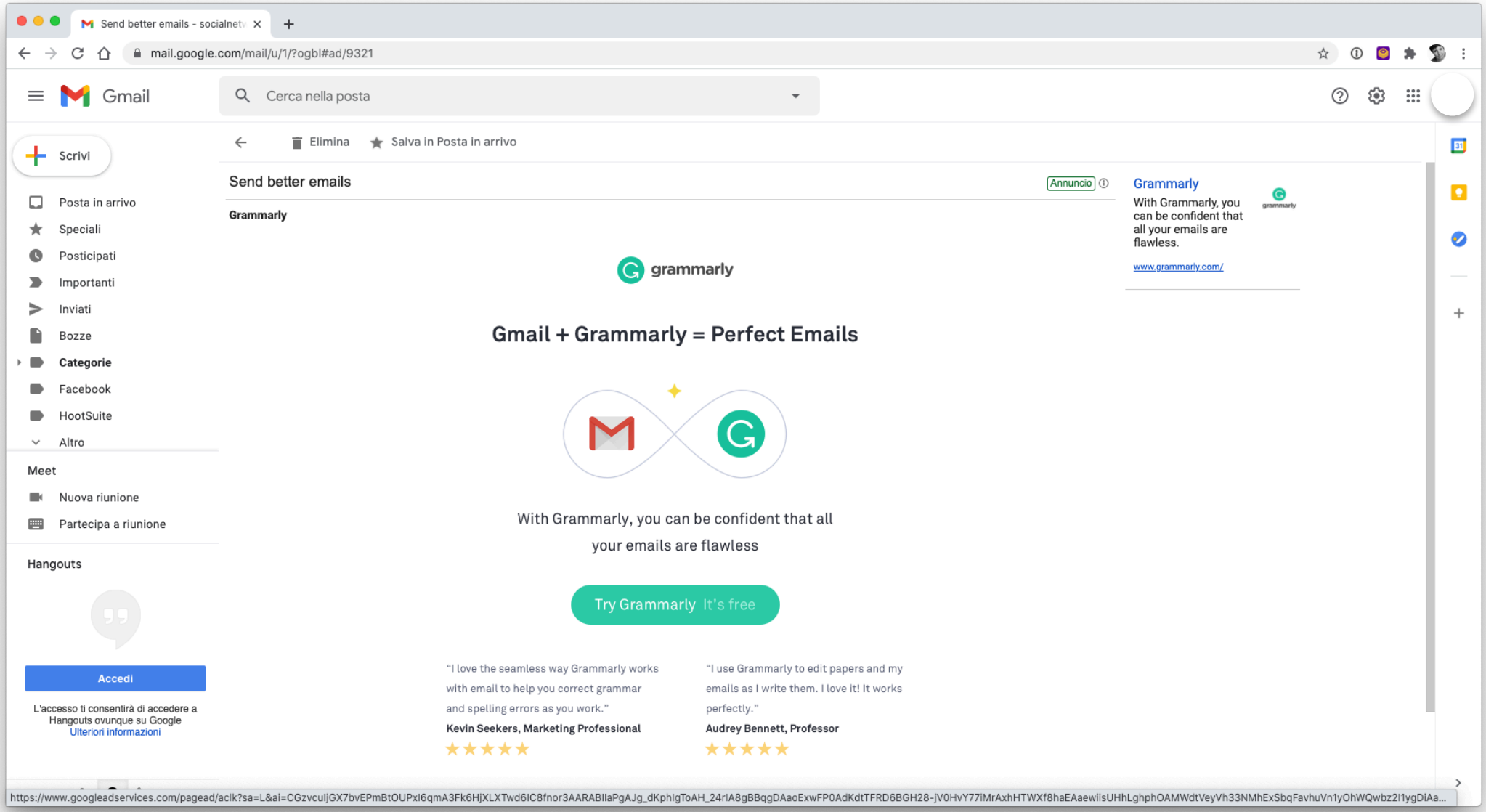
2.5 Annunci Gmail



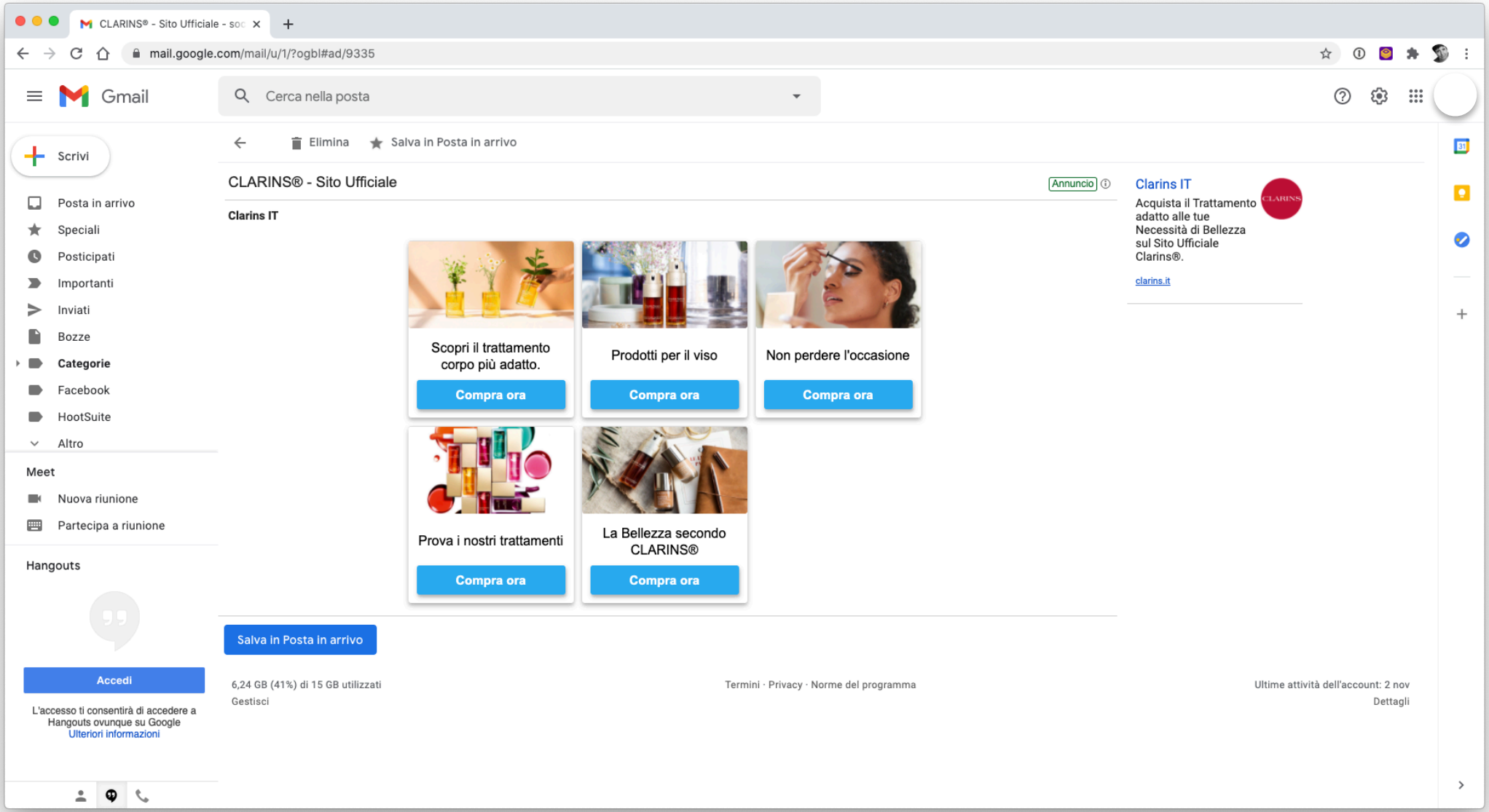
2.5 Annunci Gmail



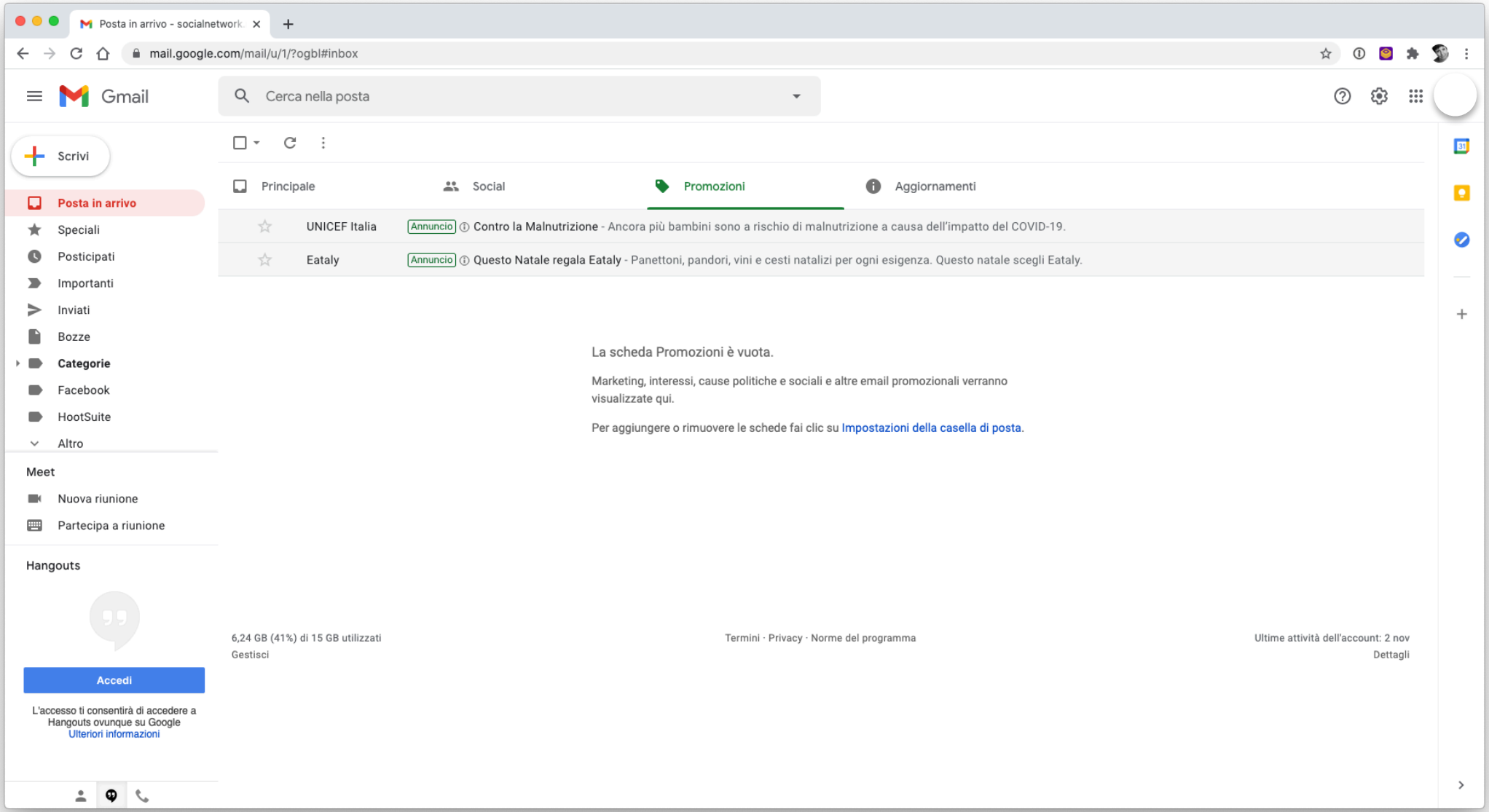
2.5 Annunci Gmail



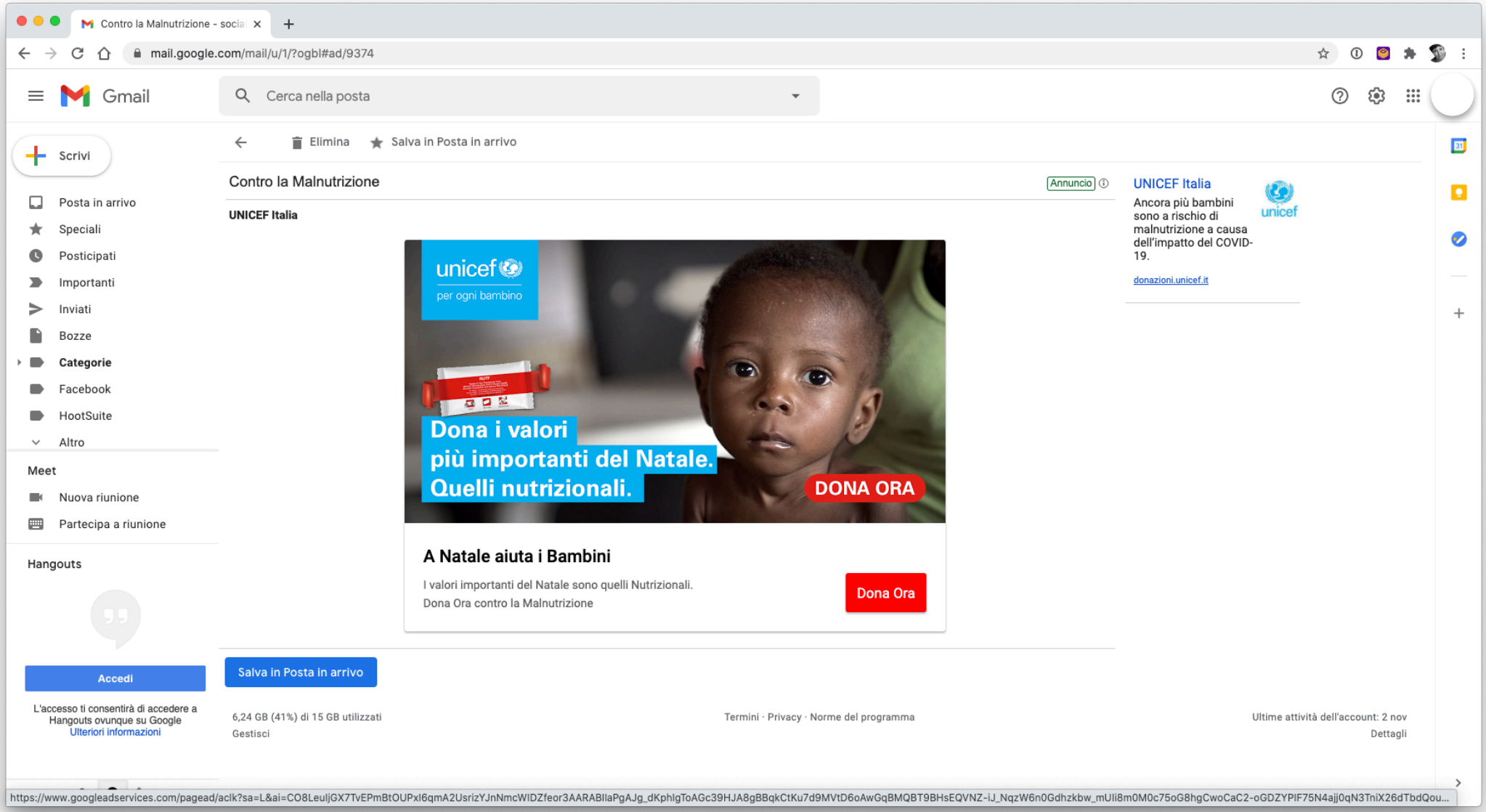
2.5 Annunci Gmail



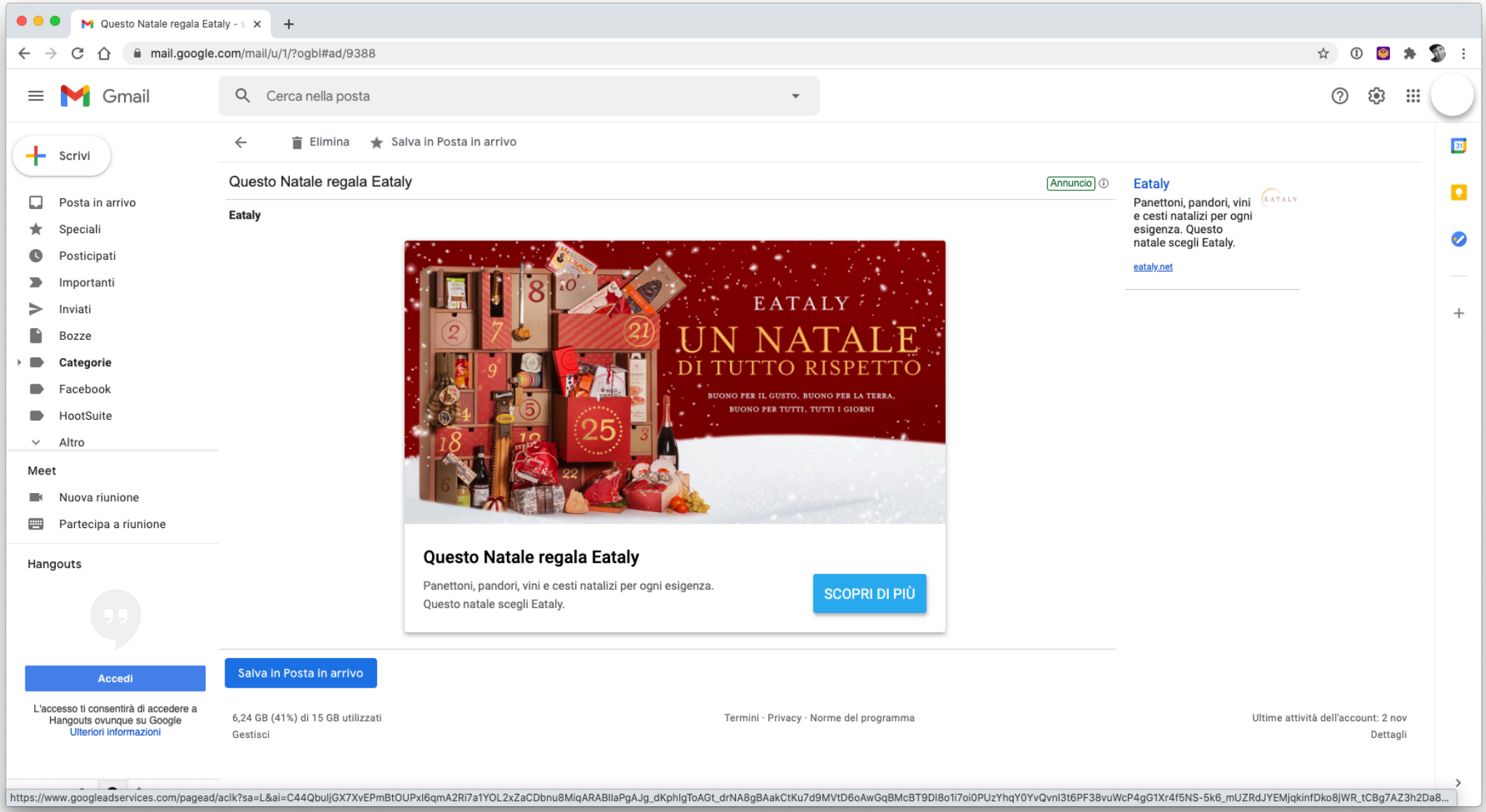
2.5 Annunci Gmail



2.5 Annunci Gmail



2.5 Annunci Gmail



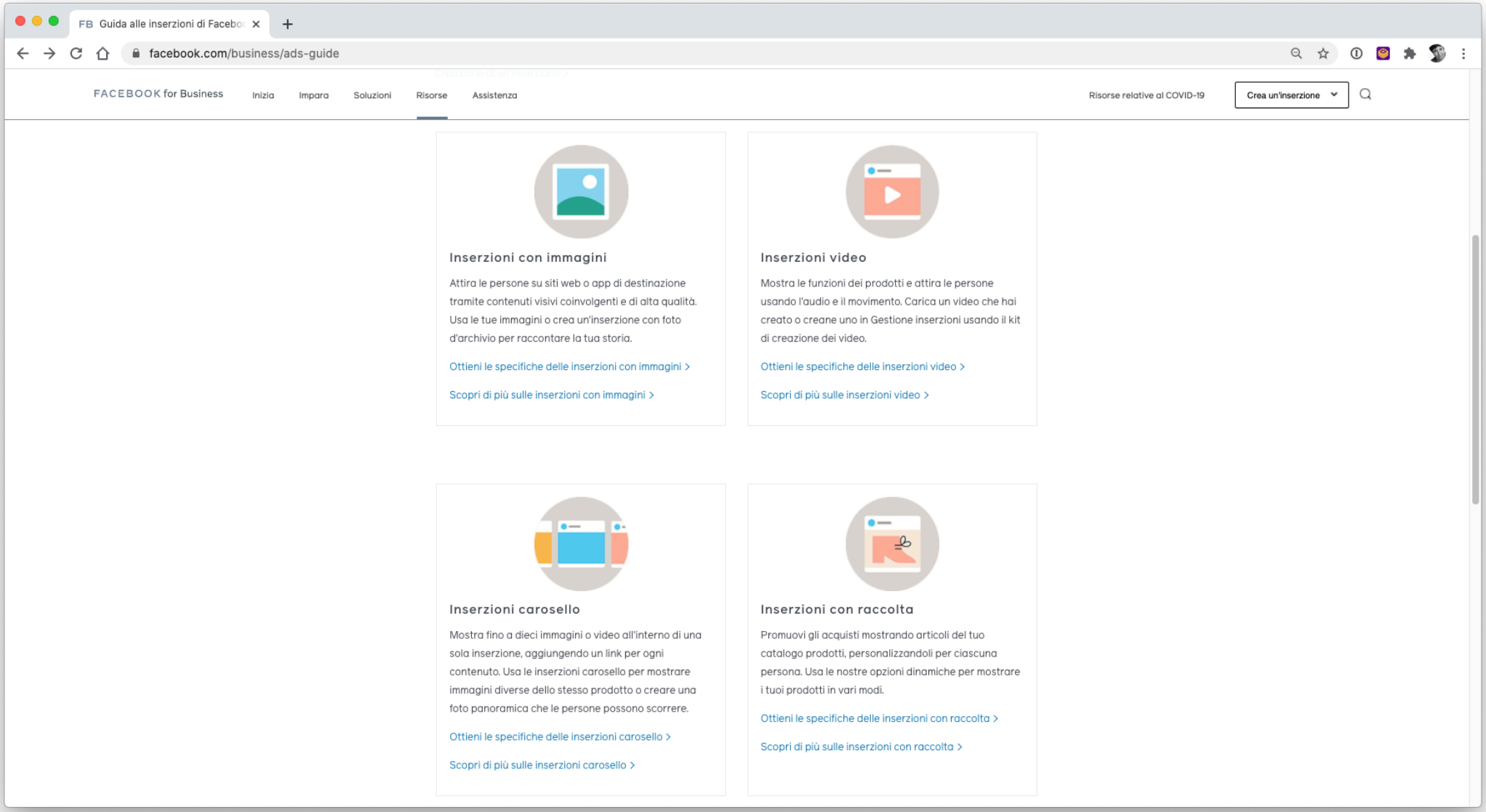
3. Facebook Ads

3.1 Inserzioni di Facebook

*La guida alle **inserzioni di Facebook** fornisce specifiche per la progettazione e requisiti tecnici di ogni formato e posizionamento. Troverai maggiori informazioni su dimensioni, dimensioni dei file, limiti di carattere e altro ancora.*

Facebook for Business

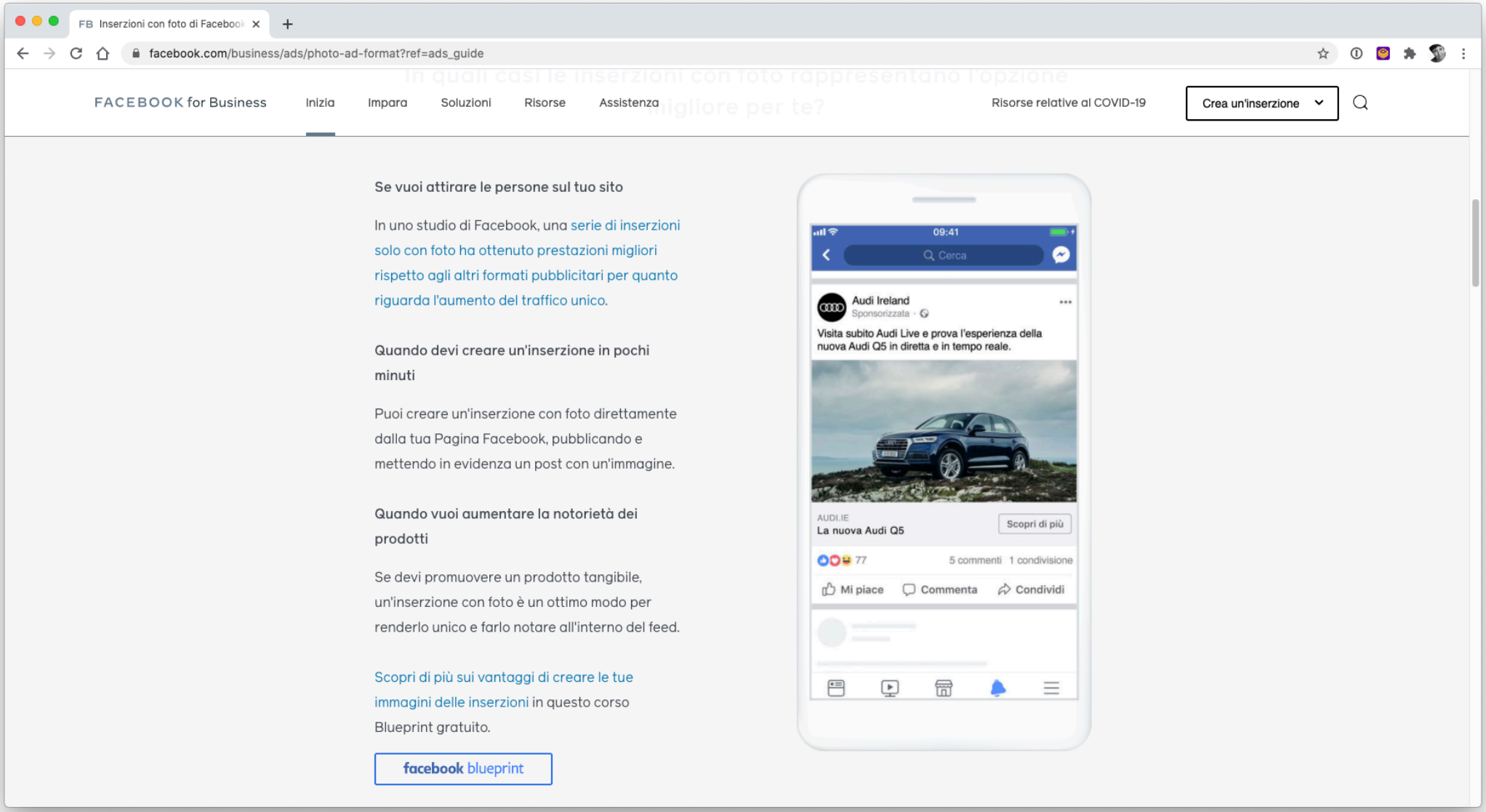
3.2 Formati delle inserzioni di Facebook



3.3 Inserzioni con immagini

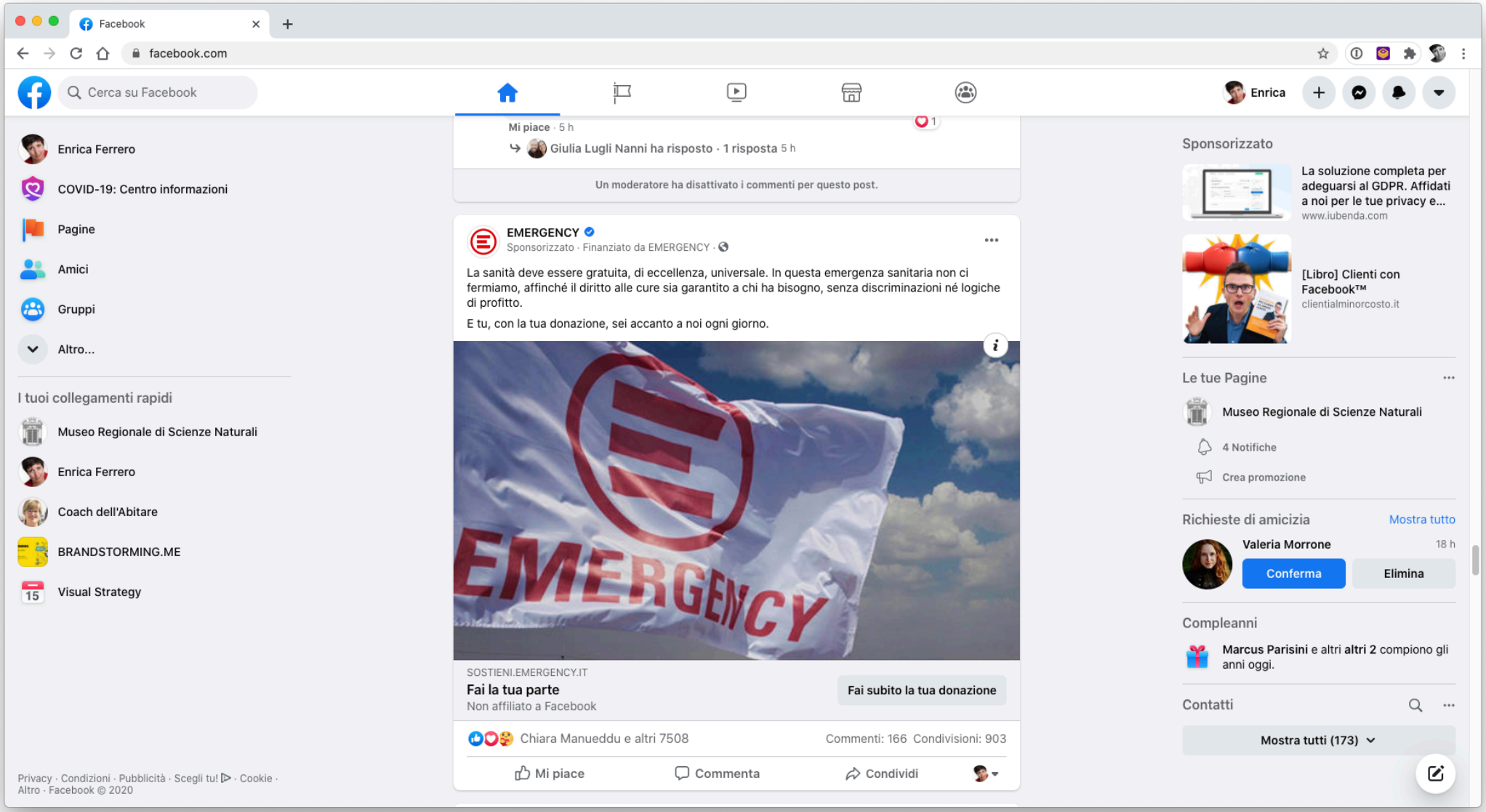
- Qualunque sia il nostro obiettivo di business, un'inserzione con immagini su **Facebook** e **Instagram** ci permette di far sapere al nostro pubblico chi siamo e cosa facciamo attraverso il supporto di un **visual**
- Le **inserzioni con foto** rappresentano l'opzione migliore se ad esempio vogliamo attirare gli utenti sul nostro sito oppure aumentare la notorietà dei nostri prodotti o servizi online

3.3 Inserzioni con immagini

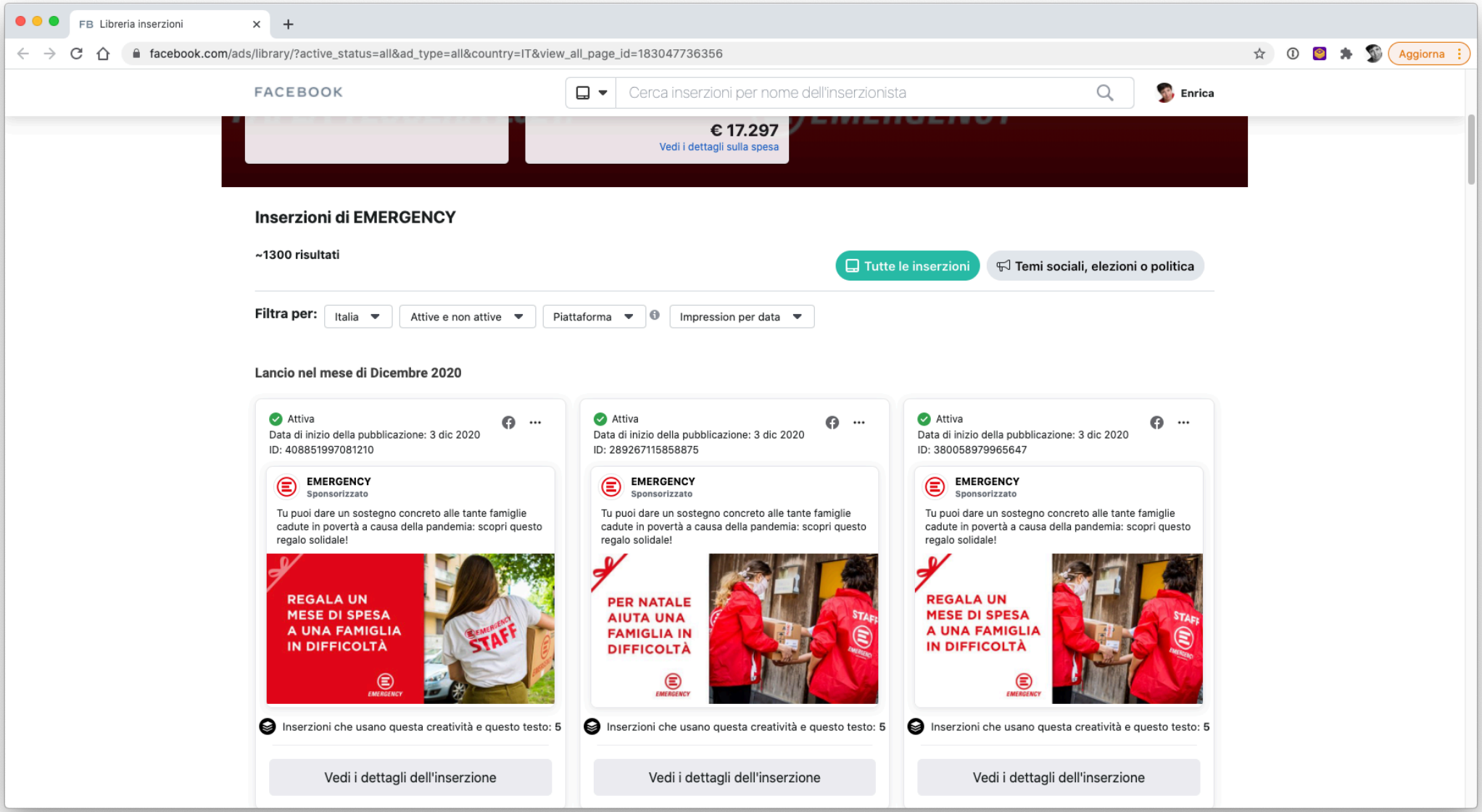


STUDIOSAMO PRO

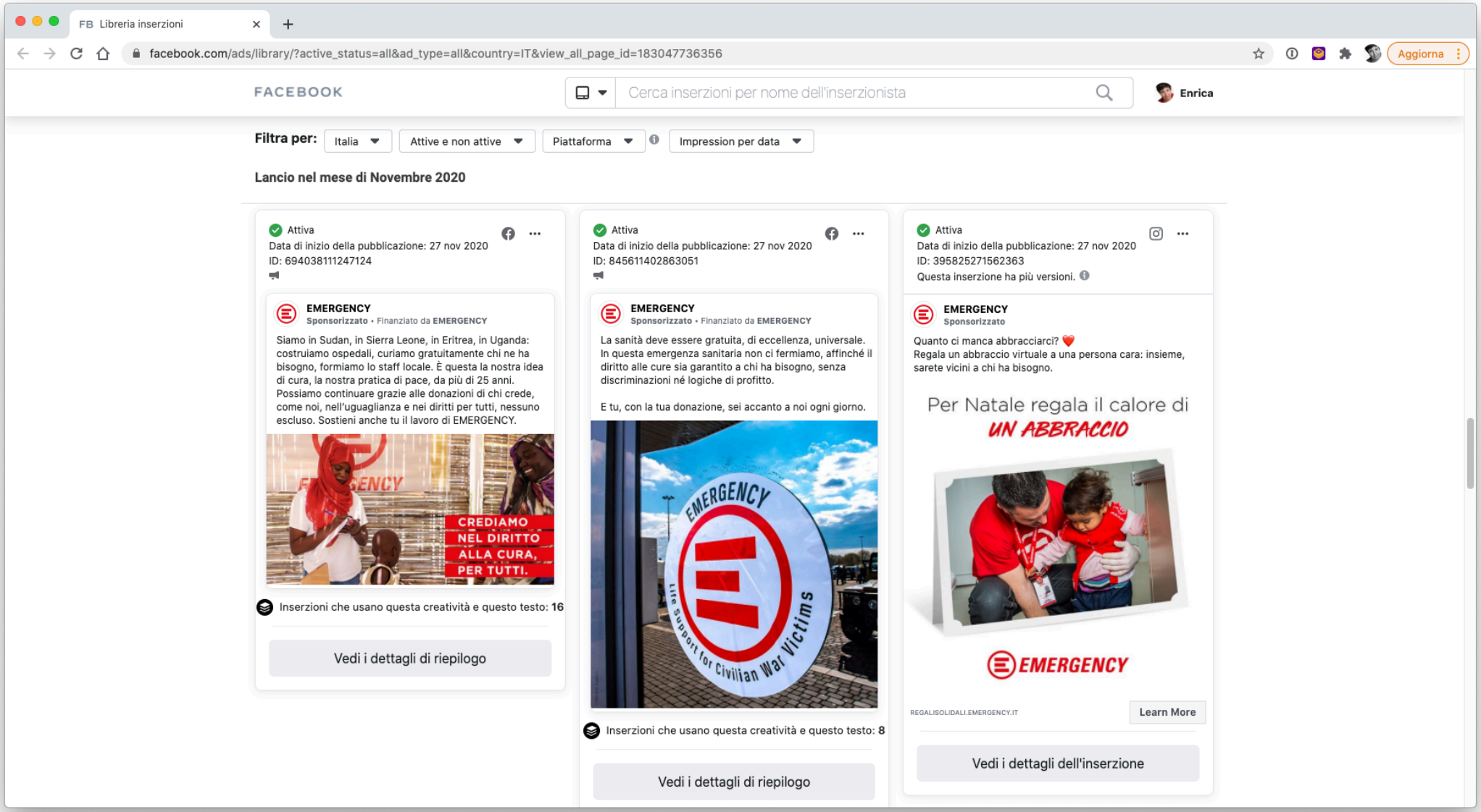
3.3 Inserzioni con immagini



3.3 Inserzioni con immagini

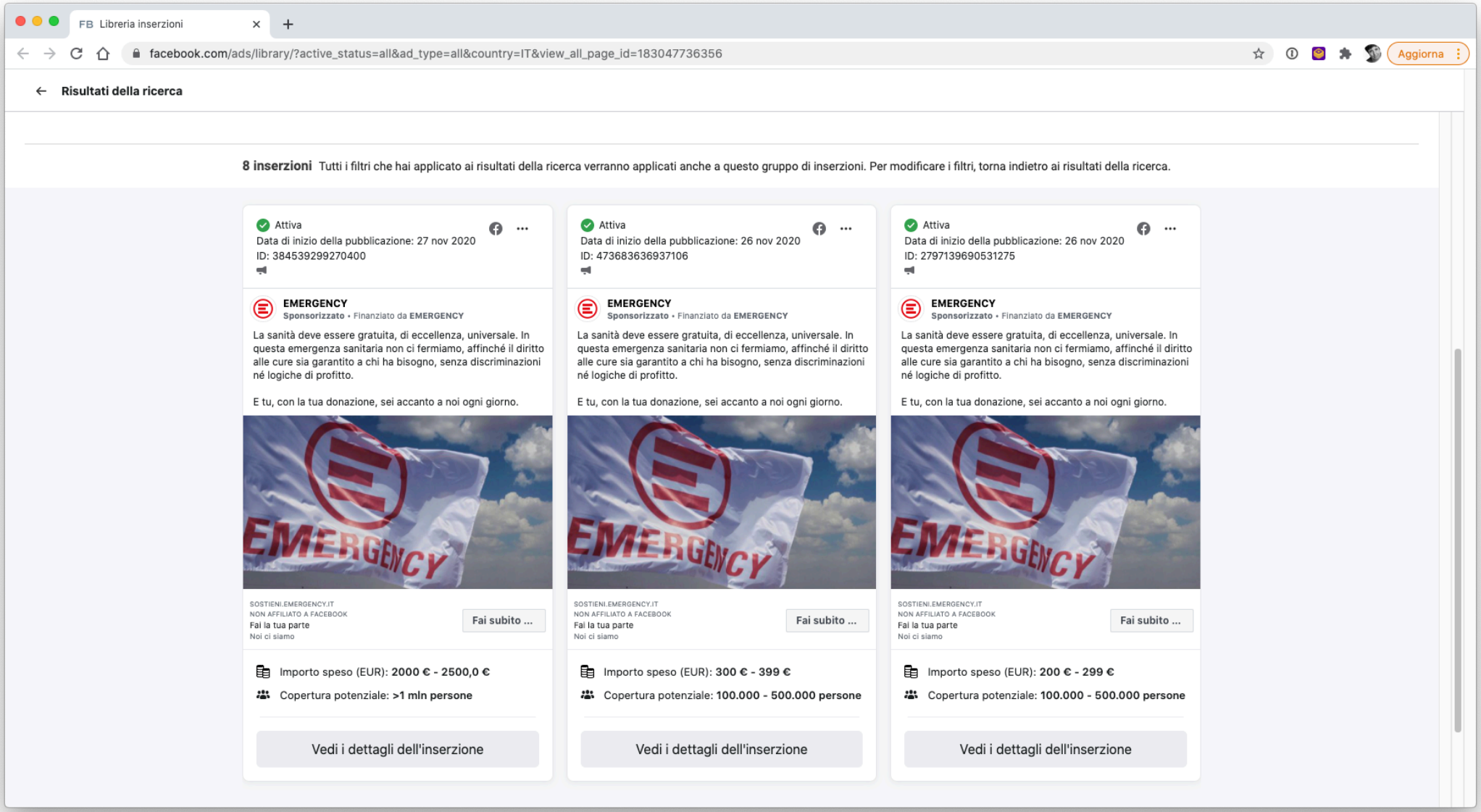


3.3 Inserzioni con immagini



STUDIOSAMO® PRO

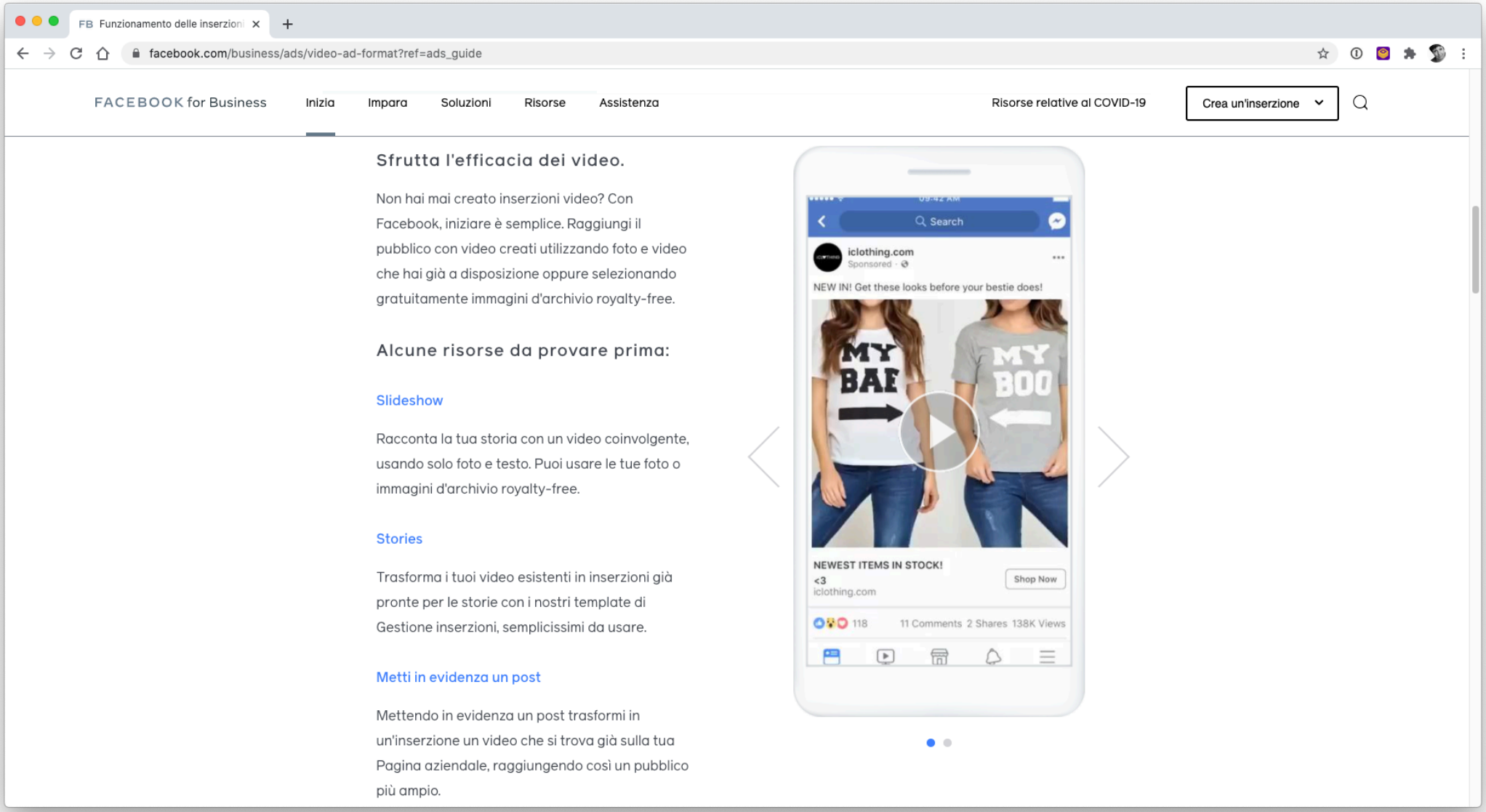
3.3 Inserzioni con immagini



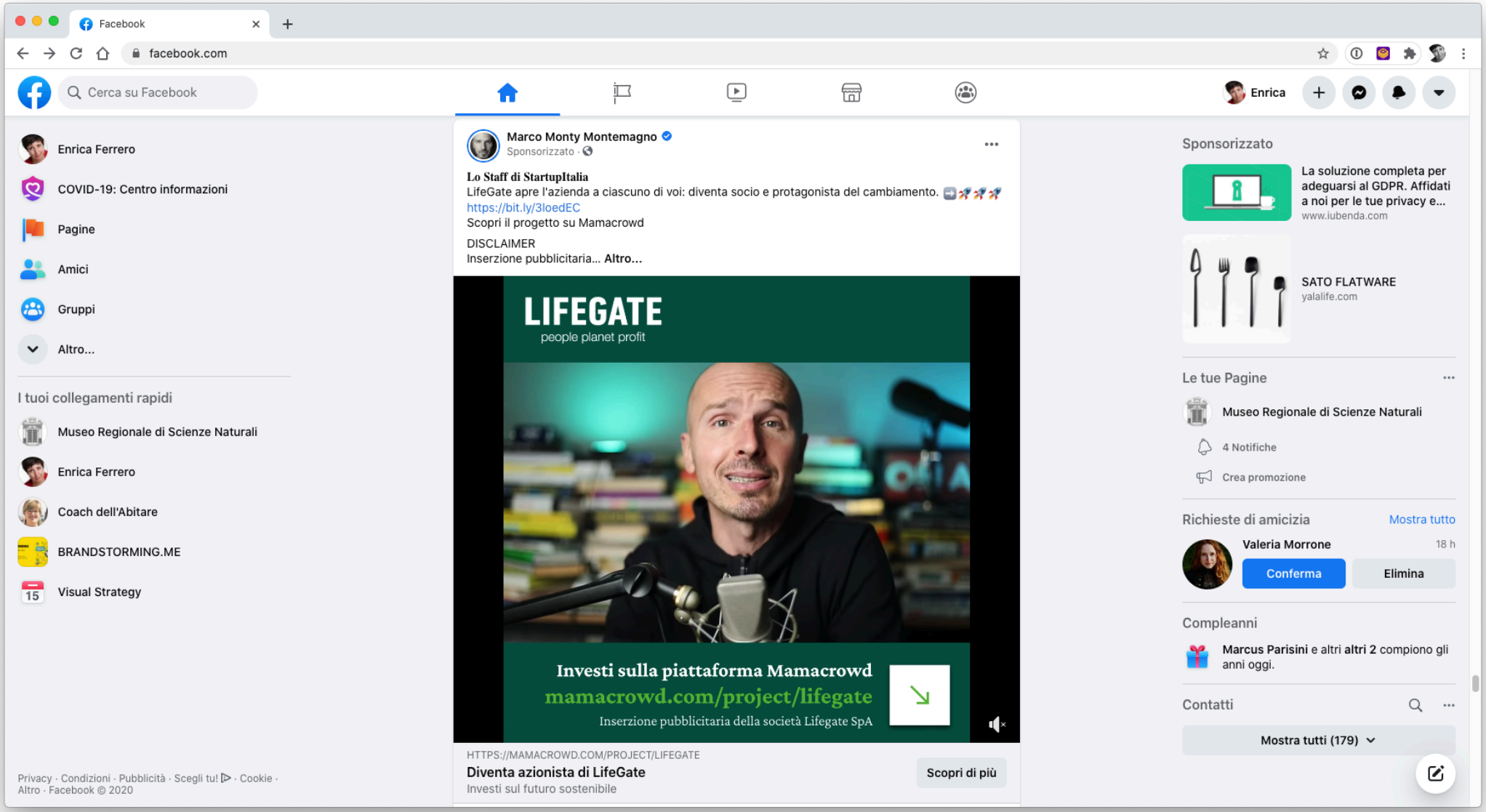
3.4 Inserzioni video

- **Inserzioni video** per ogni azienda, budget e obiettivo
- Possiamo pubblicare le nostre inserzioni in-stream, riproducendole nei video che mostriamo ai nostri utenti, nel loro Feed Facebook, in cui condividono idee e spunti di ispirazione, oppure nelle Stories

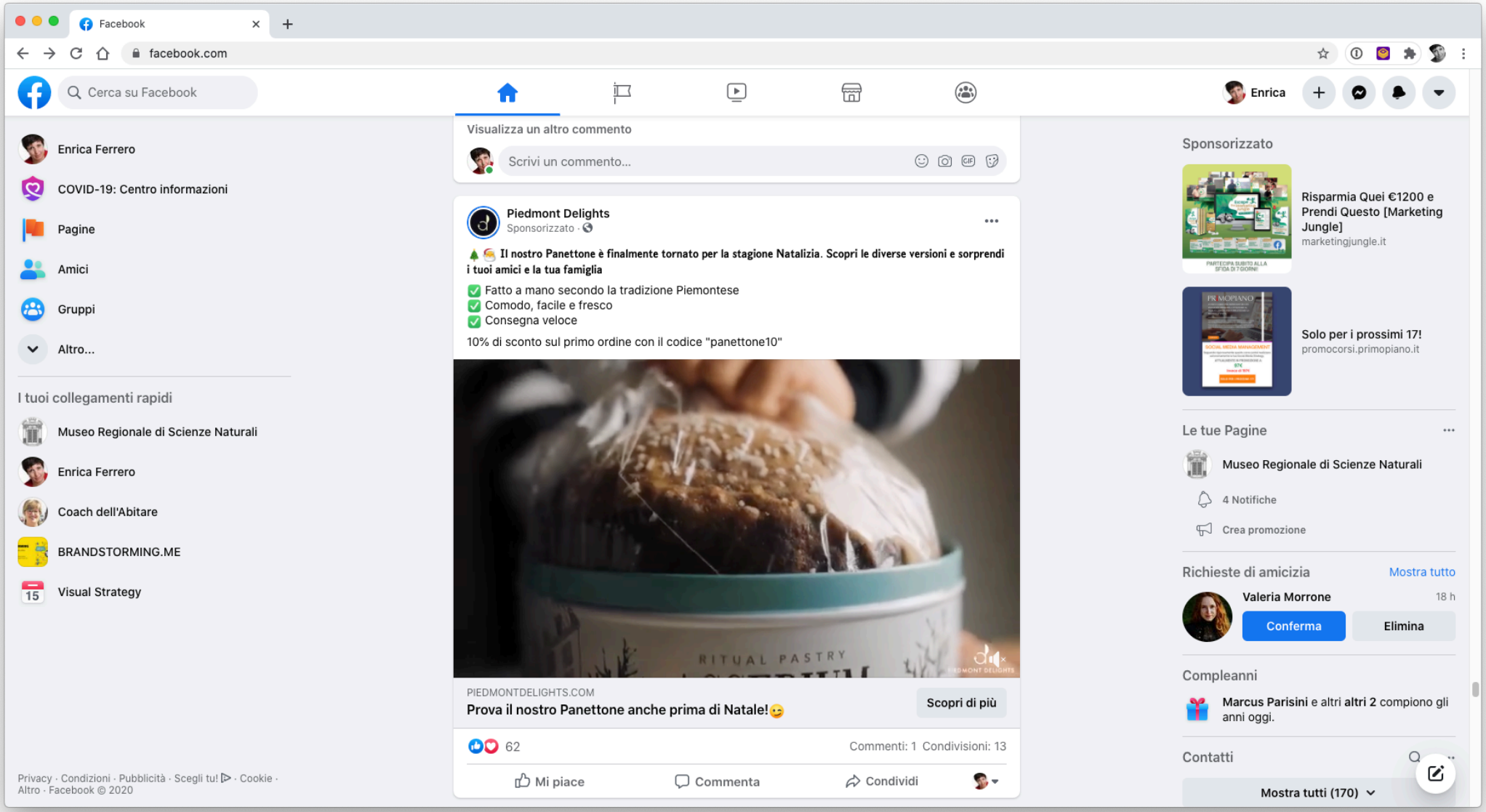
3.4 Inserzioni video



3.4 Inserzioni video



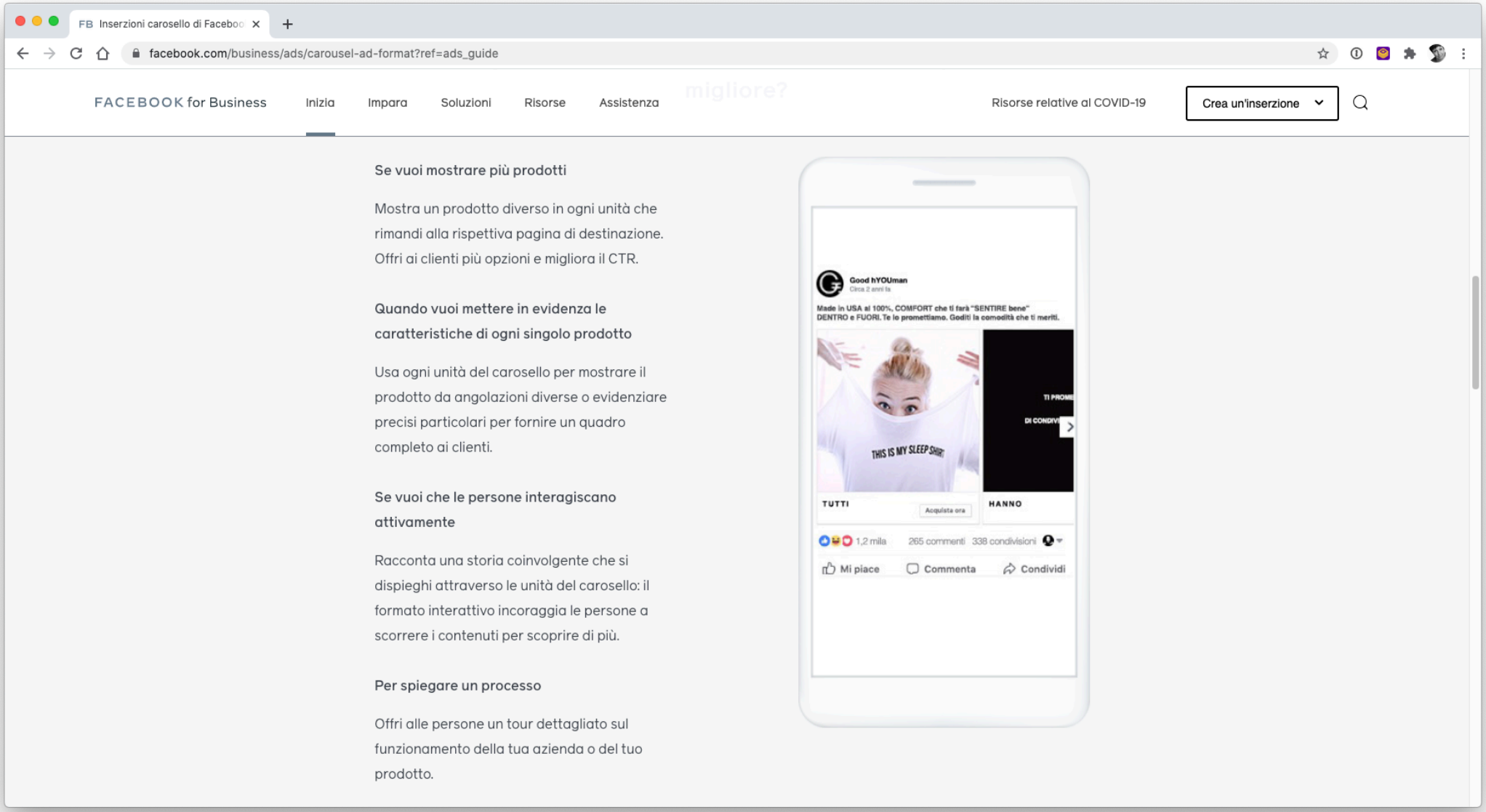
3.4 Inserzioni video



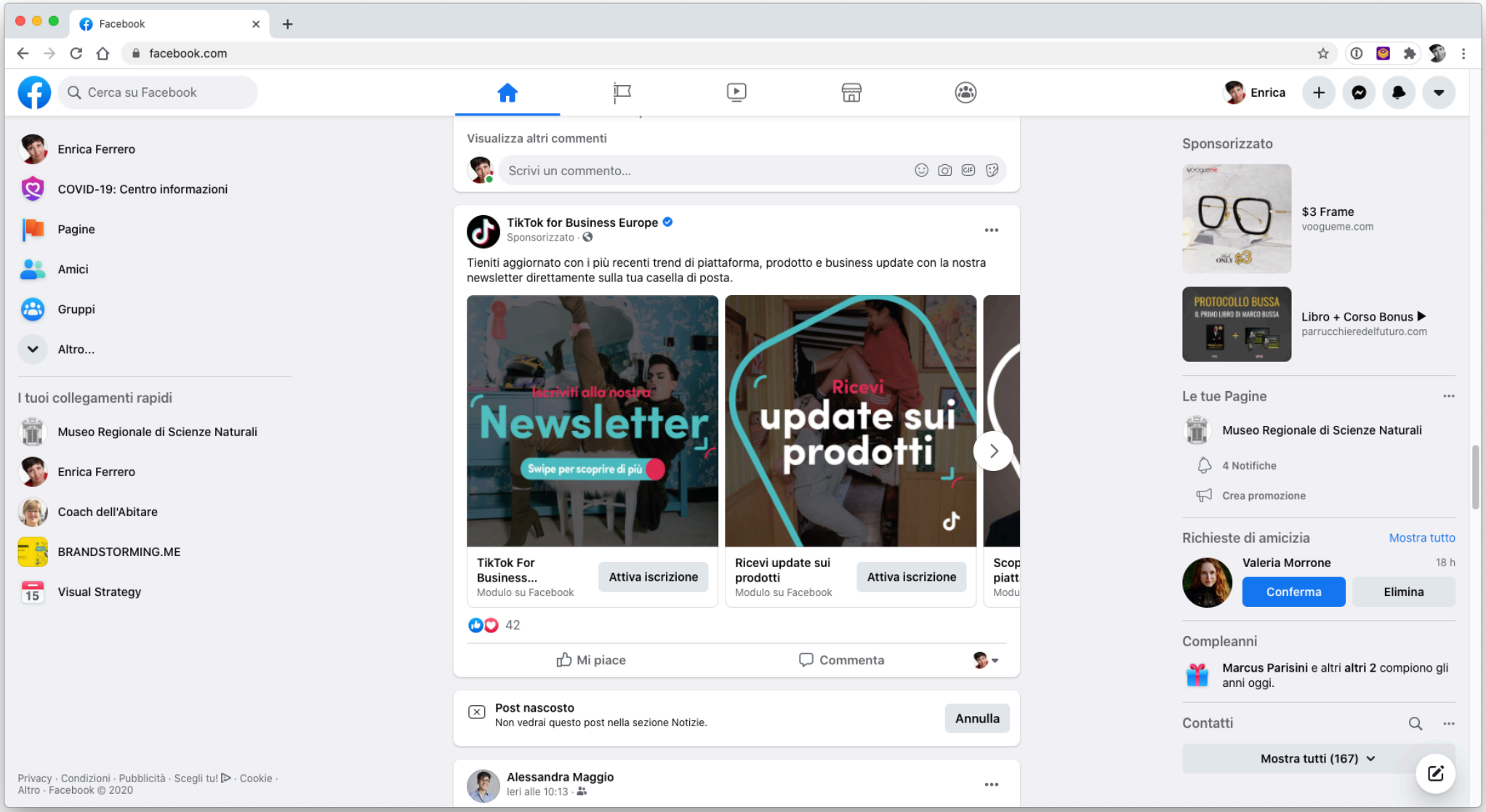
3.5 Inserzioni carosello

- Il formato pubblicitario **carosello** è disponibile per Facebook, Instagram, Messenger e Audience Network e ci consente di mostrare **fino a dieci immagini o video** all'interno di una sola inserzione e di aggiungere **un link per ciascuno** dei contenuti mostrati nell'annuncio
- Le inserzioni carosello sono l'opzione migliore se vogliamo mostrare più prodotti, mettere in evidenza le caratteristiche di ogni ciascuno oppure ci aspettiamo che le persone interagiscano attivamente

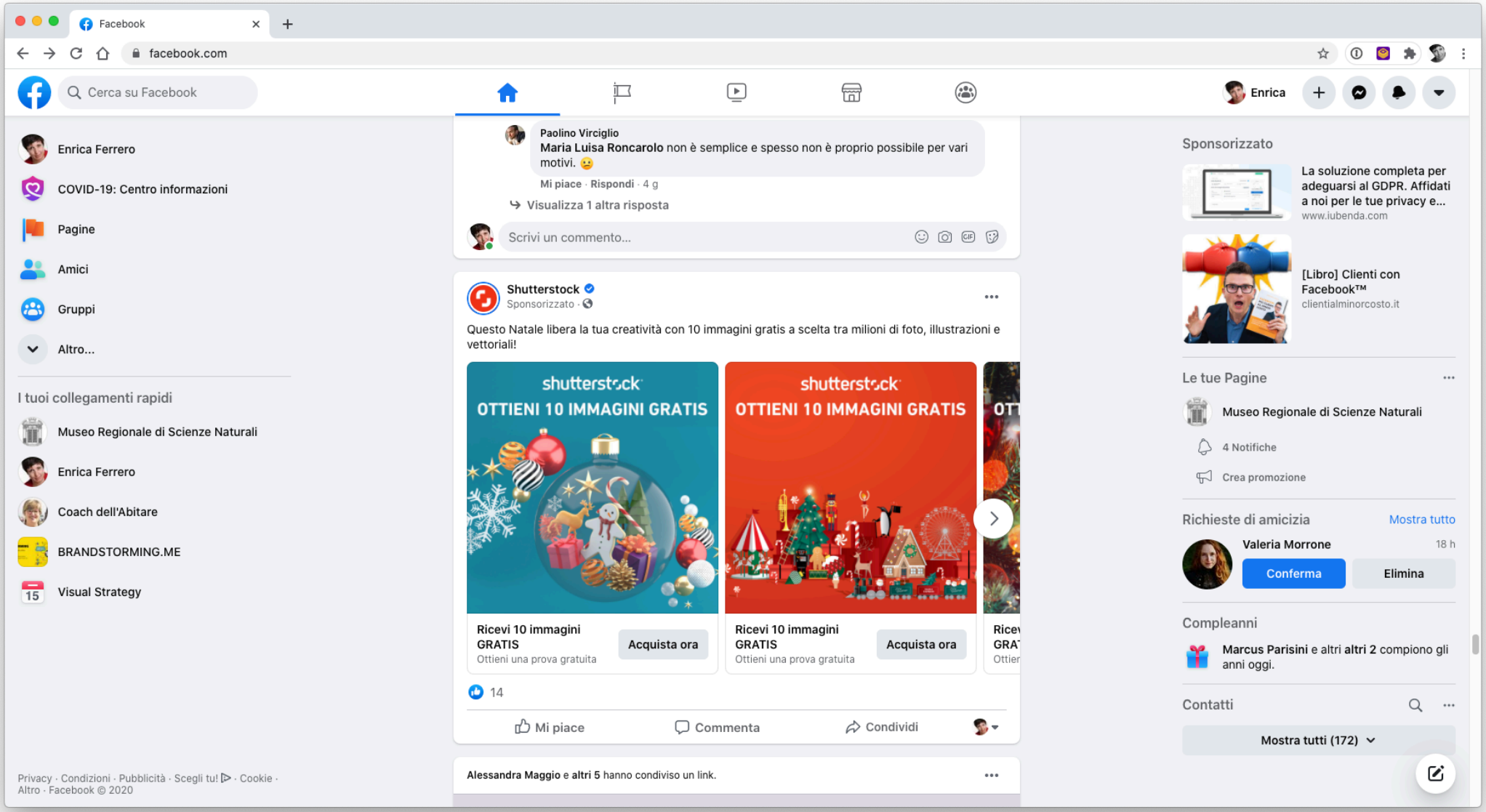
3.5 Inserzioni carosello



3.5 Inserzioni carosello



3.5 Inserzioni carosello

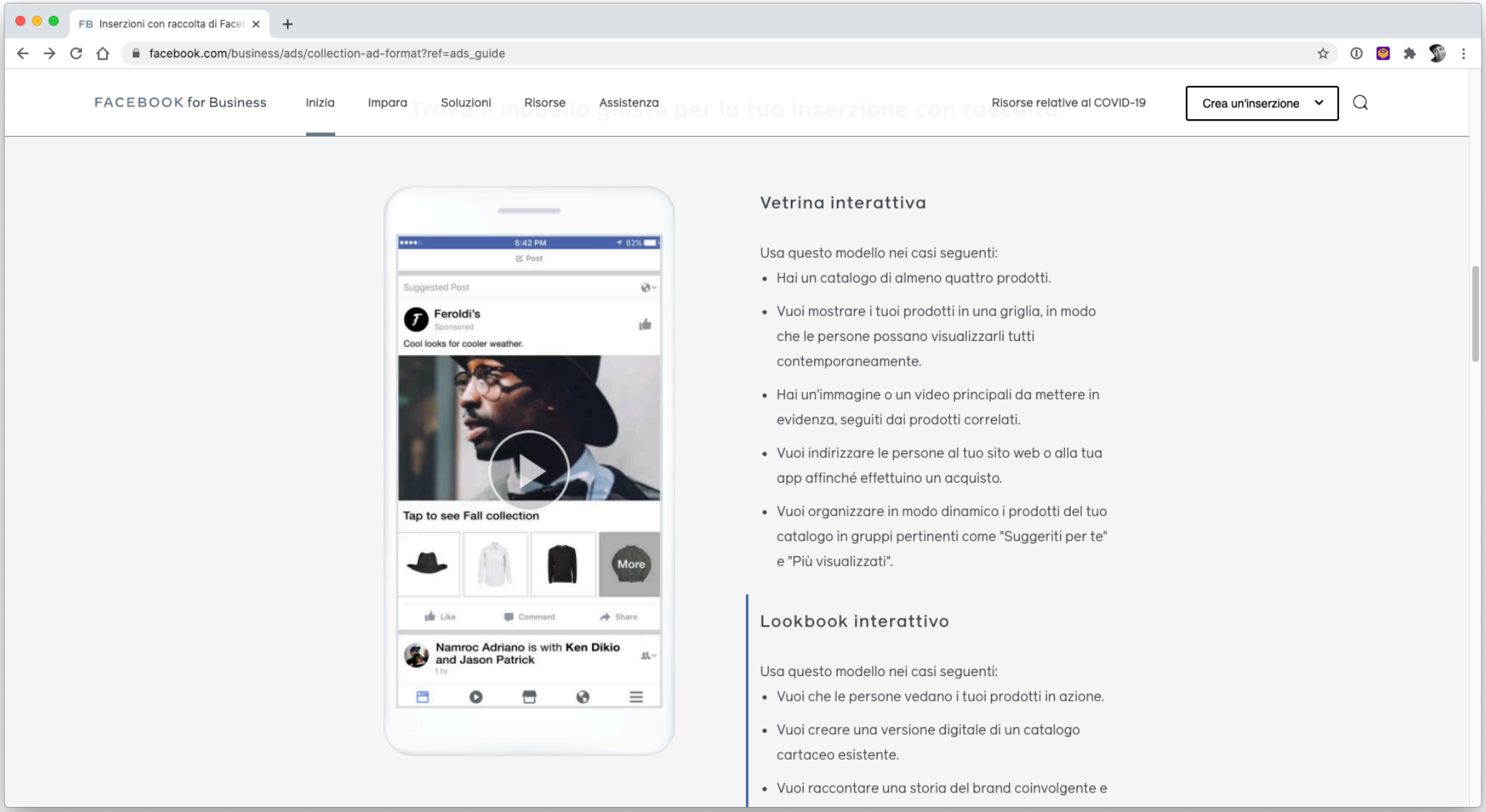


STUDIOSAMO PRO

3.6 Inserzioni con raccolta

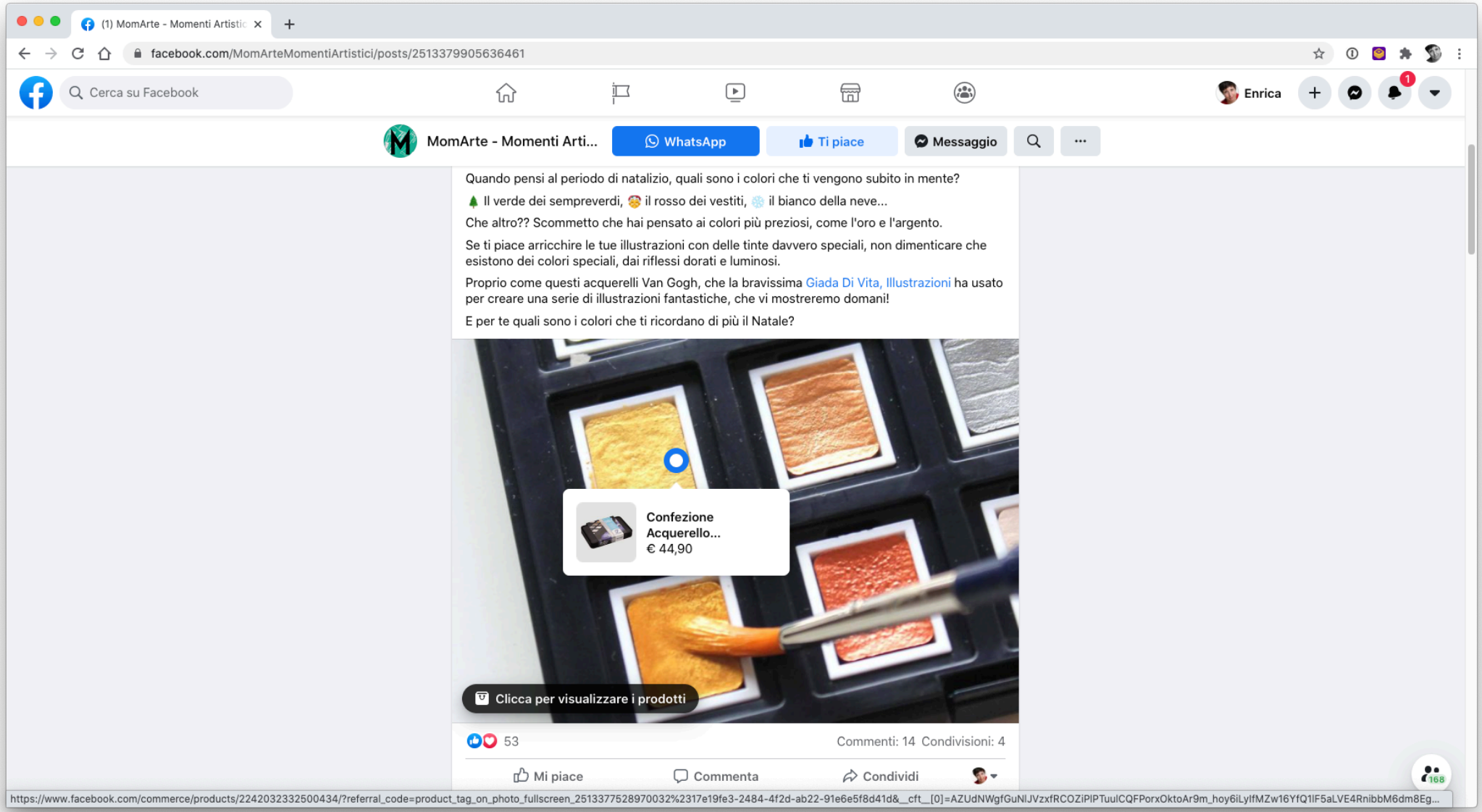
- Passare dalla scoperta all'acquisto non è mai stato così semplice
- Il formato pubblicitario **Raccolta** aiuta le persone a sfogliare facilmente i nostri **prodotti**, vivendo un'esperienza integrata "dopo il clic" grazie alle esperienze interattive, il tutto senza uscire da Facebook o Instagram

3.6 Inserzioni con raccolta

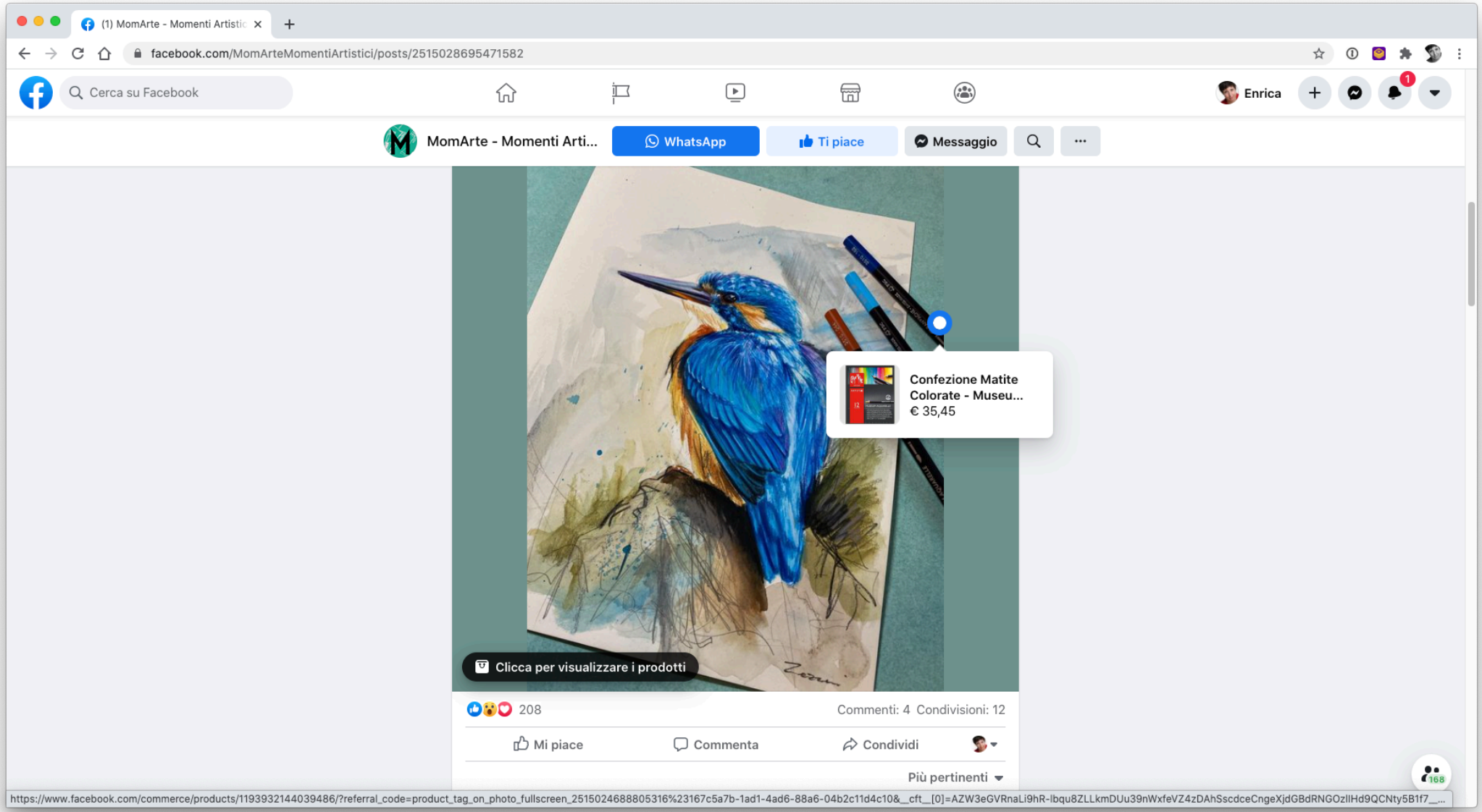


STUDIOSAMO PRO

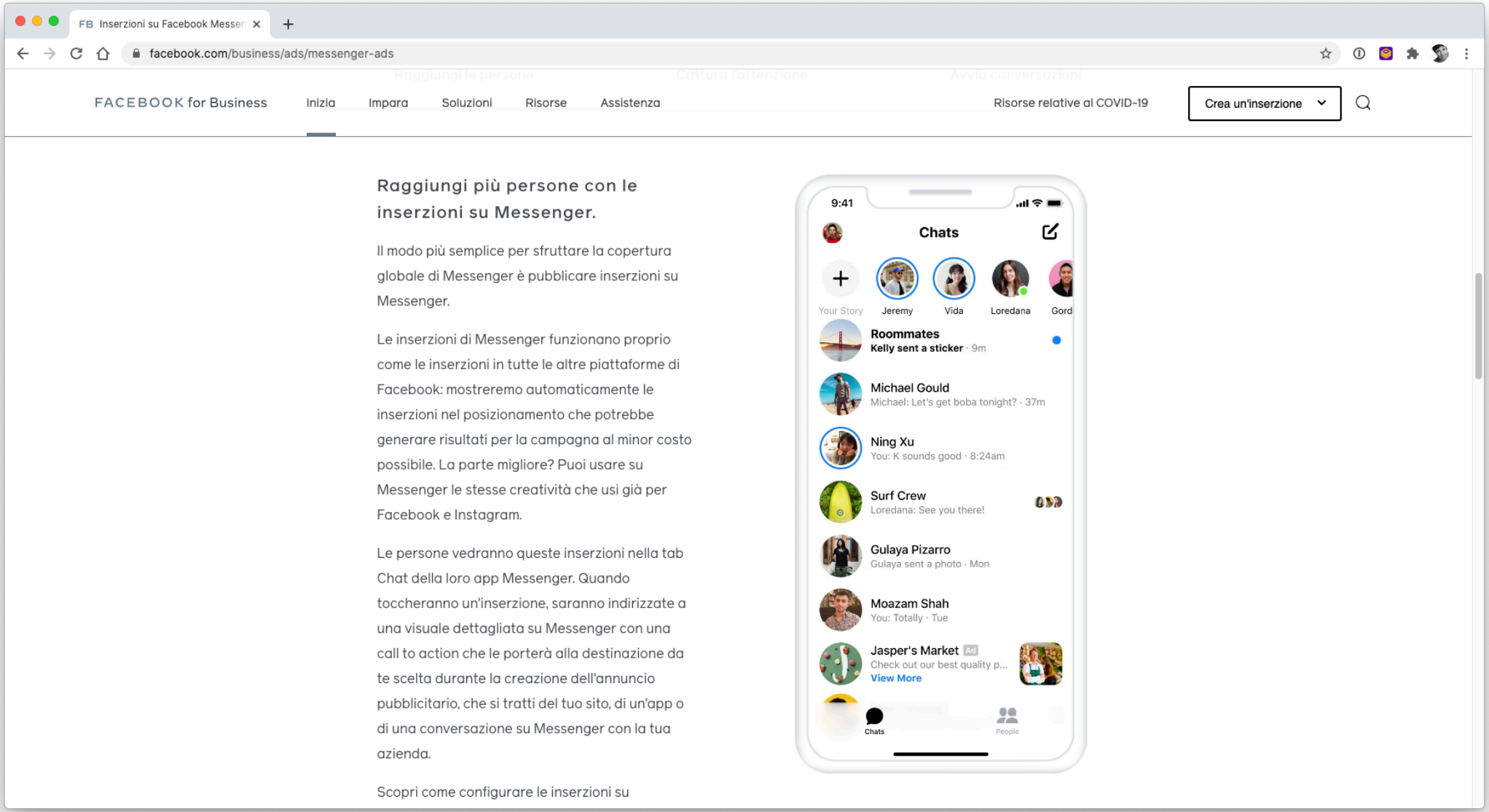
3.6 Inserzioni con raccolta



3.6 Inserzioni con raccolta

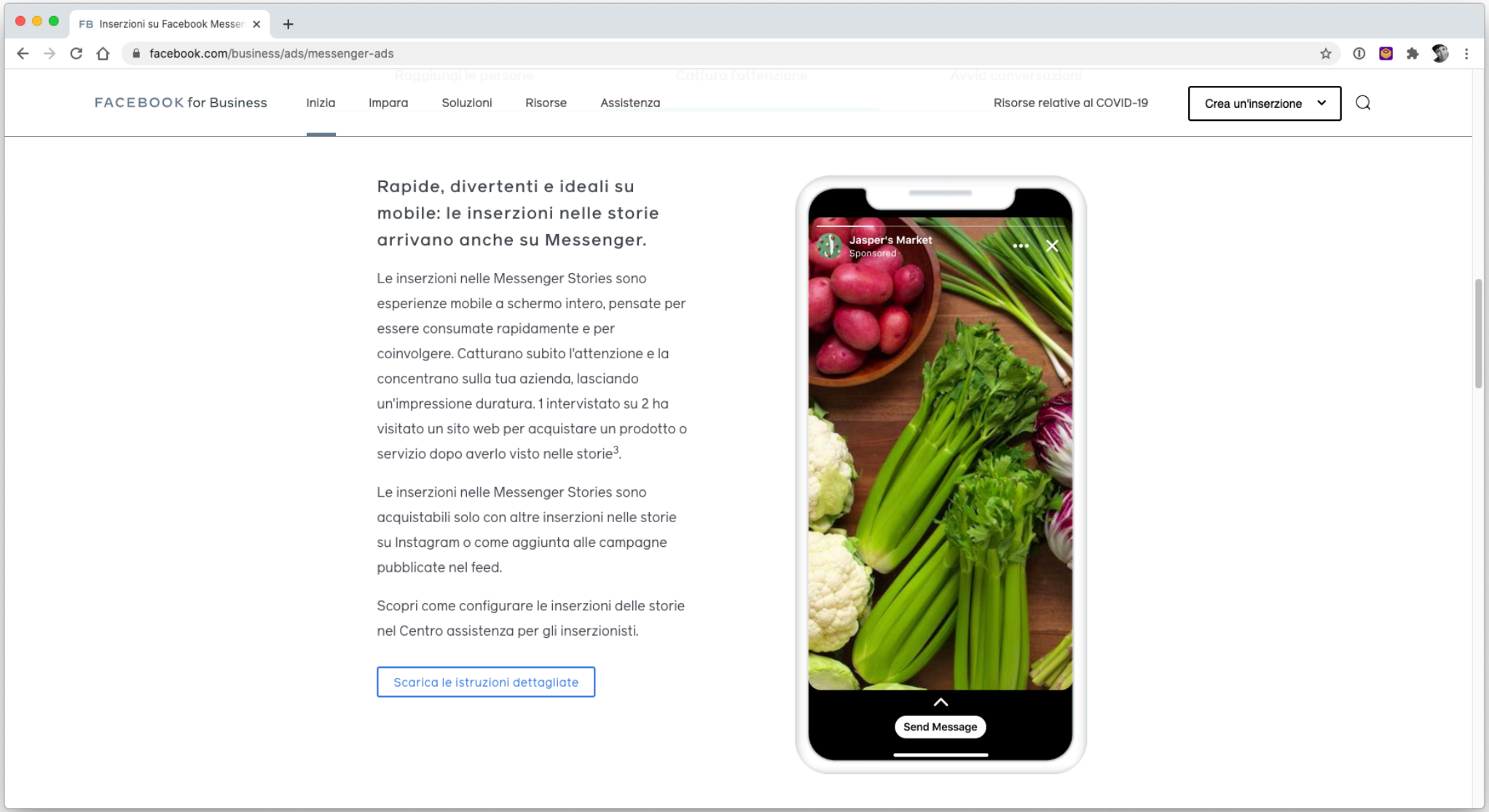


3.7 Inserzioni su Messenger

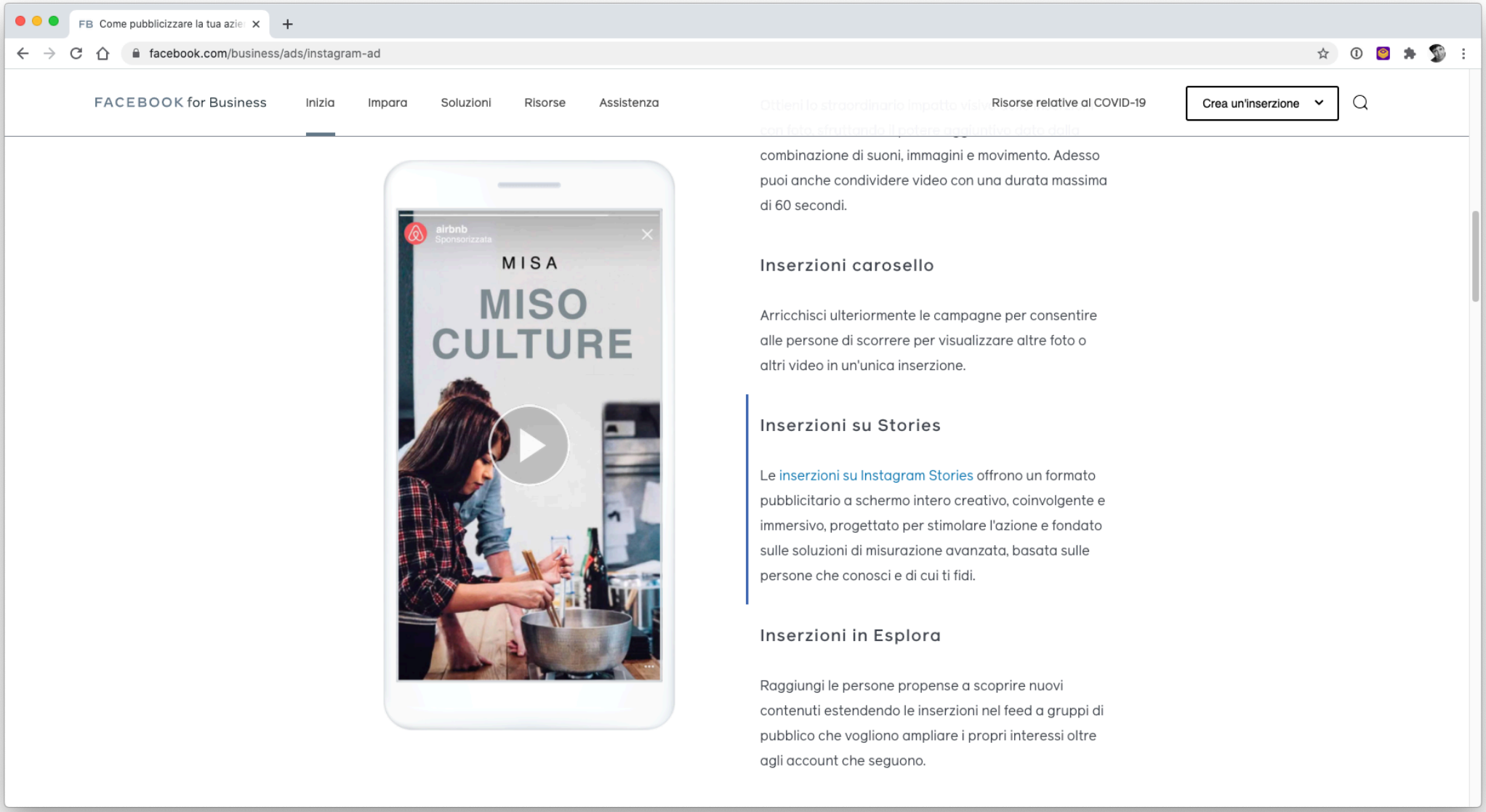


STUDIOSAMO PRO

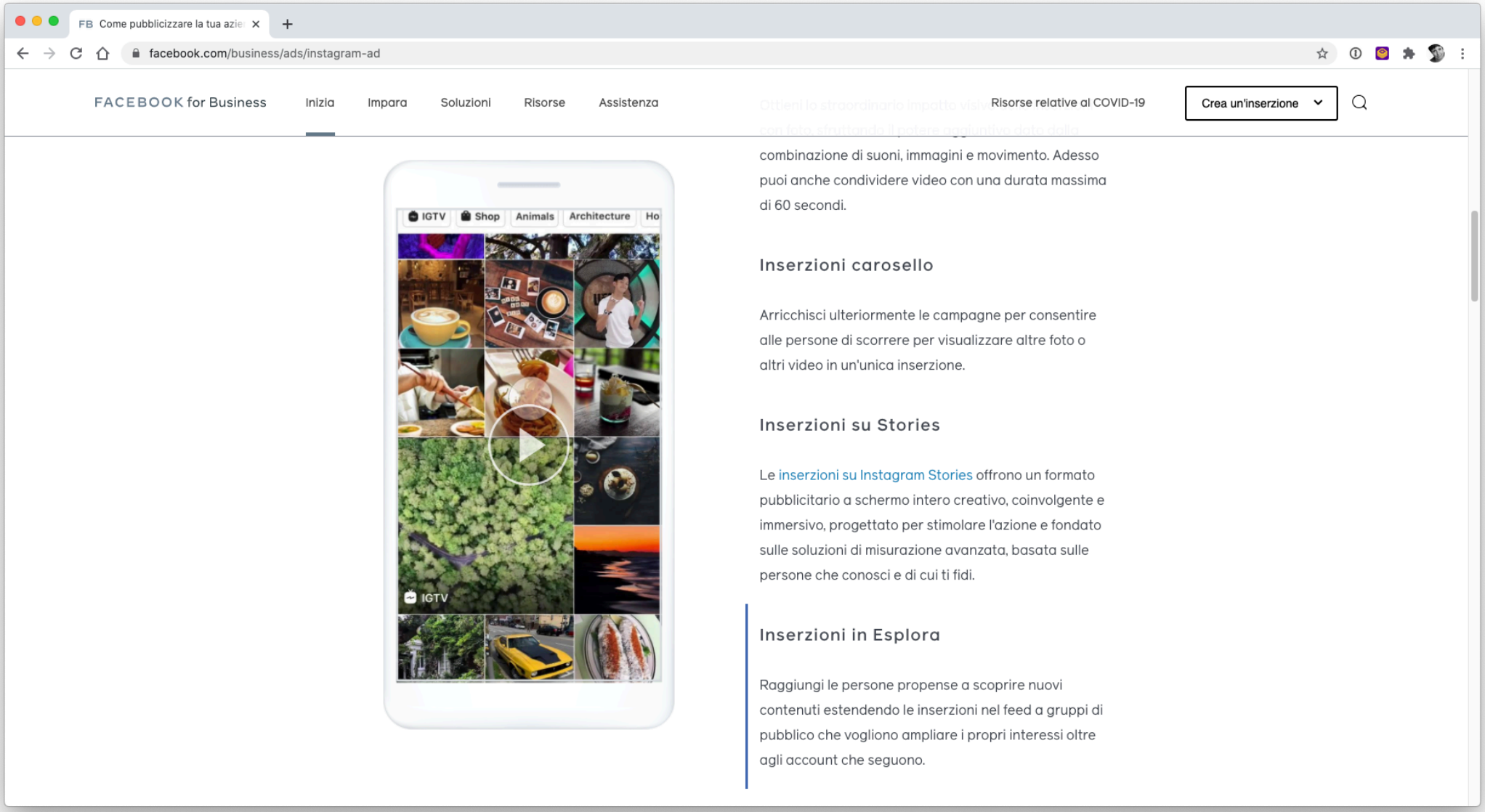
3.7 Inserzioni su Messenger



3.8 Inserzioni su Instagram Stories



3.9 Inserzioni su Instagram Esplora



STUDIOSAMO PRO

4. Altre opportunità

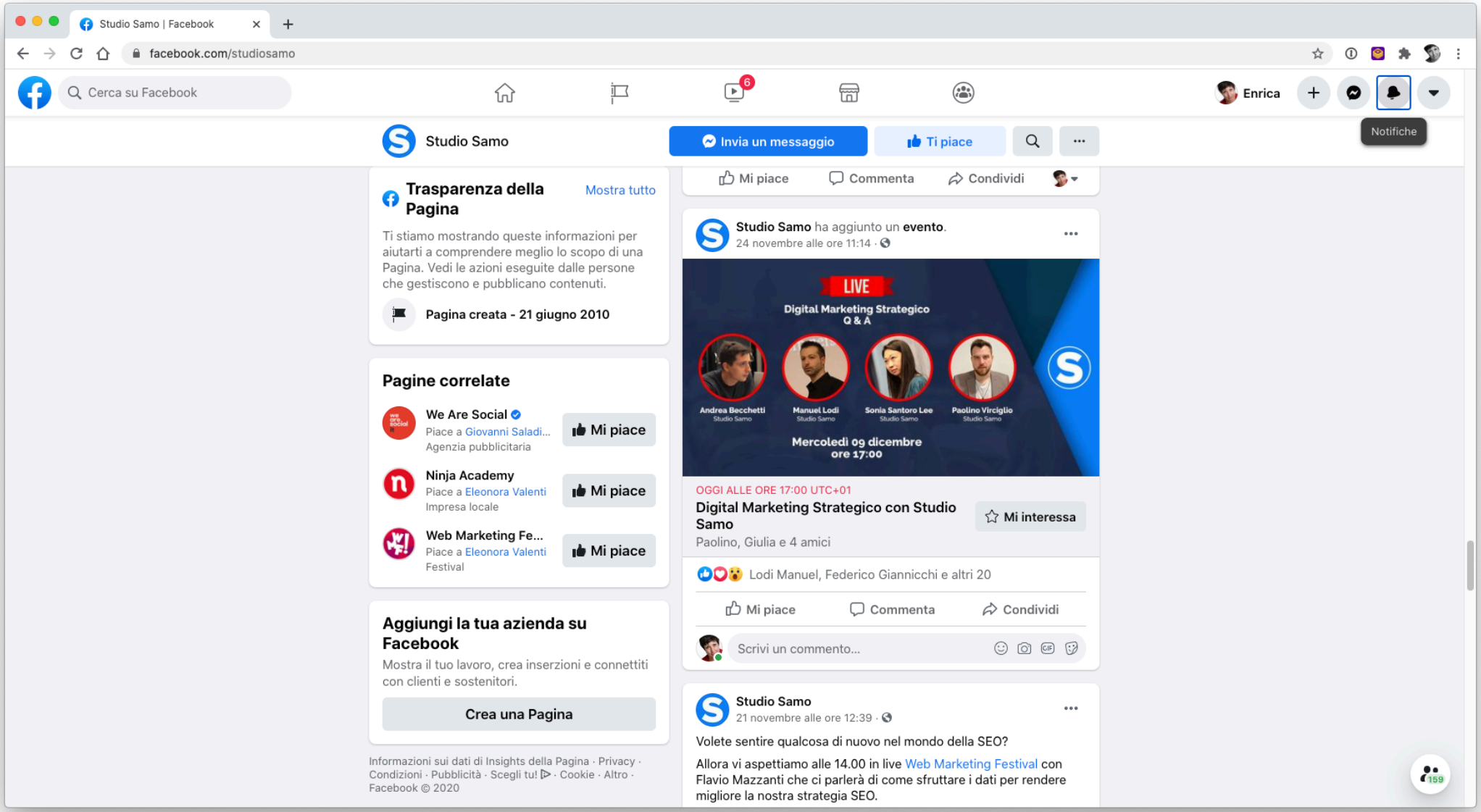
4.1 Altre opportunità di advertising digitale

- Piano Editoriale
- Pinterest Ads
- LinkedIn Ads
- WeTransfer Ads
- ...

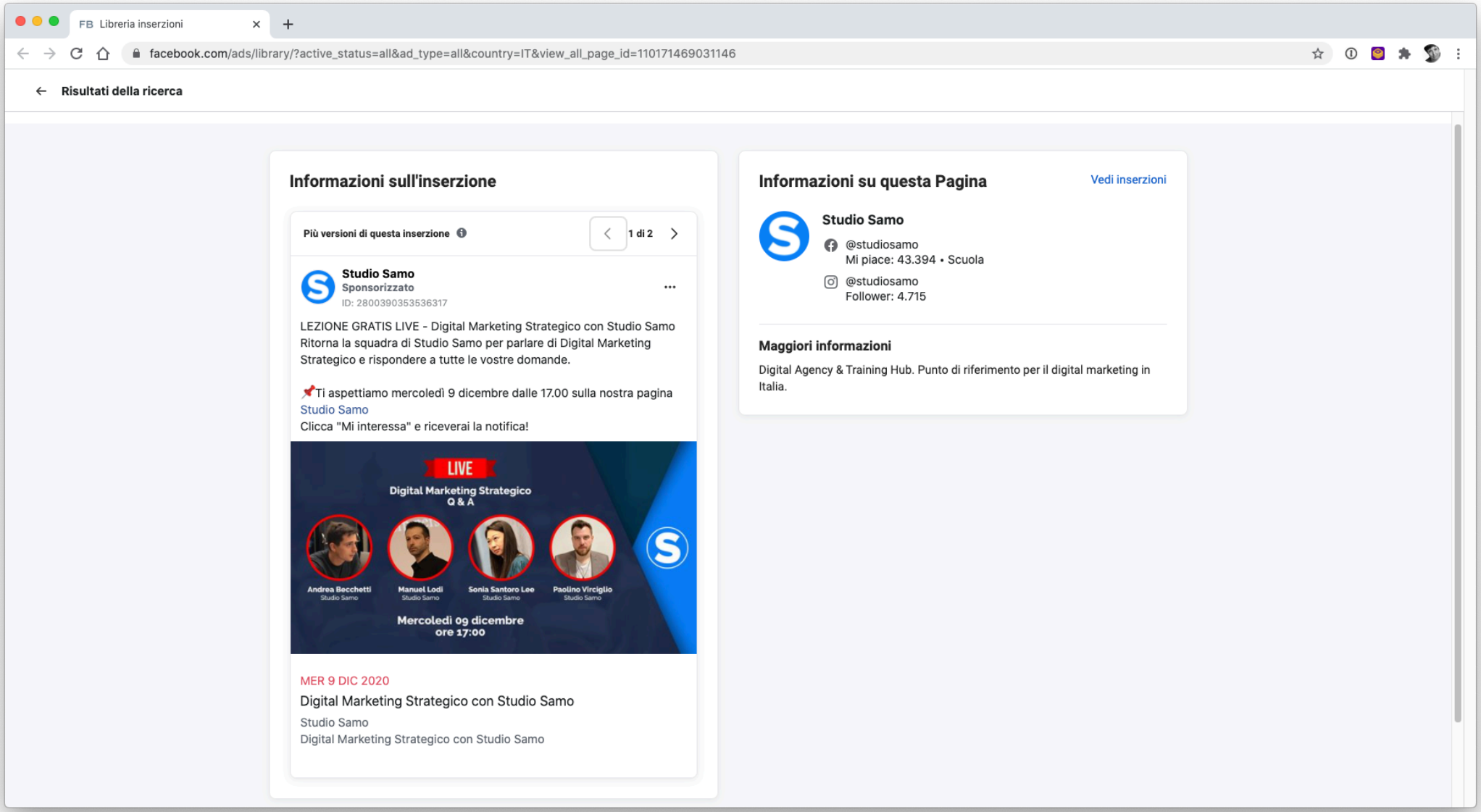
4.2 Piano editoriale

- Un **piano editoriale** è un documento che possiamo realizzare a mano su un foglio a caselle, con programmi come Word o Excel, utilizzando Google Calendar oppure su un planning online come Trello o Asana
- Una volta definito, il piano editoriale ci guiderà nella creazione dei contenuti da pubblicare e promuovere online

4.2 Piano editoriale



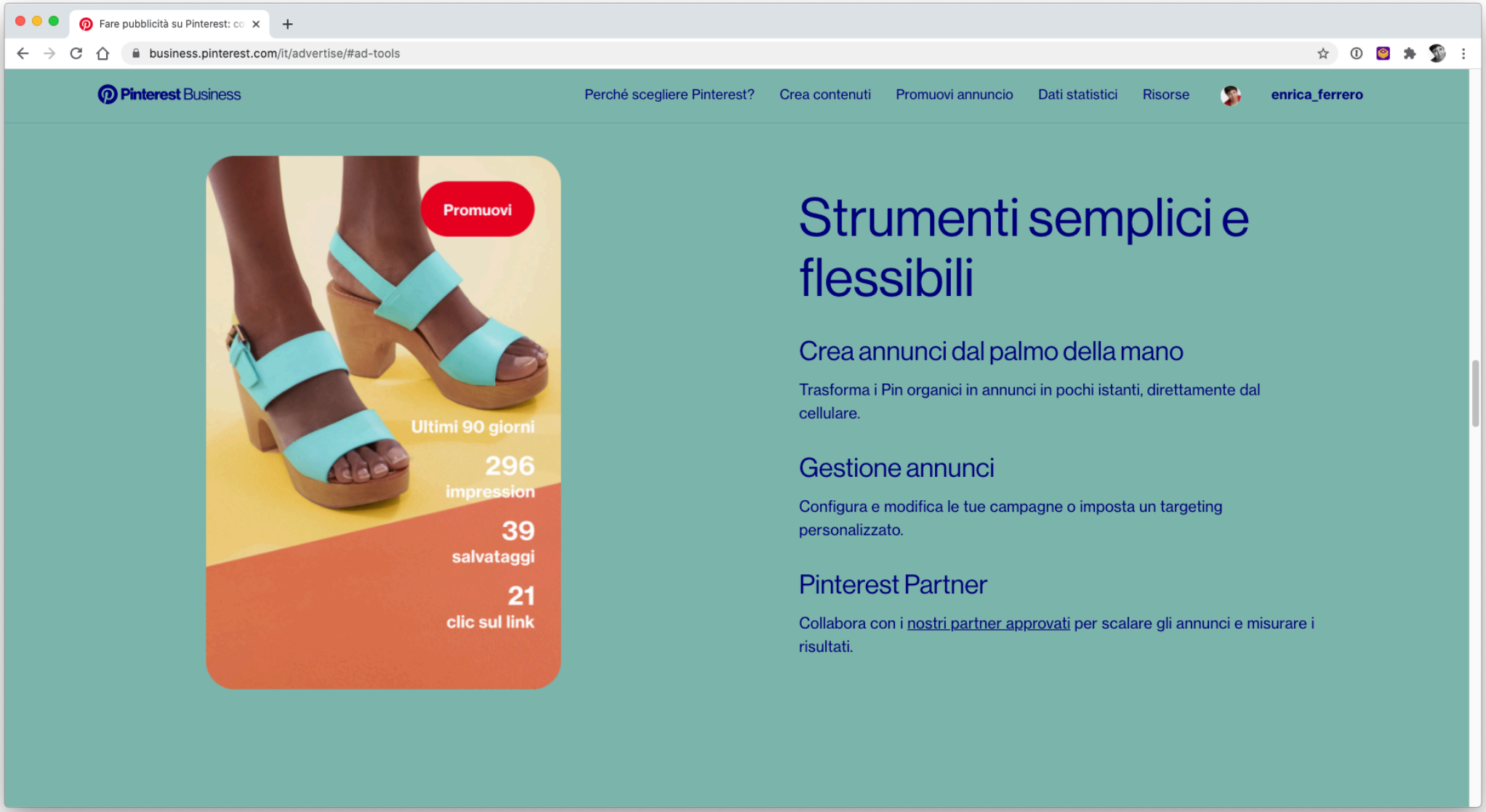
4.2 Piano editoriale



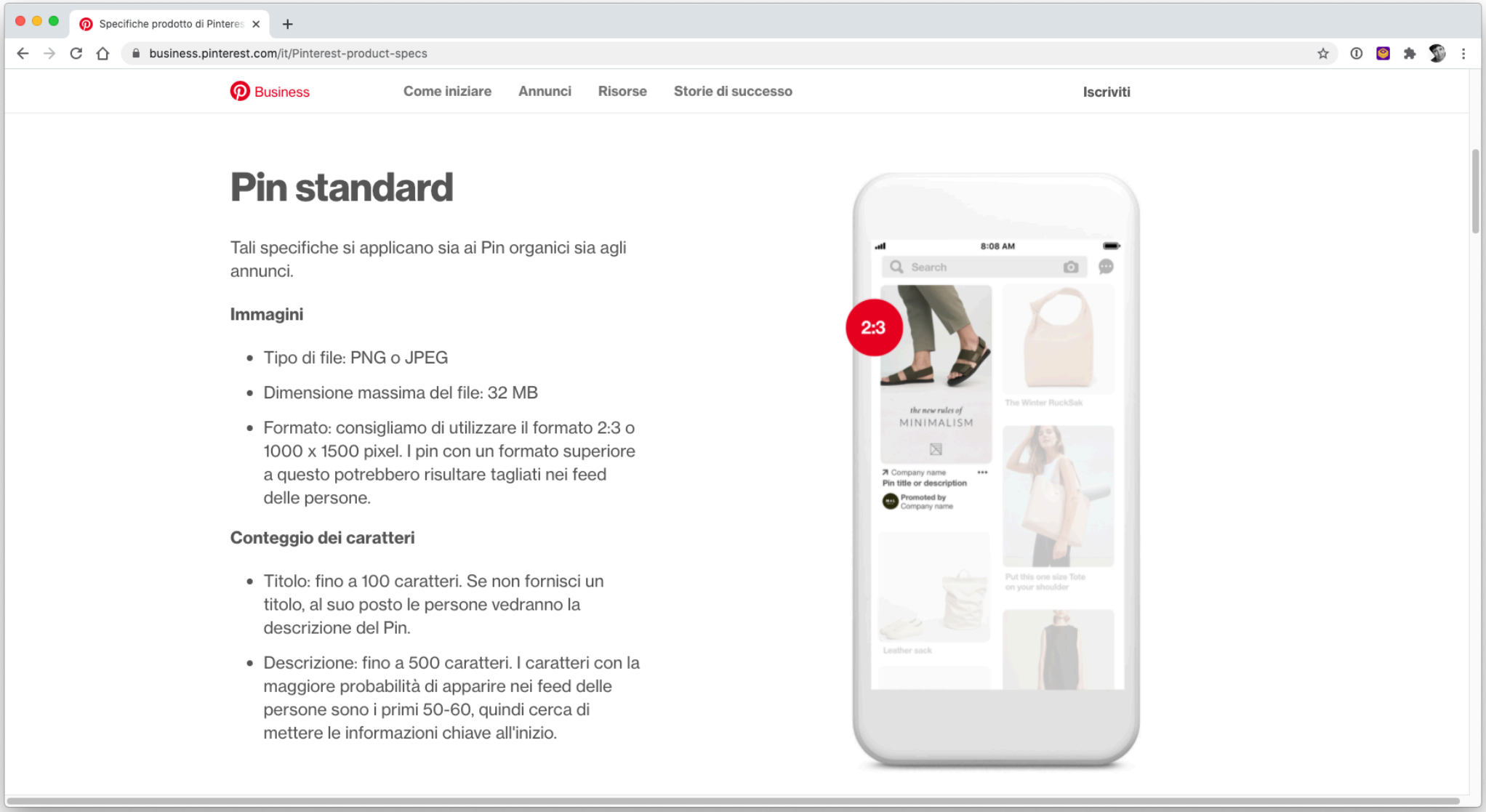
4.3 Pinterest Ads

- Gli **annunci Pinterest** prevedono la sponsorizzazione dei contenuti (Pins) pubblicati nelle board pubbliche di un business profile
- Questi Pin appariranno in home feed, category feeds e risultati di ricerca più rilevanti. Possiamo scegliere tra diversi formati di contenuti su Pinterest, dai Pin standard ai Caroselli multi-immagine

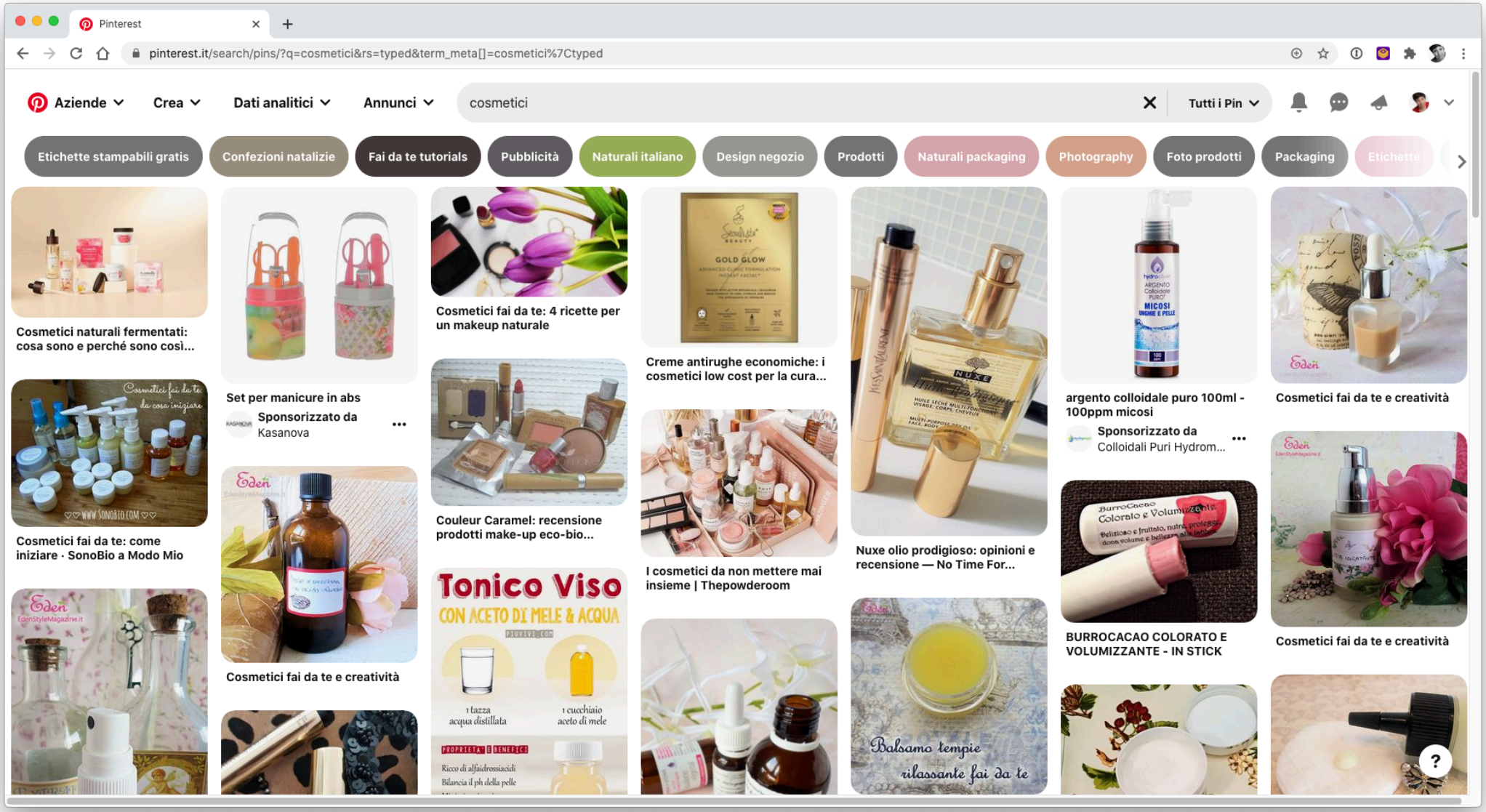
4.3 Pinterest Ads



4.3 Pinterest Ads



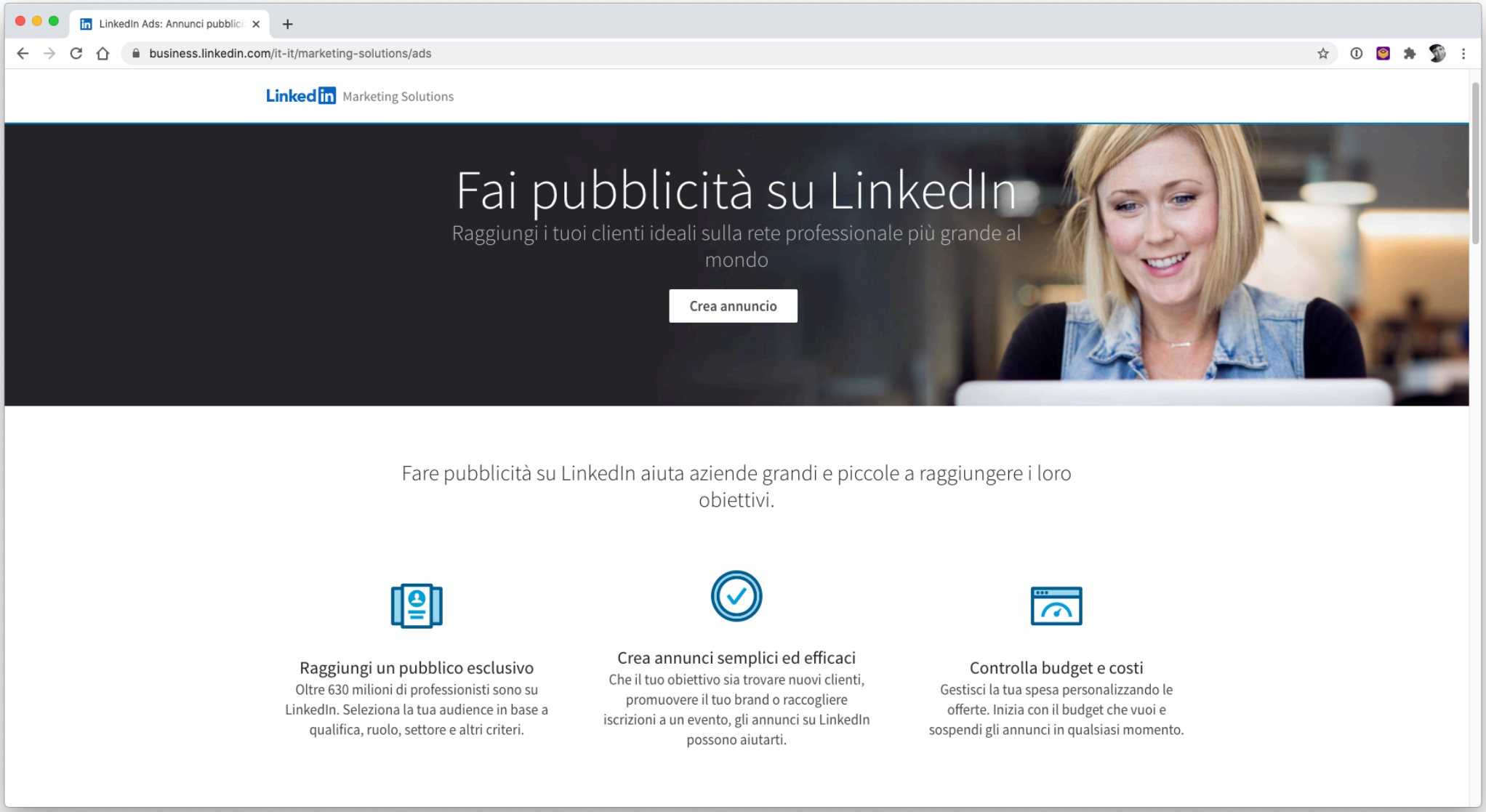
4.3 Pinterest Ads



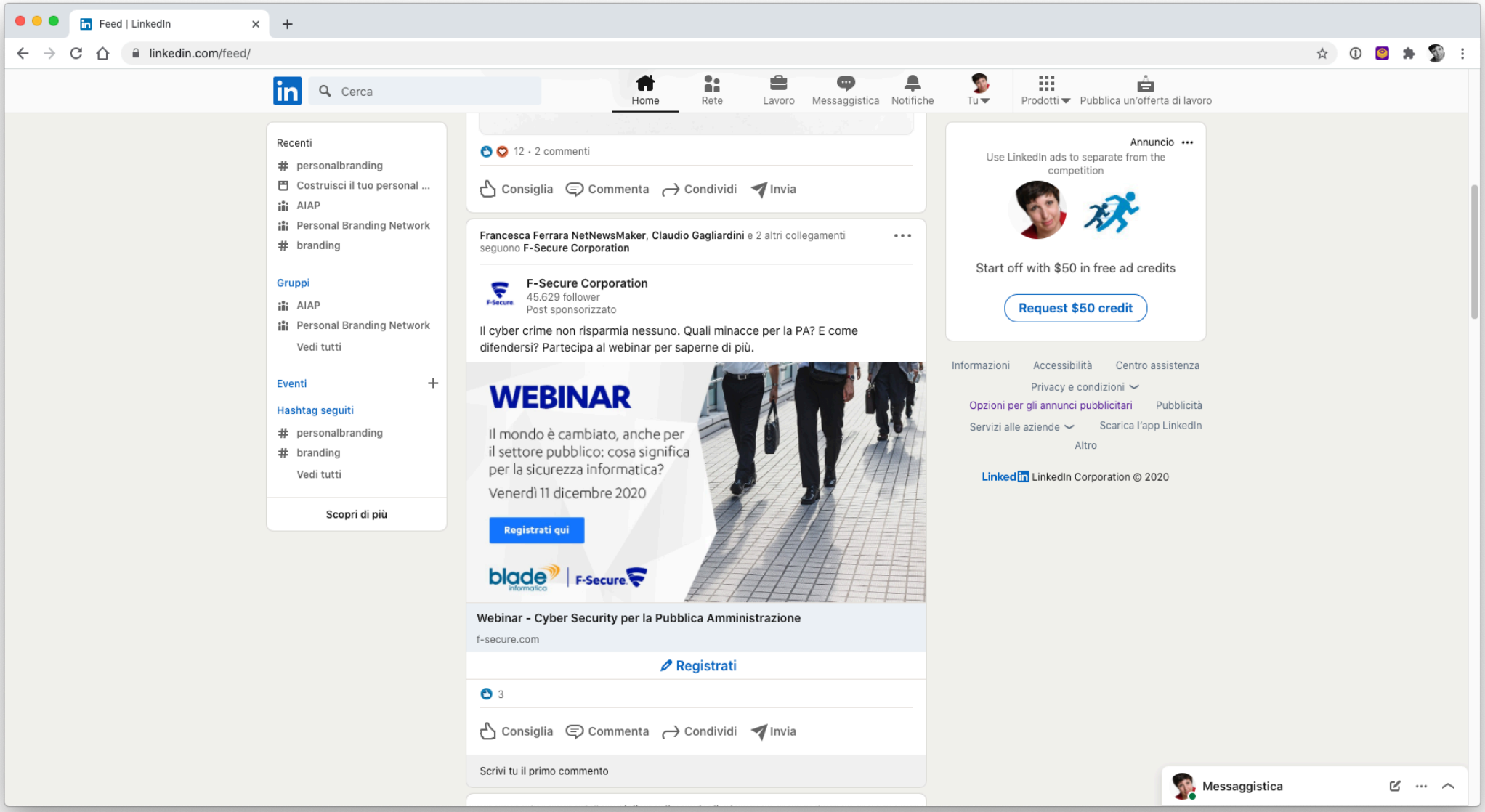
4.4 LinkedIn Ads

- **LinkedIn Ads** ci aiuta a raggiungere obiettivi pubblicitari come trovare nuovi clienti, promuovere il nostro brand o raccogliere iscrizioni a un evento
- Dopo aver selezionato l'obiettivo ci viene chiesto di scegliere il formato dell'annuncio tra le opzioni disponibili, che comprendono tra gli altri, quelli con immagine singola, carosello e video

4.4 LinkedIn Ads

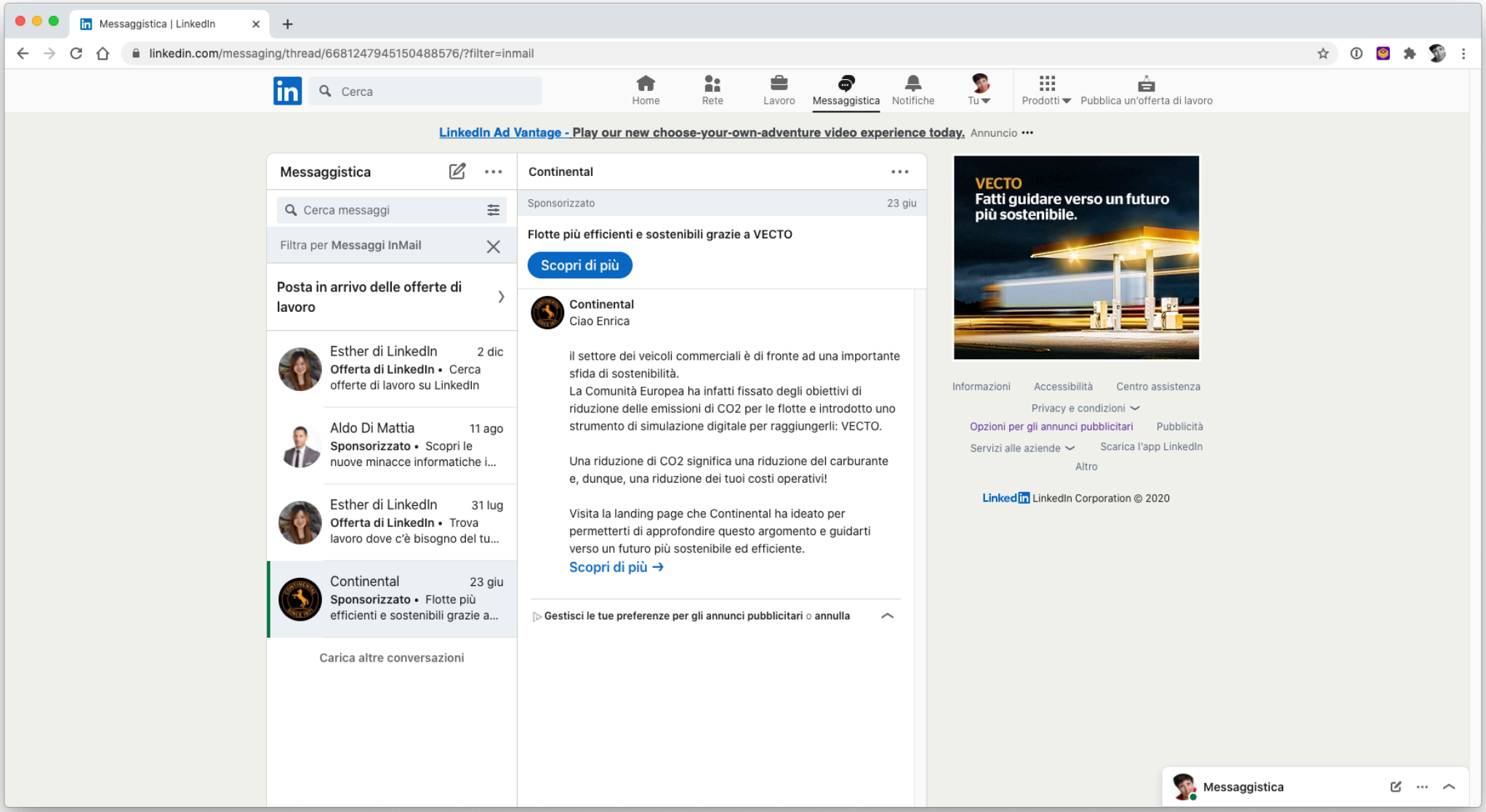


4.4 LinkedIn Ads



STUDIOSAMO PRO

4.4 LinkedIn Ads

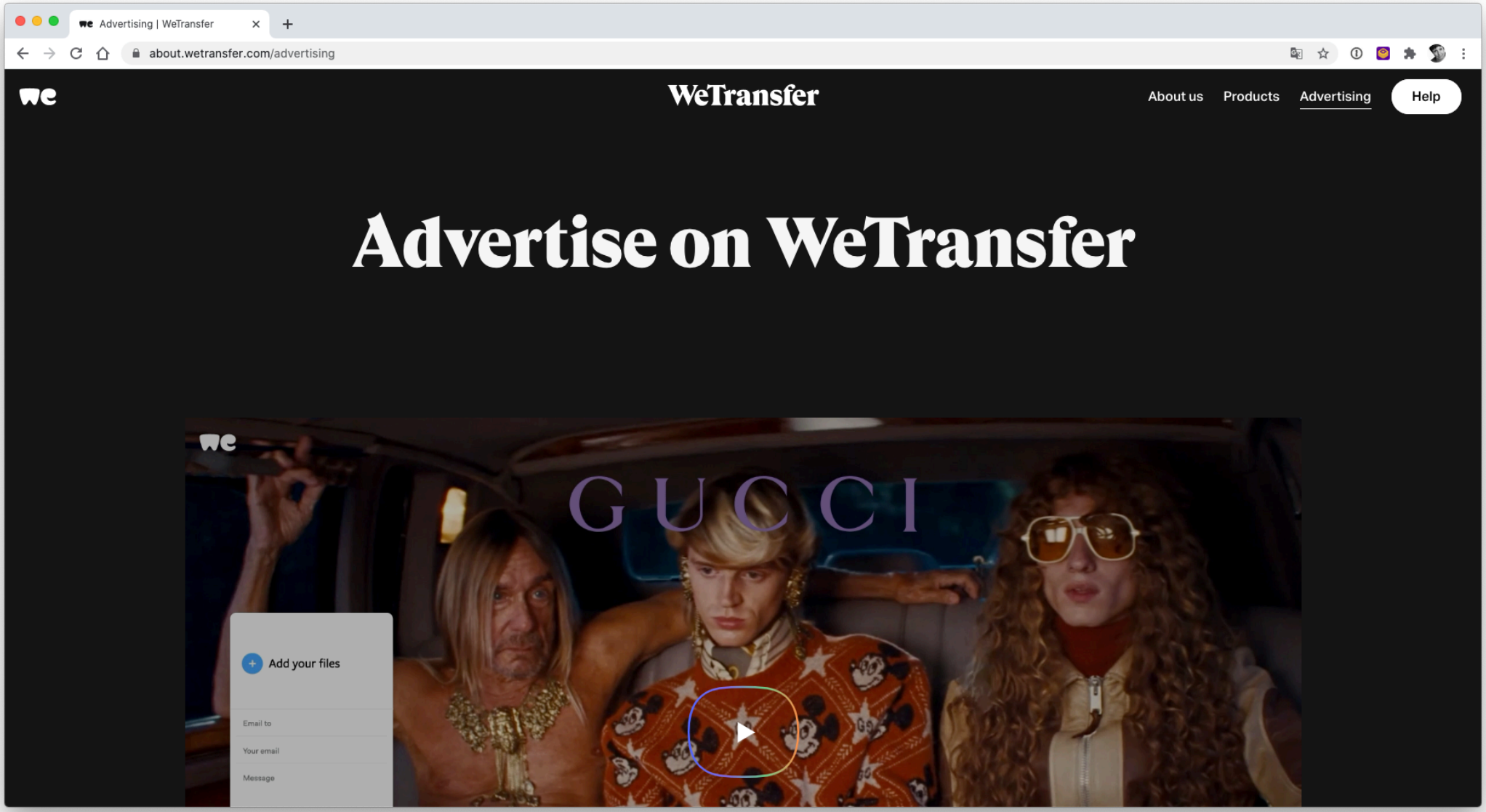


STUDIOSAMO PRO

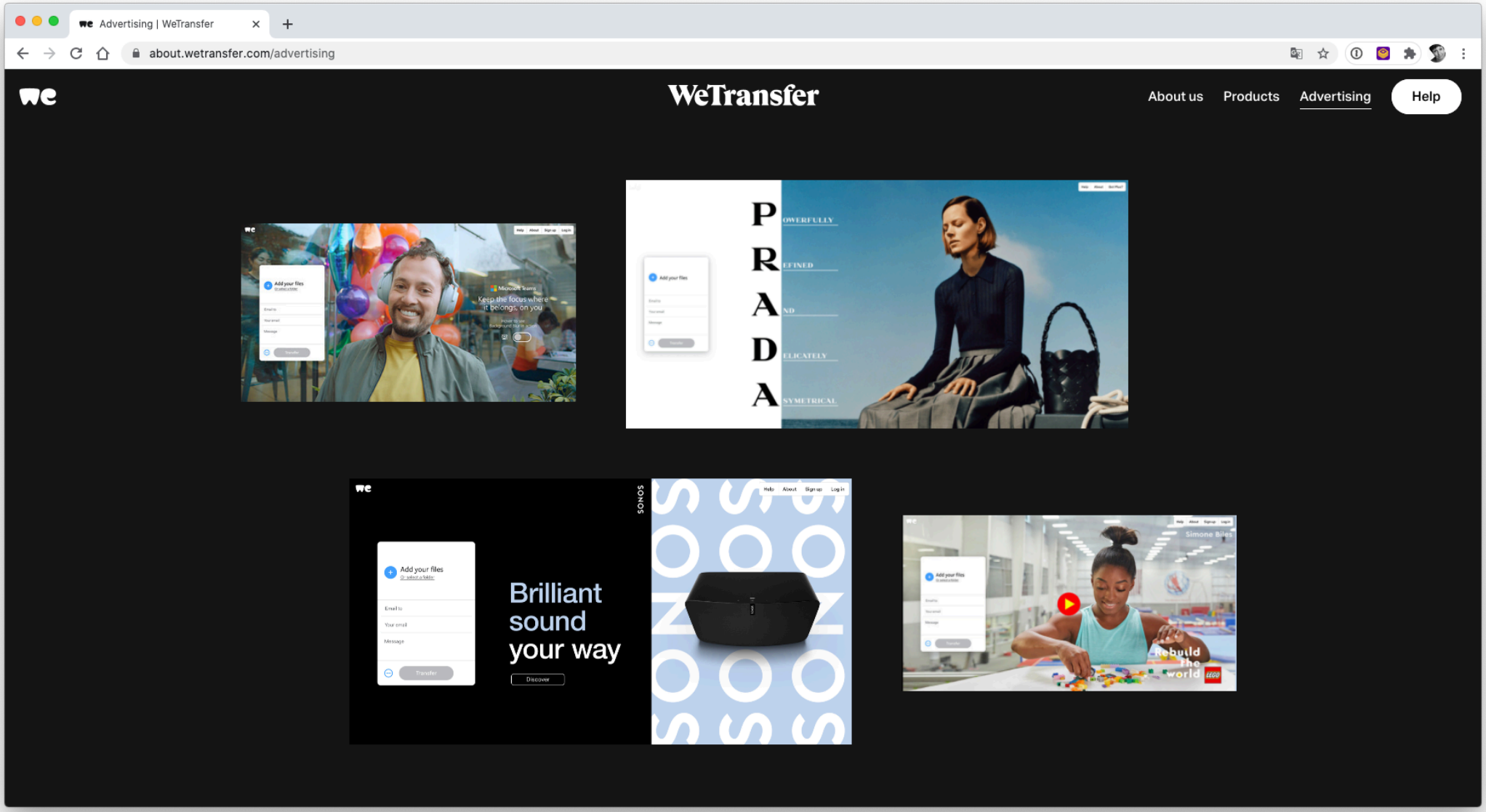
4.5 WeTransfer Ads

- Il formato **full-screen** offre agli inserzionisti uno spazio unico per l'espressione creativa, di grande interesse per le aziende e i loro marchi, rendendo di fatto **WeTransfer** una delle principali piattaforme di brand-building presenti sul mercato online

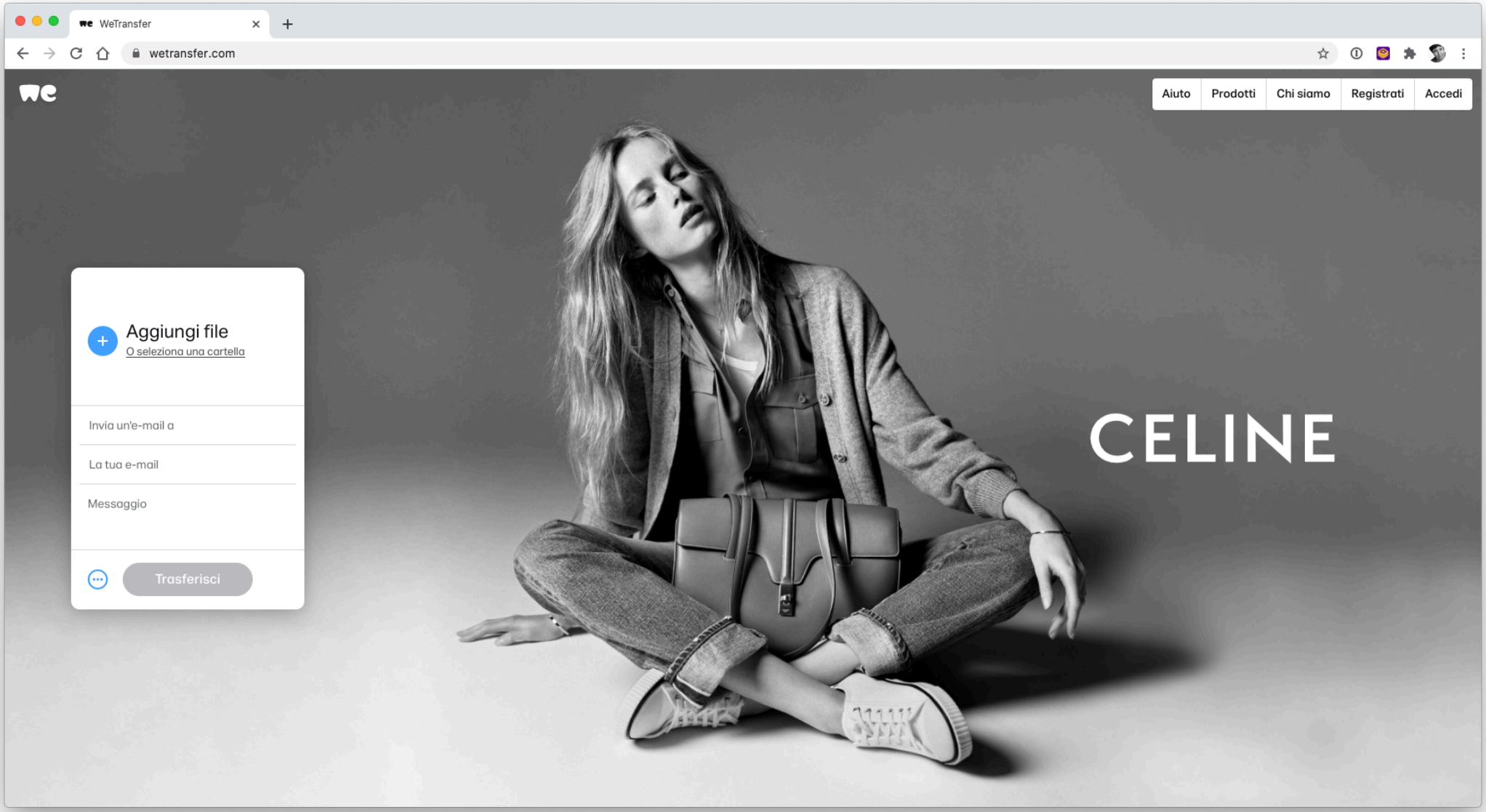
4.5 WeTransfer Ads



4.5 WeTransfer Ads



4.5 WeTransfer Ads



4.6 Tutto il resto

- Tutte le altre opportunità di digital advertising

5. Conclusione

5.1 Considerazioni finali

- Chi progetta le nostre **campagne di Advertising** ci garantisce le migliori **performance** per il raggiungimento dei nostri obiettivi

5.1 Considerazioni finali

- Chi definisce le nostra **strategia di Branding** ci garantisce la **coerenza** comunicativa per il raggiungimento dei nostri obiettivi

5.2 Credits

- Google Ads
- YouTube
- Facebook
- Pinterest
- LinkedIn
- WeTransfer

GRAZIE!