




INSTAGRAM

**Implementazione di una campagna
di comunicazione e monitoraggio
dei risultati**

La seguente guida è volta ad implementare un caso d'uso per una campagna di comunicazione su Instagram, e al successivo monitoraggio dei risultati attraverso Doutdes.

Il caso d'uso preso ad oggetto, è quello di un ristorante sito nel centro storico di Cagliari, che decide di ampliare la sua offerta attraverso una ricca colazione a buffet.

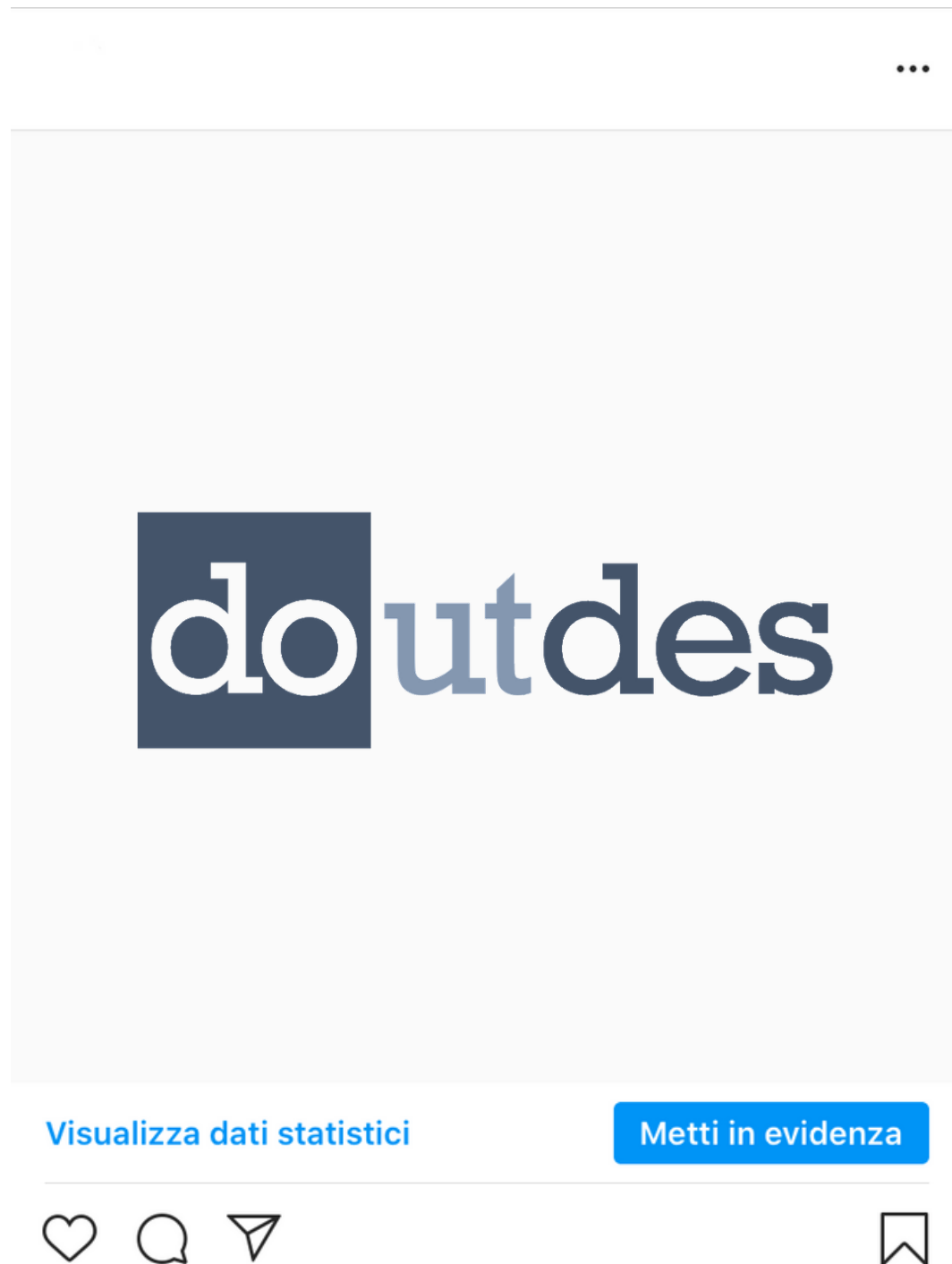
I vari passaggi della guida prendono in considerazione la pubblicazione e la sponsorizzazione di un contenuto in data 18 maggio. Questi passaggi, possono essere adattati ad ogni tipologia di impresa.



Un'impresa può decidere di sponsorizzare un post per diverse ragioni: ottenere più visite al proprio profilo, aumentare la visibilità del proprio sito web, o raccontare una novità ad un pubblico specifico, come nel caso che stiamo prendendo in considerazione.

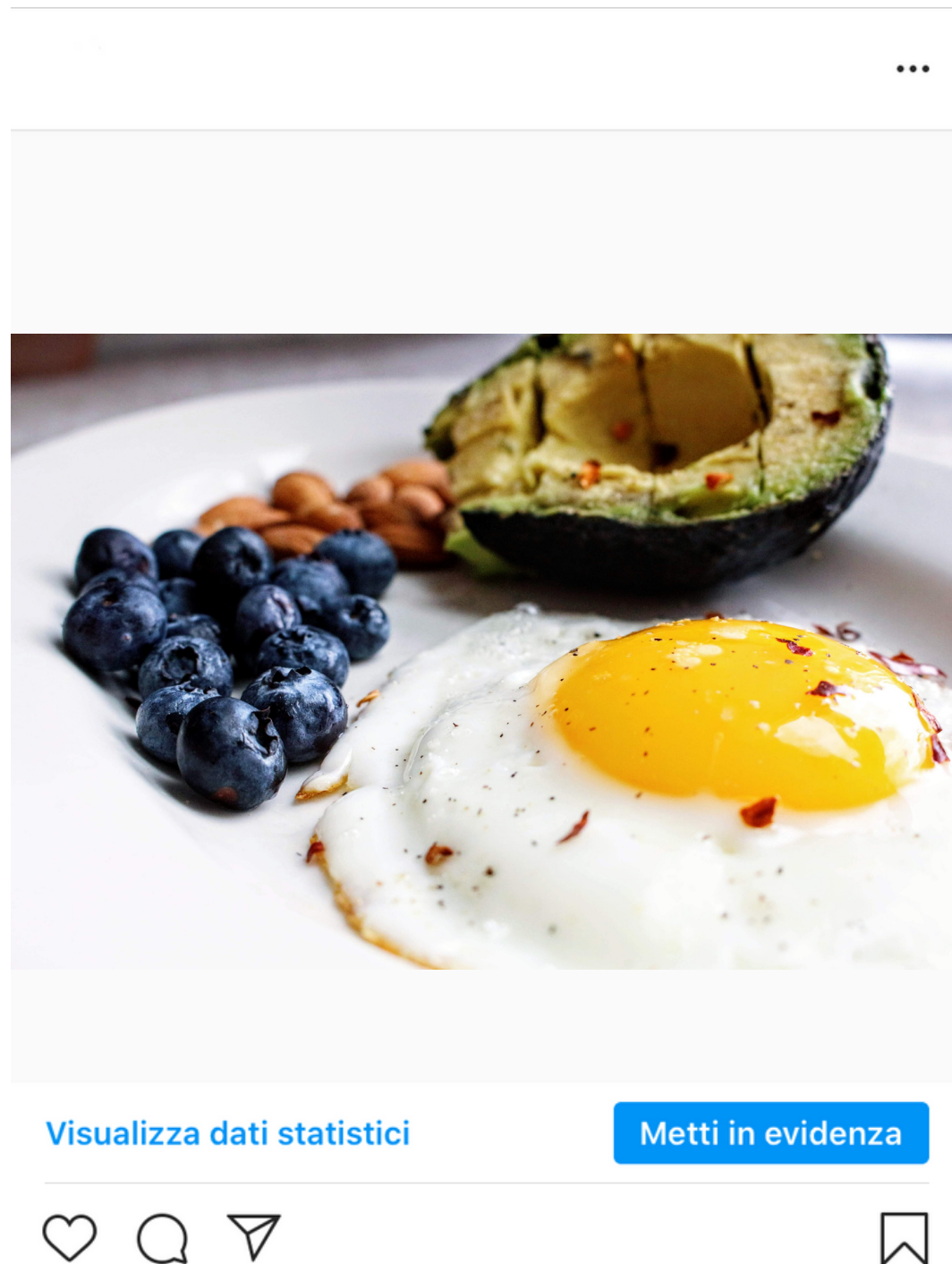
Dopo la creazione del post e la sua pubblicazione, si passa alla sponsorizzazione attraverso dei brevi e semplici passaggi.

Sponsorizzazione



1. Cliccare su "Metti in evidenza"
2. Selezionare dove si vuole rimandare le persone
 - a. Il tuo profilo
 - b. Il tuo sito web
 - c. I tuoi messaggi
3. Definisci il tuo pubblico
 - a. Automatico: Instagram targetizza le persone simili ai tuoi follower
 - b. Crea il tuo
 - Nome del pubblico
 - Luoghi: uno o più luoghi dove si vuole sponsorizzare il post
 - Interessi: insieme di interessi relativi al post
 - Età e genere: relativo a chi vogliamo indirizzare il post
4. Scegliere budget e durata
5. Cliccare su "crea una promozione".

Sponsorizzazione - Step 1



- Dopo aver cliccato su "Metti in evidenza", decidiamo di rimandare gli utenti nel nostro profilo Instagram.
- Per la definizione del pubblico, decidiamo di crearne uno personalizzato, chiamato "Promozione Colazione", così definito:
 - Luoghi: Cagliari, Quartu Sant'Elena, Selargius, Quartucciu (i luoghi nelle vicinanze del nostro ristorante)
 - Interessi: "colazione", "brunch", "full breakfast" "bar" (quelli che più si avvicinano al post che stiamo sponsorizzando)
 - Età e genere: uomini e donne, età 16-50 (quelli che riteniamo essere i più interessati alla nostra offerta).

Sponsorizzazione - Step 2

76.000

Persone potenziali raggiunte

Ottimo

Nome del pubblico

Promozione Colazione



Luoghi

Selargius, Italia, Cagliari, Italia, Quartucciu, Italia e
Quartu Sant'Elena, Italia



Interessi

Full breakfast, Bar, Colazione o Brunch



Età e genere

Tutti | 16 - 50 anni



Con queste caratteristiche, il nostro pubblico è di circa 76.000 utenti.

Nel caso in cui ritenessimo fosse un pubblico troppo o poco ampio, potremmo decidere di ridurlo/incrementarlo targettizzando maggiormente l'età, i luoghi, o gli interessi.

Sponsorizzazione - Step 3

< Budget e durata Avanti

10 € nel corso di 5 giorni

Spesa totale

4.100 - 11.000

Copertura stimata

Budget

2 € al giorno

Durata

5 giorni

Come ultimo passaggio, decidiamo di investire 2€ al giorno, per 5 giorni. La spesa di 10€ ci permette di avere una copertura stimata tra 4.100 e 11.000.

Anche in questo caso, se ritenessimo che questa possa essere una copertura troppo bassa, o troppo alta, potremmo decidere di incrementarla/decrementarla modificando il budget o la durata.

Ora che la sponsorizzazione è stata effettuata, e abbiamo avuto la conferma da parte di Instagram, possiamo accedere alla piattaforma Doutdes e procedere con:

- 1. Selezione dell'arco temporale che ci interessa;**
- 2. Aggiunta dei grafici che ci interessano;**
- 3. Monitoraggio dei risultati.**

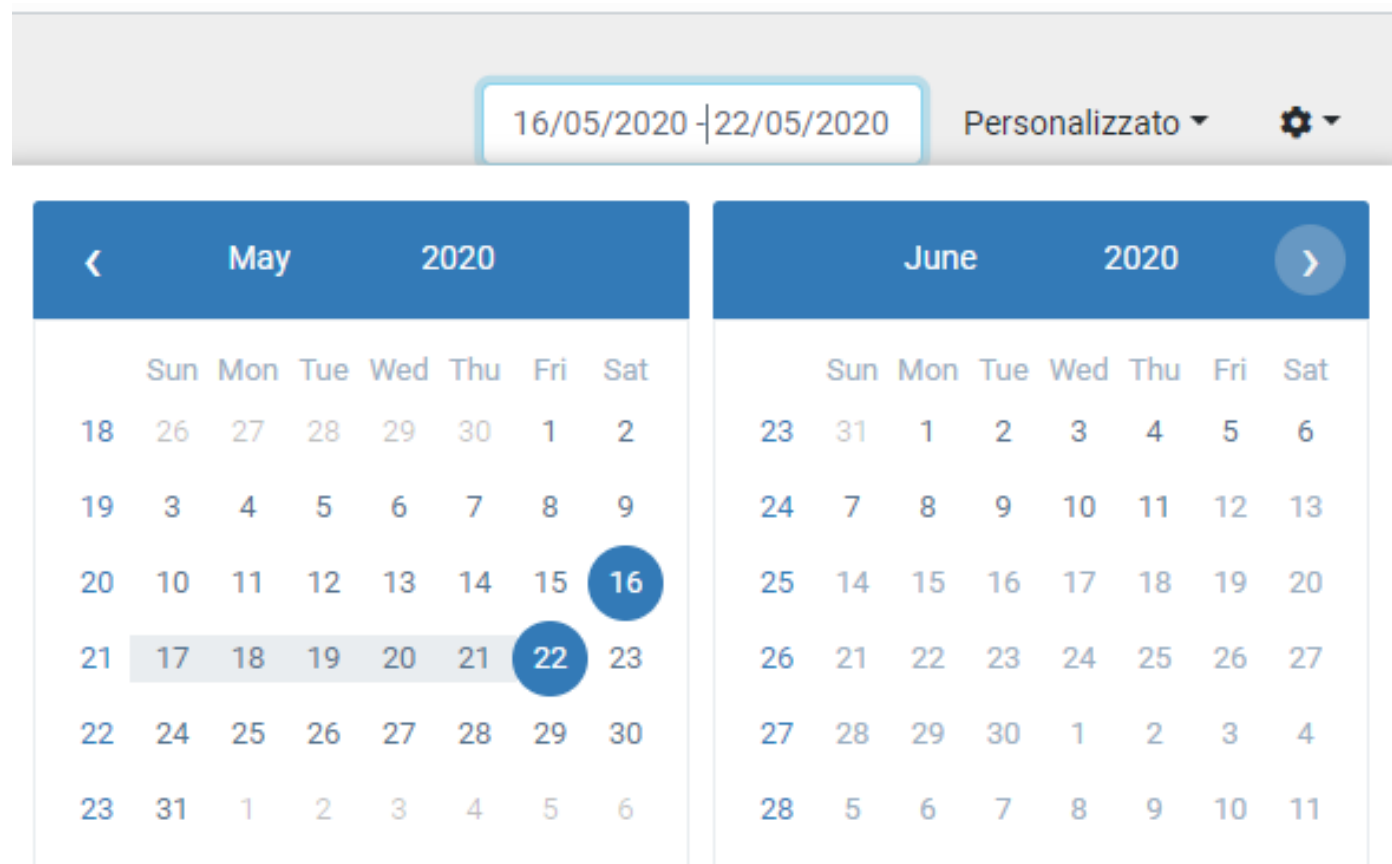
Per una migliore analisi, i dati riportati sono riferiti all'ultimo giorno di sponsorizzazione, in modo da poter vedere l'andamento dei 5 giorni di sponsorizzazione.

Selezione del periodo da analizzare

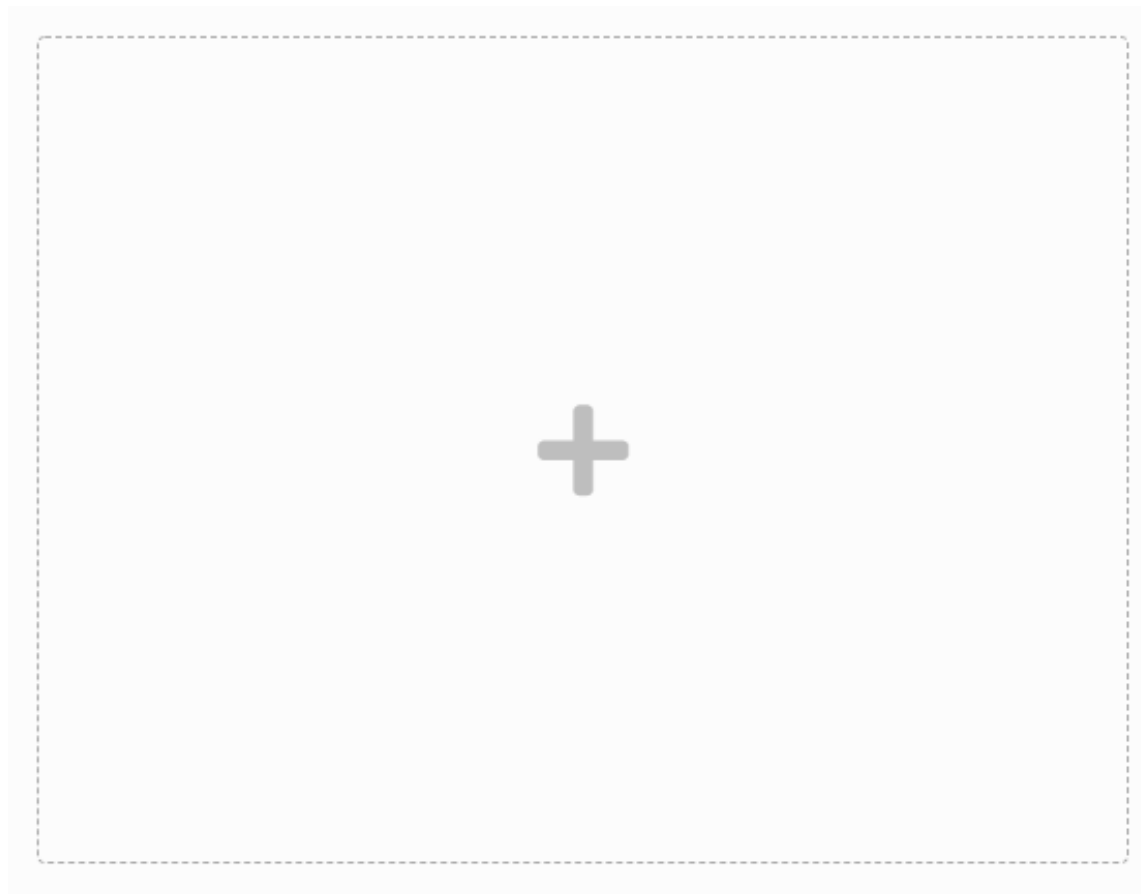
Ora che il nostro post è stato sponsorizzato, possiamo monitorare i risultati.

Accedendo alla piattaforma Doutdes, in alto a destra nella dashboard di Instagram, selezioniamo il periodo che vogliamo analizzare dall'apposito datepicker (selezionatore di date).

Avendo deciso di pubblicare e sponsorizzare il post in data 18 maggio, selezioniamo il periodo 16/05/2020 - 22/05/2020, per prendere in considerazione l'andamento del nostro profilo a partire da 2 giorni prima dei 5 giorni di sponsorizzazione.




Aggiunta dei grafici



La dashboard Instagram offre diversi grafici che ci aiutano a comprendere se la nostra campagna ha funzionato o meno, e capire quindi in che modo gli utenti hanno interagito con il nostro profilo.

La dashboard si presenta vuota, ma facendo clic sul riquadro riportato qui a sinistra come esempio, un menù a tendina mostrerà l'elenco dei grafici disponibili.



La dashboard di Instagram presenta diversi grafici. Nella seguente guida verranno analizzati quelli maggiormente utili ai fini del monitoraggio di una campagna di comunicazione:

- Utenti unici raggiunti;
- Visualizzazioni;
- Follower per città;
- Nuovi follower;
- Follower per genere/età;
- Click su contenuti.

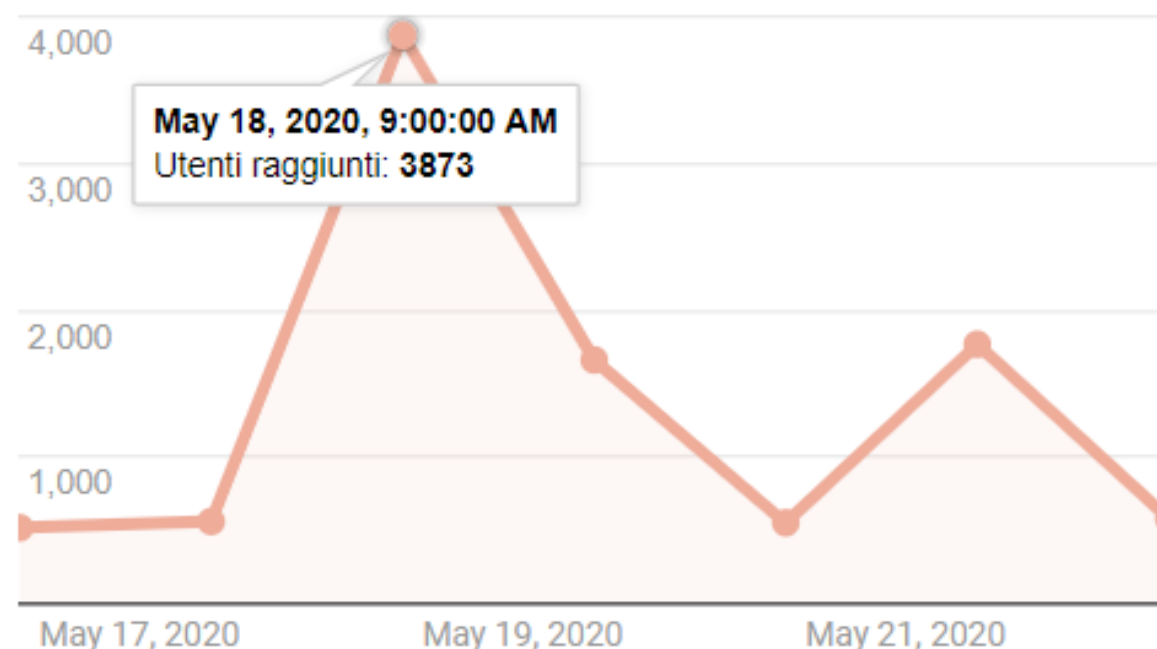
Monitoraggio - Utenti unici raggiunti

📷 Utenti unici raggiunti (LINEA) ?

📈 Media del periodo: 1359.00 (+ 55.31% ▲)

↓ Min: 518 (+ 16.14% ▲)

↑ Max: 3873 (+ 165.27% ▲)



Il grafico **Utenti unici raggiunti**, mostra il numero di utenti unici che sono stati raggiunti, indipendentemente da quante volte l'hanno visualizzato.

Tra gli utenti unici raggiunti possiamo trovare sia i follower del profilo, sia gli utenti che abbiamo raggiunto grazie ad un hashtag, un geotag, o alla promozione che abbiamo attivato.

Possiamo notare che il giorno di pubblicazione abbiamo raggiunto 3873 utenti, mentre nei giorni a seguire abbiamo raggiunto meno utenti, mantenendo una media di circa 1000 utenti unici.

I dati rilasciati da Doutdes sono tutti positivi: il minimo e il massimo di utenti unici raggiunti sono nettamente aumentati, e di conseguenza anche la media.

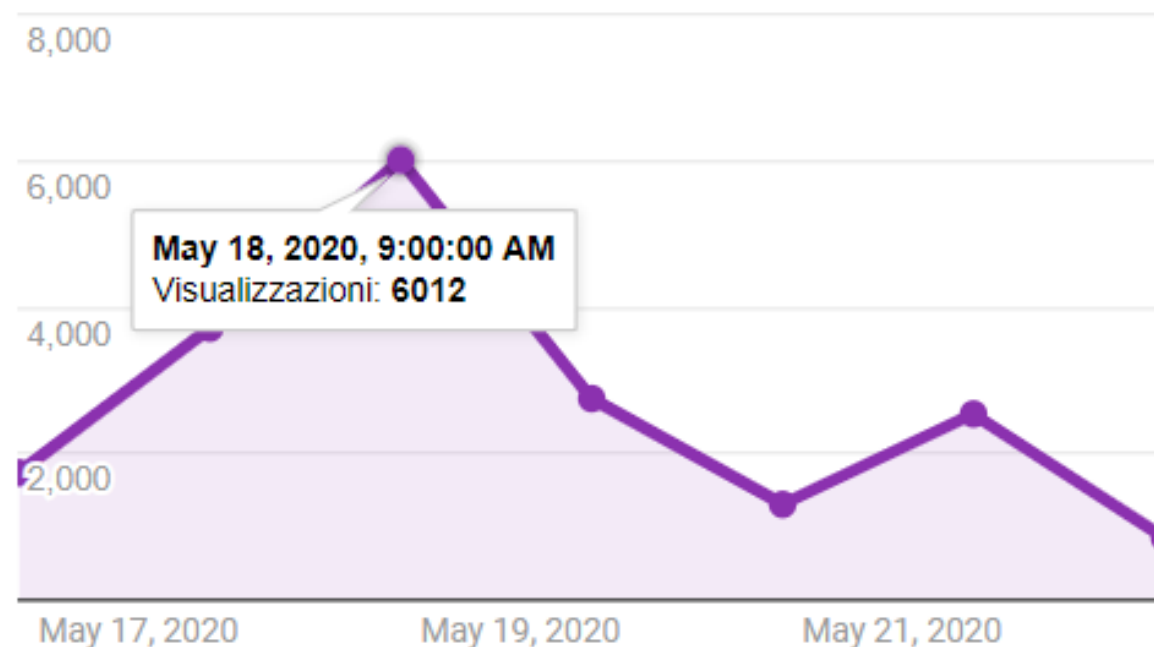
Monitoraggio - Visualizzazioni

@ Visualizzazioni (LINEA) ⓘ

Media del periodo: 2702.14 (+ 30.59% ▲)

↓ Min: 850 (- 34.57% ▼)

↑ Max: 6012 (+ 122.50% ▲)



Il grafico **Visualizzazioni**, mostra il numero totale delle visualizzaizoni, ossia quante volte il post è stato visualizzato indipendentemente dal numero di utenti.

Nelle visualizzazioni possiamo trovare sia i follower del profilo, sia gli utenti che abbiamo raggiunto grazie ad un hashtag, un geotag, o alla promozione che abbiamo attivato.

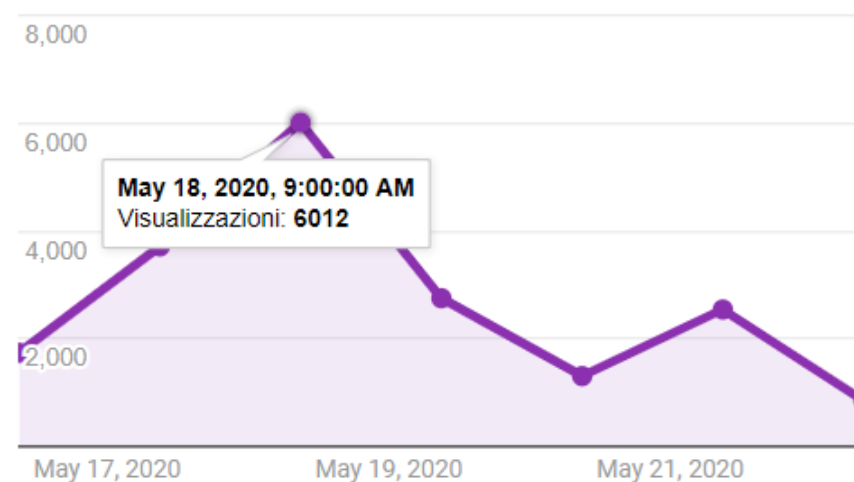
Possiamo notare che il giorno di pubblicazione abbiamo avuto 6012 visualizzazioni. Nei giorni a seguire sono state inferiori, ma mantenendo una media di circa 2000 visualizzazioni al giorno. I dati rilasciati da Doutdes non sono tutti positivi: per quanto il massimo di visualizzazioni sia più che raddoppiato nel periodo analizzato, incrementando anche la media, vi è stato un calo delle visualizzazioni minime per giorno.

Monitoraggio

📈 Media del periodo: 2702.14 (+ 30.59% ▲)

↓ Min: 850 (- 34.57% ▼)

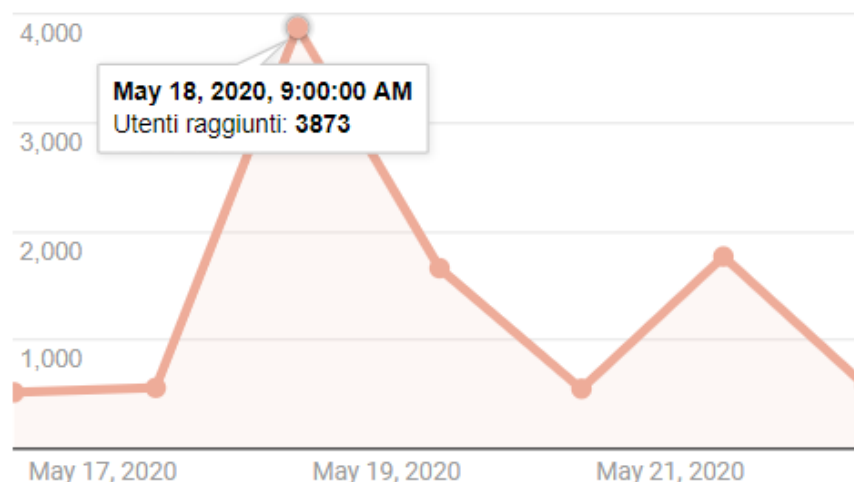
↑ Max: 6012 (+ 122.50% ▲)



📈 Media del periodo: 1359.00 (+ 55.31% ▲)

↓ Min: 518 (+ 16.14% ▲)

↑ Max: 3873 (+ 165.27% ▲)



Comparando i due grafici notiamo che, nel giorno in cui il post viene pubblicato e sponsorizzato, per 3873 utenti unici raggiunti, raggiungiamo ben 6012 visualizzazioni. Questo significa che, in media, quasi tutti gli utenti hanno visualizzato almeno due volte il nostro post.

In entrambi i grafici la media del periodo è incrementata, e la stessa cosa vale per il picco massimo. Questi rappresentano dati assolutamente soddisfacenti (soprattutto per il picco massimo che è più che raddoppiato), che stanno a significare che la promozione, dal punto di vista degli utenti unici raggiunti e delle visualizzazioni, ha raggiunto un ottimo risultato.

Monitoraggio - Follower per città

L'obiettivo della promozione è quello di far conoscere la novità della colazione continentale non solo ai nostri follower, ma anche agli utenti che abbiamo targhetizzato nelle città di Cagliari, Quartu Sant'Elena, Selargius, Quartucciu.

Il grafico **Follower per città** qui a sinistra ci mostra la crescita dei follower, nelle diverse città, al 23 maggio, ossia il giorno dopo della fine della promozione.

Le frecce verdi mostrano l'incremento dei follower nella città rispetto al giorno precedente.

Possiamo quindi notare un incremento su Cagliari, Quartu Sant'Elena, Selargius che sono tre delle città sulla quale abbiamo voluto indirizzare la nostra promozione.

@ Follower per città (ELENCO) ⌵

CITTÀ	POPOLARITÀ
Cagliari, Sardinia	↗ 521
Quartu Sant'Elena Sardinia	↗ 498
Selargius, Sardinia	↗ 477
Quartucciu, Sardinia	445
Elmas, Sardinia	↗ 438
Mon serrato, Sardinia	412
Sassari, Sardinia	↗ 411
Oristano, Sardinia	405
Olbia, Sardinia	401

◀ ▶

12345

Monitoraggio - Follower per città

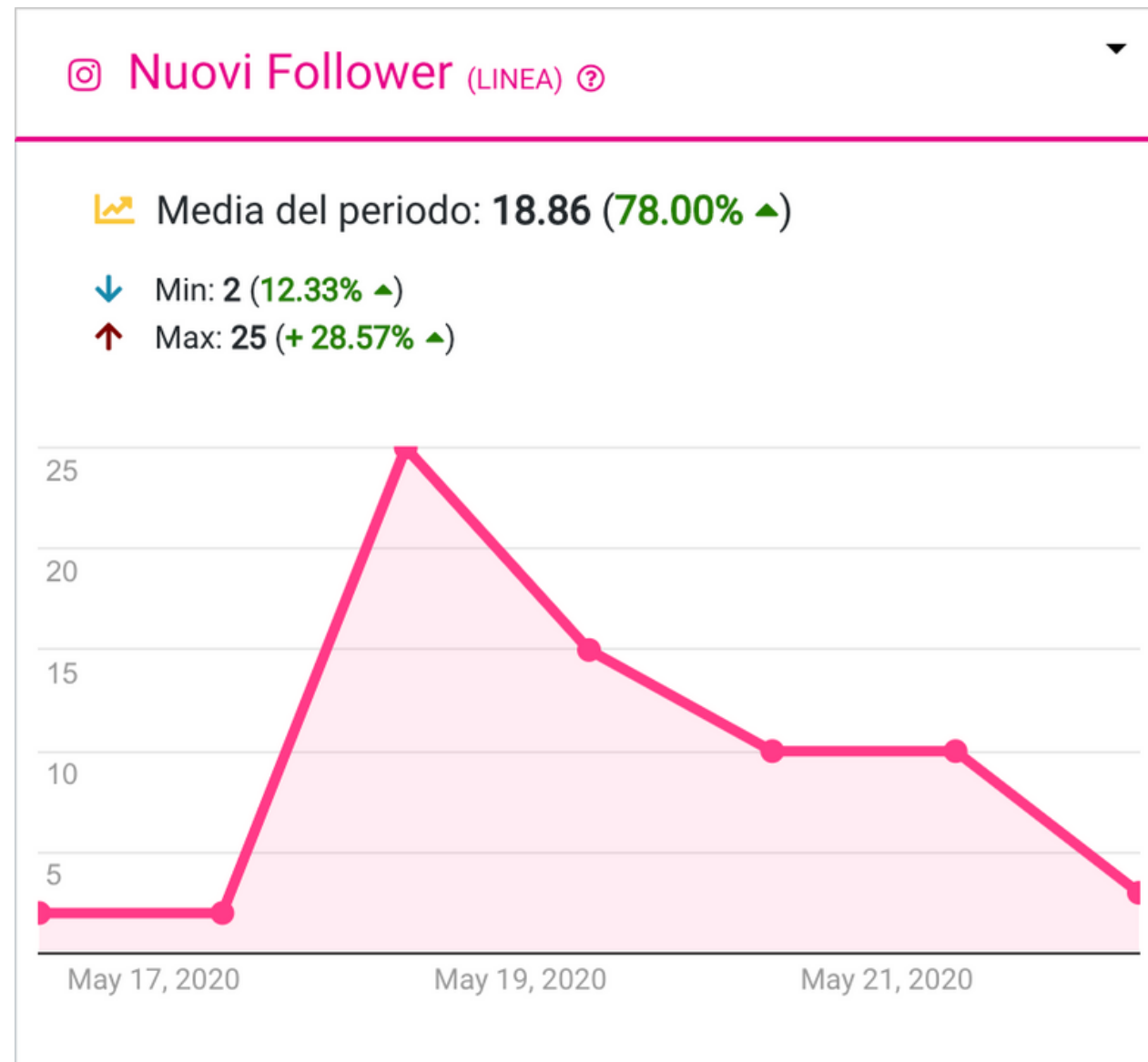
📍 Follower per città (ELENCO) ?	
CITTÀ	POPOLARITÀ
Cagliari, Sardinia	📈 511
Quartu Sant'Elena Sardinia	483
Selargius, Sardinia	462
Quartucciu, Sardinia	📈 445
Elmas, Sardinia	📈 423
Mon serrato, Sardinia	412
Sassari, Sardinia	407
Oristano, Sardinia	📈 405
Olbia, Sardinia	📈 401
◀▶ 1 2 3 4 5	

📍 Follower per città (ELENCO) ?	
CITTÀ	POPOLARITÀ
Cagliari, Sardinia	📈 521
Quartu Sant'Elena Sardinia	📈 498
Selargius, Sardinia	📈 477
Quartucciu, Sardinia	445
Elmas, Sardinia	📈 438
Mon serrato, Sardinia	412
Sassari, Sardinia	📈 411
Oristano, Sardinia	405
Olbia, Sardinia	401
◀▶ 1 2 3 4 5	

Grazie ai report che abbiamo scaricato da Doutdes, per una migliore comprensione della crescita dei follower nelle città, i due grafici qui sopra mostrano rispettivamente l'elenco al 18 maggio (a sinistra), e l'elenco al 23 maggio (destra), ovvero il giorno prima della pubblicazione del post e della promozione, e il giorno dopo l'ultimo giorno di promozione.

Constatiamo quindi che, grazie al post e alla promozione, il nostro profilo è cresciuto di 59 follower.

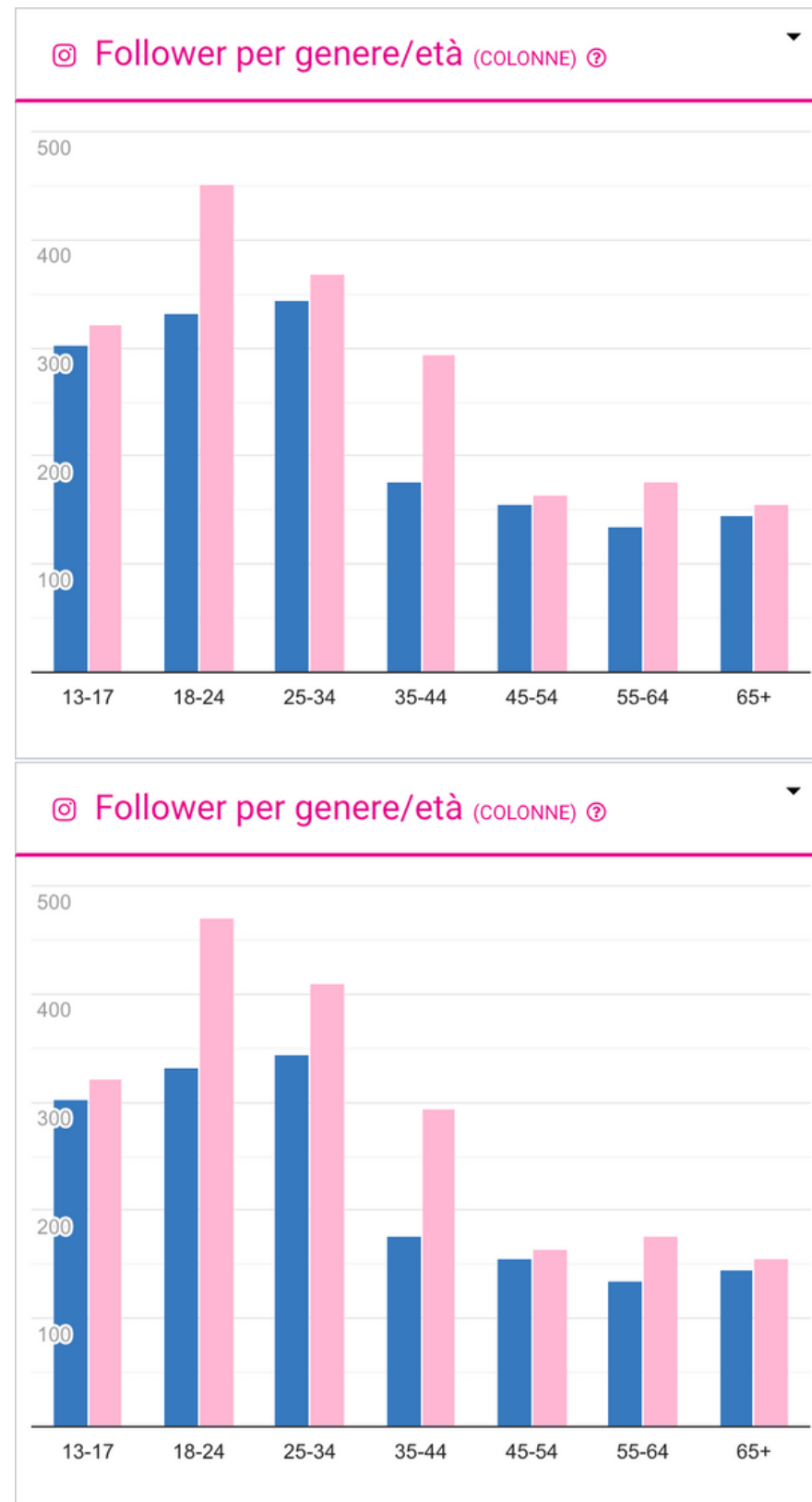
Monitoraggio - Nuovi Follower



Come abbiamo constatato dal grafico precedente, il nostro profilo è cresciuto di 59 follower. Possiamo vedere meglio questa crescita, del periodo 16-22 maggio, grazie al grafico **Nuovi Follower** qui a sinistra.

I valori del grafico, media, minimo e massimo, sono tutti positivi. Questo dimostra che la promozione ha avuto un discreto successo, permettendo al nostro profilo di crescere più di come ha fatto nel periodo precedente.

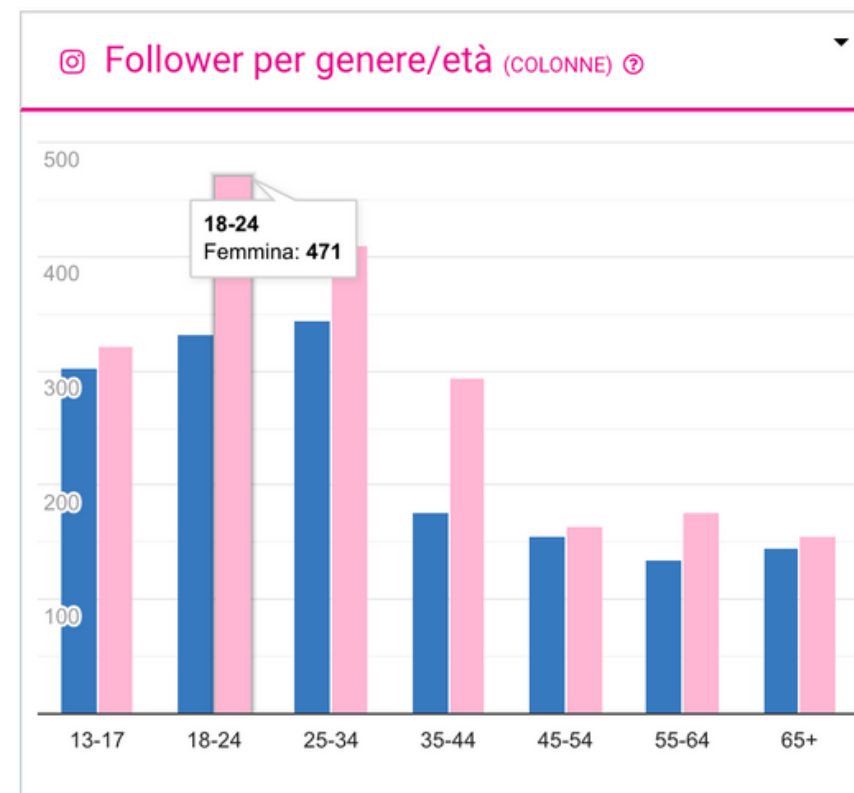
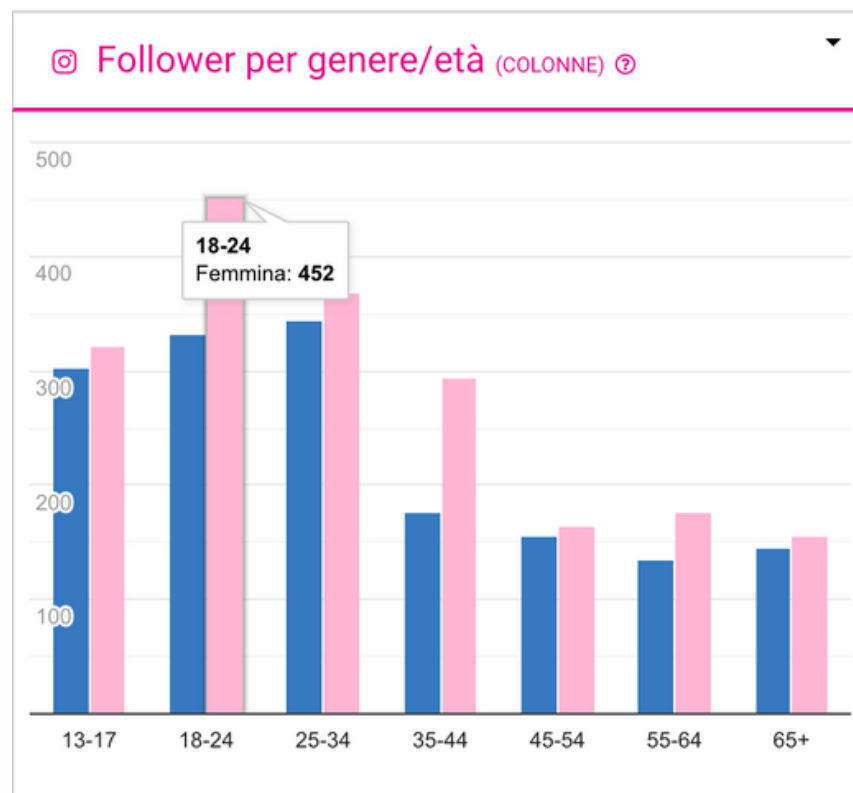
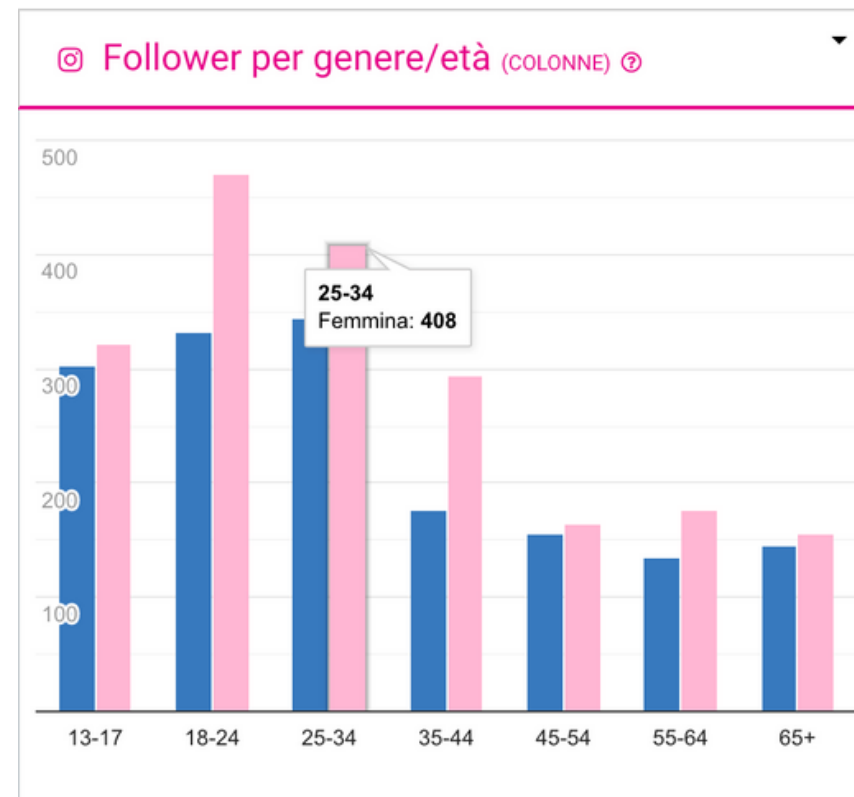
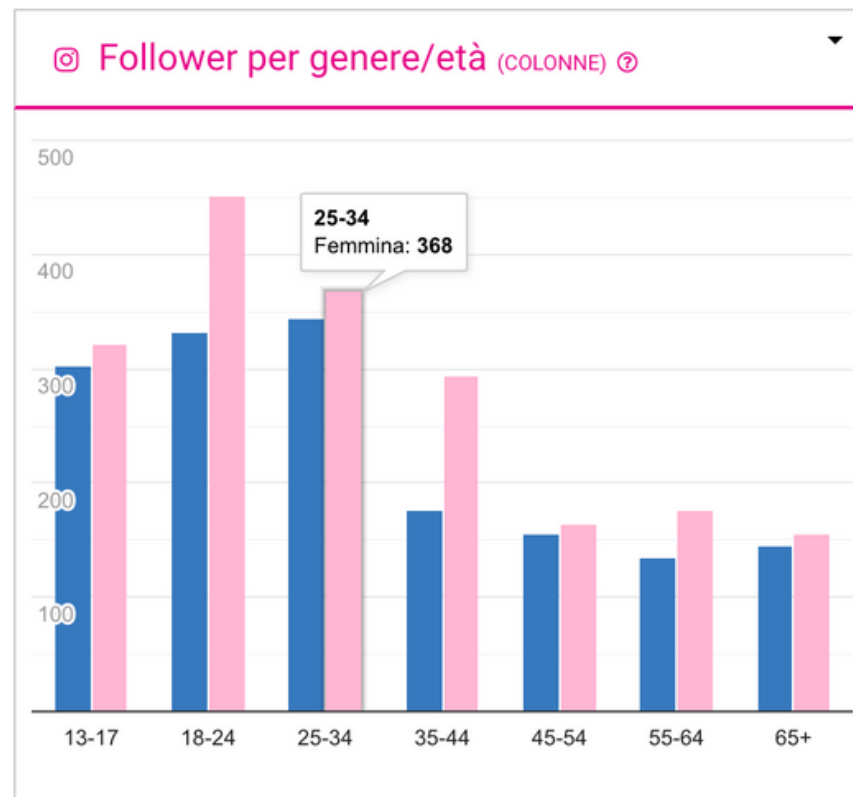
Monitoraggio - Follower per genere/età



La nostra promozione era rivolta ad un target composto da uomini e donne di età compresa tra i 16 e 50 anni. Per capire se la promozione ha funzionato per questo target, il grafico **Follower per genere/età** ci aiuta a capire come si sono distribuiti i 59 follower nelle diverse colonne di genere e età.

Qui a sinistra, vengono comparati i valori al 18 maggio (grafico in alto) e quelli al 23 maggio (grafico in basso), ovvero il giorno prima della pubblicazione del post e della promozione, e il giorno dopo l'ultimo giorno di promozione. Notiamo da subito una crescita nelle colonne femminili 18-24 e 25-34.

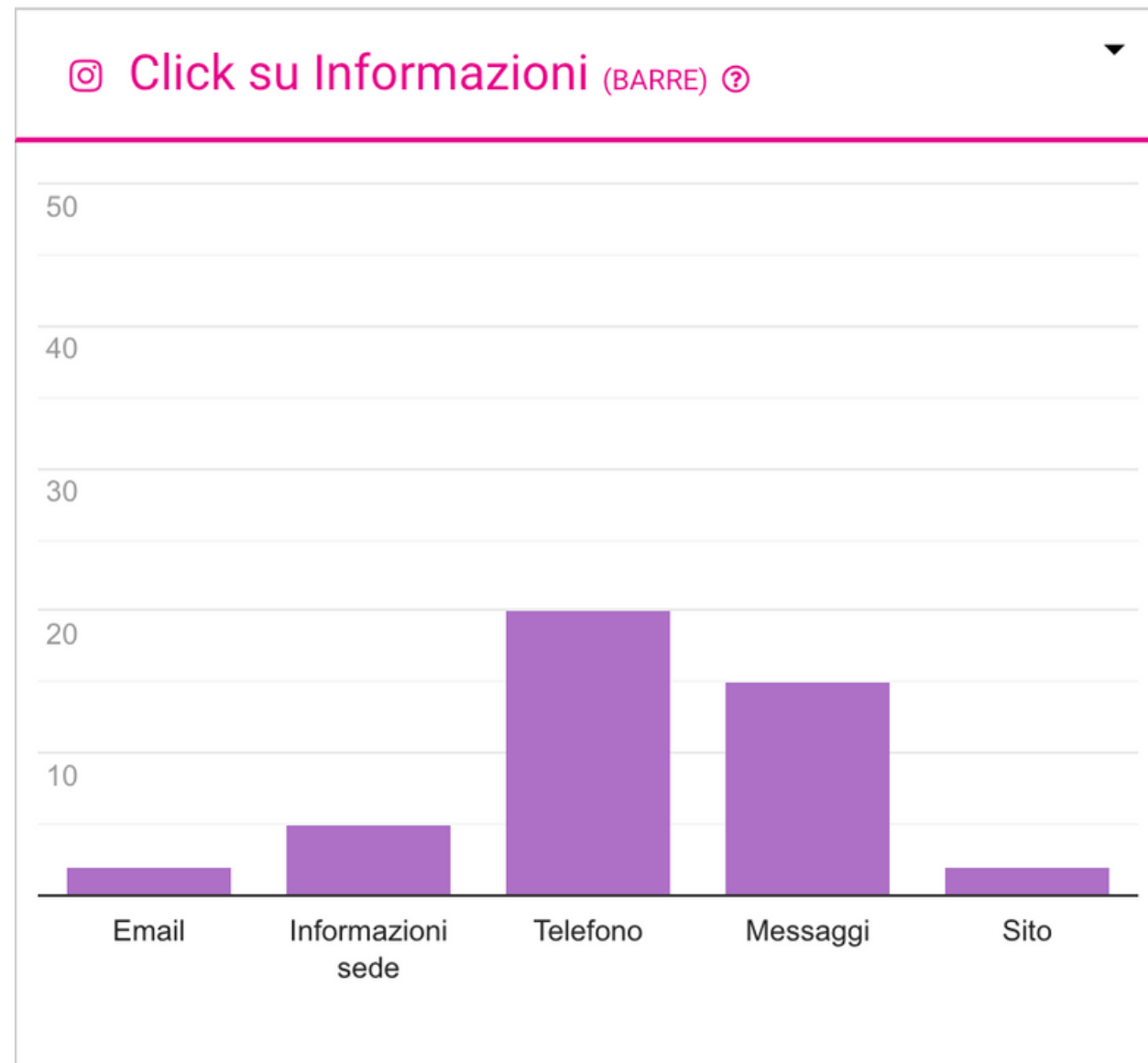
Monitoraggio - Follower per genere/età



Le quattro schermate qui a sinistra, mostrano i dettagli del grafico nella specificità dell'incremento dei valori delle due colonne.

Il fatto che ci sia stata una crescita nelle colonne femminili 18-24 e 25-34, sta a significare che queste sono le utenti che sono state maggiormente interessate al nostro post.

Monitoraggio - Click su informazioni



Il grafico **Click su informazioni** ci aiuta a capire se e come gli utenti hanno deciso di entrare in contatto con noi attraverso il nostro profilo.

Il grafico qui a sinistra mostra quindi come, nei giorni della promozione, gli utenti hanno deciso di entrare in contatto con noi, soprattutto chiamando il numero che abbiamo inserito per i contatti, e tramite il servizio di messaggistica di Instagram.