



Antonio Deruda

Novità per le imprese B2B dal mondo
Meta

VICdigital



CONFINDUSTRIA VICENZA

Case study

Storie come queste ci ispirano e motivano. Scopri come aziende simili alla tua stanno crescendo grazie alle soluzioni di marketing di Facebook.

Dimensioni delle aziende ▼

Obiettivo ▼

Settore ▼

Prodotto ▼

Area geografica ▼



B2B X

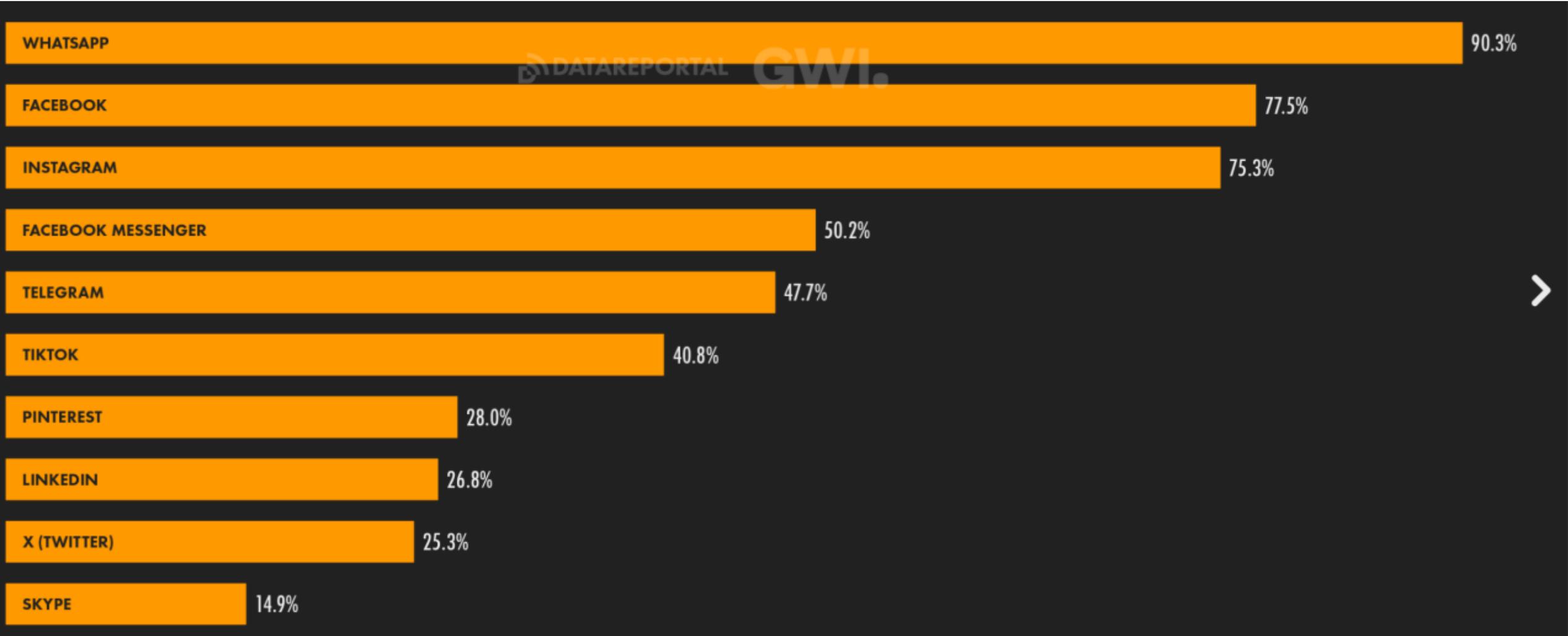
0 risultati per

Inizia a far conoscere la tua azienda alle persone.

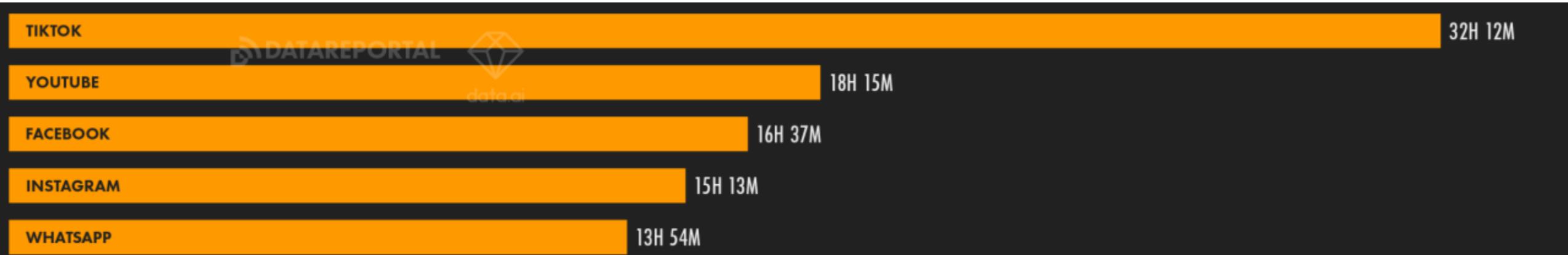
Crea un'inserzione

Crea una Pagina

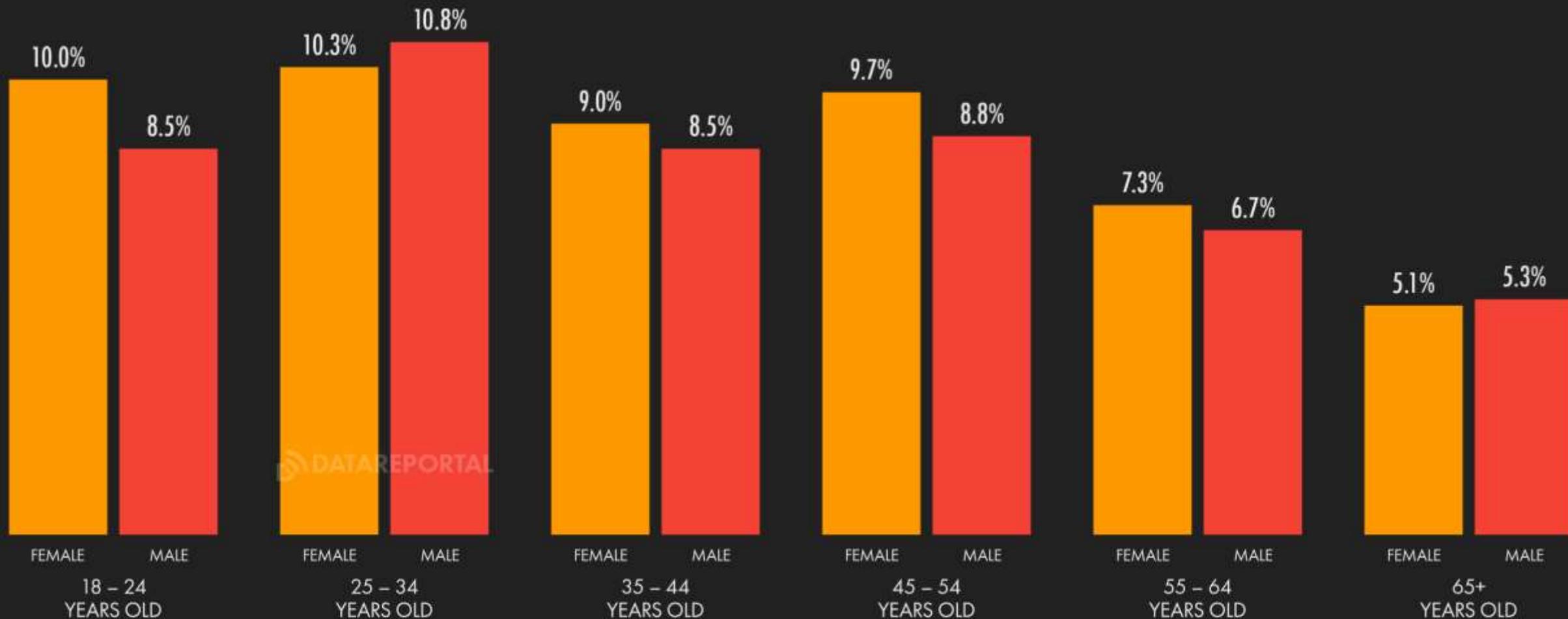
Social Media più utilizzati in Italia



Tempo medio speso al mese sui social media



Profilo demografico degli utenti Meta



Percentuale di traffico ai siti web proveniente dai social media

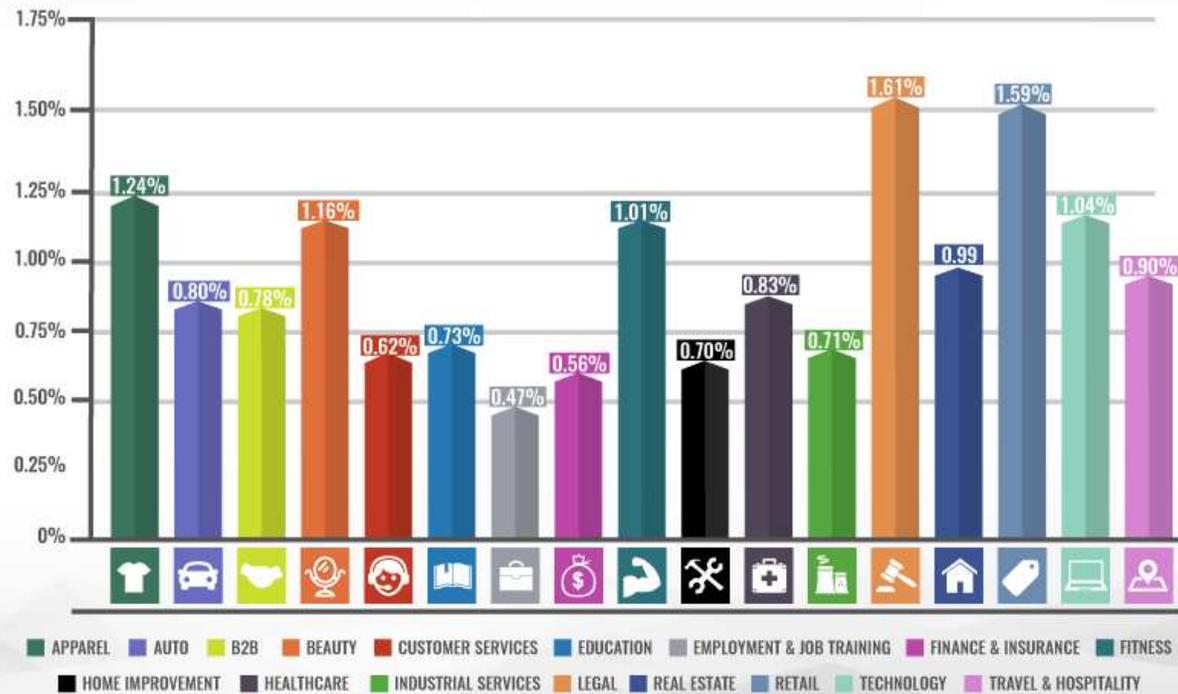


facebook ADVERTISING BENCHMARKS

AVERAGE CLICK-THROUGH RATE



The average click-through rate (CTR) in Facebook ads across all industries is .90%



WordStream

Engagement rate per tipologia di post su Facebook

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: REELS POSTS



13.87%

socialinsider

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: PHOTO POSTS



7.20%

KEPIOS

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: VIDEO POSTS



5.16%

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: ALBUM POSTS



7.72%

D

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: STATUS POSTS



13.39%

socialinsider

FACEBOOK POST ENGAGEMENTS
vs. POST REACH: LINK POSTS



8.71%

Engagement rate per tipologia di post su Instagram

AVERAGE INSTAGRAM
ENGAGEMENT RATE FOR BUSINESS
ACCOUNTS: **ALL POST TYPES**



socialinsider

ENGAGEMENTS vs. POST REACH

7.03%

AVERAGE INSTAGRAM
ENGAGEMENT RATE FOR BUSINESS
ACCOUNTS: **IMAGE POSTS**



ENGAGEMENTS vs. POST REACH

7.35%

AVERAGE INSTAGRAM
ENGAGEMENT RATE FOR BUSINESS
ACCOUNTS: **REELS POSTS**



ENGAGEMENTS vs. POST REACH

6.58%

AVERAGE INSTAGRAM
ENGAGEMENT RATE FOR BUSINESS
ACCOUNTS: **CAROUSEL POSTS**



ENGAGEMENTS vs. POST REACH

6.83%



Our revenue by user geography is geographically apportioned based on our estimation of the geographic location of our users when they perform a revenue-generating activity. This allocation differs from our revenue disaggregated by geography disclosure in our condensed consolidated financial statements where revenue is geographically apportioned based on the addresses of our customers.

Meta

Facebook and Instagram to Offer Subscription for No Ads in Europe

October 30, 2023

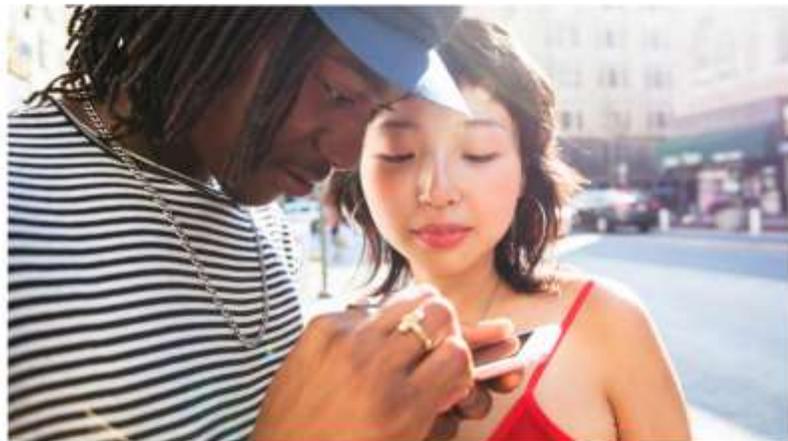


Meta

How AI Influences What You See on Facebook and Instagram

June 29, 2023

By Nick Clegg, President, Global Affairs



Takeaways

- We're sharing more details about how our AI systems rank content for your Feed, Reels, Stories, and other surfaces.
- We're making it easier for you to control what you see on Facebook and Instagram.
- We're making new tools available to support public interest research.

Distribuzione Connessa: i post vengono generalmente visti da una porzione (sempre più limitata) del pubblico che segue la pagina.

Distribuzione Non Connessa: oltre che dai follower, i post compaiono anche sulle bacheche di chi potrebbe essere interessato a determinati contenuti in base a interessi ed esperienze di navigazione.

Come funziona il feed di Facebook

Il sistema IA alla base del feed di Facebook ordina in automatico i post nel tuo feed, prevedendo cosa troverai più pertinente e utile. Ecco come funziona:

1 Crea un inventario

Innanzitutto, il sistema raccoglie tutti i potenziali post condivisi dagli amici, dalle Pagine che segui e dai gruppi di cui fai parte, escludendo i post contrassegnati perché contrari alle nostre [Community Standards](#).

2 Sfrutta i segnali

In seguito, il sistema IA prende in considerazione una varietà di [segnali di input](#) riguardo ogni post. I segnali possono includere chi ha creato il post e il modo in cui tu ci hai interagito in precedenza, se si tratta di una foto, un video o un link o quanti dei tuoi amici hanno messo "Mi piace". Per selezionare circa 500 post tra i più pertinenti, viene utilizzato un modello semplice. Il sistema applica inoltre determinati processi di integrità per contribuire a ridurre il [distribution of problematic content](#).

3 Formula previsioni

A questo punto, il sistema IA è dotato di modelli che consentono di fare previsioni sui contenuti che troverai più pertinenti e utili.

4 Classifica i post per punteggio

Infine, il sistema calcola un punteggio di [pertinenza](#) per circa 500 post e li ordina in base a questo punteggio. I post che secondo il sistema avranno maggior valore per te vengono visualizzati più in alto nel feed. Il sistema prova anche a garantire che il feed contenga un mix bilanciato di tipi di contenuti, facendo sì che tu non veda, ad esempio, svariati post con video in successione, ma più tipi di post diversi.

Come funzionano i consigli nel feed di Facebook

Il sistema di IA alla base dei consigli nel feed di Facebook stabilisce automaticamente quali contenuti mostrare nel tuo feed e in quale ordine, prevedendo quelli con cui potresti interagire o che potrebbero interessarti di più. Queste previsioni si basano su una serie di fattori, tra cui i contenuti che hai seguito, quelli a cui hai messo "Mi piace" e quelli con cui hai interagito. Come funziona:

1 Creazione di un inventario

Il sistema raccoglie una parte dei contenuti pubblici disponibili su Facebook, che possono includere foto, video e link. Non include contenuti che violano i nostri [Standard della community](#) o le nostre [Linee guida sui consigli](#).

2 Utilizzo dei segnali

Il sistema IA prende quindi in considerazione una varietà di [segnali di input](#) sui contenuti. Questi segnali potrebbero includere il modo in cui hai interagito con contenuti simili o i tuoi interessi su Facebook.

3 Elaborazione delle previsioni

Da qui, il sistema dispone di modelli che consentono di prevedere quali contenuti pubblici potresti ritenere più utili e rilevanti.

4 Classificazione dei contenuti

Infine, il sistema classifica i contenuti raccolti nel passaggio precedente. I contenuti che, secondo le previsioni del sistema, saranno più pertinenti per te sono visualizzati più in alto nel feed. Questo passaggio consente al sistema di suggerire contenuti che corrispondono maggiormente alle tue preferenze.

Aggiornamenti sulla targettizzazione dettagliata

Stiamo rimuovendo alcune opzioni di targettizzazione dettagliata poiché sono poco usate, ridondanti, troppo granulari o relative ad argomenti potenzialmente sensibili per le persone (ad es. le opzioni di targettizzazione riguardanti cause correlate a salute, razza o etnia) oppure per via di requisiti legati o normativi. Non appena possibile, forniremo suggerimenti alternativi per la targettizzazione in Gestione inserzioni di Meta.

A partire dal 15 gennaio 2024, rimuoveremo o raggrupperemo alcune opzioni di targettizzazione dettagliata potenzialmente sensibili. Se alcune delle tue campagne sono interessate, vedrai un banner di avviso nella [pagina delle campagne di Gestione inserzioni di Meta](#). I gruppi di inserzioni esistenti che presentano queste opzioni di targettizzazione continueranno a essere pubblicati fino al 18 marzo 2024, ma potrebbe essere necessario aggiornare le scelte di targettizzazione. Dopo tale data, smetteremo di pubblicare le inserzioni con le opzioni di targettizzazione dettagliata non più disponibili, mentre i gruppi di inserzioni interessati potrebbero essere messi in pausa.

Prodotti di targetizzazione alternativi per raggiungere il pubblico

Oltre alle opzioni di targetizzazione dettagliata rimanenti, puoi usare altri prodotti di targetizzazione:

- La **targetizzazione ampia**, che include genere, età e luogo. Se usi la targetizzazione ampia, essenzialmente ti affidi al nostro sistema di pubblicazione per trovare il pubblico a cui mostrare la tua inserzione. Questo approccio ci può consentire di trovare clienti potenziali che altrimenti non avresti mai scoperto.
- Il **pubblico personalizzato**, che ti consente di trovare il tuo pubblico esistente tra le persone su Instagram e Facebook. Puoi usare origini come elenchi di clienti, sito web, traffico dell'app o interazioni su Facebook e Instagram per creare un pubblico personalizzato di persone che conoscono già la tua azienda. Il **pubblico personalizzato Advantage** che consente ai nostri sistemi di pubblicare inserzioni al di fuori del pubblico selezionato in origine, se riteniamo che ciò possa migliorare le prestazioni.
- Il **pubblico simile**, che viene creato da un pubblico esistente e può ottimizzare la copertura. Il **pubblico simile Advantage di Meta**, ovvero quando pubblichiamo inserzioni oltre l'intervallo selezionato dell'1-10% di pubblico simile. Lo facciamo se, secondo il nostro sistema, questo può migliorare le prestazioni.
- La **targetizzazione dettagliata Advantage di Meta**, ovvero quando pubblichiamo inserzioni oltre alle tue opzioni di targetizzazione dettagliata se, secondo il nostro sistema, questo può migliorare le prestazioni.
- Il **pubblico Advantage+ di Meta** che consente di usare l'IA avanzata di Meta per trovare il pubblico della campagna.

Laser targeting





Campari Group
368.915 follower
368.915 follower

+ Segui ...

Campari Group's environmental commitment continues becoming stronger. In keeping with the very positive progression made by the Group in 2022, our new ESG targets are even more ambitious and challenging than the previous ones. ...vedi altro

Vedi traduzione

Campari Group ESG Targets • 3 pagine

CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS

- 60% WATER INTENSITY
- 55% GHG EMISSIONS INTENSITY FROM DIRECT OPERATIONS
- +90% RENEWABLE ELECTRICITY SOURCE IN THE GROUP'S PRODUCTION SITES

ZERO WASTE TO LANDFILL FROM DIRECT OPERATIONS

2025

1/3

2 commenti - 16 diffusioni post

The slide features a dark green background with a pattern of leaves. A large white graphic shows a curved line starting from the year 2025 and curving downwards and to the right. The text is white and blue. The title 'CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS' is at the top. Below it are three bullet points with percentages and metrics. At the bottom, there is a goal 'ZERO WASTE TO LANDFILL FROM DIRECT OPERATIONS' and the year '2025' written vertically. The slide is part of a 3-page carousel, indicated by '1/3' at the bottom.

Campari Group
368.915 follower
368.915 follower

+ Segui ...

Campari Group's environmental commitment continues becoming stronger. In keeping with the very positive progression made by the Group in 2022, our new ESG targets are even more ambitious and challenging than the previous ones. ...vedi altro

Vedi traduzione

CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS

- 30% GHG EMISSIONS INTENSITY FROM TOTAL SUPPLY CHAIN
- 70% GHG EMISSIONS INTENSITY FROM DIRECT OPERATIONS
- 62% WATER INTENSITY

2030

2/3

The slide features a dark green background with a pattern of leaves. A large white graphic shows a curved line starting from the year 2030 and curving downwards and to the right. The text is white and blue. The title 'CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS' is at the top. Below it are three bullet points with percentages and metrics. At the bottom, there is the year '2030' written vertically. The slide is part of a 3-page carousel, indicated by '2/3' at the bottom.

Campari Group
368.915 follower
368.915 follower

+ Segui ...

Campari Group's environmental commitment continues becoming stronger. In keeping with the very positive progression made by the Group in 2022, our new ESG targets are even more ambitious and challenging than the previous ones. ...vedi altro

Vedi traduzione

CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS

ZERO NET EMISSIONS

2050

CAMPARI GROUP

The slide features a dark green background with a pattern of leaves. A large white graphic shows a curved line starting from the year 2050 and curving downwards and to the right. The text is white and blue. The title 'CAMPARI GROUP'S ESG TARGETS' is at the top. Below it is the main goal 'ZERO NET EMISSIONS' and the year '2050' written vertically. The 'CAMPARI GROUP' logo is at the bottom. The slide is part of a 3-page carousel, indicated by '2/3' at the bottom.

Pernod Ricard
706.424 follower
5m •

+ Segui

Pernod Ricard announces very strong FY23 performance in a normalising environment with growth across all regions and spirits categories. Most notably, strong momentum was led by Chivas Brothers, Martell Mumm Perrier-Jo...vedi altro

Vedi traduzione

Pernod Ricard Announces FY23 Results • 4 pagine

PERNOD RICARD
ANNOUNCES
VERY STRONG FY23
PERFORMANCE

FY/23

1/4

1.412 commenti • 115 diffusioni post

Pernod Ricard
706.424 follower
5m •

+ Segui

Pernod Ricard announces very strong FY23 performance in a normalising environment with growth across all regions and spirits categories. Most notably, strong momentum was led by Chivas Brothers, Martell Mumm Perrier-Jo...vedi altro

Vedi traduzione

ORGANIC
NET SALES GROWTH
+10%

FY/23

1.412 commenti • 115 diffusioni post

Pernod Ricard
706.424 follower
5m •

+ Segui

Pernod Ricard announces very strong FY23 performance in a normalising environment with growth across all regions and spirits categories. Most notably, strong momentum was led by Chivas Brothers, Martell Mumm Perrier-Jo...vedi altro

Vedi traduzione

AMERICAS
+2%

EUROPE
+8%

ASIA AND REST OF WORLD
+17%

GLOBAL TRAVEL RETAIL
+40%

FY/23

1.412 commenti • 115 diffusioni post

Engagement by number of slides in a carousel



Comments



In this post



People



creatorservices

creator services | digital marketing agency

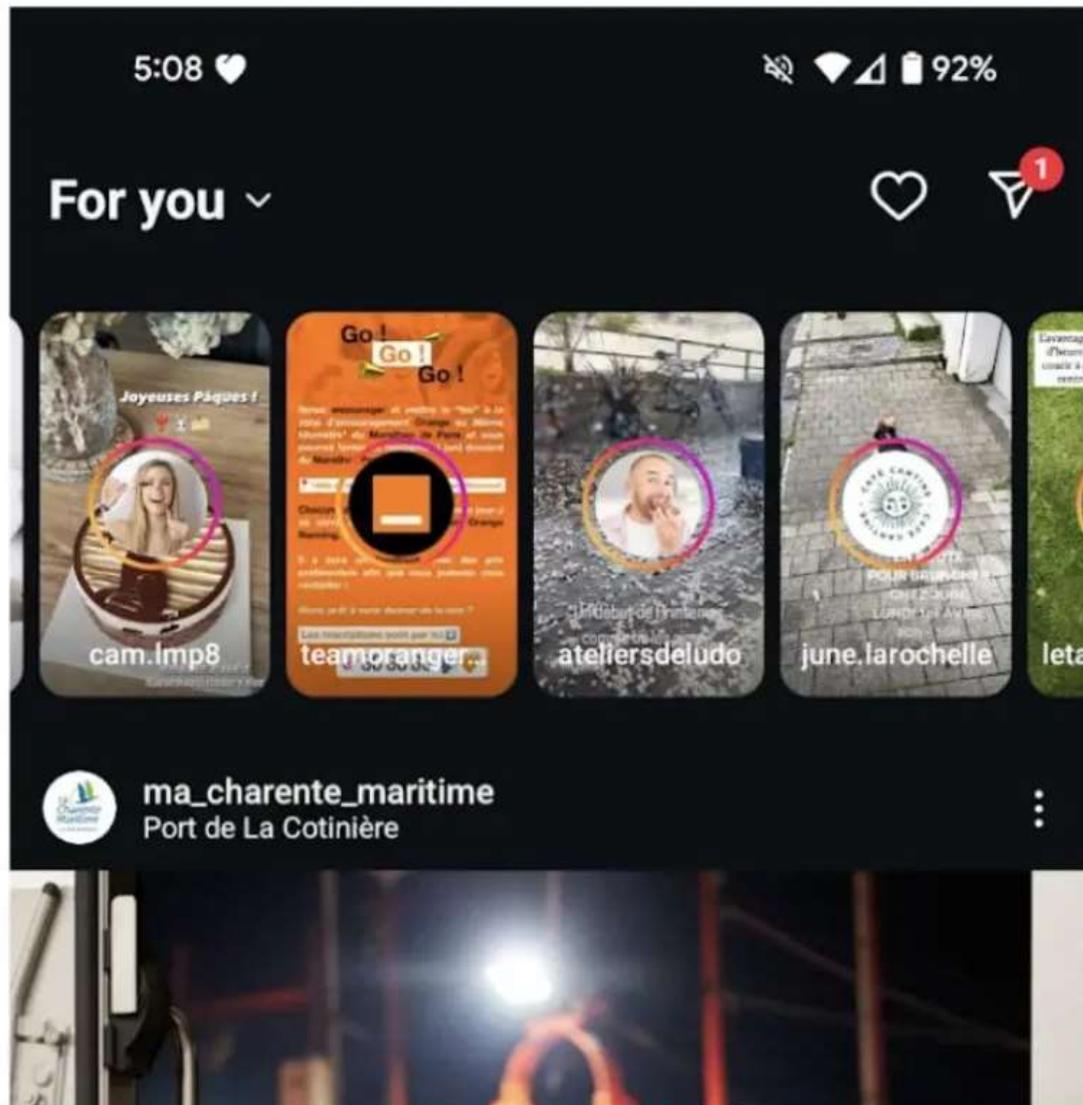


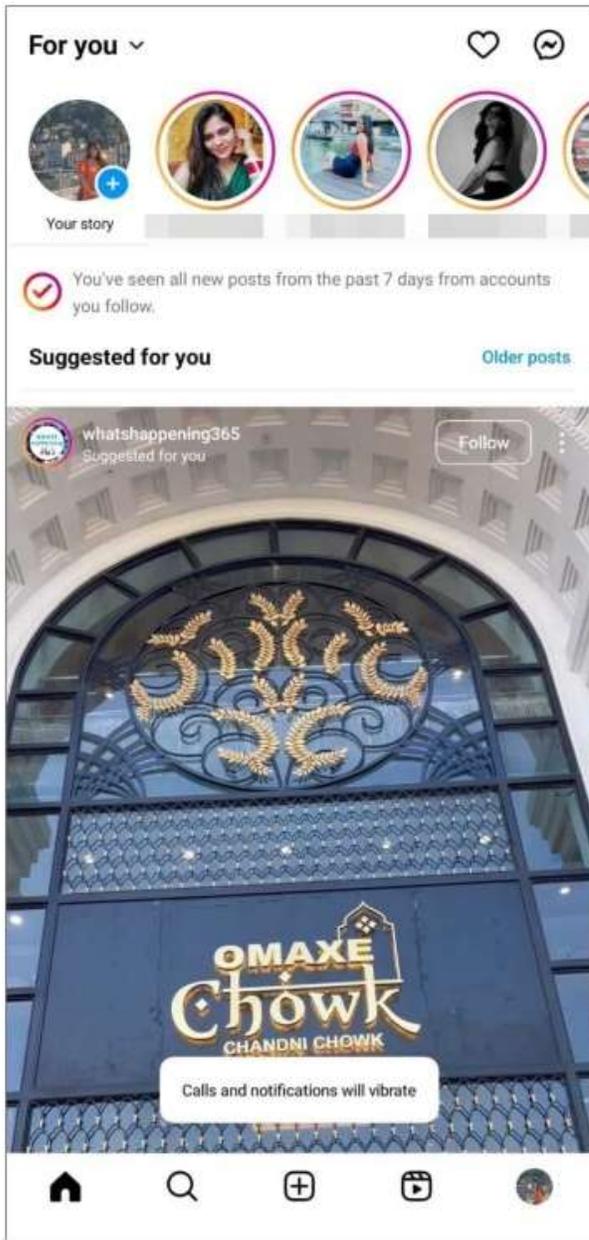
Now you can @mention a photo or video from this post in your comment.



S...







#CiscoACR 10w

PDFs are the most common file type targeted by insider threats.

Send message

#CiscoACR 10w

What is the most common type of file targeted by insider hackers?

What do you think?

PDF	DOC
59%	41%

Send message

#CiscoACR 9w

More than what percent of security teams use behavior analytics to identify and locate threat activity?

60%	90%
33%	67%

Send message

#CiscoACR 8w

What types of cyberattacks are adversaries increasingly using?

49%	MALWARE
	51%

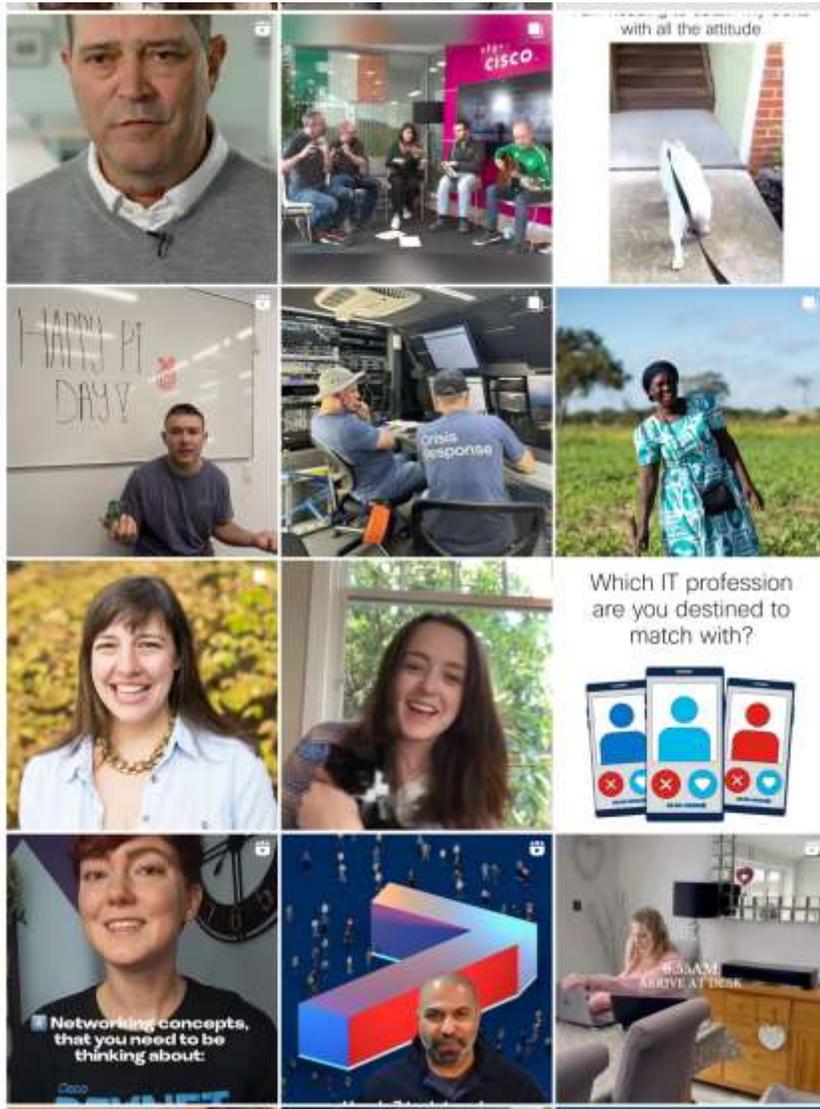
Send message

#CiscoACR 8w

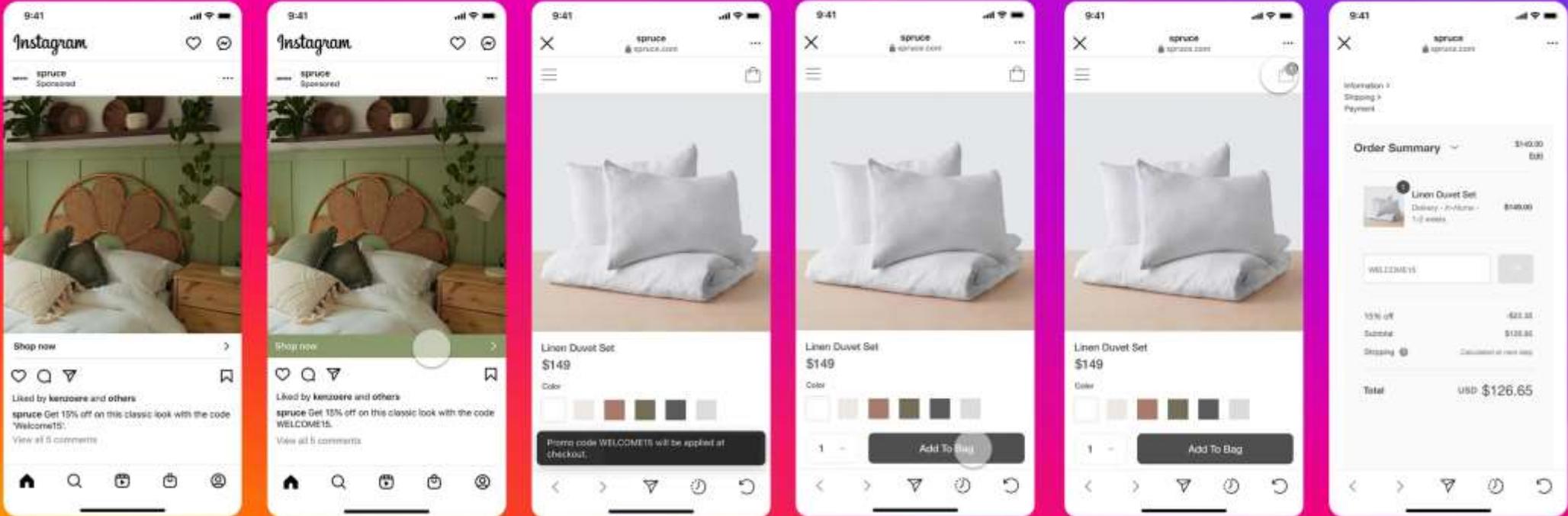
Swipe up to learn more in our Annual Cybersecurity Report!

Cisco 2018 Annual Cybersecurity Report

See More



Today we're rolling out ads with promo codes on Instagram globally.



Search Recommendations Lists Interested creators 27 Tags and follows 27

Search by username or keyword

Find creators to partner with

Sort by: Relevance

Filter search results

Creator

Gender

Interests

Age

State

Audience

Gender

Interests

Age

Country

State



Kai Blue
United States

Beauty and skincare enthusiast...

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach



Love It Louisa
United States

Believer in self-care. 🌈💕

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach



LuLus Beauté
United States

Beauty and skincare enthusiast...

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach



TCM
United States

Beauty and skincare enthusiast...

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach



Christina Medina
United States

Believer in self-care. 🌈💕

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach



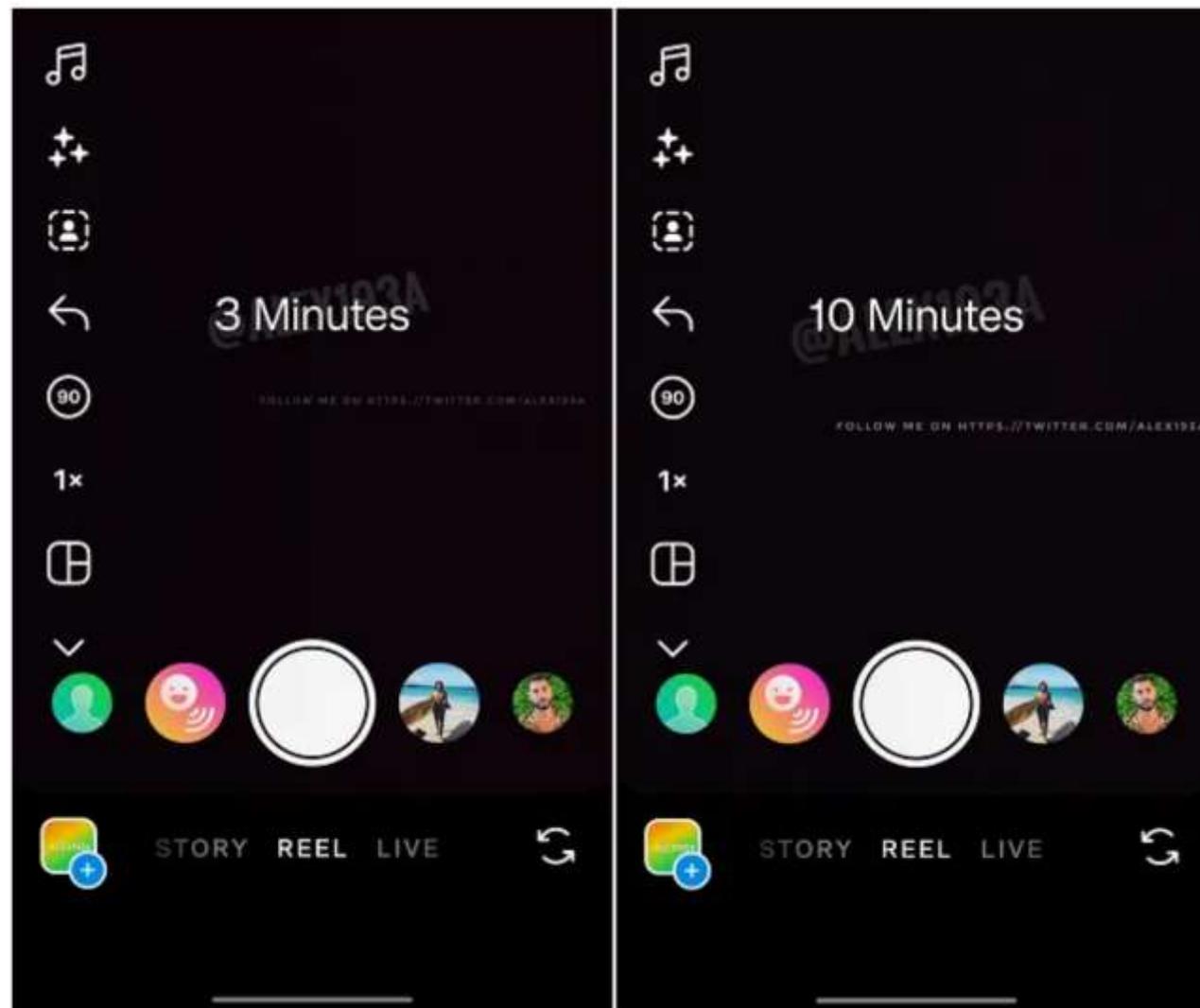
Vee Rivera Beauty
United States

Beauty and skincare enthusiast...

760k **16.1%** **24.4k**
Followers Eng. Accounts Avg. Reach









0444232500

digitalmarketing@confindustria.vicenza.it