

LINK POST: come portare traffico profilato sul tuo sito creando post perfetti

L'aspetto che voglio esaminare oggi è la possibilità di *usare Facebook come sorgente di traffico profilato verso il tuo sito web*.

Come piccolo imprenditore o libero professionista, puoi trarre anche tu enormi vantaggi dal corretto utilizzo di Facebook.

A proposito di usare qualcosa nel modo giusto, molto spesso proprio i *“Link Share”* (che sono uno dei tipi di post migliori, più utili ed efficaci per promuoversi) **sono fra quelli usati peggio**.

Vedrai quindi:

- Perché usare i link post
- Come crearli nei minimi dettagli
- Le buone regole da tener presente
- Tracciare correttamente il traffico in Google Analytics
- Usare un plugin WordPress per pre-impostare l'anteprima del link (immagine, titolo e descrizione)
- Opzioni particolari per creare link post ancora migliori

Breve premessa

Il tuo sito web o blog è la tua risorsa madre su cui hai il pieno controllo e che dovrebbe essere **al centro di ogni tua strategia online**.

Lo scopo è quindi portare "a casa" persone targettizzate e attirarle all'inizio del tuo funnel di conversione (per **trasformarli da visitatori in clienti**).

La scrittura di articoli sul blog ha l'intento di dare molto **valore** agli utenti per fare *conoscere il brand ed acquisire autorità*.

Attraverso Facebook si deve cercare di attirare e portare Fan e persone profilate sul proprio blog per far loro leggere uno dei nostri articoli.

Usare i LINK POST (o link share)

Uno dei modi più efficaci per portare traffico al tuo sito web è l'utilizzo dei **Link Post** (anche chiamati in inglese *Link Share*).

Oltre ad essere uno dei normali post che puoi pubblicare (assieme a foto, video e testo), sono anche fra i tipi di post più usati **per le inserzioni pubblicitarie a pagamento e fra i più efficaci per ottenere risultati**.

In passato le anteprime dei link erano delle immagini piccolissime a sinistra della descrizione.



Sicuramente molto poco attraenti, e infatti si è spesso ovviato con **la pratica sbagliata di usare un post con un'immagine e il link cliccabile nel testo del post**.



Circolo Ratatplan

8 aprile 2015 · 🌐

Ultimi giorni per iscriversi al corso di #Dreamweaver CC developer che inizierà martedì 13 aprile alle ore 19.20 e si terrà il martedì e il giovedì dalle ore 19.20 alle 20.50 per 12 lezioni.

http://www.ratatplan.it/corso_web_dreamweaver_developer.php

Imparerai i linguaggi #HTML5, #CSS3 e le basi di #JavaScript e #jQuery. Alla fine del corso sarai in grado di creare siti web #responsive che si adattano a smartphone e tablet, tramite griglie fluide, immagini flessibili e media query. Tramite Dreamweaver potrai creare pagine in linguaggio PHP basate sul database MySQL e un modulo web per l'invio di e-mail.



👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi



Questo sistema viene usato ancora oggi ed ha un grosso problema: **molte persone cliccano sull'immagine e non vanno da nessuna parte, vedono l'anteprima dell'immagine a tutto schermo e non arrivano sulla pagina web linkata!**



Un grosso problema soprattutto se usi quei post come annunci pubblicitari o se li promuovi. **Pagando i click, spenderai un sacco di soldi per NON ottenere il risultato che desideri!**

Per fortuna negli anni passati hanno subito un restyle grafico che ha portato l'immagine ad essere molto più grande rendendoli di conseguenza **molto più efficaci.**



Circolo Ratatapan
10 ottobre · 🌐

Ultimi giorni per iscriversi al corso di HTML5 e CSS3 avanzato che inizierà a [#Riccione](#) martedì 18 ottobre alle ore 19.20 per 12 lezioni.

Imparerai i linguaggi [#HTML5](#), [#CSS3](#) e le basi di [#JavaScript](#) e [#jQuery](#). Alla fine del corso sarai in grado di creare siti web [#responsive](#) che si adattano a smartphone e tablet, tramite griglie fluide, immagini flessibili e media query.



**Responsive
Web Design**

Corsi di Informatica Rimini e Riccione - ratatapan.it

Il corso HTML5 e CSS3 ti guida alla scoperta del nuovo standard HTML5, che ha cambiato radicalmente la programmazione web e permette di realizzare applicazioni web eseguite dal browser, ed imparerai i nuovi tags e le librerie per lo sviluppo web...

RATATAPLAN.IT | DI MAINARDI CARLO

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi

Ora non ci sono più scuse per non utilizzare i Link Post nel modo corretto!

Creare un Link Post

E' molto semplice: è sufficiente inserire l'**URL** di una pagina web all'interno della casella per creare i normali post della tua pagina Facebook.



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there are options for 'Stato', 'Foto/video', and 'Offerta, Evento +'. Below this, a URL is entered: <http://www.ratataplan.it/corso-ecommerce-digital-marketing.php>. A preview image is displayed, showing a woman with shopping bags and various icons like a shopping cart, Euro symbol, and dollar sign. Below the image, the title 'Corsi di Informatica Rimini e Riccione - ratataplan.it' is visible, followed by a description: 'Il corso di Ecommerce e social media marketing intende aiutare le aziende interessate a mettere a fuoco le problematiche specifiche di marketing e comunicazione del media Internet'. The source is listed as 'RATATAPLAN.IT | DI MAINARDI CARLO'. At the bottom, there are options for 'Immagini disponibili' and 'Nascondi', a preview of the image, and buttons for 'Metti in evidenza il post' and 'Pubblica'.

Così facendo Facebook elabora l'URL e, dopo pochi secondi, sotto al testo crea l'**anteprima** della pagina linkata con relativa descrizione.

A quel punto Facebook avrà può caricare una serie di immagini raccogliendole dalla pagina web linkata e potrai scorrerle per scegliere quella che preferisci usare o caricarne una sul momento.

Stato Foto/video Offerta, Evento +

<http://store.fay.com/IT/categories/Shop-Donna/Online/Highlights/Fashion-Show/c/134-Fay?q=%3Acustom-asc%3A>




Fashion Show, Highlights, Online, Shop Donna - Fay

Fashion Show, Highlights, Online, Shop Donna - Fay

Immagini disponibili Nascondi







Metti in evidenza il post **Pubblica**

Nelle inserzioni verrà generato anche un titolo (subito sotto l'immagine) prendendo il titolo della pagina o dell'articolo del blog, e una descrizione estrapolando le prime righe dal contenuto della pagina stessa.

Sia titolo che descrizione possono essere modificati, ti basterà cliccarci sopra e scrivere il nuovo testo. Particolarmente utile se i testi proposti da Facebook in automatico non sono molto significativi o non ti vanno a genio.

Le buone regole da tenere presente

1 - elimina l'URL dal testo

Una volta generata l'anteprima dopo aver inserito il link nel campo per creare il post, **cancella l'URL!**

C'è sicuramente chi usa i link post e **lascia anche l'url nel testo**, chi per distrazione, chi per poca cura. Personalmente preferisco un post pulito e leggibile, senza un URL brutto, lungo e incomprensibile che "sporca" il testo.



In ogni caso **c'è abbondante spazio** su cui l'utente può cliccare e andare sul tuo sito web:

- Tutta l'immagine
- Il titolo sotto l'immagine
- Tutto il testo descrittivo sotto l'immagine

Come sempre: fai dei test con e senza e vedi quali funzionano meglio per portare più traffico sul tuo sito web o blog.

Ad esempio c'è chi opta per gli URL Shortener, cioè servizi come [Goo.gl](#) o [Bit.ly](#) che trasformano i link lunghi in URL brevi e meno "brutti".

2 - il testo del post

Per quanto riguarda il testo del post, ti consiglio di evitare una descrizione impersonale del contenuto, che è invece più indicata per andare nella descrizione sotto a immagine e titolo.

Scrivi invece una **frase o qualcosa che abbia personalità** e attiri la curiosità dell'utente.

Ad esempio per il post in cui condivido l'articolo posso usare una semplice domanda e una risposta provocatoria: "Pensi che sia sbagliato pagare Facebook? Secondo me no...".

Un'altra cosa importante da tenere a mente è la brevità del messaggio. Di solito si preferisce rimanere **sotto i 100 caratteri** per evitare che le persone snobbino il post.

Facebook è una piattaforma dove ci si scambia notizie in velocità e che sta diventando sempre più "visuale", quindi presentare testi lunghi può essere controproducente.

Ho visto anche eccezioni a questa regola, però dipende sempre dal settore e dal pubblico.

3 - l'immagine di anteprima

Un'altra cosa fondamentale è avere un'immagine adeguata, sia per il soggetto che per le dimensioni.

Le dimensioni dell'immagine di anteprima dei link share di Facebook sono:

- **1200 x 628 pixel** (o medesima proporzione es: 600 x 315 px)

Valgono sia per computer che per dispositivi mobili (verranno scalate proporzionalmente in automatico a seconda delle dimensioni dello schermo).

Come formato ti consiglio di utilizzare il .PNG perché in Facebook conserva meglio la qualità, mentre le .JPG vengono compresse in malo modo e risultano spesso sgranate.

Ovviamente questa immagine deve essere all'interno della pagina web del tuo sito/blog che vuoi condividere in Facebook, altrimenti Facebook non saprebbe cosa usare per creare l'anteprima.

Se non c'è un'immagine di queste proporzioni, Facebook il più delle volte crea il link post con il vecchio formato e l'immagine piccola quadrata e a lato, mentre a volte crea un'immagine grande di anteprima ma ritagliando l'immagine.

In ogni caso non è ottimale nessuno dei due casi: il primo perché è troppo piccola, il secondo perché se è ritagliata probabilmente sarà comunque brutta da vedere e meno "comprensibile".

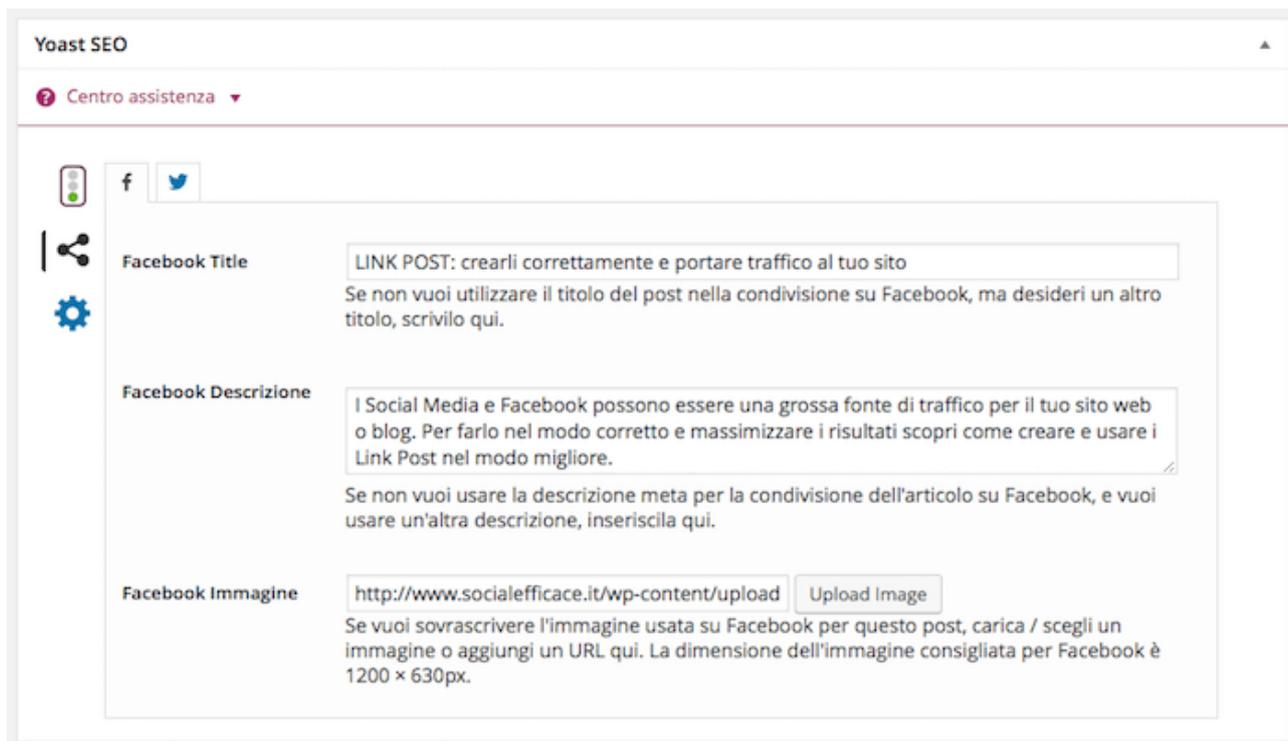
NB: Occhio alle dimensioni in megabyte! Le immagini non devono essere troppo pesanti e rallentare le tue pagine web. Per esempio se usi PNG c'è TinyPng.com che comprime molto bene questo formato senza perdita di qualità, oppure TinyJpg.com se usi JPG.

Plugin WordPress per immagine, titolo e descrizione di default

La maggior parte dei siti web utilizziamo WordPress e se ce l'hai anche tu puoi utilizzare un plugin che oltre a permetterci di ottimizzare gli articoli del blog per il posizionamento nei motori di ricerca, ci permette di **impostare a nostro piacimento come avverrà la condivisione dell'articolo tramite Facebook** (e Twitter e Google Plus).

Si chiama "[WordPress SEO by Yoast](#)" e permette di impostare:

- Un'immagine di default per l'anteprima del link post
- Un titolo di default
- Una descrizione di default



NB: specie se modifichi l'immagine e la sostituisci, può succedere che Facebook non trovi l'immagine aggiornata e che non compaia quando vai a creare il link post. In tal caso usa [lo strumento debugger](#) e inserisci il link della tua pagina web. Fai più volte lo "Scrape" finché non vedi che prende le modifiche, così Facebook si aggiornerà e potrai ricreare il link share aggiornato.

Tracciare il traffico correttamente

Se usi **Google Analytics** per monitorare il traffico sul tuo sito e da dove proviene, saprai che mostra già quello proveniente da Facebook.

La realtà però è che non è assolutamente un dato affidabile! Il più delle volte è totalmente errato!

Google non riesce sempre a capire che una pagina del tuo sito è stata aperta perché si è precedentemente cliccato un link su un post di Facebook.

Per ovviare a questo problema è necessario utilizzare lo strumento "[URL Builder](#)" impostando ad esempio:

- sorgente campagna = *Facebook*
- mezzo della campagna = *post*

- nome campagna = *corsoecommerce*

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

* Website URL
The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

* Campaign Source
The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

Campaign Medium
Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

Campaign Name
Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term
Identify the paid keywords

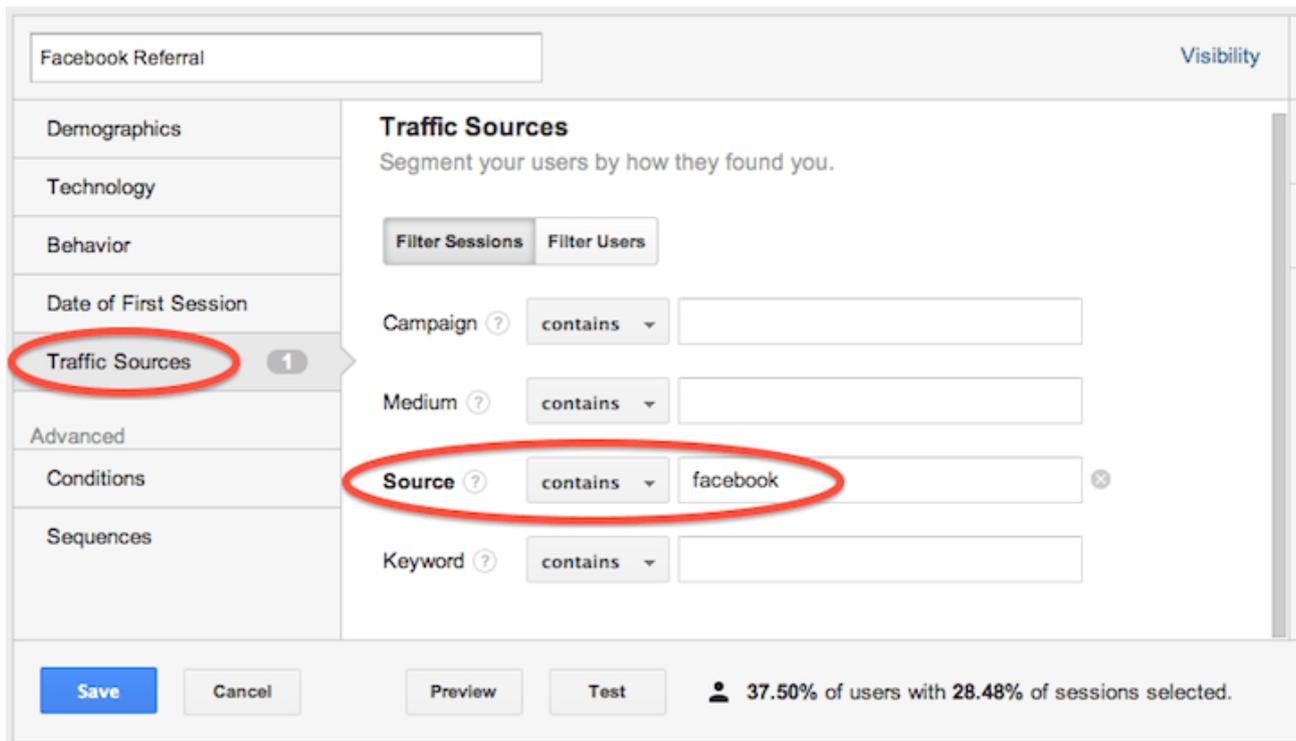
Campaign Content
Use to differentiate ads

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

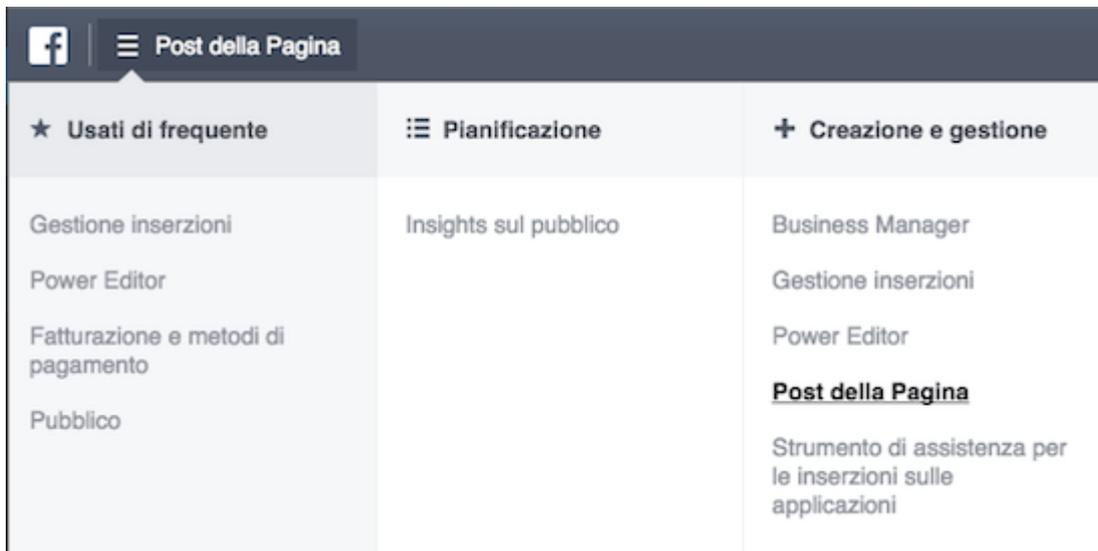
Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

Si dovrà poi creare in Google Analytics un nuovo "Segmento" con impostato un filtro in "Sorgenti Traffico" con "facebook" nel campo "Sorgente".



Nelle Inserzioni hai delle opzioni in più

Pochi sanno che fra le funzioni della "[Gestione Inserzioni](#)" ce n'è anche una per creare e gestire i post delle proprie Pagine Facebook.



Non c'è da stupirsi, infatti i post sono appunto una delle "materie prime" per creare inserzioni.

In tal senso la funzionalità più interessante è quella degli **Unpublished Post** (post non pubblicati o Dark Post ora chiamati post per le inserzioni). Si tratta di post

che non sono visibili sulla tua Pagina ma che puoi usare per creare inserzioni senza intasare la tua Pagina Facebook.

Andando nella sezione "Post della Pagina" puoi creare un post di tipo "Link" e avere il controllo su ogni singolo dettaglio:

- L'url della pagina web
- Il testo del post
- Il pulsante di chiamata all'azione
- Il titolo sotto l'immagine
- Il sito visualizzato sotto al titolo
- La descrizione sotto l'immagine
- L'immagine (che può essere caricata contestualmente e non presente nella pagina web)

Crea post della Pagina non pubblicato

Non è più necessario che usi post della Pagina non pubblicati per creare inserzioni. Adesso puoi creare inserzioni adatte alla sezione Notizie nella tab Inserzioni di Power Editor.

Tipo di post: [Link](#) · [Carosello](#) · [Foto](#) · [Video](#) · [Stato](#) · [Offerta](#)

URL

Testo del post

Invita a eseguire un'azione specifica

Intestazione link

Link visualizzato

Descrizione

Formato del contenuto multimediale Immagine Video

Immagine Importa da un sito Web Carica immagine

Inserisci URL immagine...

Questo post sarà utilizzato esclusivamente come inserzione
 Questo post sarà pubblicato sulla Pagina

Questo post non verrà pubblicato in modo organico

Avrai in più la possibilità di aggiungere un **pulsante con una Chiamata all'Azione!**

Potrai scegliere fra:

- Acquista ora
- Scopri di più
- Iscriviti
- Prenota subito
- Scarica

E' un ulteriore sprono per far compiere all'utente l'azione che desideri e amplificare i risultati.

Lo stesso vale quando vai a creare un'inserzione pubblicitaria, dove in più in alto a destra ci sarà anche **un pulsante per mettere il "mi piace" alla Pagina e quindi diventare Fan.**

CONCLUSIONE

Se vuoi portare traffico al tuo sito web o blog, hai bisogno di utilizzare il giusto strumento offerto da Facebook per ottenere questo risultato: il **LINK POST**.

Hai visto come crearli nei minimi dettagli e come utilizzarli al meglio.

Per sapere come sfruttare realmente al massimo questo tipo di post, specie se usato come strumento pubblicitario e promozionale per **attirare persone interessate, catturare contatti di clienti potenziali e vendere...**