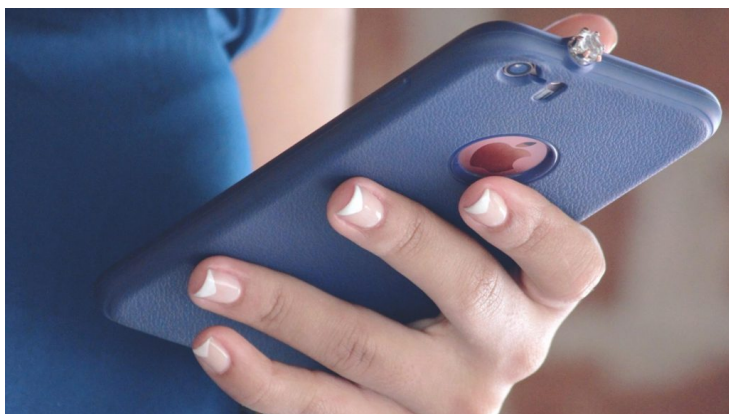
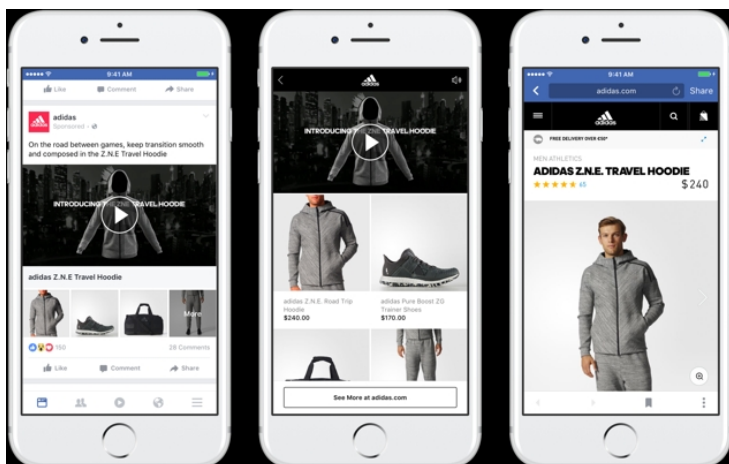


## Collection: il nuovo strumento di Facebook per pubblicizzare le vendite online



### Cos'è Collection?



Esempio di una sponsorizzazione con il nuovo strumento Collection utilizzato da [Adidas](#).

Collection, il nuovo strumento di sponsorizzazione per i prodotti creato da Facebook, è il frutto di alcune recenti indagini di mercato, che vedono sempre più utenti utilizzare i dispositivi mobili per effettuare acquisti on line (una nuova tendenza, di cui vi avevamo già parlato [qui](#)).

Collection (o più semplicemente "Collezioni"), propone di aumentare le probabilità di scoperta e di acquisto, inserendo un video o un'immagine principale sopra le foto descrittive del prodotto.

Attraverso questo nuovo formato, che permette di mostrare fino a 50 prodotti alla volta, è possibile vivere un'esperienza di shopping su Facebook (chiedici come aprire il tuo social store), immersiva e notevolmente più rapida nelle fasi di caricamento delle pagine (superando così, uno dei principali problemi dello shopping mediante mobile).

Selezionando un prodotto, le persone verranno immediatamente reindirizzate poi a una pagina di dettaglio del prodotto stesso, su un sito web o su un'applicazione per l'acquisto.

Come sostiene lo stesso Facebook: "Collection è ideale per vendita al dettaglio o per gli inserzionisti di e-commerce che vogliono mostrare un video di ispirazione o un'immagine al fianco dei loro prodotti".

## Come funziona Collection?

Creare una collezione, mediante una sponsorizzazione, è molto semplice, e richiede alcuni semplici passaggi che un bravo utilizzatore delle campagne pubblicitarie su Facebook non ha problemi ad eseguire. Ecco riportati di seguito i principali passaggi per la creazione di una pubblicità con l'ausilio di Collection:

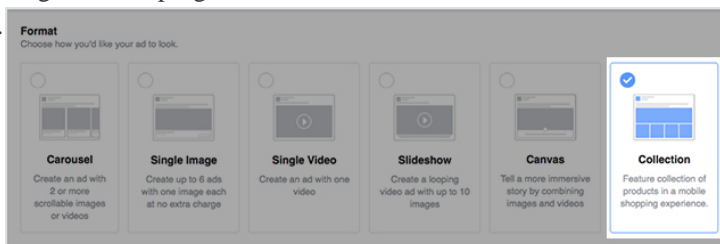
Vai sulla pagina **Business Manger** della tua attività.

Seleziona la voce **Traffico** o **Conversioni** dal menu obiettivi della campagna e clicca su continua.

Seleziona il tuo sito web o la tua app (se stai usando un app, è consigliabile reindirizzare le persone direttamente ai prodotti all'interno della tua app).

Scegli il tuo segmento (audience), il tuo budget e il tuo programma. Clicca su continua.

Seleziona il nuovo formato ?Collection?.



Seleziona un'immagine, un video o una presentazione da inserire come elemento principale della collezione (per i video, si raccomanda un formato 1:1 o 16:9 e per le immagini, si raccomanda una dimensione dell'immagine di 1200 x 628 pixel).

Seleziona un set di prodotti già esistente, o fare clic per crearne un nuovo. È raccomandato che il set contenga tutti i prodotti rilevanti per l'immagine principale, la presentazione o il video. Più prodotti ci sono nel vostro catalogo, più probabilità avrà l'annuncio pubblicitario di essere seguito. Il numero minimo di prodotti è 8. L'inserzionista può scegliere i primi 4 prodotti da mostrare, mentre i restanti prodotti sono selezionati da Facebook in automatico.

Seleziona **Mobile News Feed** in **Anteprima**, per visualizzare il tuo annuncio (questo strumento è utilizzabile solo per i dispositivi mobili, quindi una finestra ti chiederà di rimuovere tutti i posizionanti non mobile).

Seleziona **Anteprima**, per capire come gli utenti vedranno l'annuncio pubblicitario.

Seleziona **Invia notifica a Facebook**, per inviare il tuo annuncio.

clicca su **Ordina la campagna**. Fatto.

Collection è davvero uno strumento utile?



Facebook mette, ogni giorno, nuovi strumenti a disposizione di chi ha un'attività on line e decide di vendere i suoi prodotti tramite e-commerce. La possibilità di utilizzare questi strumenti accattivanti e coinvolgenti per i potenziali consumatori, associati ad un'intelligente campagna di sponsorizzazione, aumenta senza dubbio le possibilità di essere [visibili](#) sui social e aumentare i profitti. Collection, in particolare, da un'ulteriore spinta alle vendite mediante i dispositivi mobili, dalla quale le persone effettuano il maggior numero di accessi alla rete, diminuendo i tempi di caricamento delle pagine e garantendo un'esperienza di acquisto fluida e interattiva.