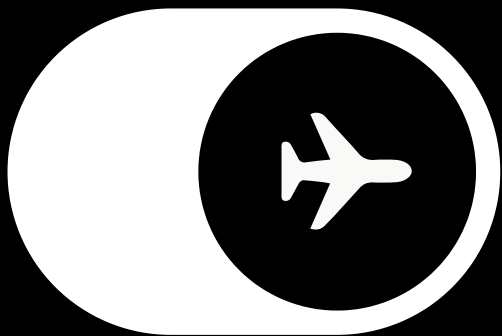


Learnnn
ffline

**Come abbiamo duplicato i
volumi di leads su Meta
grazie ai video**

Cosa vedremo:

- 1. Video trend: un oceano blu**
- 2. Shift creativo ed errori**
- 3. Cambio di strategia**
- 4. Risultati**
- 5. 5 regole d'oro per un video ads di successo**

Lo sapevi che

50% del tempo speso su Facebook dagli utenti è per guardare video

47% dell' ad-recall con i video avviene nei primi 3 secondi

Cost per outbound click video vs immagine: -30%*

BASSA COMPETIZIONE: mercato RE solo il 25% degli advertiser**

*dato da ultimi 90 giorni Casavo BM

**Meta QBR 2022

Per i video è questione di numeri

Oltre **150 MILIARDI** di REELS vengono riprodotti ogni giorno su IG

Dall'introduzione dei REELS il tempo speso su IG è **aumentato del 24%**

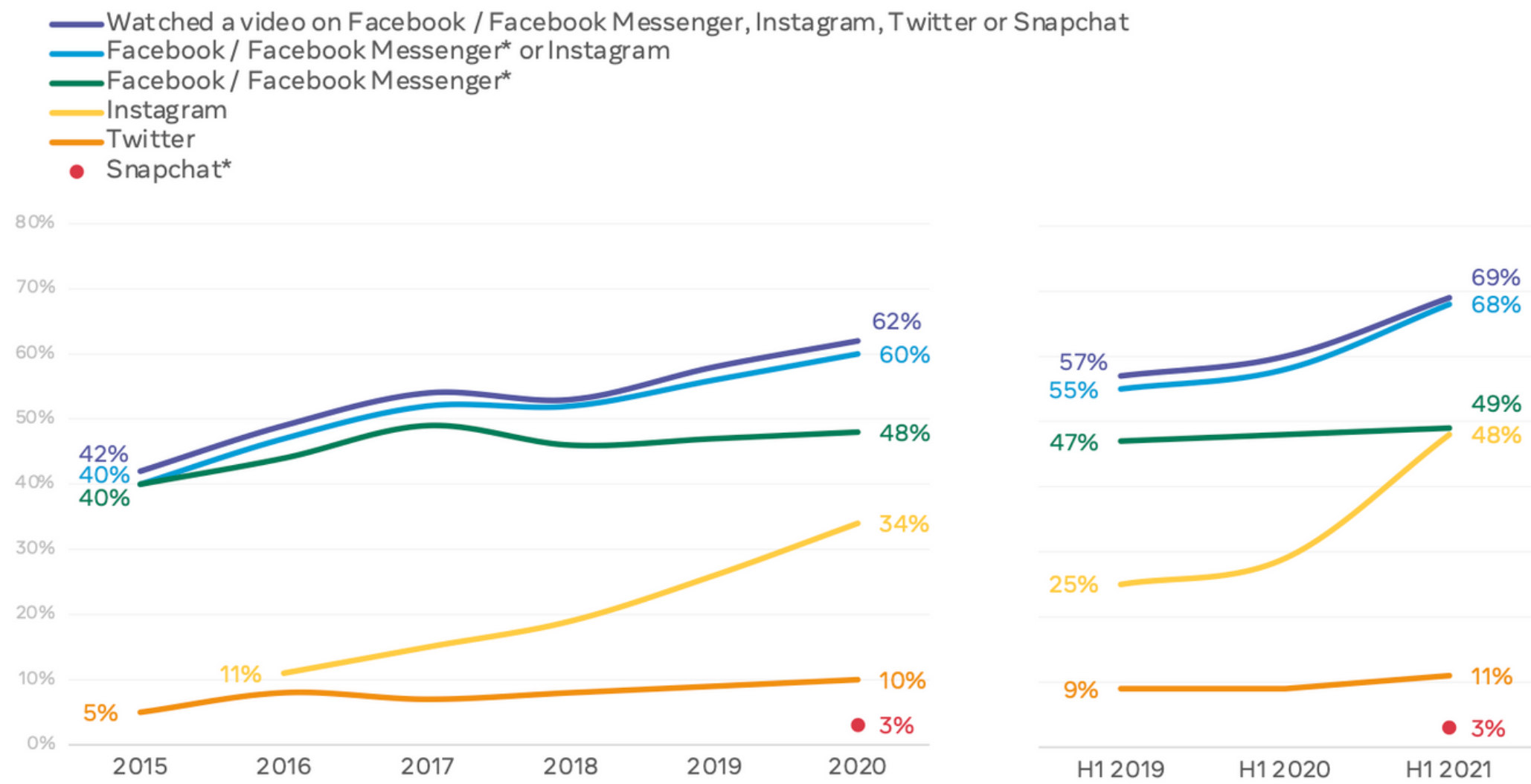
REELS pesano il **40%** dell'utilizzo di Instagram

Gli investimenti in ADV su posizionamento REELS sono passati da **1B\$ del Q2 2022 a 3B\$ del Q1 2023**

E di trend

The Rise of Video

Social video viewers



Between 2015 and 2020, the proportion of 18-64s who are social video viewers has increased by **48%**

GWI Source: GWI 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 and Q1 & Q2 2021. Sample Size: 8,023 (2015), 8,014 (2016), 9,022 (2017), 13,591 (2018), 20,717 (2019), 20,291 (2020) & 10,277 (H1 2021) internet users aged 18-64. Country: Italy. Question Wording: See notes under slide. *Watched a video on Snapchat and Facebook Messenger datapoints only available from Q4 2020.

Shift creativo

 **Casavo** (IT - Italian, English, CH - Italian, SI - Italian, ...) Sponsored · 🌐

Cosa ti aspetta nella prossima casa? Vendi casa semplicemente e porta i tuoi ricordi con te.

CASAVO
Lì Giorgio ha mosso i primi passi.



Lì Giorgio ha mosso i primi

[Learn more](#)

Lì ha de andava

Statiche

 **Casavo** Sponsored · 🌐

Vendez votre bien simplement et emportez tous vos souvenirs avec vous !

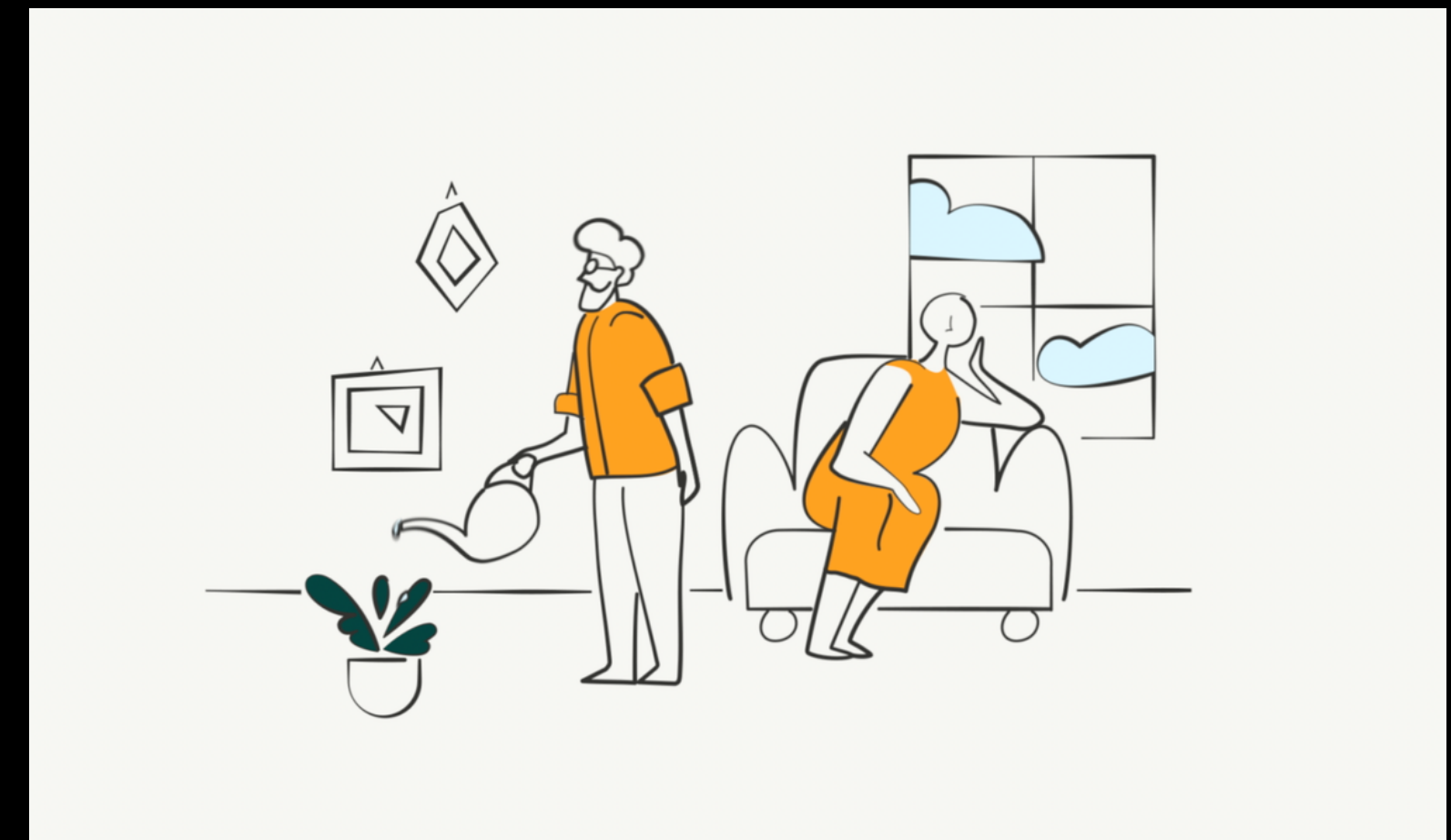
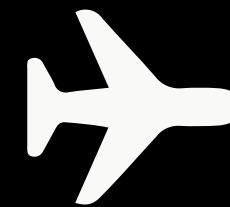
Vendez votre bien avec assurance



CASAVO

casavo.com
Estimez gratuitement votre bien

[Learn more](#)

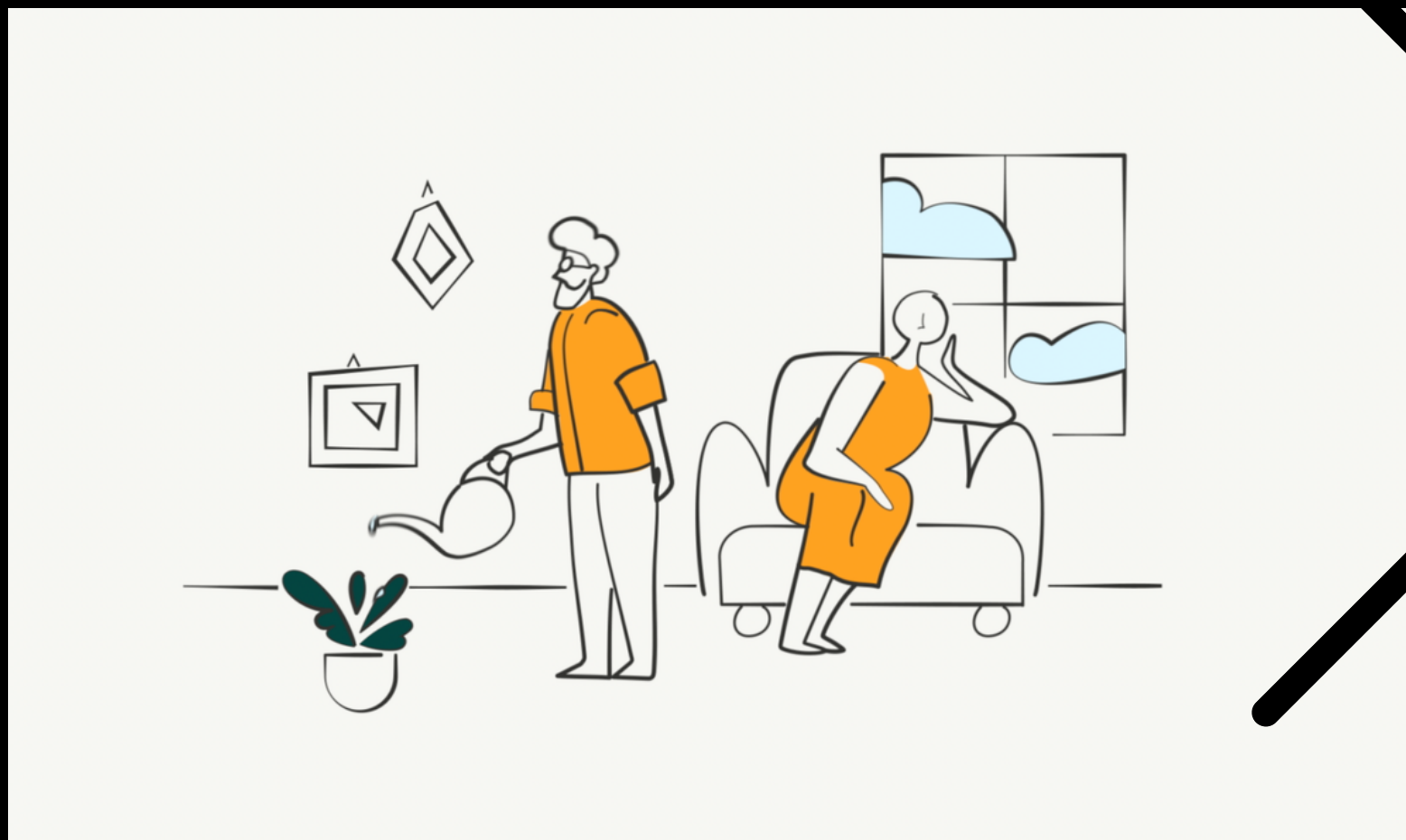


TV spot

Learnn
 **offline**

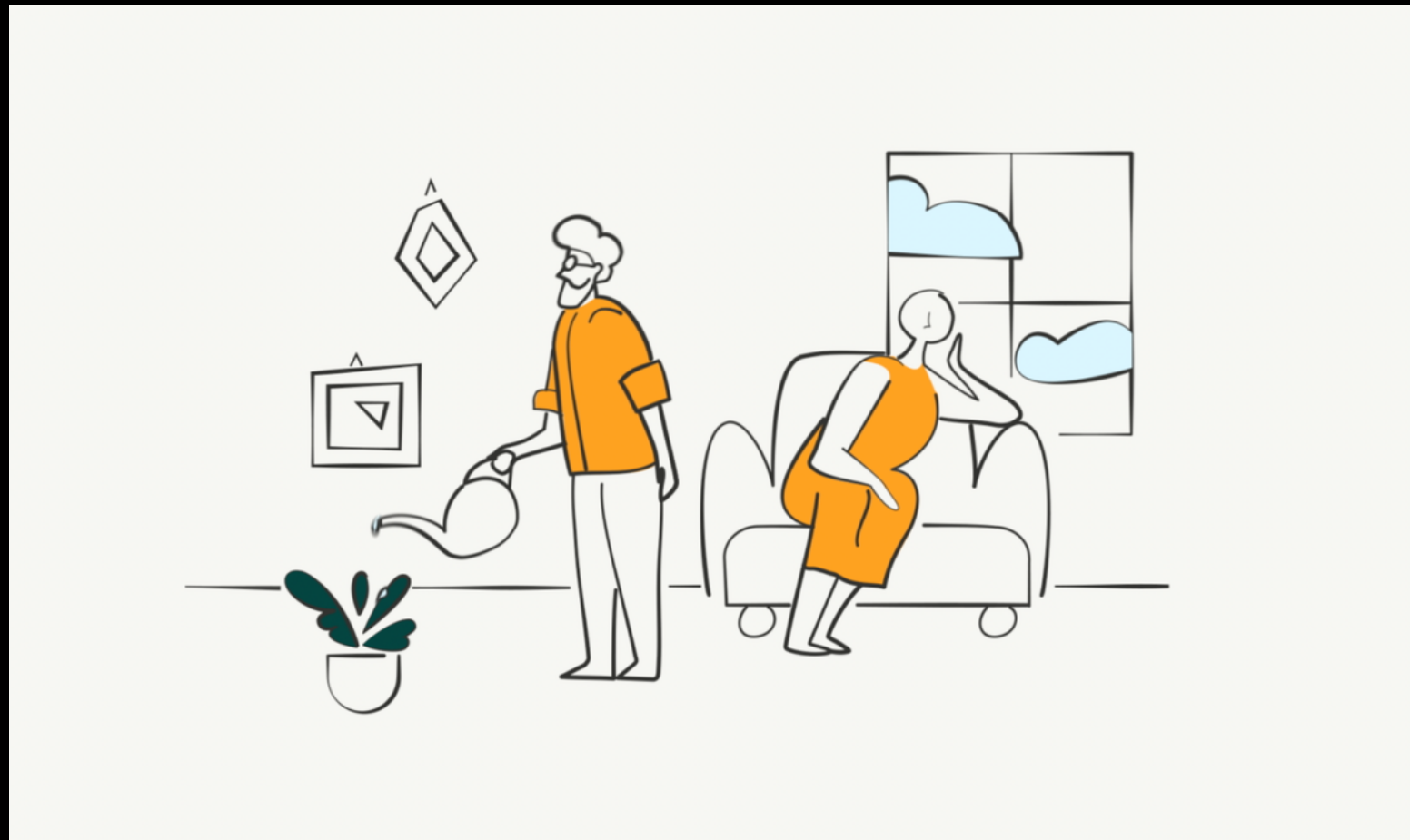


Ecco cosa non funziona

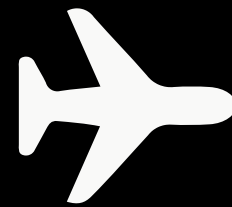


- ✗ Ingresso brand al 15"
- ✗ Spiegazione VP/Solution al 20"
- ✗ No feature distintive presentate
- ✗ Lento
- ✗ No designed for sound off

Ecco cosa abbiamo cambiato



Video branded



Product video



Abbiamo cambiato modo di pensare

BRAND MARKETING

vs.

PRODUCT MARKETING

Making your product
seem **BIGGER** than it is so
it's easier to **BELIEVE IN**

Making your product
seem **SMALLER** than it is
so it's easier to **BUY**

Cosa significa?

- 1 Rendere il **prodotto facile da capire e spiegare**
- 2 Suddividere la VALUE P in **soluzioni puntuali più piccole** che possano penetrare meglio nella testa delle persone
- 3 Rispondere a domande come **che cos'è e come funziona**

Video sì, da 15" a 30"



Video 1



Video 2



Video 3

Video sì, da 15" a 30"



Video 1



Video 2



Video 3

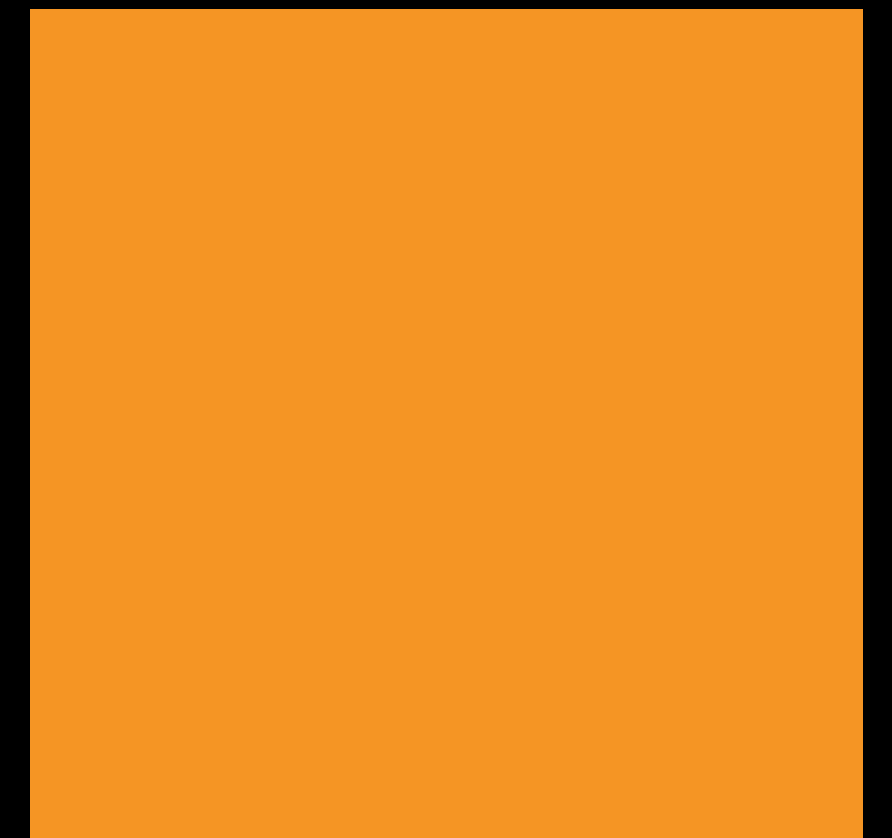
Video sì, da 15" a 30"



Video 1

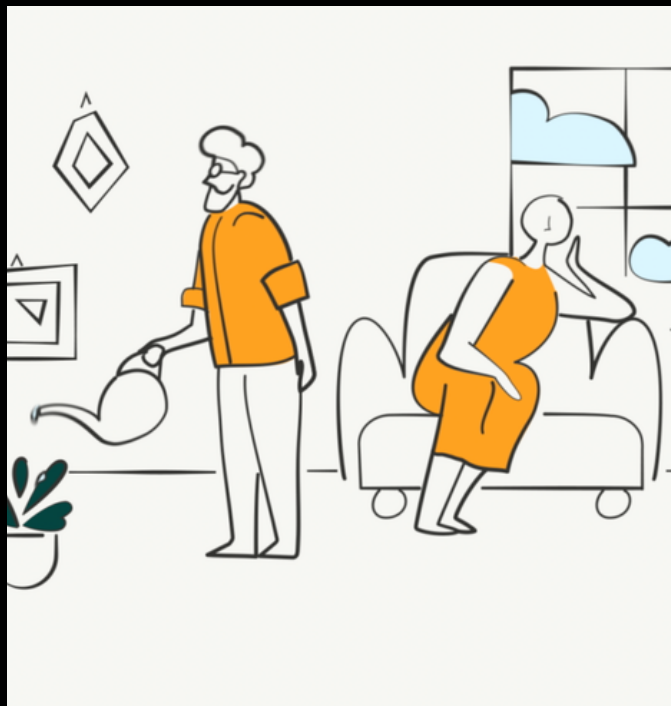


Video 2



Video 3

Le differenze



Storytelling complesso

Obiettivo: aumentare brand awareness

L'audio è un elemento importante per lo storytelling



Storytelling semplice, legato alla UX

Obiettivo: educare l'utente

Audio off

A B C D di un video

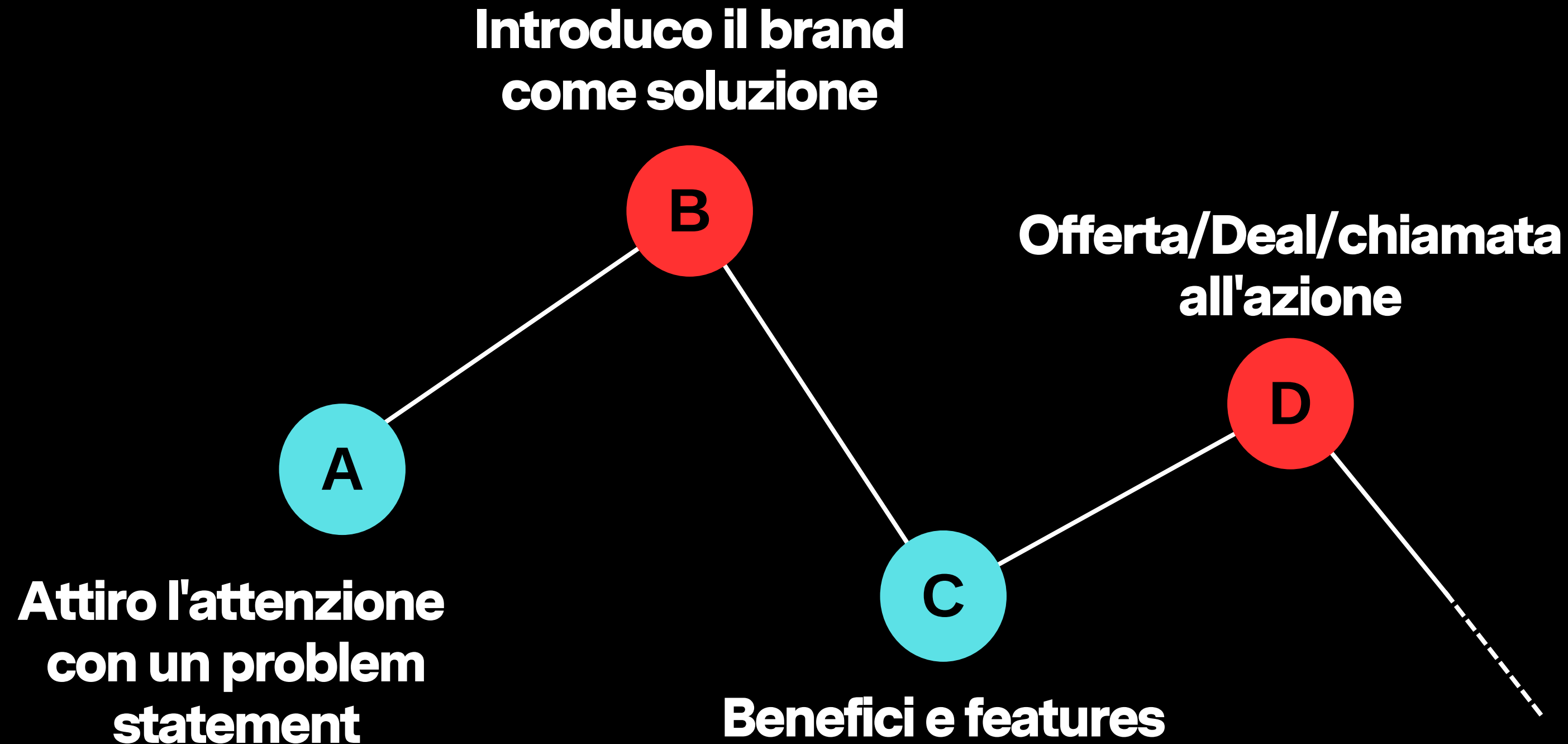
ATTIRARE l'attenzione dell'utente

Introdurre il **BRAND**

CONNETTERSI alle emozioni dell'utente

Dare una **DIREZIONE** all'utente

ABCD



I risultati

-  Aumento del CTR x3.5
-  >85% degli utenti visualizza l'intero video
-  RIDUZIONE DEL COST PER LEAD
>70% CPL da 55€ a 15€
-  INCREMENTO DELLA QUALITÀ DELLA LEADS: tasso di qualifica da 40% al 65%

5 regole d'oro per video di successo

1. Video corti dai 15 ai 30 secondi
2. Cattura l'attenzione nei primi 3 secondi
3. Formati verticale e quadrato
4. Prodotto/Brand visibile
5. Sound off

Cosa abbiamo visto:

1. Video trend: un oceano blu
2. Lo shift creativo e gli errori commessi
3. Cambio di strategia
4. Risultati
5. Le cinque regole d'oro per un video ads di successo

Grazie per l'attenzione



**Francesco
Maria Errico**

Performance Marketing Manager @ Casavo

 [linkedin.com/in/francesco-maria-errico](https://www.linkedin.com/in/francesco-maria-errico)

Ci sono domande?



Lasciami un
feedback

