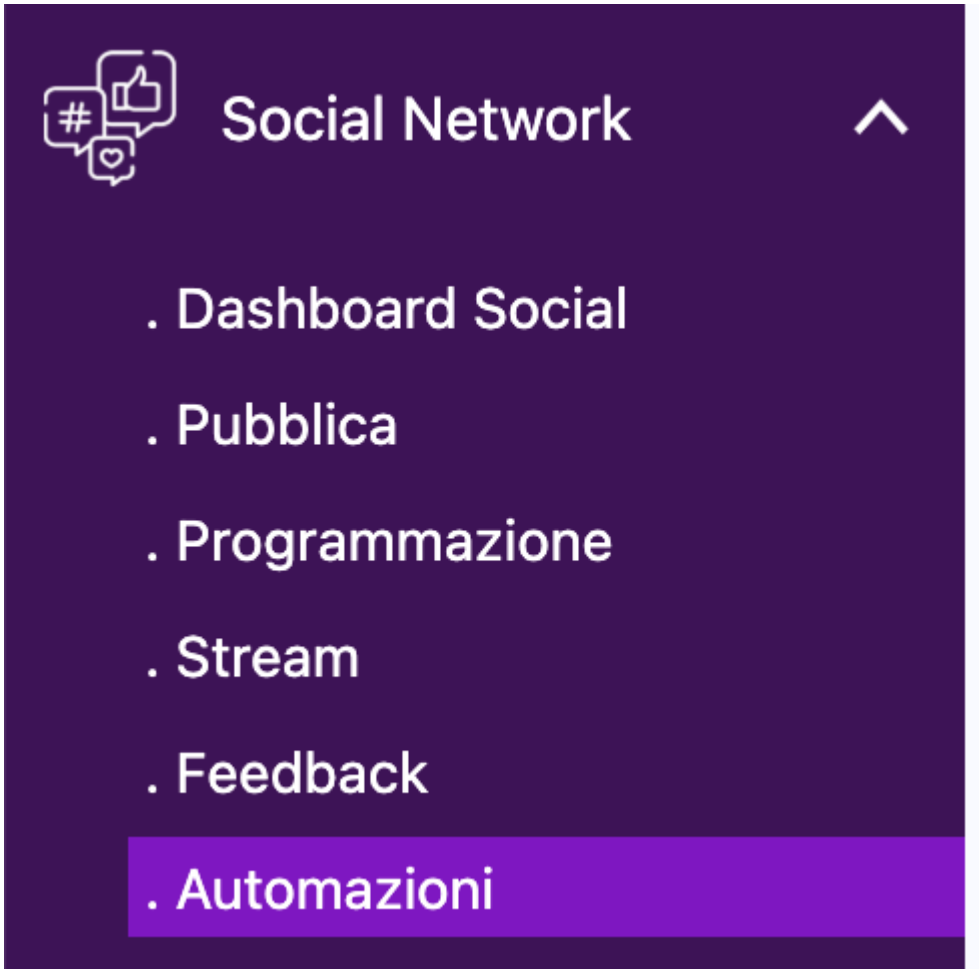
Menù : Social Network – Automazioni

Indice dei contenuti

- Imposta Instagram DM Automation
- Configurazione dell’automazione social
- Setup automazione social
- Come usare le automazioni in piattaforma



Automazioni per Instagram e Facebook
Crea flussi automatici per gestire le interazioni sui social network, migliorando i tempi di risposta e trasformando commenti e messaggi in opportunità di contatto.

Puoi configurare automazioni che si attivano quando un utente lascia un commento a un post, invia un messaggio diretto (DM). Ogni flusso può rispondere

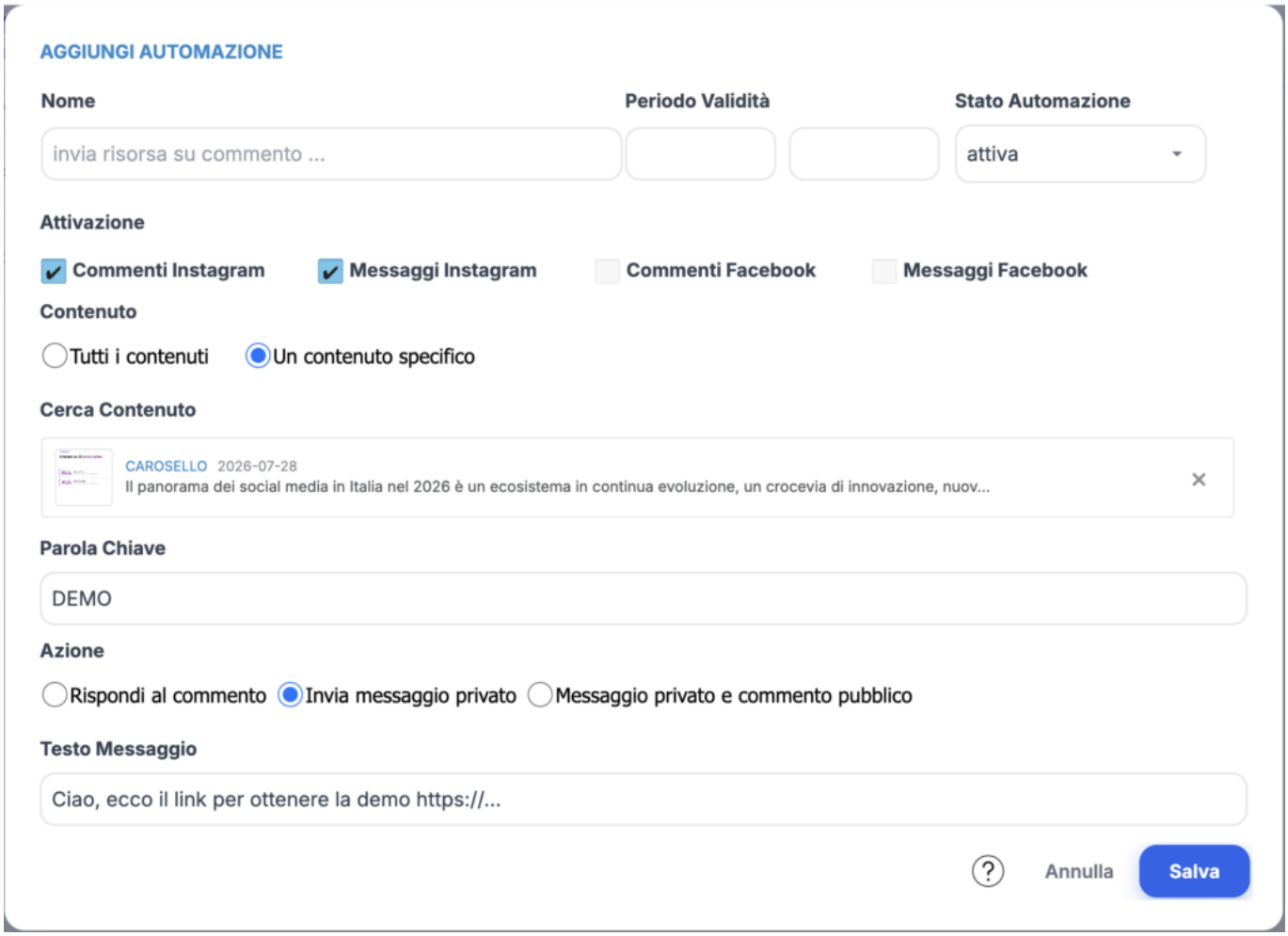
automaticamente, raccogliere informazioni, attivare un workflow di segmentazione per il contatto, inserirlo nel CRM o avviare successive attività di nurturing e marketing.

Esempio pratico: pubblichi un post con la frase *“Scrivi DEMO nei commenti per ricevere maggiori informazioni”*. Quando un utente commenta **DEMO**, Stackly può:

- inviare automaticamente un messaggio privato su Instagram o Facebook;
- fornire il link alla demo o a una landing page;
- creare automaticamente il contatto nel CRM;
- assegnare il lead a un commerciale;
- avviare una sequenza di email o notifiche di follow-up.

Le automazioni possono essere utilizzate anche per rispondere alle domande più frequenti, gestire richieste di preventivo, prenotazioni, iscrizioni a eventi, download di materiali, assistenza clienti e qualificazione dei lead, consentendoti di offrire un servizio rapido e disponibile 24 ore su 24 senza interventi manuali.

Imposta Instagram DM Automation



Per impostare un flusso automatico DM per Instagam, puoi impostare l'interfaccia in questo modo :

- scegliere come attivazione l'automazione , sui commenti instagram o sui messaggi
- se scegli il commento, decidi su quale post specifico deve attivarsi l'automazione
- indica la parola chiave che deve essere contenuta nel commento lasciato dall'utente (puoi inserire anche più parole separate da virgola)
- imposta come azione "invia messaggio privato"
- inserisci il testo del messaggio da inviare all'utente

Configurazione dell'automazione social

L'invio di un messaggio o il commento ad un post , rappresentato la vera metrica da controllare sui social network. Oltre alle "vanity metrics", che puoi trovare nella

sezione “Stream” del modulo social, con le automazioni puoi attivare una risposta immediata ad un interesse reale da parte dell’utente.

Come per Instagram, puoi impostare l’automazione anche per Facebook.

Setup automazione social

I dati che puoi impostare sono :

- nome dell’automazione
- periodo validià dell’automazione (puoi decidere quando l’automazione deve smettere di reagire, utile ad esempio se è legata ad un periodo di promozione)
- stato dell’automazione (attiva, non attiva) , puoi sospendere temporaneamente l’automazione
- impostare l’attivazione , quale è l’evento che deve attivarla (commento o messaggio instagram, commento o messaggio facebook)
- definire su quale contenuto deve attivarsi, se decidi che l’attivazione è il commento puoi impostare che l’automazione deve innescarsi su un post specifico che hai pubblicato (di qualsiasi formato) o su tutti i post
- selezionare il contenuto specifico, se hai deciso che il tutto deve avvenire quando un utente commenta un singolo contenuto
- definire la parola o le parole chiavi che scatenano l’automazione
- impostare il tipo di azione che l’automazione deve effettuare, può rispondere al commento in modo pubblico, inviare un messaggio privato all’utente o fare entrambe le cose
- testo del messaggio e del commento, in base alla configurazione dell’azione impostata , puoi definire il testo ed il commento da pubblicare un automatico

Come usare le automazioni in piattaforma

Le **automazioni per i social media** non dovrebbero essere utilizzate come strumenti isolati, ma diventare parte integrante della **strategia di digital marketing** del cliente. Il loro vero valore emerge quando vengono integrate con CRM, landing page, workflow **di** marketing automation, email marketing **e sistemi di lead nurturing**.

Con **Stackly** puoi collegare facilmente ogni automazione social agli altri moduli della piattaforma, creando un **customer journey** completamente automatizzato, dalla prima interazione sui social fino alla conversione del lead.

Leggi come impostare le automazioni, trovi qui tutti i dettagli e tre casi pronti da utilizzare