

Chi commenta una parola chiave sotto il tuo post riceve in automatico un messaggio privato con quello che gli hai promesso.

Ecco la guida completa all'automazione dei commenti in Stackly : ***comment-to-DM*** su Instagram e Facebook, campo per campo, con tre casi d'uso già pronti.

Indice dei contenuti



- [Cos'è l'automazione dei commenti su Instagram e Facebook](#)
- [Dove si trovano le automazioni social in Stackly](#)
- [Come inviare un messaggio automatico a chi commenta: 8 passi](#)
- [I campi, uno per uno](#)
- [Tre casi d'uso pronti da copiare](#)
- [Come scegliere la parola chiave](#)
- [Come scrivere il DM e la risposta al commento](#)
- [Otto errori da evitare](#)
- [Limiti e regole di Instagram e Facebook](#)
- [Misurare i risultati](#)
- [Domande frequenti sui messaggi automatici](#)
- [Il passo successivo](#)

Cos'è l'automazione dei commenti su Instagram e Facebook

Ogni volta che pubblichi un contenuto che funziona, arrivano commenti del tipo «*dove lo trovo?*», «*quanto costa?*», «*me lo mandi?*». Sono le richieste più calde che ricevi, e nella quasi totalità dei casi restano lì: **le leggi tre ore dopo, rispondi a metà delle persone, il resto si perde.**

Questo problema si amplifica quando, come digital agency o social media manager, gestisci i progetti di più clienti contemporaneamente.

L'automazione di Stackly ti aiuta a gestire ed ottimizzare questo processo. Definisci una **parola chiave**, e quando qualcuno la scrive in un commento o in un messaggio diretto la piattaforma risponde da sola: manda un messaggio privato, pubblica una risposta sotto il commento, o entrambe le cose.

Il tempo di risposta passa da ore a secondi, e passa da «quando riesco» a «sempre».

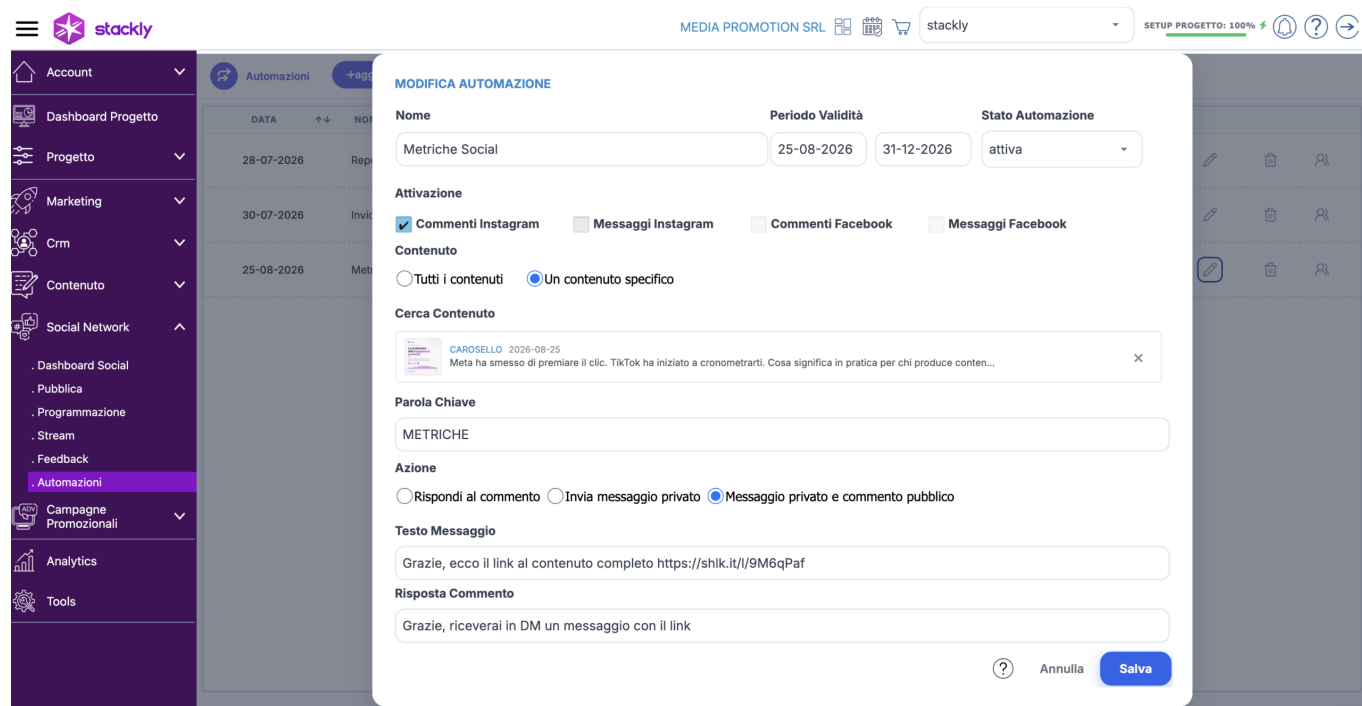
È il meccanismo che su Instagram e Facebook viene chiamato **comment-to-DM**. Non serve un tool esterno né un chatbot da collegare: le automazioni vivono dentro il modulo Social Network, sugli stessi account e sugli stessi contenuti che già gestisci in Stackly.

Prerequisito. Prima di creare un'automazione devi avere almeno un account social collegato al progetto. Se non l'hai ancora fatto, leggi [Social Network > Account social](#): l'automazione può agire solo sui canali connessi e sui contenuti pubblicati da quegli account.

Dove si trovano le automazioni social in Stackly

Menù : Social Network – Automazioni

La schermata è un elenco: ogni riga è un'automazione, con la data di creazione e il nome che le hai dato.



A destra di ogni riga trovi le icone di gestione: la **matita** apre il pannello di modifica,

il **cestino** elimina l'automazione, l'icona con la **sagoma utente** apre l'elenco dei contatti intercettati da quell'automazione. Il pulsante **+aggiungi** in alto **crea una nuova automazione**.

Come inviare un messaggio automatico a chi commenta: 8 passi

La procedura minima, dall'inizio alla fine. Il dettaglio di ogni campo è nel paragrafo successivo.

- Apri **Social Network** > **Automazioni** e clicca **+aggiungi**.
- Dai un **nome** all'automazione e imposta il **periodo di validità**.
- Spunta i canali su cui deve agire in **Attivazione** (commenti e/o messaggi, Instagram e/o Facebook).
- Scegli se deve valere su **tutti i contenuti** o su **un contenuto specifico**; nel secondo caso selezionalo da **Cerca Contenuto**.
- Scrivi la **parola chiave** che fa scattare l'automazione.
- Scegli l'**azione**: risposta pubblica, messaggio privato, o tutti e due.
- Compila **Testo Messaggio** (il DM) e, se previsto dall'azione, **Risposta Commento** (il commento pubblico).
- Porta lo **stato** su **attiva** e clicca **Salva**.

Prima di lanciarla. Fai un test con un secondo account: commenta la parola chiave sotto il contenuto e verifica di ricevere il DM e di vedere la risposta pubblica. Controlla soprattutto che il link nel messaggio si apra davvero, un link sbagliato consegnato a mille persone è difficile da recuperare.

I campi, uno per uno

Nome

Etichetta interna, non la vede nessuno all'esterno. Serve a te per ritrovare l'automazione in mezzo alle altre fra tre mesi. Usa una convenzione e mantienila: **canale - parola chiave - contenuto**.

Per esempio IG – METRICHE – carosello engagement.

Con dieci automazioni attive è la differenza fra aprirle tutte una per una e trovare subito quella giusta.

Periodo Validità

La finestra temporale in cui l'automazione lavora. Fuori da queste due date non risponde, anche se lo stato è impostato su *attiva*.

È il campo che rende sicure le promozioni a tempo: *alla mezzanotte della data di fine l'automazione smette da sola di consegnare un link a un'offerta scaduta, senza che tu debba ricordartene*. Per un'automazione permanente (un listino, un catalogo), metti una data di fine lontana e rivedila una volta l'anno.

Stato Automazione

L'interruttore vero e proprio, indipendente dal periodo di validità: perché l'automazione risponda devono essere vere entrambe le condizioni, stato *attiva* e data odierna dentro il periodo.

Serve per mettere in pausa senza cancellare: se un link è momentaneamente rotto o vuoi sospendere una campagna per una settimana, porta lo stato su *non attiva* invece di eliminare l'automazione e riscriverla da capo.

Attivazione

Definisce *da dove* arriva l'innescò. Puoi spuntarne più di una.

- **Commenti Instagram / Commenti Facebook** — l'automazione osserva i commenti pubblici sotto i contenuti. È la modalità del comment-to-DM.
- **Messaggi Instagram / Messaggi Facebook** — l'automazione osserva i messaggi diretti in arrivo. È la modalità «risponditore»: chi scrive in DM la parola chiave riceve subito il materiale.

Attivazione

☒ Commenti Instagram ☐ Messaggi Instagram ☐ Commenti Facebook ☐ Messaggi Facebook

Contenuto

☐ Tutti i contenuti ☒ Un contenuto specifico

Cerca Contenuto



CAROSELLO 2026-08-25
Meta ha smesso di premiare il clic. TikTok ha iniziato a cronometrarti. Cosa significa in pratica per chi produce conten...

×

Parola Chiave

METRICHE

Se attivi *solo* i messaggi diretti, l'unica azione che ha senso è l'invio del messaggio privato: non esiste alcun commento pubblico su cui rispondere.

Contenuto: tutti o uno specifico

Tutti i contenuti — la parola chiave vale ovunque, sotto qualsiasi post dell'account. Da usare per parole trasversali e sempre valide: PREZZI, CATALOGO, ORARI. Un'automazione sola copre tutto il profilo, anche i post che pubblicherai fra sei mesi.

Un contenuto specifico — la parola chiave funziona solo sotto quel post. È la modalità dei lead magnet: ogni contenuto ha la sua parola chiave e consegna la sua risorsa. Costa un'automazione per contenuto, ma ti dice esattamente quale post genera richieste.

Cerca Contenuto

Il selettore dei contenuti già presenti nel progetto, disponibile quando hai scelto «un contenuto specifico». Scrivi qualche parola del post e scegli dai risultati: la riga selezionata mostra l'anteprima grafica, il formato (CAROSELLO, REEL, POST, STORIES) e la data di pubblicazione, così sei sicuro di aver agganciato il contenuto giusto e non uno simile. La ✕ a destra rimuove la selezione.

Parola Chiave

La stringa che l'utente deve scrivere perché l'automazione scatti. È il campo più delicato di tutto il pannello: più sotto trovi le regole per sceglierla. Scrivila in maiuscolo, sia qui sia nella caption del post: si legge meglio, è più facile da ricordare e comunica visivamente che è un'istruzione, non una parola qualsiasi.

Azione

Rispondi al commento — solo risposta pubblica. Adatta a domande ricorrenti la cui risposta è utile a tutti quelli che passano di lì: orari, tempi di spedizione, disponibilità.

Invia messaggio privato — solo DM. Adatta quando la consegna è personale o il link non deve stare in pubblico.

Messaggio privato e commento pubblico — entrambi. *È la configurazione da preferire nel comment-to-DM.* Il DM consegna, il commento pubblico avvisa la

persona di controllare i messaggi , le notifiche da account che non seguiti finiscono spesso fra le richieste e restano invisibili , e allo stesso tempo mostra a chiunque legga i commenti che quella risorsa esiste e come ottenerla.

Testo Messaggio

Il messaggio privato che la persona riceve. Mantieni qui la promessa fatta nel post, con il link dentro.

Risposta Commento

Il testo che viene pubblicato sotto il commento dell'utente. Compilalo se hai scelto *Rispondi al commento* o *Messaggio privato e commento pubblico*.

Tienilo corto e naturale: è un testo unico, quindi sotto un post con trecento commenti comparirà identico trecento volte. Due righe cordiali funzionano; un paragrafo promozionale ripetuto in serie sembra spam.

Salva e Annulla

Salva registra la configurazione e la rende operativa se lo stato è *attiva*. **Annulla** chiude senza salvare.

Tre casi d'uso pronti da copiare

Configurazioni complete da replicare così come sono.

Caso 1 : il carosello che consegna l'analisi completa

Pubblichi un carosello che anticipa i punti principali di un'analisi e rimandi il resto all'articolo. Invece di mettere «link in bio», chiedi un commento.

Attivazione	Commenti Instagram
Contenuto	Un contenuto specifico : il carosello
Parola chiave	METRICHE
Azione	Messaggio privato e commento pubblico
Testo messaggio	Grazie, ecco il link al contenuto completo https://.....
Risposta commento	Grazie, riceverai in DM un messaggio con il link
Periodo	Dal giorno della pubblicazione a fine anno

Caso 2 : il listino che arriva prima che tu legga il commento

«Quanto costa?» è la domanda che ricevi sotto ogni post, e ogni ora di ritardo nella risposta ne raffredda un pezzo. Qui l'automazione vale su tutto il profilo e resta accesa per sempre.

Attivazione	Commenti Instagram + Messaggi Instagram + Commenti Facebook
Contenuto	Tutti i contenuti
Parola chiave	PREZZI
Azione	Messaggio privato e commento pubblico
Testo messaggio	Il listino aggiornato è qui: https://... , dimmi che tipo di attività hai e ti indico la soluzione giusta.
Risposta commento	Ti ho appena scritto in privato con tutte le info
Periodo	Finestra lunga, da rivedere una volta l'anno

Caso 3 : le iscrizioni al webinar che si chiudono da sole

Un reel di lancio con la data dell'evento. Il periodo di validità coincide con la finestra di iscrizione: quando scade, l'automazione non è attiva e non manda persone su un modulo chiuso.

Attivazione	Commenti Instagram
Contenuto	Un contenuto specifico , il reel di lancio
Parola chiave	WEBINAR
Azione	Messaggio privato e commento pubblico
Testo messaggio	Ecco il link per iscriverti: https://... , i posti sono limitati, ci vediamo giovedì.
Risposta commento	Perfetto, controlla i messaggi privati
Periodo	Solo i giorni di apertura delle iscrizioni

Un quarto schema, più semplice, vale la pena di ricordarlo: **assistenza pubblica**. Attivazione sui commenti, contenuto *tutti*, parola chiave SPEDIZIONE o ORARI, azione *Rispondi al commento* e nessun DM. Non genera contatti, ma toglie dalla tua giornata decine di risposte identiche e lascia la risposta visibile a chiunque si faccia la stessa domanda.

Come scegliere la parola chiave

Se l'automazione non funziona, nove volte su dieci il problema è qui. Cinque regole:

- **Una parola sola, corta, senza spazi né accenti.** Deve essere digitabile con una mano su un telefono, al primo colpo.
- **Deve poter essere detta a voce.** Nei reel la parola chiave si pronuncia, non si legge soltanto: se è impronunciabile o si scrive in modo ambiguo, metà delle persone la sbaglierà.
- **Evita le parole che compaiono da sole nei commenti.** «Info», «sì», «grazie», «bello» partono a raffica per conto loro e trasformano l'automazione in un fastidio.
- **Niente emoji e niente segni di punteggiatura.** Sono la fonte più comune di mancati inneschi.
- **Una parola chiave diversa per ogni contenuto,** quando lavori sul singolo post. È l'unico modo di sapere quale contenuto ha generato quali richieste.

E poi la parte che nessuna configurazione può sostituire: **la parola chiave va detta al pubblico.**

Nella caption, in sovraimpressione nel video, a voce nel reel, nell'ultima slide del carosello. «Commenta METRICHE e ti mando l'analisi completa» è l'istruzione che fa partire tutto il resto.

Senza quella frase, l'automazione è configurata benissimo e non scatterà mai.

Come scrivere il DM e la risposta al commento

Il messaggio privato

È il messaggio che una persona ha chiesto esplicitamente di ricevere. Non sprecarlo in convenevoli: metti il link entro le prime due righe, aggiungi una sola call to action e chiudi con una domanda aperta. La domanda non è cortesia, è funzionale: se la persona risponde, si apre la finestra di 24 ore in cui puoi continuare la conversazione senza limitazioni.

Ciao! Ecco l'analisi completa: <https://...>

L'ho scritta pensando a chi gestisce più profili contemporaneamente , tu su quanti canali pubblici in una settimana?

Il commento pubblico

Ha un compito solo: dire alla persona che il messaggio è partito e dove trovarlo. Non metterci il link, su Instagram i link nei commenti non sono cliccabili e spingono a copiarli a mano, il che vanifica il senso dell'automazione. Tienilo sotto le due righe.

Grazie! Ti ho scritto in privato, controlla i messaggi (anche fra le richieste, se non mi segui ancora)

Dettaglio : quel «**controlla anche fra le richieste**» recupera una quota rilevante di persone. Chi non segue il profilo non riceve la notifica del tuo DM nella schermata principale: il messaggio finisce nella cartella delle richieste e, senza un avviso, non lo apre nessuno.

Otto errori da evitare

- **Parola chiave troppo comune.** Genera inneschi involontari e messaggi non richiesti, che è il modo più rapido per raccogliere segnalazioni.
- **Non scrivere/dire la parola chiave nel contenuto.** L'errore più frequente in assoluto: nessuno commenta una parola che non sa di dover scrivere.
- **Stato attivo ma periodo scaduto.** L'automazione appare accesa nell'elenco e non risponde. Se qualcosa non parte, controlla prima le date.
- **Solo messaggio privato, senza commento pubblico.** Una parte dei DM finisce fra le richieste e non viene mai aperta.
- **Stesso testo su Instagram e Facebook** quando il messaggio nomina il canale o il formato. Il lettore si accorge che è un copia-incolla.
- **Promettere una cosa e consegnarne un'altra.** Il DM deve contenere esattamente ciò che il post ha promesso, non un invito a compilare un altro modulo. (se devi far compilare il modulo dillo esplicitamente, es. *scrivi 'METRICHE' per accedere al modulo di richiesta*)
- **Automazione su «tutti i contenuti» con una parola chiave specifica di un**

post. Funziona, ma tredici post dopo non saprai più da dove arrivano i contatti.

Limiti e regole di Instagram e Facebook

Le automazioni operano attraverso le API ufficiali di Instagram e Facebook, che pongono alcuni vincoli. Conoscerli evita di attribuire a Stackly comportamenti che dipendono dal social.

- **Una sola risposta privata per commento.** Meta consente di inviare un solo messaggio privato in risposta a un determinato commento: un secondo invio sullo stesso commento viene rifiutato. Se la stessa persona commenta di nuovo, però, quello è un commento nuovo.
- **Fino a 7 giorni per rispondere a un commento.** La risposta privata a un commento può essere inviata entro una settimana dal commento stesso.
- **Finestra di 24 ore per la conversazione.** Una volta aperta la chat, i messaggi liberi si possono inviare entro 24 ore dall'ultimo messaggio dell'utente. Oltre quella soglia la conversazione va ripresa in altro modo. È il motivo per cui conviene chiudere il DM con una domanda.
- **Account professionale collegato.** Serve un profilo Instagram professionale (business o creator) associato alla pagina Facebook e connesso in Stackly. Sui profili personali le automazioni non operano.
- **Solo contenuti dell'account collegato.** L'automazione osserva i commenti sui contenuti dei canali connessi al progetto, non quelli di altri profili.

Attenzione. Le policy di Meta vietano l'invio di messaggi non richiesti e i contenuti ingannevoli. Un'automazione che consegna ciò che l'utente ha esplicitamente chiesto è pienamente conforme; una che manda promozioni a chiunque commenti qualsiasi cosa espone l'account a limitazioni. La differenza sta nella parola chiave e nella coerenza fra promessa e consegna.

Misurare i risultati

Un'automazione senza misurazione è un automatismo, non marketing. Tre numeri bastano:

- **Commenti con la parola chiave.** Quante persone hanno raccolto l'invito. Misura la forza del contenuto e la chiarezza dell'istruzione.

- **Clic sul link.** È il rapporto fra messaggi consegnati e messaggi realmente aperti e usati: se i commenti sono tanti e i clic pochi, il problema è nel testo del DM.
- **Conversazioni proseguite.** Quante persone hanno risposto al messaggio. È il numero che distingue un download da un contatto commerciale.

Con una parola chiave diversa per ogni contenuto, questi tre numeri diventano un confronto: quale formato genera più richieste, quale argomento converte meglio, quale promessa vale la pena di ripetere. È lo stesso ragionamento di una campagna, applicato ai contenuti organici.

Domande frequenti sui messaggi automatici

Posso usare più parole chiave sullo stesso post?

Sì: crea un'automazione per ciascuna parola chiave, tutte agganciate allo stesso contenuto. Ognuna avrà il suo messaggio e la sua risorsa. È utile quando un carosello tratta due argomenti e vuoi consegnare due materiali diversi.

Cosa succede se la stessa persona commenta due volte la parola chiave?

Ogni commento viene valutato singolarmente, ma Meta non permette più di una risposta privata per lo stesso commento. In pratica la persona non riceve due volte lo stesso messaggio a fronte dello stesso commento.

Devo comunque rispondere a mano ai messaggi che arrivano dopo?

Sì, ed è la parte che conta. L'automazione apre la conversazione; se la persona risponde, dall'area Stream e Feedback del modulo Social Network puoi proseguirla. Ricorda la finestra di 24 ore: è la ragione per cui conviene presidiare le risposte entro la giornata.

Posso sospendere un'automazione senza perderla?

Sì: porta lo *Stato automazione* su *non attiva* e salva. La configurazione resta salvata e la riattivi quando vuoi. Il cestino, invece, è definitivo.

Il link che invio nel messaggio è tracciato?

Se è un link del tuo sito web collegato a Stackly la risposta è sì, ogni clic è rilevato.

Troverai le informazioni anche nella sezione 'dettaglio sito' nella dashboard delle *performance touchpoint*.

Le automazioni funzionano anche sui messaggi diretti, non solo sui commenti?

Sì. Spuntando *Messaggi Instagram* o *Messaggi Facebook* in Attivazione, la parola chiave viene riconosciuta anche nei DM in arrivo. È il modo di gestire le richieste ricorrenti che ti arrivano direttamente in chat.

Il passo successivo

Un'automazione rende utile un contenuto già pubblicato. Il risultato dipende però da quanto quel contenuto merita un commento: parti dal contenuto, aggiungi l'istruzione, e lascia che l'automazione faccia il resto.

- [Creare contenuti per i social](#)
- [Gestire gli account social](#)
- [Tutte le guide di Stackly](#)