

# Esercitazione finale

## modulo 4

### **FASE 1:**

*costruisci il tuo PED tridimensionale*





# Mappa di contenuti in funzione del funnel

Fase funnel	Pillar narrativo	Formato	Piattaforma	Obiettivo contenuto
<b>AWARENESS</b>	Ispirazione eventi speciali	Reel 30s / Foto + Caption ispirazione	Instagram, Tik tok	Aumentare reach e visibilità
<b>CONSIDERATION</b>	Dimostra artigianalità e cura	carousel“dietro le quinte” / Mini-video	Instagram & Facebook, Tik tok	Ottenere interazioni, saving e commenti
<b>CONVERSION</b>	Proposte servizi personalizzati	Video DPA/Stories con link shop	Meta Ads (Instagram+FB Tik tok)	Generare lead e vendite



# Mappa di contenuti in funzione del funnel

## 1. AWARENESS – ISPIRAZIONE EVENTI

**Contenuti visuali che mostrano allestimenti, torte e inviti finiti: reel di 30 sec su Instagram e Tik tok, caroselli fotografici. Obiettivo: ampliare reach, raggiungere nuove coppie, mamme, organizzatori**

## 2. CONSIDERATION – PROFESSIONALITÀ E CURA ARTIGIANALE

**Mostrare processi creativi. Formati: carousel prima/dopo, brevi clip su Instagram e Facebook e Tik Tok. Obiettivo: ottenere salvataggi, commenti, domande e messaggi diretti.**

## 3. CONVERSION – SERVIZI SU MISURA

**Ads su Meta con targeting locale, che promuovano i miei servizi specifici Formati: video DPA con stories con link diretto al modulo d'ordine. Obiettivo: vendite dirette e lead tramite form.**



# Mappa di contenuti in funzione del funnel

## CALENDARIO CONTENUTI

- ALMENO 4 POST/MESE PER FASE AWARENESS, 3/MESE PER CONSIDERATION, ADS CONTINUATIVI A BUDGET FISSO.

## TARGETING ADS

- UTENTI IN SICILIA INTERESSATI A MATRIMONI, COMPLEANNI, GRAFICA, CAKE DESIGN.

## KPI DA MONITORARE

- REACH, ENGAGEMENT, CLICK-THROUGH RATE, LEAD, VENDITE.

## FEEDBACK E OTTIMIZZAZIONE

- ANALIZZARE LE PERFORMANCE E MIGLIORARE IN OTTICA CRO (ES. A/B SU CREATIVITÀ E CTA).

# Esercitazione finale

## modulo 4

### **FASE 2:**

*campagna ADV + tracciamento  
scegliendo la fase “conversion”*





# Campagna ADV + tracciamento

**L'obiettivo della campagna è generare conversioni dirette sul mio sito personale di Torte e Gadget personalizzati.**

**Il target sono tutti quegli utenti che hanno visitato il sito o interagito con i contenuti Instagram negli ultimi 30 giorni.**

**Il formato sarà Video DPA dinamico con caroselli dei prodotti più cliccati e CTA “Ordina ora” con un messaggio chiave che sarà “Rendi unico il tuo evento: prenota ora la tua creazione personalizzata!”**

**Tracciamento attivo tramite pixel Meta e parametri UTM per il monitoraggio via Google Analytics.**

**I KPI da monitorare saranno ROAS, conversion rate, e costo per acquisto. In post-campagna, il piano prevede retargeting soft su chi ha aggiunto al carrello ma non ha acquistato, con incentivo (es. sconto 10%).**



# Tabella KPI e Target valore

<b>KPI TARGET VALORE</b>	<b>ROAS</b> $\geq 3$	<b>CONVERSION RATE</b> $\geq 5\%$	<b>COSTO PER ACQUISTO</b> $\leq \text{€}8$	<b>CPM (costo per mille)</b> $\leq \text{€}6$	<b>Click-through rate</b> $\geq 2\%$
------------------------------	-------------------------	------------------------------------------	---------------------------------------------------	------------------------------------------------------	---------------------------------------------



# **FINE**

# **modulo 4**



