

THE FLOWER SKIN

CONTENT AND SOCIAL MEDIA MARKETING

ASIA ROMANELLI - PROGETTO MESE 5

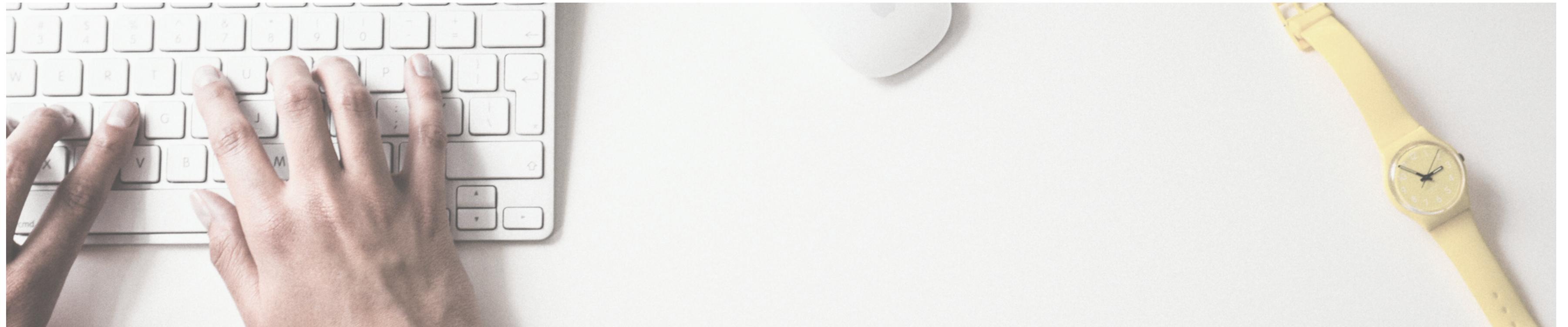
KEYWORDS RESEARCH

Per la ricerca delle parole chiave ho usato:

- Answer the public
- Google ads
- KeywordsPeopleUse

Ho ipotizzato che vendo un prodotto ogni 10 click e volendo vendere almeno 10 prodotti al giorno ho bisogno che sul sito arrivino almeno 100 visite.

Ho calcolato il valore medio dei prodotti sul mio sito che è di 21€. Successivamente ho continuato con tutti i dovuti i calcoli ed ho ottenuto quanto segue nella prossima slide.



Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Modifica trimestrale	Modifica su base	Competition	Competition (index)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Media costo
made in italy	EUR	50000	0%	0%	Bassa	2	0,38	0,99	0,685
prodotti skincare	EUR	5000	900%	900%	Alta	100	0,36	1,43	0,895
skincare routine	EUR	5000	0%	0%	Alta	100	0,12	0,72	0,42
cosmetici naturali	EUR	5000	0%	0%	Alta	99	0,45	1,04	0,745
pelle grassa	EUR	5000	0%	0%	Alta	72	0,13	0,44	0,285
pelle sensibile	EUR	5000	0%	0%	Media	36	0,24	0,78	0,51
Keyword Stats Lunedì								Media parole chiave	0,59
1 febbraio 2023 - 31 gennaio 2024									

Click giornalieri	Costo giornaliero	Vendite giornaliere	Guadagni effettivi	Costo mensile	Vendite mensili	Guadagni effettivi
10						
10						
100	59	210	151	1793,6	6384	4590,4

GOOGLE ADS PER DOMANDA DIRETTA



Inserzione di ricerca informativa

L'informazione è l'obiettivo della ricerca dell'utente. Ci aspettiamo di trovare questa tipologia di keyword all'interno di articoli di blog o siti di specifici, etc.

Qualche esempio applicabile al mio caso:

- “Quali sono tutti i passaggi della skincare?”
- “Come si fa la skincare coreana? ”
- “Perché è importante la skincare?”

Inserzione di ricerca transazionale

Sono ricerche effettuate da utenti che sanno già cosa vogliono acquistare e cercano solo il negozio migliore per effettuare la transizione.

Alcuni esempi:

- crema idratante viso bio
- detergente viso pelli sensibili
- crema viso pelle grassa



Inserzione di ricerca informativa

Per la ricerca informativa ho pensato di creare un annuncio con riferimento ai **passaggi della skincare** essendo una delle query più ricercate e dovendo poi pensare un articolo da inserire nel **blog del mio sito**.

Ho pensato di scrivere un articolo in cui vengono spiegati i vari step della skincare routine e all'interno verranno poi inseriti come esempi i prodotti del brand (sul sito inoltre già era presente una guida sulla scelta dei prodotti naturali).

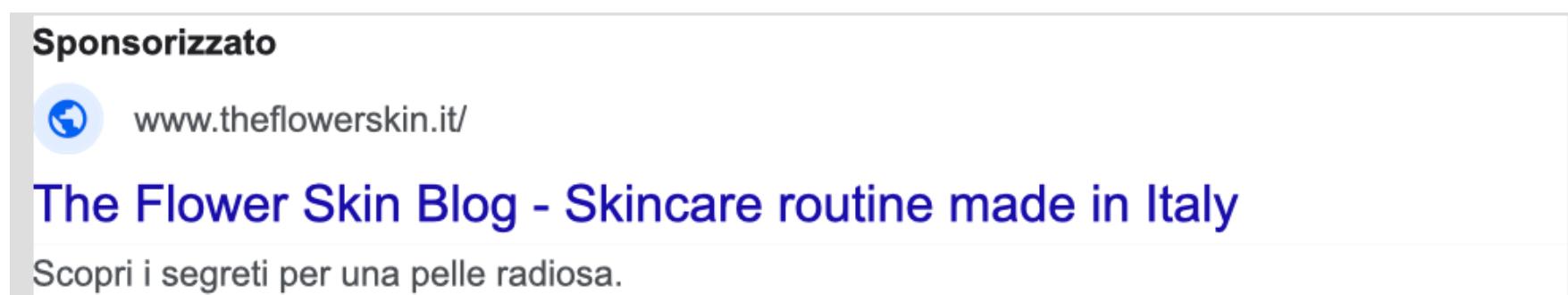
Inserzione di ricerca informativa

L'idea era quella di scrivere un articolo sui passaggi della skincare da inserire direttamente nel blog dell'ecommerce.

L'utente avrà accesso direttamente al blog e all'articolo in questione.

Titolo: "La guida definitiva per la tua skincare routine: Segreti per una pelle Radiosa e sana"

Sottotitolo: "Scopri i passaggi essenziali e i nostri consigli per creare la tua routine e ottenere risultati sorprendenti!"





Inserzione di ricerca transazionale

Ho pensato di creare un'inserzione con **un'offerta** sui dischetti struccanti in bambù. Ho scelto questo prodotto perché viene sempre più utilizzato e in qualsiasi negozio di prodotti beauty vengono proposti tra i prodotti.

Ho pensato di fare un'offerta perché in questa fase del funnel l'utente deve scegliere dove comprare e penso che inserendo nell'inserzione la parola “offerta” possa invogliarlo a scegliere il mio brand.

Inserzione di ricerca transazionale

Oltre all'offerta ho voluto ricordare all'utente due informazioni che potrebbero invogliarlo ad acquistare (soprattutto se si tratta del primo acquisto):

- Spedizione gratuita
- Sconto primo acquisto

Sponsorizzato

 www.theflowerskin.it/

The Flower Skin Shop Online - Prodotti naturali

Offerta Febbraio: acquista due pacchi di dischetti in bambù, il terzo è in regalo. Spedizione gratuita per ordini superiori ai 50€ | Sconto 10% sul primo acquisto.

Sponsorizzato

 www.theflowerskin.it/

The Flower Skin Shop Online - Prodotti naturali

Offerta Febbraio: acquista due pacchi di dischetti in bambù, il terzo è in regalo. Spedizione gratuita per ordini superiori ai 50€ | Sconto 10% sul primo acquisto.

**CONTENUTI
SUI SOCIAL
PER
DOMANDA
LATENTE**



CONTENUTO SOCIAL PER FASE CONVERSION

È la fase della conversione che può consistere in:

- cliente che ha acquistato;
- cliente che si è iscritto al servizio di newsletter ;
- cliente che si è registrato sul sito.

Il consumatore ha espresso la preferenza relativa a un prodotto rispetto a tutte le alternative prese in esame.

L'utente che è arrivato fino alla fase della conversione è interessato al prodotto e quindi dobbiamo fare di tutto per fargli compiere l'azione da noi desiderata.

RADDOPPIA I PUNTI

02

DAYS

10

HOURS

05

MINUTES

TUTTI I TUOI ORDINI VALGONO
DOPPIO

SAVE THE DATE

In questo senso ho pensato di creare un annuncio con una grafica con un conto alla rovescia per poter acquistare e ricevere il doppio dei punti per il programma di fidelity.

Nell'inserzione vorrei inserire anche una CTA che rimanda direttamente allo shop in modo da velocizzare e semplificare l'azione dell'utente.

POST SU FB

- **COPY:** Affrettati! Abbiamo un'offerta imperdibile per tutti i membri del nostro Programma Fedeltà: raddoppia i punti con ogni acquisto! È la tua occasione per accumulare punti più velocemente e sbloccare sconti e regali esclusivi.
- **IMMAGINE:** vedi slide precedente
- **TITOLO:** Tieni d'occhio il countdown e raddoppia i punti!
- **PULSANTE:** Inserire CTA che rimanda direttamente alla pagina dello shop.

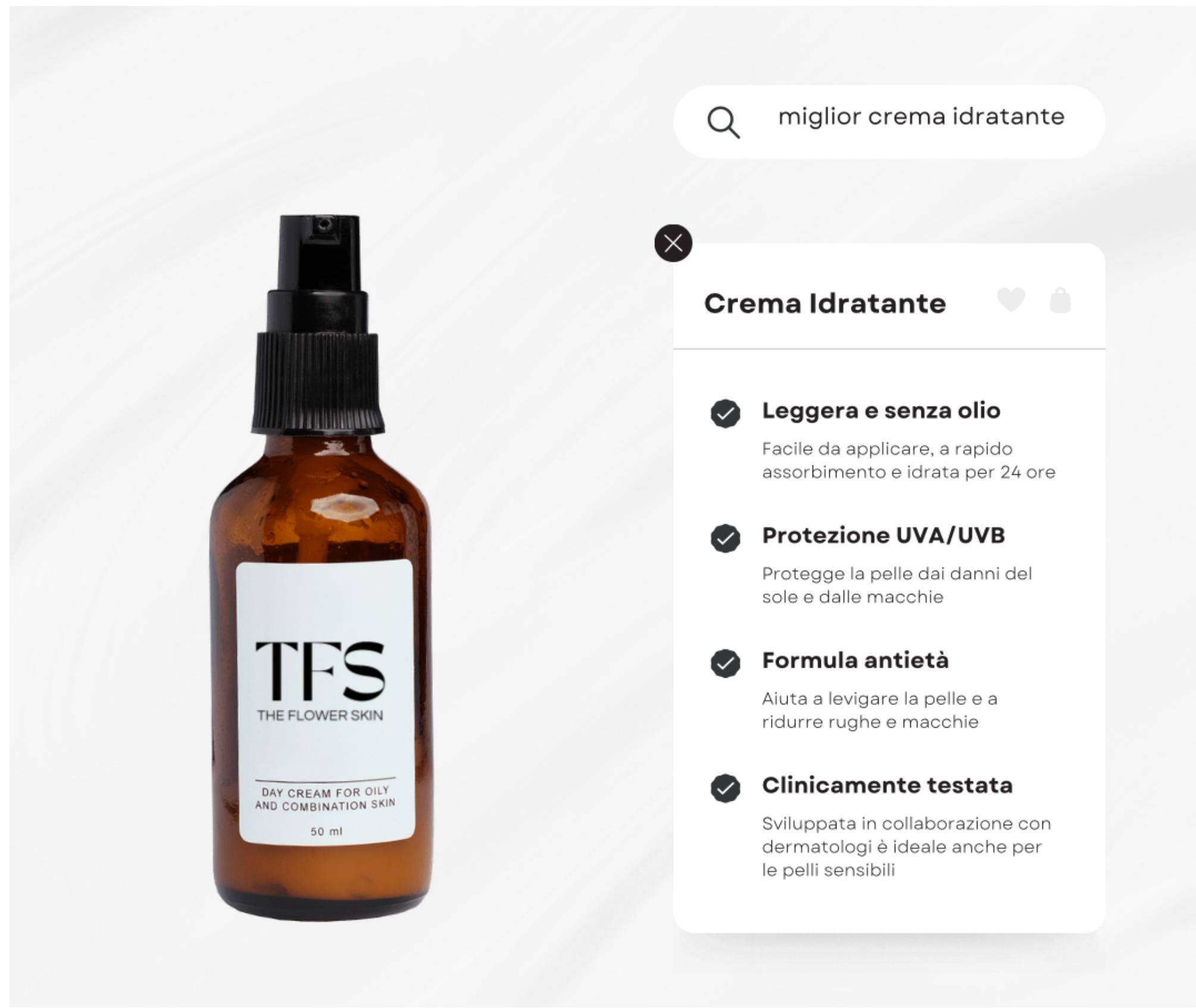
CONTENUTO SOCIAL PER FASE CONSIDERATION

L'utente è consapevole di avere bisogno di un certo tipo di prodotto e sta valutando diverse opzioni.

In questa fase del funnel l'obiettivo è dimostrare che il proprio prodotto è meglio di quello della concorrenza.

L'utente già conosce il brand ma non è subito intenzionato ad acquistare e quindi dobbiamo continuare a dare informazioni che riguardano i prodotti e l'azienda.

Ho pensato di creare un post in cui si elencano le caratteristiche di un prodotto best seller del brand.



Ho inserito la barra di ricerca per simulare il risultato di un’ipotetica ricerca “**miglior crema idratante**” in modo da alludere che sia il miglior prodotto sul mercato.

Accanto al prodotto con il logo stilizzato del brand (The Flower Skin - TFS) ho inserito un elenco delle sue caratteristiche principali.

L’utente deve ancora scegliere il brand e ho ritenuto che creare un post con il prodotto e subito le sue caratteristiche possa agevolarlo nella scelta non dovendo andare a reperire ulteriori informazioni.

POST SU FB

- **COPY:** "Sei preoccupata per la tua pelle grassa ma desiderosa di combattere i segni dell'invecchiamento? La soluzione è finalmente arrivata! Ti presentiamo la nostra **Nuova Crema Idratante Antietà** appositamente formulata per pelli grasse, una formula innovativa di idratazione profonda e azione antietà.
- **IMMAGINE:** vedi slide precedente
- **TITOLO:** Scopri la Nuova Crema Idratante Antietà per Pelli Grasse!
- **PULSANTE:** Inserire CTA che rimanda direttamente alla pagina della crema idratante.