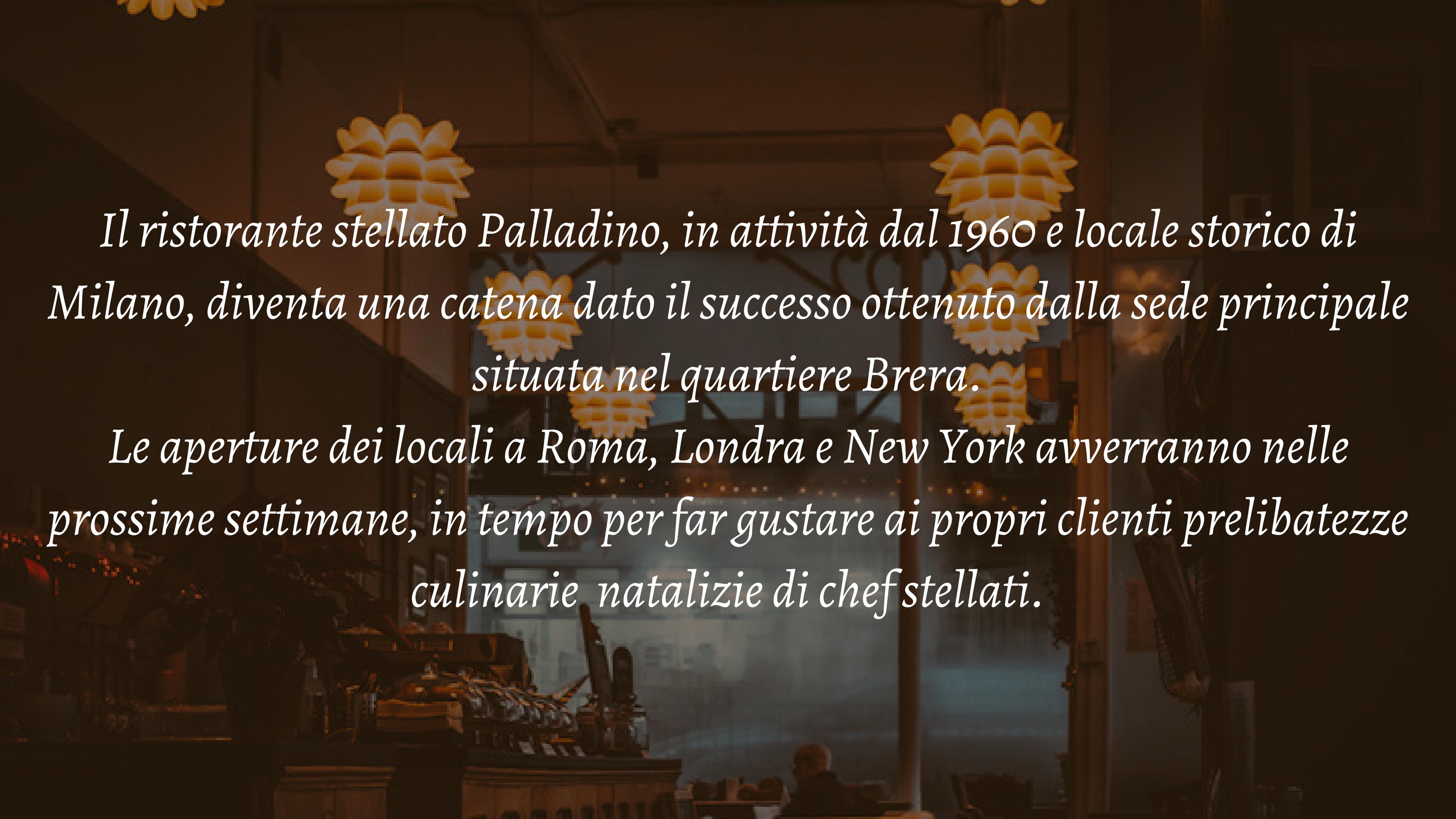


Palladino.

I L P A L A D I N O D E L L A R I S T O R A Z I O N E

www.ristuantestellatopalladino.com

- BREVE INTRODUZIONE
- LOCATION DA SOGNO
- IL TEAM - STRUTTURA ORGANIZZATIVA
- IL FUNNEL
- STRATEGIA SOCIAL
- PIANO EDITORIALE
- METRICHE
- IMPROVEMENTS



Il ristorante stellato Palladino, in attività dal 1960 e locale storico di Milano, diventa una catena dato il successo ottenuto dalla sede principale situata nel quartiere Brera.

Le aperture dei locali a Roma, Londra e New York avverranno nelle prossime settimane, in tempo per far gustare ai propri clienti prelibatezze culinarie natalizie di chef stellati.

Nel cuore della città più
magica al mondo....

Roma



Via della Pace 23 - Piazza Navona

Un ambiente unico, dall'ambiente retro, dove gustare le prelibatezze locali preparate con arte e passione dai nostri master chef.

www.ristorantestellatopalladino.com



Take a tour through
fascination with Italian
historic gastronomy..

London



110 Aldgate High Street - Aldgate

Located on the 40th floor of the Skyscraper Center,
our restaurant features the highest outdoor dining
terraces in Europe.

www.ristorantestellatopalladino.com



Try our refined Italian cuisine, prosecco world-class cellar and elegant hospitality.

New York



98 Beaver Street - Financial District

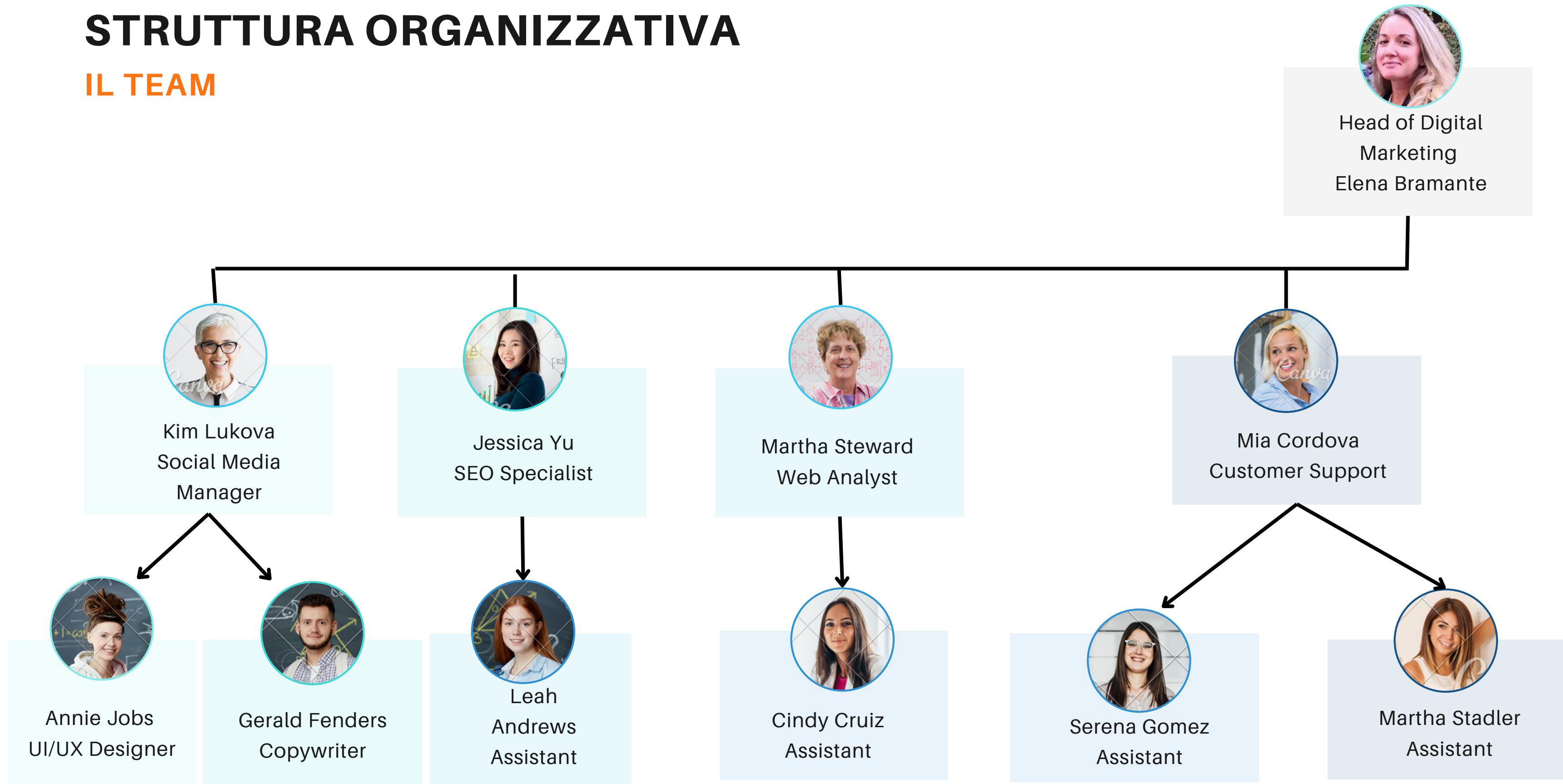
Celebrate Christmas time with a festive three-course feast reinterpreted with plant-based dishes and superb wines.

www.ristorantestellatopalladino.com



STRUTTURA ORGANIZZATIVA

IL TEAM



STRUTTURA ORGANIZZATIVA

IL TEAM

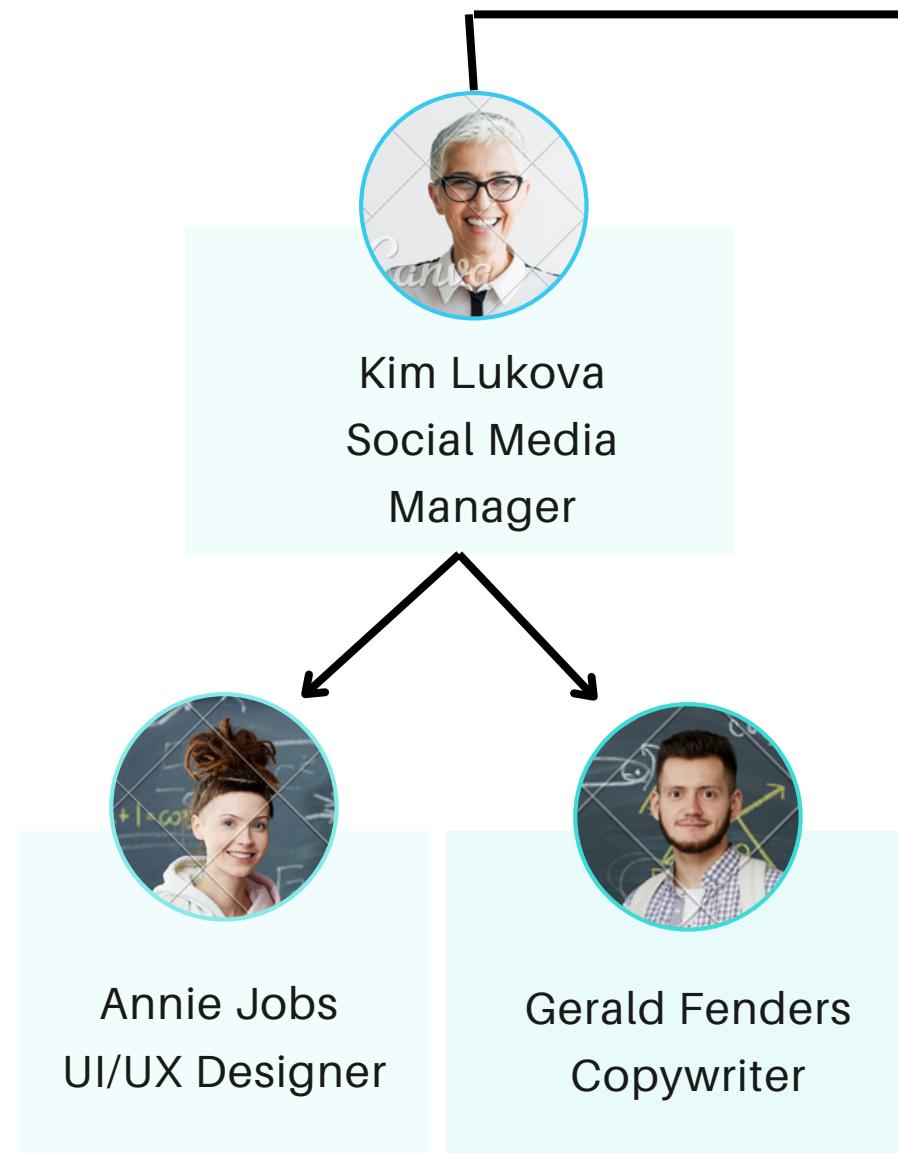


Head of Digital
Marketing
Elena Bramante

Capo del reparto Digital Marketing dirige e supervisiona l'operato dei manager delle varie sottosezioni che riportano a lei per ogni aspetto del progetto. L'agenzia ha una sede a Milano, una a Londra, una a New York e una a Honk Kong. Il team è multiculturale e tutto il personale parla inglese.

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

IL TEAM



Head of Digital
Marketing
Elena Bramante

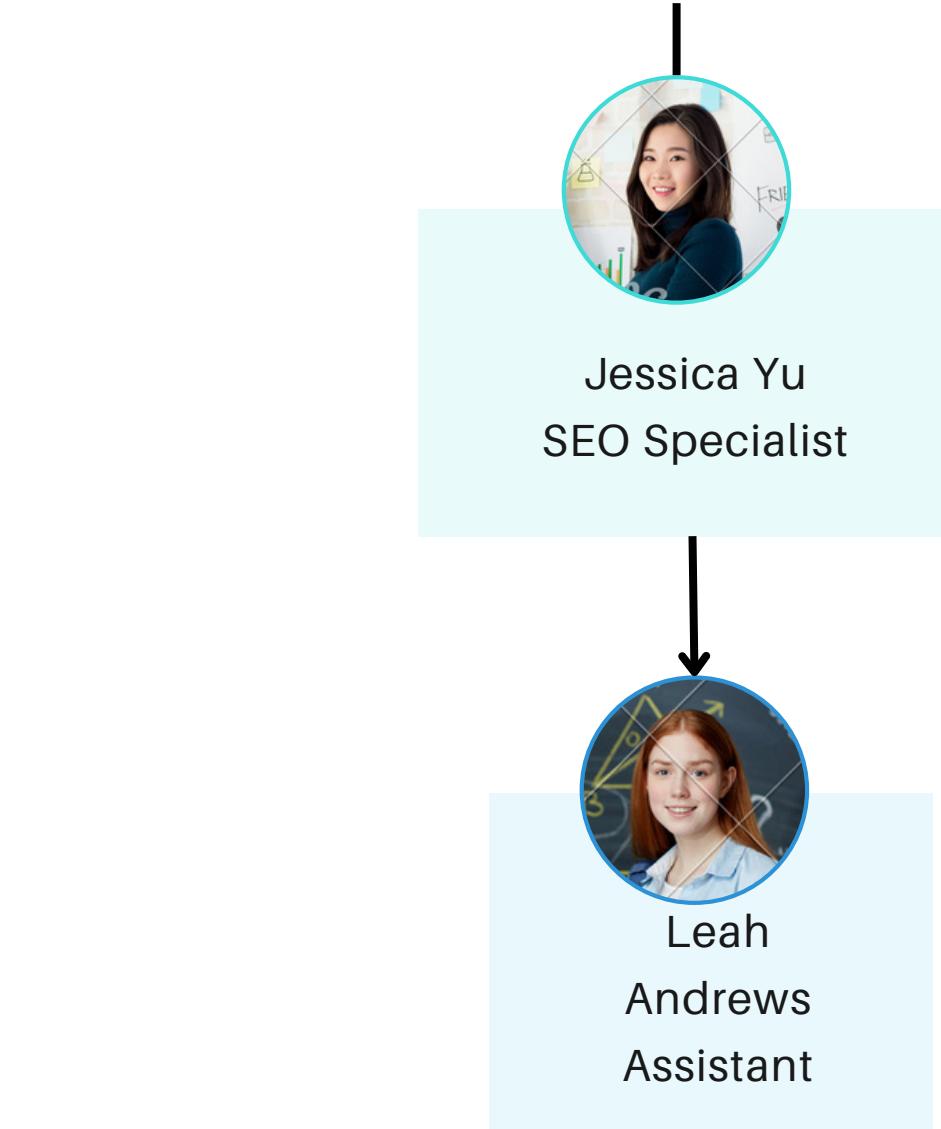
Kim dirige il team di Social Media e riporta direttamente all'Head. Il suo compito è sviluppare il piano editoriale e la strategia di marketing appropriata. Ha assunto anche il ruolo di advertiser e monitora le campagne pubblicitarie. Nel suo team lavorano una designer per la parte grafica e un copywriter per la parte scritta. Gerald è madrelingua inglese ma cresciuto in Italia, questo gli permette di scrivere articoli/post in entrambe le lingue con sintassi impeccabile.

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

IL TEAM



Head of Digital
Marketing
Elena Bramante

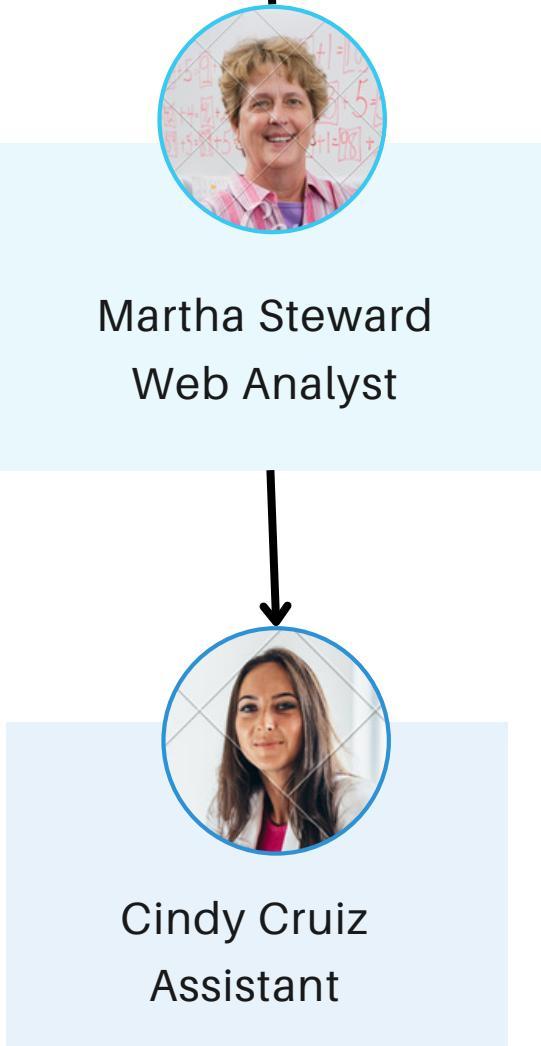


Jessica e la sua assistente si occupano di Seo ovvero di posizionare il sito di Palladino ai primi post nei motori di ricerca tramite ricerca di parole chiave, link building e ottimizzazione dei contenuti e struttura del sito web.

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

IL TEAM

Martha, aiutata da Cindy, monitora i dati raccolti che permettono di conoscere molto riguardo alle abitudini, preferenze e comportamento degli utenti. E' grazie agli insights da loro raccolti che le strategie vengono riadattate di volta in volta.

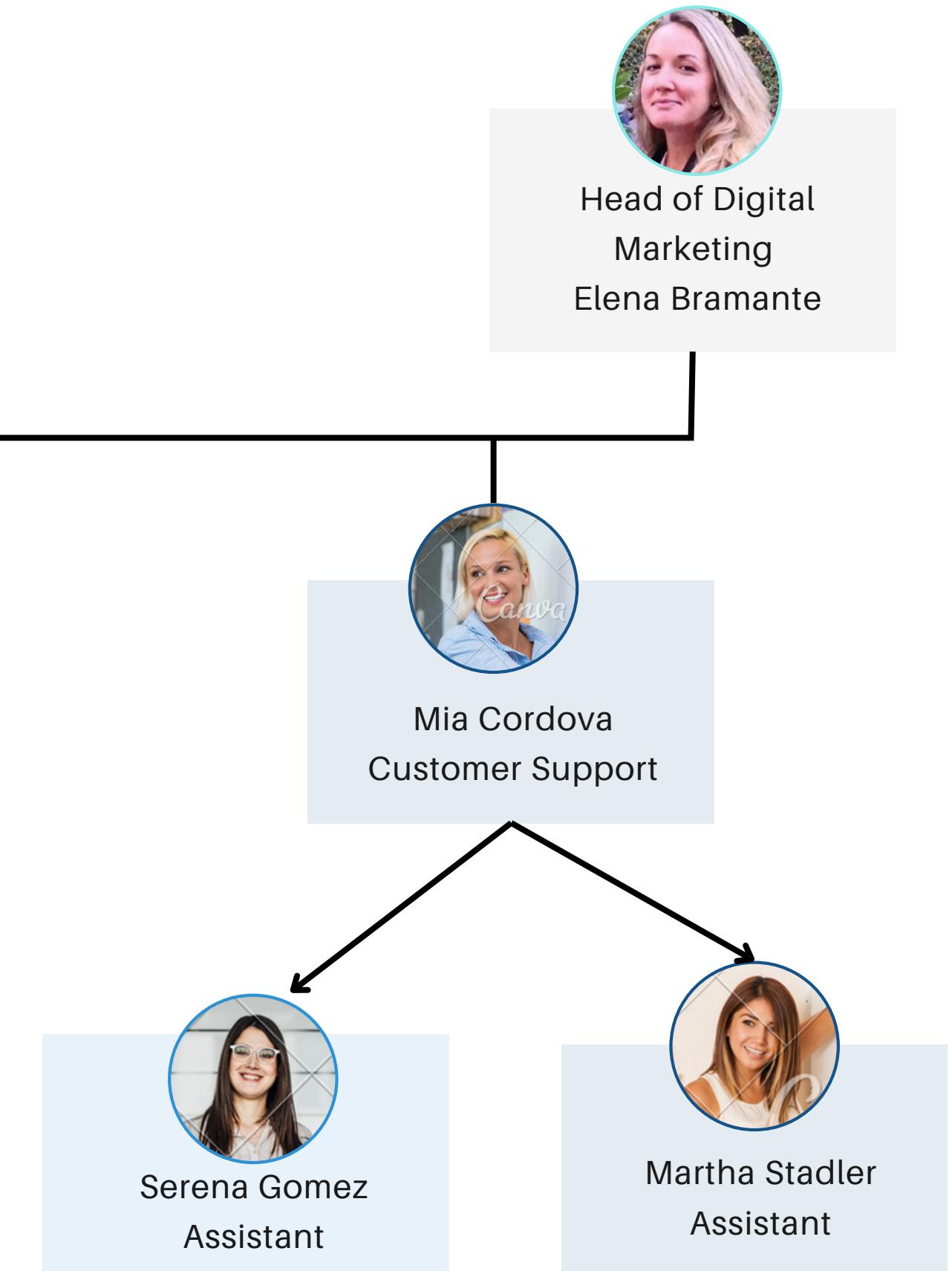


Head of Digital Marketing
Elena Bramante

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

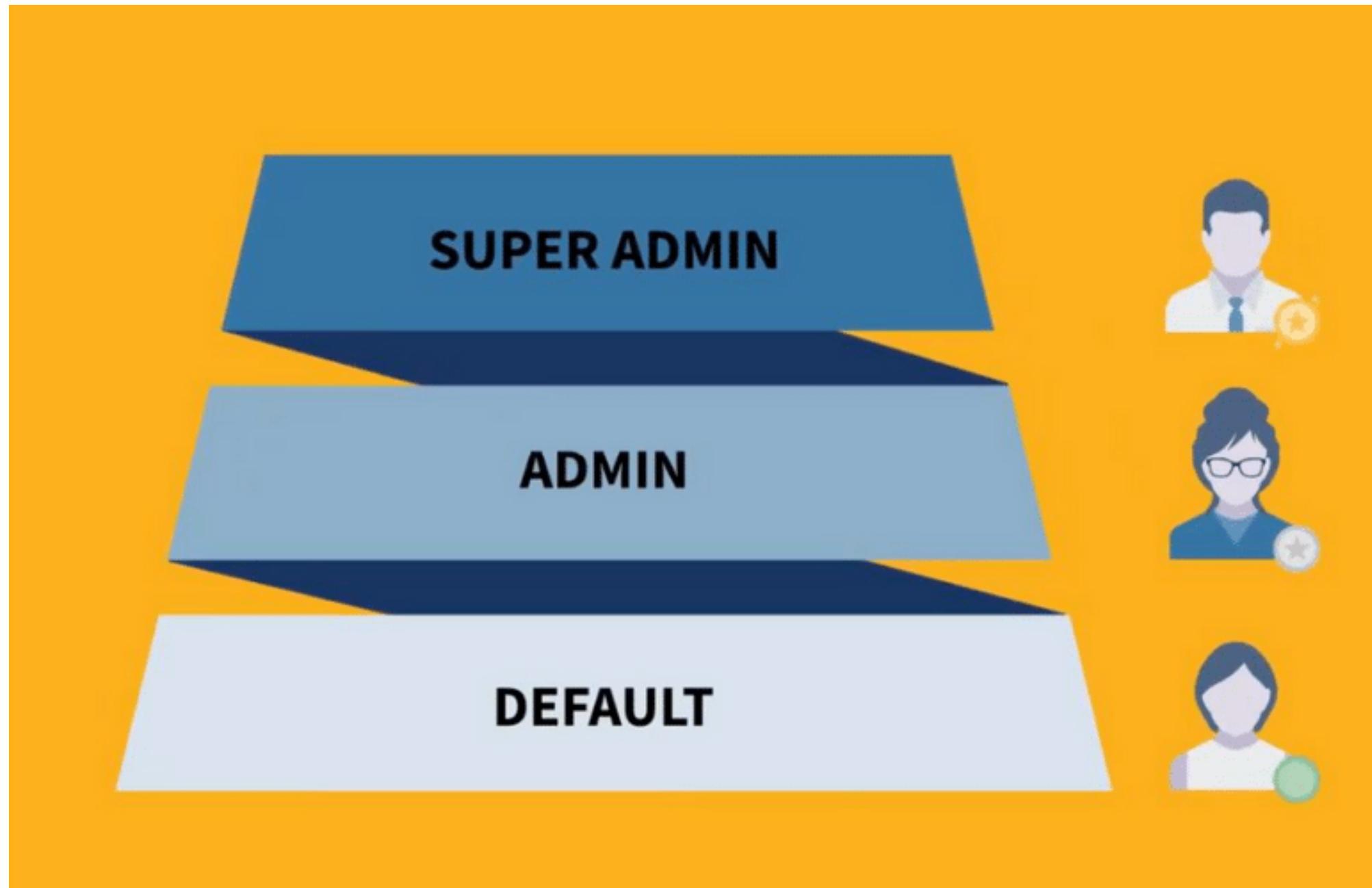
IL TEAM

Anche se riporta direttamente all'Head, Mia e il suo team si confrontano quotidianamente con il team di Social Media per la strategia di risposta ai commenti e domande degli utenti online. Mia monitora quotidianamente il Social Sentiment. Serena e Martha sono bilingue inglese-italiano, gestiscono messaggi pubblici e privati anche se ognuna ha un focus particolare fra clientela italiana e anglofona.



STRUTTURA ORGANIZZATIVA

ACCESSI HOOTSUITE



Brand Awareness:

Pubblicità massiva, Fb e IG Ads per far conoscere il brand. All'inizio il pubblico è freddo.

Interest:

coinvolgere l'utente con sondaggi per farlo atterrare sul nostro sito, lead magnet sconto % , coupon da utilizzare in pausa pranzo, invito all'apertura.

Desire:

Il cliente ha partecipato all'apertura e all'evento di assaggio, si è iscritto alla newsletter per rimanere informato su menu e sconti e ha espresso la propria opinione. Il pubblico è caldo.

Conversione:

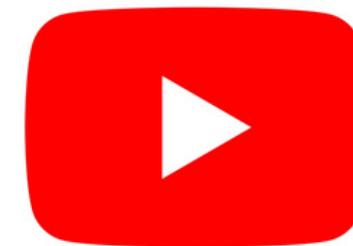
**Il cliente si reca al ristorante durante la pausa pranzo p prenota tramite il form online la sua cena per il week end.
Una volta acquisito il cliente vogliamo assicurarci che torni.**



SOCIAL NETWORKS

Account da aprire

Suggeriamo di aprire un account Instagram, Facebook e YouTube.



YouTube



SOCIAL NETWORKS

Facebook

Si concentreremo sulla target audience già acquisita grazie al ristorante milanese con interessi quali la cucina, di età fra i 25-65 anni che abitano nella zona di Roma. Grazie alla raccolta dei dati è stato appurato che il target principale ha un'età fra i 40-60 anni, ha uno stile di vita agiato e lavora in centro.





SOCIAL NETWORKS

Instagram

Ci concentreremo sulla target audience già acquisita grazie al ristorante milanese con interessi quali la cucina, di età fra i 25-65 anni che abitano nella zona di Roma. Mostreremo stories e foto a carosello della location, degli chef all'opera e della preparazione e presentazione dei piatti.





SOCIAL NETWORKS

YouTube

Creeremo dei video di preparazione di ricette da parte dei nostri chef e ingaggeremo degli youtuber della zona che proveranno l'esperienza nei nostri ristoranti.



YouTube



Inserzioni e formati



- 1 post Fb che mostra la location del ristorante alternato a 1 post FB che mostra un dipendente al lavoro
- 1 story IG che mostra un piatto del menù
- 1 post IG e FB promozionale (possibilità di ricevere un coupon o di condividerlo e un invito all'assaggio all'inaugurazione)
- 1 video YT a settimana con preparazione ricette, il dietro le quinte (cucina) ed esperienza dell'influencer che cena nel locale.

Follow the hashtag#



#therightoccasion

I ristoranti di Londra e NY si propongono come location perfetta per proposte di matrimoni, banchetti nuziali, pranzi di lavoro e celebrazioni di ogni sorta. Luogo ideale per pranzi di lavoro data la vicinanza alla City, a cena si trasforma nel posto perfetto per una cena romantica e avvenimenti importanti da celebrare.

Follow the hashtag#



#palladinodelgusto

Il ristorante di Roma si presenta come paladino del gusto proponendo varie e nuove interpretazioni della pasta alla gricia, amatriciana, cacio e pepe e carciofi alla giudia. Grandi classici con un tocco di originalità come solo i nostri chef sanno ricreare.

Follow the hashtag#



#palladinogenuino

Il ristorante di NY, situato nel quartiere finanziario di Wall Street, ambisce ad una clientela elegante che cerca la location perfetta per la propria pausa pranzo. Un luogo industrial chic dove i clienti si sentiranno coccolati e serviti con velocità, efficienza e attenzione ad ogni singola esigenza dietetica.



Per il piano editoriale si inizierà con contenuti strategici distribuiti su base mensile (da ora fino alle festività natalizie). Sono stati scelti i giorni di pubblicazione e orari a seconda dei momenti migliori per pubblicare e argomenti diversi per un piano editoriale più variegato.

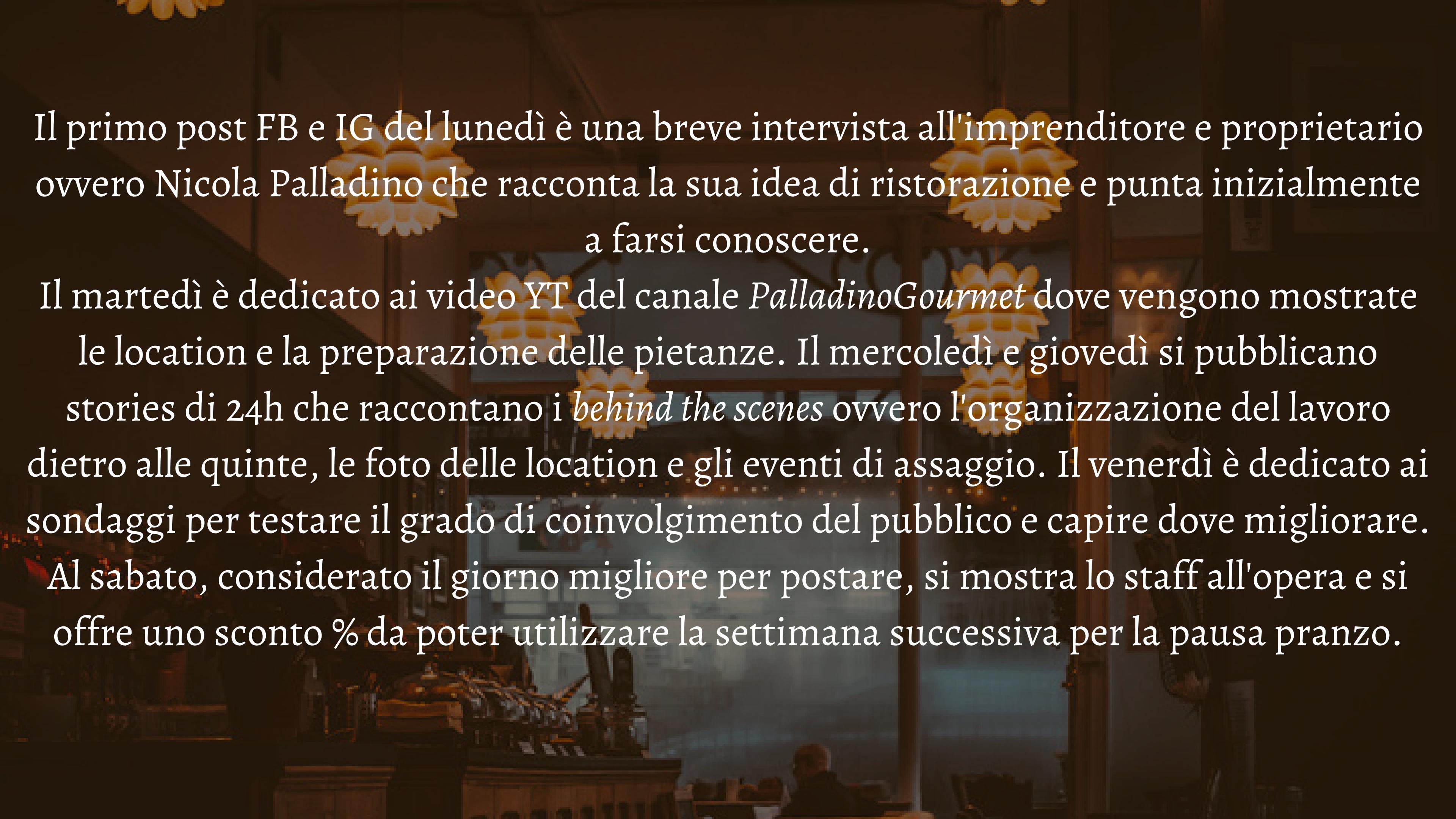
E' stato scelto di postare sia su FB, per rivolgersi a un pubblico più maturo, sia su IG per il pubblico più giovane del target range.

PIANO EDITORIALE

Si è deciso inoltre di postare spesso (tranne la domenica) per mostrare che l'azienda è attiva e presente. Questo programma sarà rivisto in base al tasso di coinvolgimento e agli orari/formati/giorni che si riveleranno i migliori. A inizio gennaio si valuterà quindi se modificare il calendario.

Palladino ha deciso di aprire un canale YT chiamato *PalladinoGourmet* dove, almeno una volta a settimana, trasmette un video di preparazione di ricette con ingredienti DOP e BIO dove illustra tecniche e varianti culinarie.

14	15	16	17	nov 18	 35°	19		20	
21		22		23	24	25	26	27	
10:30 Post FB Storia di un	9:00 Video YT PalladinoG-	11:00 Post FB: gli eventi	10:30 Story IG: location d	Sondaggio: conosci Pallac	10:30 Post FB: il nostro st				
11:00 Post IG Storia di un	11:30 Story IG BTS	11:30 IG: foto settings	11:00 Post FB: location de		11:00 Post IG: carosello fc				
28	29	30	dic 1	02	03	04			
10:30  Post FB: foto evi	9:00 Video YT PalladinoG-	9:00 Post FB: #therighttoo	11:00 Story IG: #paladino	 Sondaggio: vuoi parte	11:00 Post FB: #paladinoG				
10:30  Story e post IG:	10:30 Post IG #paladinoG	11:00 Post IG: #therighttoo	17:00  Reek a cena da I		11:00 Story IG: menu bio				



Il primo post FB e IG del lunedì è una breve intervista all'imprenditore e proprietario ovvero Nicola Palladino che racconta la sua idea di ristorazione e punta inizialmente a farsi conoscere.

Il martedì è dedicato ai video YT del canale *PalladinoGourmet* dove vengono mostrate le location e la preparazione delle pietanze. Il mercoledì e giovedì si pubblicano stories di 24h che raccontano i *behind the scenes* ovvero l'organizzazione del lavoro dietro alle quinte, le foto delle location e gli eventi di assaggio. Il venerdì è dedicato ai sondaggi per testare il grado di coinvolgimento del pubblico e capire dove migliorare. Al sabato, considerato il giorno migliore per postare, si mostra lo staff all'opera e si offre uno sconto % da poter utilizzare la settimana successiva per la pausa pranzo.



La strategia si basa su post di format fisso (seppur con argomenti di volta in volta differenti). Successivamente verranno inseriti anche i reels per testare la validità di questo format.

In generale orari e giorni sono stati decisi in base a ricerche Internet ma questo mese di pubblicazioni servirà a testare il tutto relativamente al pubblico di Palladino.

Palladino Restaurant
Sponsored

Book Now >

89 views

Palladino Restaurant Spend your lunch break with us! Taste, speediness and efficiency for your busy work day.

[View all 14 comments](#)

Palladino Restaurant
Sponsored

Book Now >

89 views

Palladino Restaurant #therightoccasion

Book the perfect location for your magic moments

[View all 14 comments](#)



Palladino Restaurant
Sponsored

...



Book Now >



89 views

Palladino Restaurant #therightoccasion
Serving Italian taste and unique experience since 1960.
View all 14 comments



Palladino Restaurant
Sponsored

...



Download >



89 views

Palladino Restaurant #paladinogenuino
Browse through our bio menus for your lunch break!
View all 14 comments



Metriche di consapevolezza

Copertura

Persone che vedono i nostri contenuti. Si decide di monitorare la copertura media e la copertura di ogni singolo post di FB, IG e YT.

Impressions

Numero di volte in cui le persone hanno visto i nostri contenuti. Può essere maggiore della copertura (una persona vede il contenuto 2 o più volte.)

Frequenza

Misuriamo quante volte abbiamo raggiunto una singola persona con i nostri contenuti. Ottimizziamo la frequenza per ogni utente con l'obiettivo di mostrare l'annuncio più di una volta (keep in mind) senza per questo infastidirlo facendolo allontanare dal brand.



Metriche di coinvolgimento

Engagement

Misuriamo il numero di condivisioni, interazioni, commenti e reazioni ottenuti dai nostri contenuti.

CPC

Costo per click. Abbiammo parole chiave per far diminuire tale costo così da assicurarci che chi clicchi sia realmente interessato.



Metriche di conversione

Click Through Rate & Conversion

Misuriamo la percentuale di click al link mostrato nel post/storia social per calcolare il numero di persone che hanno cliccato sul link.

CTA : Learn more > landing page è la home del ristorante dove sono presenti le location e le relative foto (brand awareness)

CTA : View Menu > landing page è la pagina dei menu (interest)

CTA: Book a table > landing page è la pagina della prenotazioni dei tavoli (desire, ad un passo dalla conversion ovvero la cena al ristorante dopo aver prenotato). La conversione online si misura da quante persone hanno prenotato un tavolo lasciando i loro dati.



Metriche per l'esperienza cliente

Quanto ti siamo piaciuti?

Alla fine di ogni pranzo o cena il cliente può compilare un modulo, che troverà sul proprio tavolo assieme alla carta dei vini dove potrà esprimere il suo giudizio da 1 a 10 e inserire un feedback aperto oltre a consigli su cosa e come migliorare il servizio. Per essere invogliato a recensire riceverà un 5% di sconto sul conto.



Metriche per l'esperienza cliente

Customer Satisfaction Score

Creazione di un sondaggio nei social chiedendo ai clienti di valutare il servizio ricevuto.

Improvements: Palladino Milano

Frequenza 4

Il suggerimento è di modificare il target per evitare di far allontanare gli utenti che vedono troppo spesso il nostro post. A/B test con pubblico differente.

Audience Growth Rate 15%

Per aumentare la crescita dell'audience si suggeriscono A/B test con argomenti differenti per valutare il migliore interesse verso uno o un altro topic.

CPM 3€

Con l'avvento di IOS 14.5 ci si è trovati ad affrontare un CPM maggiore. Varieremo il copy e la creatività cambiando allo stesso tempo la CTA e verificando le pertinenze fra annuncio e landing page nonchè il corretto obiettivo di campagna.



Improvements: Palladino Milano

Engagement Rate 40%

Riscontriamo un calo dell'engagement rate pertanto ridurremo la frequenza delle pubblicazioni a favore di contenuti più brevi ma più coinvolgenti e nuovi top come nuove ricette e intervista a chef stellati.

Video Completion Rate 57%

Ridurre la durata dei video cercando di riproporre contenuti di più alta qualità e in linea con gli argomenti dei video che hanno una % alta di visualizzazione fino alla fine.





thank You.