

Fase Funnel	Pillar narrativo	Formato	Piattaforma	Obiettivo contenuto
-----	-----	-----	-----	-----
---	-----			
Awareness	"Lavorare meglio"	Reel 30s	Instagram	
Aumentare reach				
Consideration	"Storie di successo"	Carousel	LinkedIn	
Ottenere interazioni				
Conversion	"Corso + vantaggi extra"	Video DPA	Meta Ads	
Generare lead o vendite				

Fase del funnel scelta: Conversion

Obiettivo campagna: Lead generation

Target: Retargeting utenti che hanno interagito con il carousel su LinkedIn

Formato e messaggio chiave: Video promozionale con messaggio "Impara Excel in 4 settimane e migliora la tua produttività"

Tipo di tracciamento: Pixel Meta + UTM

KPI principali da monitorare: CPL, CTR, ROAS

Piano di retargeting post-campagna: Persone che hanno visto il video oltre il 50% ma non hanno lasciato contatto → Reminder con bonus gratuito (guida PDF "10 scorciatoie utili su Excel")

Per la fase di conversion abbiamo progettato una campagna ADV su Meta Ads con obiettivo lead generation, targeting su utenti che hanno interagito con il contenuto precedente su LinkedIn. Il formato scelto è un video breve che evidenzia i vantaggi del corso ("Migliora la tua produttività con Excel"). Il tracciamento sarà effettuato tramite Pixel e UTM. Dopo la campagna, faremo retargeting su chi ha mostrato interesse (oltre il 50% del video visto) offrendo un bonus gratuito per aumentare la conversione.

KPI	Obiettivo
-----	-----
CPL	< 15€
CTR	> 1.5%
ROAS	≥ 3