

# Progetto finale modulo 4

Fabio Brocchi

Costruisci la tua macchina editoriale & pubblicitaria.

Esercizio 1



Bover è un brand di streetwear che unisce moda e arte digitale. Collabora con digital artist specializzati in modellazione 3D per creare grafiche ispirate alla musica elettronica, come dubstep e techno. Le sue t-shirt e felpe hanno uno stile unico, pensato per chi ama la club culture e il mondo digitale. Si rivolge ad un target di 18 - 35 anni. Canali principali Instagram e Tiktok

PED tridimensionale

Fase Funnel	Formato	Descrizione	Canali	KPI
Awareness	Reel	Video artistico con diversi collaboratori (fotografo, videomaker, makeup artist).	Meta ADV	Reach, Follower growth, Engagement Rate
Consideration	Reel	Outfit showreel (con sound techno). In collaborazione con Creators.	Instagram/tiktok	Tempo sul profilo, Salvataggi, Commenti
Consideration	Diretta	Diretta di pack opening del prodotto	Tiktok	Tempo sul profilo, Salvataggi, Commenti
Conversion	ADV	Offerta	Meta ADV/Tiktok ADV	Conversion Rate, CTR, ROAS

## Esercizio 2



# Strategia Conversion

**Obiettivo campagna:** conversioni sul sito (acquistare maglie/felpe limited edition).

**Target:** pubblico retargeting (utenti che hanno interagito su Instagram/TikTok negli ultimi 30 giorni + utenti che hanno visitato pagine prodotto ma non acquistato).

**Formato:** “Ultime 24h per ricevere il drop”.  
Visual animato, musica techno di sottofondo.

**Tracciamento:** Pixel Meta + UTM tracciati per Google Analytics 4 e Meta Ads Manager.

**KPI principali:** ROAS, conversion rate, CTR, CPM.

**Piano retargeting post-campagna:** ADV solo per utenti che hanno aggiunto al carrello ma non acquistato. Formato: video breve con testimonial creator + codice sconto “\*\*\*”.

# Mini tabella con KPI...

KPI	Obiettivo minimo
ROAS	≥ 3 ogni 1€ speso ne porta almeno 3€.
Costo per Acquisto (CPA)	≤ 15€ massimo spendibile per vendere 1 maglia.
Conversion rate	≥ 4% su 100 clic, almeno 4 comprano.
CTR	≥ 1.5% 15 ogni 1000 impression.
CPM	≤ 8€ spesa per 1000 visualizzazioni.

Obiettivo della campagna è generare acquisti sul sito Bover, puntando su un pubblico già ingaggiato nella fase di consideration. Target: lookalike da utenti che hanno visto  $\geq 75\%$  dei reel outfit + visitatori di pagina prodotto senza acquisto. La creatività sarà un Reel dinamico in stile clubbing, con visual glitch e soundtrack techno: “La felpa che suona come il tuo sabato notte.” Tracciamento tramite Pixel Meta + C-API + UTM per monitorare comportamento post-click. I KPI chiave da monitorare sono CTR ( $\geq 1,5\%$ ), CPA ( $\leq 15\text{€}$ ), e conversion rate ( $\geq 4\%$ ).

## Esercizio 3





**Obiettivo:** Aumentare notorietà e vendite t-shirt e felpe online

**PED**

Funnel	Pillar	Contenuto	Canale	Obiettivo
Awareness	Vibe digitale	Reel 15s/30s Outfit in rave, sound techno	Instagram/TikTok	Aumentare awareness
Consideration	Behind the drop	dietro le quinte backstage design + creator	Instagram	Far scoprire l'identità
Conversion	It's time to drop	Post + link su prodotto in promo (ADV)	Meta / TikTok Ads	Vendere / generare click

## **ADV (fase Conversion)**

**Obiettivo:** Vendita (conversione e-commerce)

**Target:** Lookalike da chi ha interagito (salvato, commentato, visto  $\geq 75\%$  video outfit) + chi ha visitato pagina prodotto ma non acquistato

**Creatività:** Reel dinamico: “La felpa del drop techno più atteso. Entra nel suono.” con musica e transizioni glitch

**Tracciamento:** Pixel + UTM + CAPI attivo (per avere dati affidabili anche con blocchi cookie)

**KPI:** CPM: 8 € CPA: 15 € CTR:  $\geq 1,5\%$  Conversion Rate sito:  $\geq 4\%$

**Retargeting:** Utenti che hanno cliccato sul prodotto ma non acquistato → annuncio reminder con messaggio: “*Ancora indeciso? Solo per oggi, spese di spedizione gratuite su BOVER.*”