

Strawberry Srl



**STRAWBERRY SRL**

# Indice

1. Introduzione
2. Costruzione del Funnel
3. Creazione delle campagne
4. Creazione campagne e studio target
5. Ideazione delle inserzioni Conclusioni
6. Esempi Copy & Inserzioni
7. Bibliografia
8. Ringraziamenti



STRAWBERRY SRL

# introduzione

In questa presentazione, analizzeremo alcune strategie di marketing per aiutare la compagnia Strawberry Srl a promuovere la vendita dei suoi prodotti di frutta e verdura. In particolare, analizzeremo i competitor e struttureremo un funnel di marketing composto da brand awareness, lead generation e conversione, con campagne pubblicitarie e contenuti mirati per raggiungere il pubblico di riferimento.



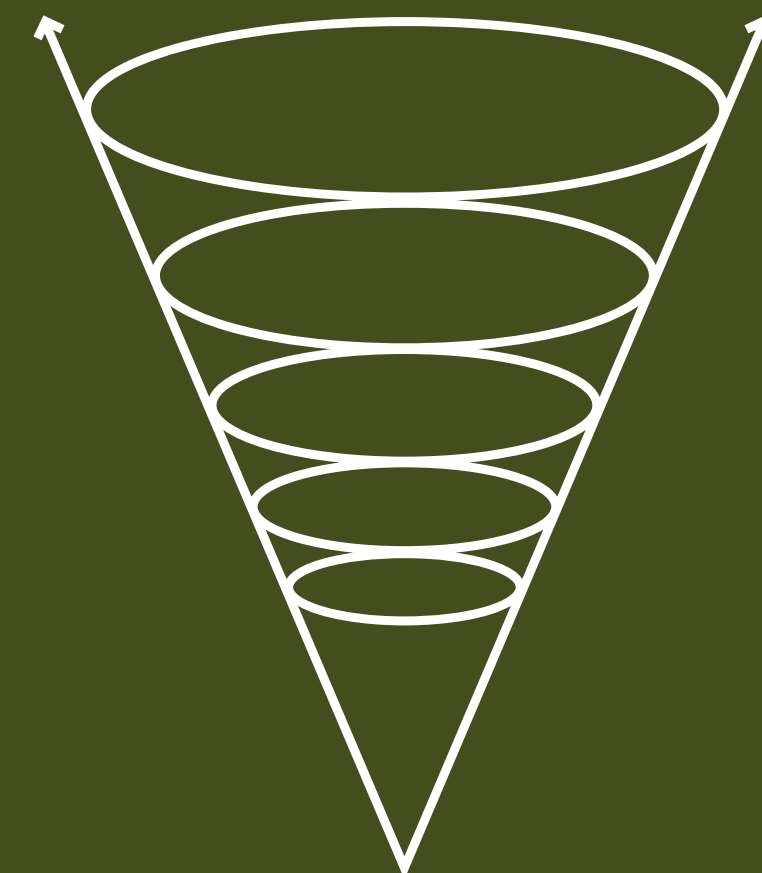
# HELLO



# Costruzione del funnel

La costruzione del funnel prevede una suddivisione in tre momenti: notorietà, considerazione e conversione. Per il primo momento, l'obiettivo è quello di aumentare la copertura attraverso post e reels accattivanti che presentano l'azienda e il prodotto. Nel momento della considerazione, invece, si utilizzeranno storie e post per mostrare le caratteristiche e i vantaggi del prodotto, con l'obiettivo di generare traffico e interazioni. Infine, per il momento della conversione, si utilizzerà una campagna di advertising con offerta speciale o sconto, mirata ad aumentare le conversioni e il traffico nel punto vendita.

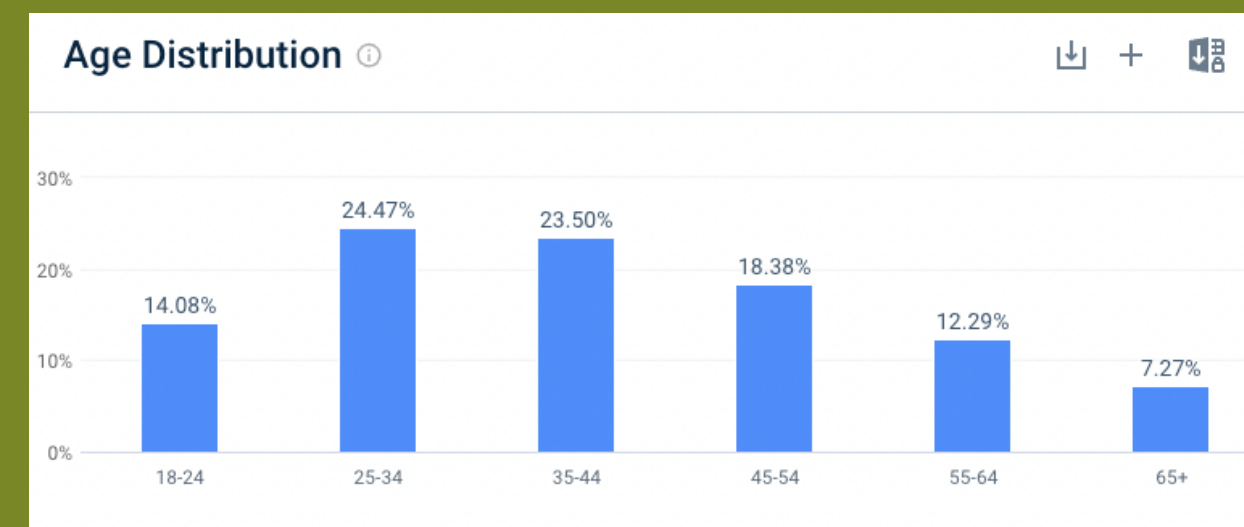
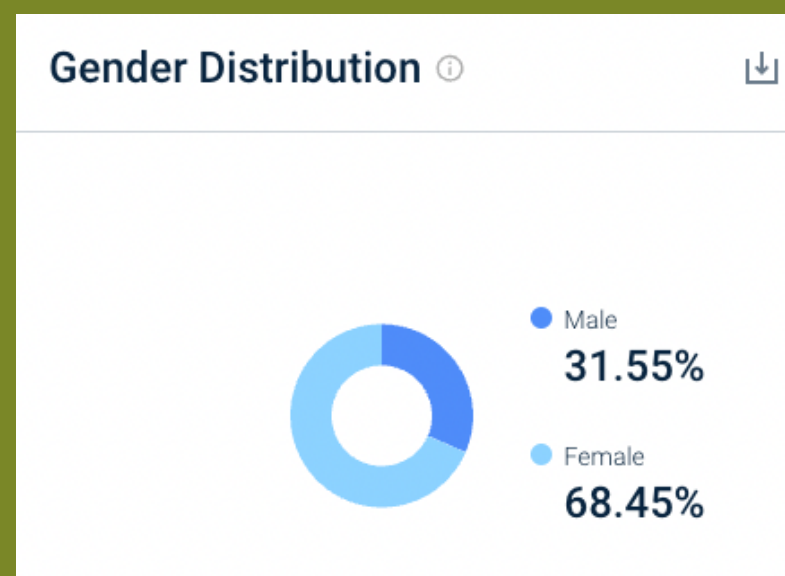
Grazie alla costruzione di questo funnel, si mira a generare una maggiore consapevolezza del brand, ad attirare l'interesse del pubblico e a portare alla conversione finale, con l'obiettivo di aumentare il fatturato dell'azienda.



# Creazione campagne & Studio target

Prendendo come principale competitor di riferimento NaturaSì, notiamo come la fascia di età più interessata a questi tipi di contenuti sia quella tra i 25 e 44 anni, con un distribuzione del 68% di sesso femminile e con interessi relativi alla tecnologia, social networks, news e ricette. Suddividerei dunque le campagne principalmente per genere sessuale, puntando principalmente sulla struttura di una campagna per il sesso femminile e secondariamente per quello maschile, lasciando come fascia di età stabilita quella riportata pocanzi.

Suggerisco inoltre di creare collaborazioni con influencer del settore benessere, che potrebbero essere interessati a promuovere la frutta e verdura come ingredienti sani e naturali per una dieta equilibrata, e food blogger per chiedere loro di creare ricette con i prodotti e condividerle sui loro canali social, magari fornendo loro alcuni campioni dei prodotti di Strawberry Srl per la preparazione delle ricette. Per gestire queste collaborazioni, si potrebbe utilizzare una piattaforma di influencer marketing, che permetta di trovare e contattare facilmente gli influencer giusti per il brand e di gestire la collaborazione in modo efficace, ad esempio stabilendo le condizioni di collaborazione e monitorando i risultati ottenuti. Inoltre, si potrebbe utilizzare tecniche di marketing digitale, come la pubblicità mirata sui social media, per raggiungere un pubblico che ha interesse sia per la tecnologia che per la frutta e la verdura.





STRAWBERRY SRL

# Ideazione delle inserzioni

- Per la campagna di brand awareness, si potrebbero utilizzare diverse tipologie di inserzioni, ad esempio post e reels sponsorizzati con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero di utenti possibile e aumentare la visibilità del brand. Inoltre, si potrebbe considerare l'utilizzo di inserzioni video per catturare l'attenzione degli utenti e creare un impatto visivo forte.
- Per la campagna di lead generation, si potrebbero utilizzare inserzioni a pagamento mirate a un pubblico specifico, ad esempio differenziando la campagna tra quella rivolta al sesso femminile e quello maschile e nella fascia di età compresa tra i 25 e 44 anni; con l'obiettivo di generare traffico verso il sito web dell'azienda o verso una landing page. In questo caso, le storie potrebbero essere uno strumento efficace per presentare in modo rapido e coinvolgente le caratteristiche del prodotto, e includere un call-to-action chiaro che inviti gli utenti a visitare il sito.
- Per la campagna di conversione, si potrebbero utilizzare inserzioni a pagamento con l'obiettivo di portare gli utenti al punto vendita o al sito web per effettuare un acquisto. In questo caso, potrebbe essere utile includere offerte speciali o sconti per incentivare gli utenti ad agire. Gli annunci potrebbero essere realizzati in diversi formati, ad esempio immagini, video o carousel, e dovrebbero includere un testo persuasivo che inviti gli utenti ad agire.

In sintesi, per la campagna di brand awareness si potrebbero utilizzare post e reels sponsorizzati, per la campagna di lead generation si potrebbero utilizzare storie con un call-to-action e per la campagna di conversione si potrebbero utilizzare inserzioni a pagamento con offerte speciali o sconti. Ogni tipo di campagna richiederà inserzioni specifiche in base all'obiettivo da raggiungere e al pubblico target.





STRAWBERRY SRL

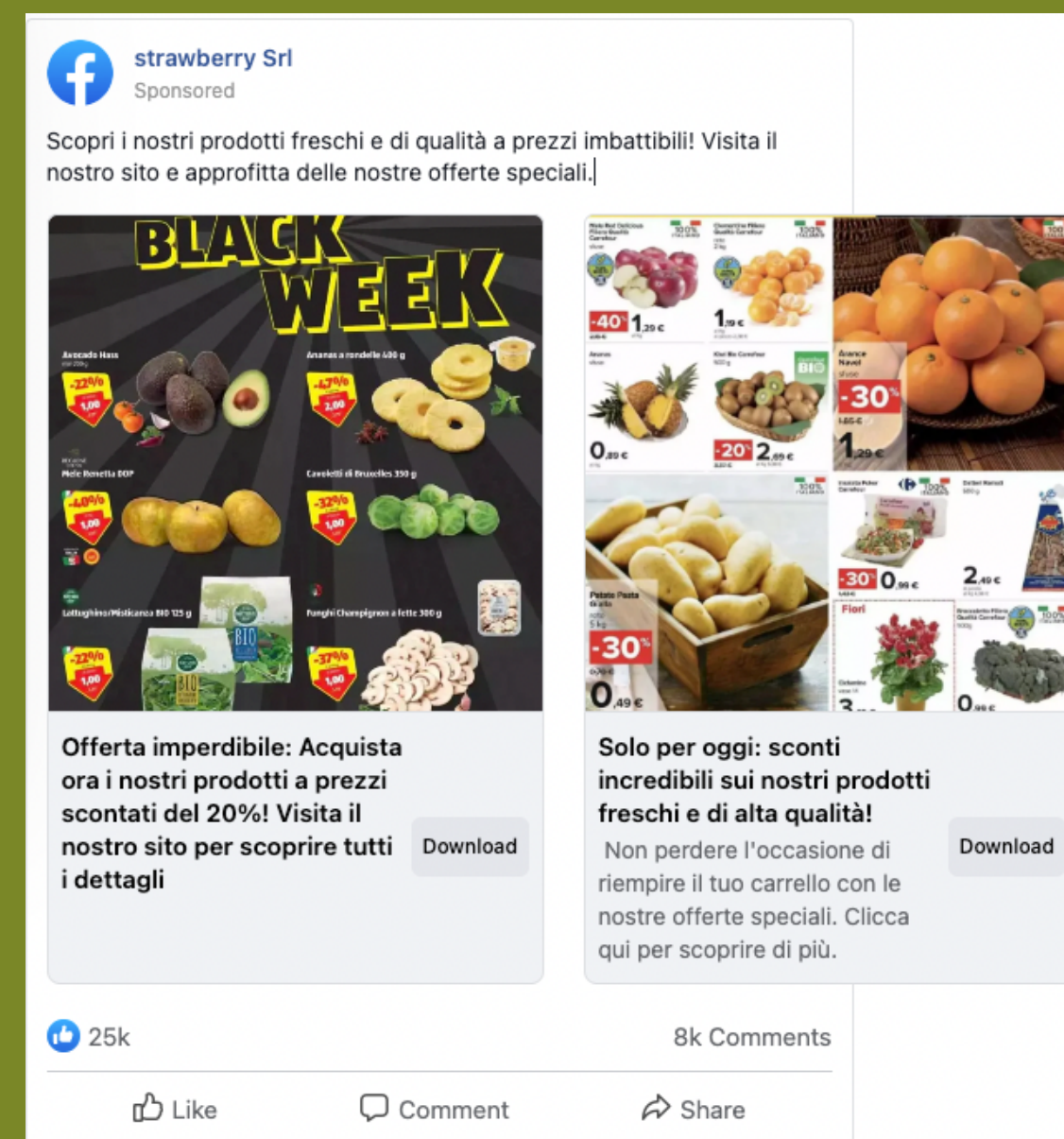
# Esempi Copy & Inserzioni

## Lead Generation

### Brand Awareness



## Conversione





STRAWBERRY SRL

# Bibliografia

- SimilarWeb
- MediaModifier



Strawberry Srl

Grazie



**STRAWBERRY SRL**