



Prospect di analisi e strategia per SMM e SEM



CERERE

ACQUA & FARINA

Indice

1. Introduzione
2. Strategia di Marketing
3. Search Engine Marketing
4. Analisi Concorrenza
5. Analisi Keywords
6. Analisi del Target
7. Search Engine Advertising
8. Campagna Brand Awareness
9. Campagna pubblicitaria
10. Social Media Marketing
11. Canali Social
12. Obiettivi
13. Orbite di pubblico
14. La concorrenza
15. La Customer Journey
16. Funnel - Notorietà
17. Funnel - Considerazione
18. Funnel - Conversione
19. Creazione campagne
20. Inserzioni - Post Facebook
21. Inserzioni - Reels Tik Tok
22. Inserzioni - Stories Instagram
23. Bibliografia

Introduzione

Sono lieto di presentarvi la mia strategia di marketing per Cerere Srl. In questo incontro, vi illustrerò le attività che ho pianificato per raggiungere i vostri obiettivi di business e consolidare la presenza del brand sul mercato.

Inizieremo con una panoramica del Search Engine Marketing, ovvero l'insieme di tecniche per migliorare la visibilità del vostro sito web sui motori di ricerca. Analizzeremo la concorrenza e le parole chiave più utilizzate per realizzare campagne di search engine advertising mirate ed efficaci.

Successivamente, ci concentreremo sul Social Media Marketing, una componente essenziale della strategia di marketing. Analizzeremo i diversi canali social che utilizzeremo per raggiungere il target di riferimento, definiremo gli obiettivi della vostra presenza sui social e identificheremo le orbite di pubblico più adatte alla vostra attività.

Inoltre, discuteremo la Customer Journey e la costruzione del Funnel di Marketing, due elementi chiave per guidare i potenziali clienti attraverso il processo di acquisto. Vedremo come creare campagne pubblicitarie efficaci per migliorare il brand awareness e incentivare l'acquisto dei vostri prodotti.

Infine, vi mostrerò alcune inserzioni di successo sui social media, come i Post su Facebook, i Reels di Tik Tok e le Stories su Instagram, per fornirvi esempi concreti di come utilizzare i diversi canali social per raggiungere il vostro target e ottenere risultati positivi per Cerere Srl.

SEARCH ENGINE MARKETING

Per prima cosa inizieremo con l'ideazione e creazione del e-commerce per vendere online i prodotti di Cerere Srl dal punto di vista di semantica e **ottimizzazione SEO**, creando inoltre un blog aziendale in grado di avvicinare le persone interessate ai prodotti, attivarli per creare lead ed infine convertirli in clienti.

L'intento dunque, è quello di realizzare un sito web performante e ben posizionato, per poi successivamente lavorare sui social media per reindirizzare gli utenti sul sito e offrirgli un esperienza di navigazione ottimale, in modo tale da aumentare il tasso di conversione ed incrementare le vendite.

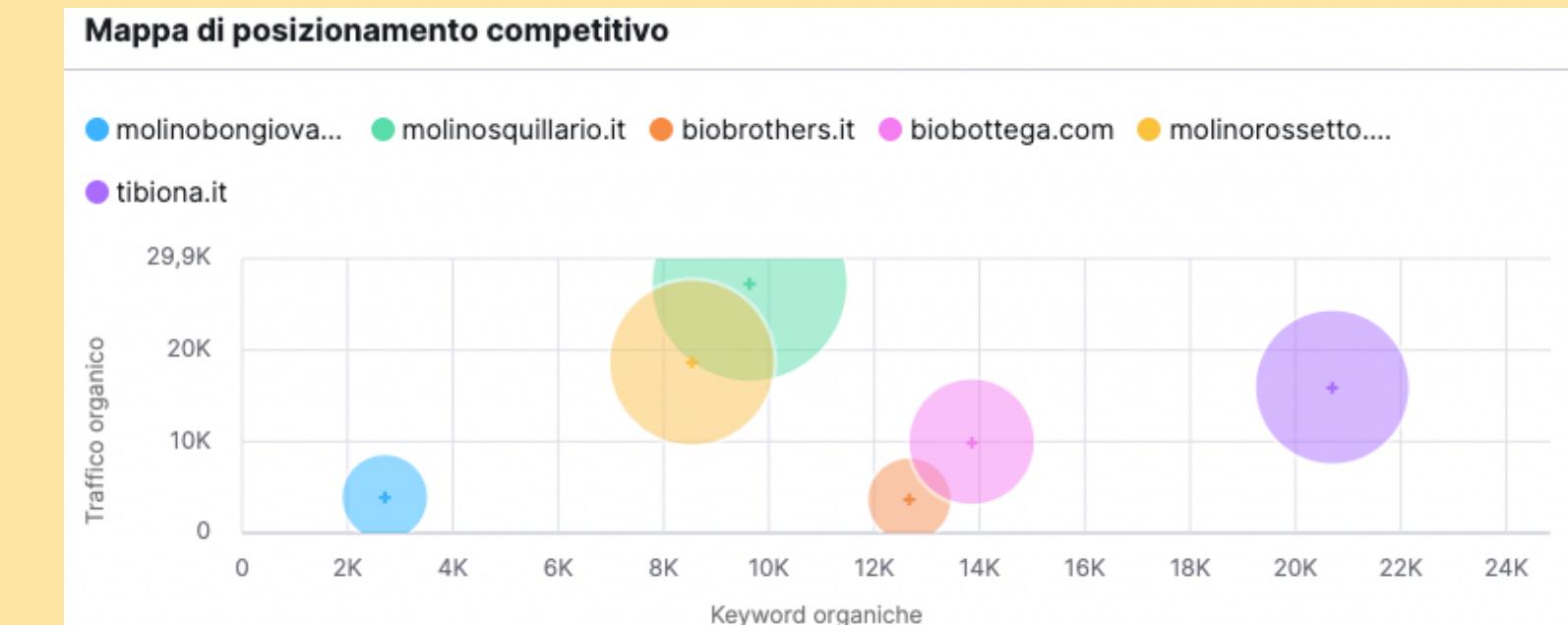
Per fare ciò dovremo dunque partire con un'attenta analisi della concorrenza, stabilire cosa le persone cercano sui motori di ricerca, le parole chiave da utilizzare e quindi come ottimizzare il sito web in ottica SEO e successivamente creare una strategia **in chiave SEA** per procedere con delle campagne di sponsorizzazione su Google.

Analisi Concorrenza

Le domande che dobbiamo porci sono: Chi è il mio pubblico di riferimento e cosa cerca quando compra farina online? Chi sono i miei concorrenti?

Per rispondere a queste domande ho effettuato una ricerca con **Semrush** e **SimilarWeb** per fare un analisi della concorrenza e dell' audience e **Google Trends** e **Ubersuggest** per le parole chiave più utilizzate dai competitors e quelle più ricercate dagli utenti. vediamo insieme le seguenti screenshot e cerchiamo di capire come estrapolare i dati utili al fine di conoscere la concorrenza ed effettuare una strategia di marketing efficace.

Come competitor principale ho preso come riferimento **Tibiona.it**, in quanto ha un eccellente posizionamento SERP e flusso di traffico organico sul suo sito, dopodichè ho analizzato alcuni Website simili e suoi diretti concorrenti per avere una visione di insieme più ampia(vedi screenshot a destra). Infine ho ricercato le **keywords** più utilizzate da suddetti siti per capire quali siano le più comuni ed efficaci. Vediamo dunque nella slide successiva quali sono.



Analisi Keywords

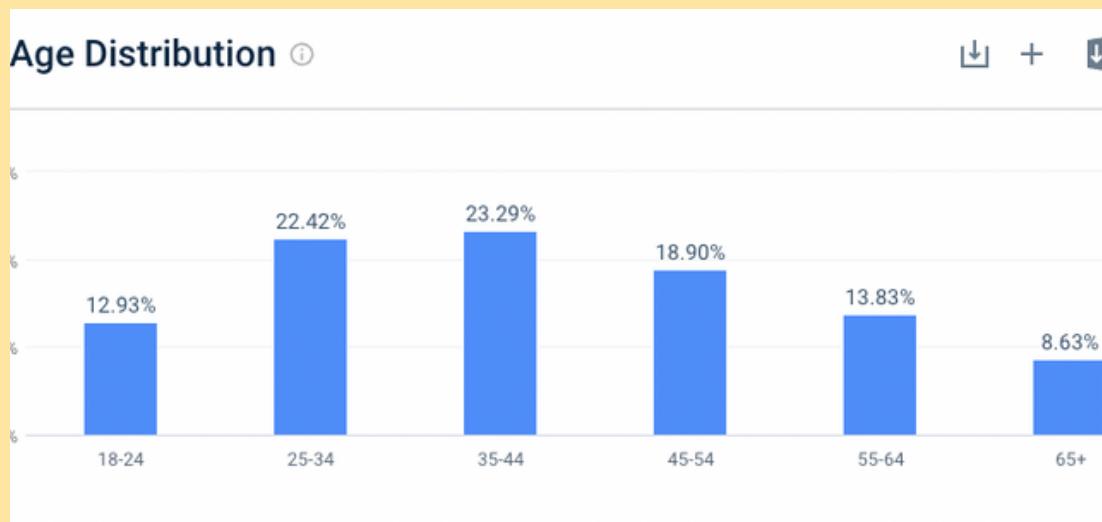
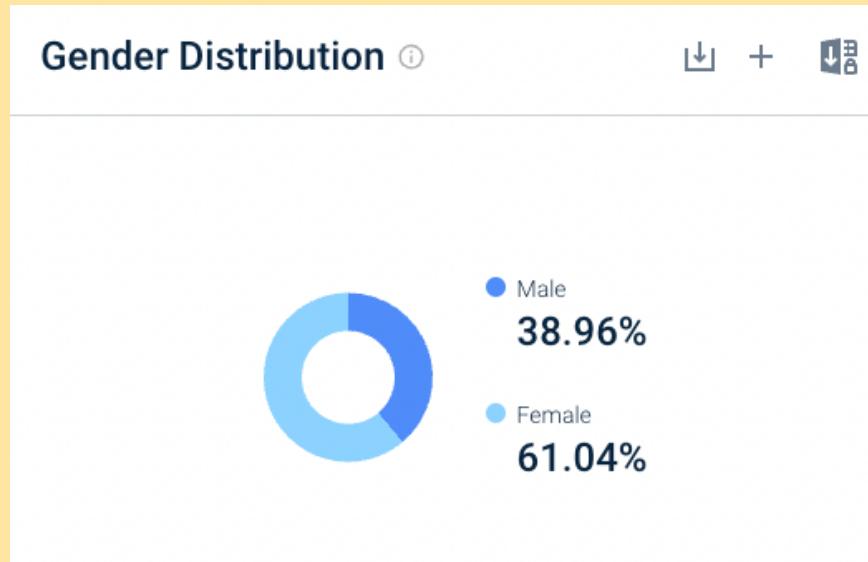
Dopo un'attenta analisi delle parole chiave tramite i vari tools di analitica come Semrush o Ubersuggest abbiamo ricavato varie informazioni utili per l'ottimizzazione **SEO** del sito Web di **Cerere Srl** e per la creazione di contenuti nel Blog e nelle inserzioni.

Tra le parole chiave più ricercate vediamo come farinata di ceci o farina di grillo riportino grossi volumi, tuttavia consiglio anche l'utilizzo di **keywords** come **pancake banana e avena** o **farine proteiche** che hanno un **KD** minore, e che quindi all'inizio possano risultare migliori per posizionarci sui motori di ricerca, ad esempio inserendole negli articoli del vostro **Blog**.

| Keyword | Inten... | Pos. | SF | Traffico | Traffi... F | Volume | KD % |
|--|----------|------|-----|----------|-------------|--------|------|
| > <input type="checkbox"/> + fiocchi di avena » | I | 8 | 115 | 0,72 | 6,6K | 36 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + farine proteiche » | I | 7 | 94 | 0,59 | 2,9K | 29 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + beyond meat » | N | 10 | 89 | 0,55 | 9,9K | 27 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + farina caputo » | N | 8 | 89 | 0,55 | 9,9K | 17 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + pancake banana e avena » | I | 5 | 77 | 0,48 | 590 | 8 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + pancake avena e banana » | I | 6 | 51 | 0,32 | 390 | 12 | ● |
| > <input type="checkbox"/> + pancakes banana e avena » | I | 5 | 42 | 0,26 | 320 | 9 | ● |

| IDEE KEYWORD | SUGGERITE | CORRELATE | DOMANDE | PREPOSIZIONI | CONFRONTI |
|----------------------|------------|-----------|---------|--------------|-----------|
| KEYWORD | TREND | VOLUME | CPC | PD | SD |
| farinata di ceci | ↳ Inattivo | 49.500 | €0,45 | 14 | 59 |
| farina di grillo | ↳ | 22.200 | €0,10 | 68 | 59 |
| farinata | ↳ Inattivo | 18.100 | €0,00 | 1 | 61 |
| farina caputo | ↳ Inattivo | 12.100 | €0,12 | 100 | 43 |
| farina manitoba | ↳ Inattivo | 12.100 | €0,20 | 61 | 53 |
| farina senza glutine | ↳ Inattivo | 9.900 | €0,25 | 100 | 30 |
| farina di insetti | ↳ Inattivo | 9.900 | €0,38 | 90 | 60 |

Analisi Del Target



Per massimizzare l'efficacia della nostra strategia di marketing online, abbiamo notato che sarebbe opportuno creare due campagne pubblicitarie distinte, una rivolta al pubblico femminile e una rivolta a quello maschile. Inoltre, i nostri dati di **SimilarWeb** ci hanno anche mostrato che il nostro pubblico di riferimento è interessato alla tecnologia ed elettronica, quindi potremmo considerare l'inserimento di elementi di queste tematiche nelle nostre campagne pubblicitarie per attirare l'attenzione dei potenziali clienti.

Search Engine Advertising

Dopo aver analizzato i dati di **SimilarWeb**, abbiamo identificato il nostro pubblico target composto principalmente da donne e uomini di età compresa tra i 25 e 54 anni con interessi comuni nella tecnologia, alimentazione e benessere. Per catturare l'attenzione di questo pubblico, abbiamo deciso di creare due campagne pubblicitarie distinte.

La prima campagna sarà di tipo **Brand Awareness**, con l'obiettivo di far conoscere il nostro marchio e attirare l'interesse delle persone. Per raggiungere questo obiettivo, creeremo due gruppi di annunci diversi, uno incentrato sui benefici del nostro prodotto e l'altro sulla **missione e la visione** dell'azienda.

Successivamente, procederemo con la creazione di un'altra campagna pubblicitaria, suddivisa in due gruppi di annunci distinti: uno rivolto alle donne e l'altro agli uomini, per massimizzare l'impatto e la rilevanza degli annunci sul nostro pubblico target.

Nelle prossime slide, illustreremo nel dettaglio come impostare queste due campagne pubblicitarie e come raggiungere al meglio il nostro pubblico di riferimento.

Campagna Brand Awareness



Vediamo insieme alcuni esempi di copy per la prima campagna.

Gruppo 1 - Benefici del prodotto

Ad · Cerere Srl

Scopri i benefici della nostra farina di qualità!

La nostra farina di qualità è la scelta perfetta per garantire risultati impeccabili in cucina. Approfitta della nostra offerta e ordina online oggi stesso!

Gruppo 2 - Missione e visione dell'azienda

Ad · Cerere Srl

Scopri la nostra storia e la nostra passione per la farina di qualità!

Siamo un'azienda che crede nella qualità, nella sostenibilità e nella tradizione artigianale. Scopri di più sulla nostra passione per la farina di qualità e ordina online oggi stesso!

Ad · Cerere Srl

Prepara i tuoi pancake avena e banana con gli ingredienti di qualità che fanno la differenza

Vuoi preparare i pancake perfetti per la tua colazione o merenda? Acquista la nostra farina di avena per creare pancake avena e banana deliziosi e nutrienti. Scegli la qualità per i tuoi piatti e lasciati conquistare dal sapore!

Campagna pubblicitaria

Vediamo insieme alcuni esempi di copy per la seconda campagna.

Gruppo 1 - Pubblico maschile

Ad · Cerere Srl

Farina Proteica di Alta Qualità - Cerca Ora!

La nostra Farina Proteica è l'ideale per la tua dieta ricca di proteine.

Scopri la nostra gamma di farine proteiche di alta qualità e migliora la tua alimentazione. Spedizione veloce in tutta Italia. Cerca ora!

Gruppo 2 - Pubblico femminile

Ad · Cerere Srl

Farina di qualità per donne attente alla salute e al benessere!

La nostra farina di qualità è perfetta per preparare piatti sani e gustosi.

Scopri di più sulla nostra selezione di farine e ordina online oggi stesso!

Ad · Cerere Srl

Farina di grillo: un'alternativa sostenibile e gustosa per la tua cucina

Vuoi preparare piatti sani e nutrienti senza rinunciare al gusto? Prova la nostra farina di grillo di alta qualità, ricca di proteine e con un basso impatto ambientale. Scopri i nostri prodotti e lasciati conquistare dalla sostenibilità!

Social Media Marketing

Iniziamo dunque a definire i seguenti punti:

- Quali canali Social utilizzare
- Obiettivo aziendale, marketing e algoritmico
- Orbite di pubblico che andremo a colpire
- Ciò che viene fatto dalla concorrenza
- La customer journey attraverso le fasi di prospecting e di retargeting
- La costruzione del Funnel per delineare i diversi momenti nei quali mostrare determinati contenuti (notorietà, considerazione e conversione)
- Creazione "strategica" di una o più campagne per raggiungere tutto il pubblico target
- Ideazione delle diverse inserzioni con la creazione di Copy e immagini (post, reels e storie)

Quali canali Social utilizzare



In base alle nostre analisi di mercato e al pubblico di riferimento, consiglio di utilizzare Facebook, Instagram e Tik Tok come principali piattaforme di social media per pubblicizzare i prodotti di Cerere srl.

Facebook, essendo la piattaforma di social media più grande al mondo, offre una vasta gamma di strumenti di targeting per raggiungere un **pubblico ampio e diversificato**, in particolare tra gli utenti di età compresa tra i 25 e i 54 anni. Utilizzando Facebook, saremo in grado di aumentare la visibilità e l'awareness del vostro brand.

Instagram, invece, è particolarmente popolare tra un pubblico più giovane, in particolare tra gli utenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni. Grazie alla sua natura visuale, Instagram offre molte opportunità per mostrare i vostri prodotti in modo accattivante, aumentando l'interesse del pubblico. Inoltre, Instagram offre opzioni creative come **le storie**, i video IGTV e i Reels per promuovere i vostri prodotti in modo originale.

Tik Tok Infine, è diventata sempre più popolare, soprattutto tra i giovani. Con la **funzione Reels**, potremo creare video brevi e coinvolgenti per attirare l'attenzione del pubblico target e aumentare l'interesse per i vostri prodotti.

In sintesi, utilizzando Facebook, Instagram e TikTok, saremo in grado di raggiungere il pubblico di riferimento in modo efficace ed efficiente, **aumentando la visibilità del brand** e creando contenuti creativi e coinvolgenti che potrebbero attrarre l'attenzione del nostro pubblico target e **aumentare l'interesse per i vostri prodotti**. Inoltre queste piattaforme offrono anche una vasta gamma di strumenti di targeting in base agli interessi e ai comportamenti online del pubblico.

Obiettivi

Obiettivo Aziendale: Aumentare le vendite

Propongo di porsi l'obiettivo di incrementare le vendite delle farine di alta qualità, attraverso un approccio di marketing basato sulla creazione di una forte consapevolezza del brand e sull'interazione con il pubblico sui social media.

Obiettivo di Marketing: Aumentare la consapevolezza del brand

Suggerisco di impostare una strategia di SMM per raggiungere un pubblico più ampio attraverso l'uso di contenuti di qualità, pubblicità mirate e promozioni esclusive per i follower. Incentivando anche l'interazione con il pubblico, incoraggiando la condivisione di foto e ricette che utilizzano le farine di Cerere Srl.

Obiettivo Algoritmico: Migliorare l'engagement con il pubblico

Per raggiungere tali obiettivi, consiglio di usare una combinazione di strategie organiche e a pagamento sui social media, utilizzando gli strumenti di targeting e l'analisi dei dati per migliorare l'engagement con il pubblico. Monitorando costantemente le metriche utilizzate e adattando la nostra strategia di conseguenza, per massimizzare l'impatto delle nostre campagne.

In sintesi, l'obiettivo aziendale è quello di **aumentare le vendite**, mentre l'obiettivo di marketing è quello di **creare consapevolezza del brand** e interagire con il pubblico sui social media. L'obiettivo algoritmico è invece quello di **migliorare l'engagement** con il pubblico attraverso una combinazione di strategie organiche e a pagamento, utilizzando gli strumenti di targeting e l'analisi dei dati per migliorare l'impatto delle nostre campagne.

Orbite di pubblico

Considerando gli obiettivi specifici di aumentare le vendite e creare consapevolezza del brand, potrebbe essere utile concentrarsi su diverse orbite di pubblico. In primo luogo, potrebbe essere importante rivolgersi al **pubblico simile**, poiché questi individui hanno già dimostrato di avere caratteristiche simili ai clienti esistenti e quindi potrebbero avere un interesse naturale per i prodotti di **Cerere**.

Inoltre, è importante rivolgersi ai **conoscenti** e ai clienti esistenti per mantenere un rapporto continuo con loro e aumentare le possibilità di ulteriori acquisti o di raccomandazioni a nuovi clienti.

Tuttavia, non dovremmo sottovalutare l'importanza del **pubblico freddo e degli interessati**, poiché questi individui rappresentano un potenziale bacino di nuovi clienti e possono essere raggiunti attraverso campagne pubblicitarie mirate sui social media e attraverso l'utilizzo di strumenti di targeting.

In generale, è importante utilizzare una combinazione di strategie di **marketing organico e a pagamento** per raggiungere un pubblico ampio e variegato e utilizzare i dati e le analisi delle campagne per ottimizzare gli sforzi di marketing e migliorare l'engagement con il pubblico.

La concorrenza

In questa slide analizzeremo ciò che fa la concorrenza, per prendere spunto dai competitors, capire in cosa e in che modo ottengono buoni risultati e in cosa invece falliscono, al fine di migliorarci e differenziarci da loro. In particolare vi mostrerò delle inserzioni prese da Facebook utilizzando il tool Ad Library.

Molino Colombo
Sponsored

Scopri le nostre Farine per esaltare i profumi e i sapori del pane.



Molino Colombo
Industrial Company
22,939 people like this

Like Page

Molino Colombo
Sponsored

Hai mai visitato il nostro Molino di persona? Vieni a trovarci e vedrai dove e come nasce la farina del tuo panificio di fiducia.

Il prossimo 20 maggio, ti aspettiamo per l'edizione 2023 di "Molini a porte aperte", un tour guidato per conoscere da vicino quell'arte bianca che portiamo avanti da più di un...



PRENOTA IL TUO POSTO

[MOLINOCOLOMBO.IT](#)
Giornata Molini a Porte Aperte - Molino Colombo
Torna la giornata di Molini a Porte Aperte durante la quale sarà possibile visitare il primo molino azionato dall'energi...

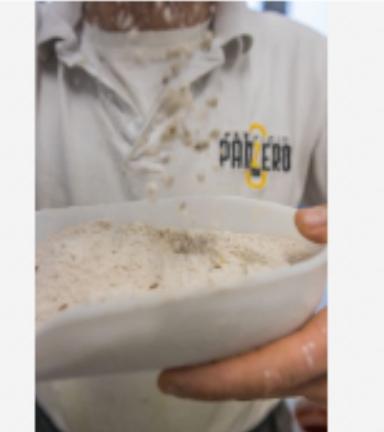
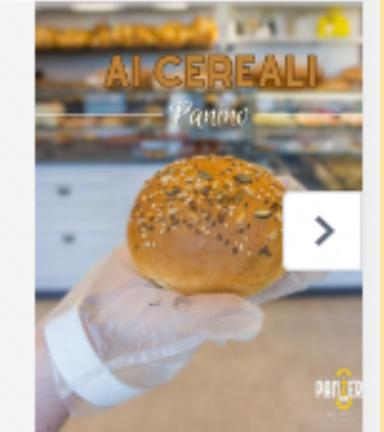
Book Now

Campagna Brand Awareness – Call to Actions

Panificio Panzero - Prodotti a Km 0
Sponsored

Inizia la tua giornata con un tocco di croccantezza 🍞 Hai già assaggiato i prodotti ai cereali di Panzero?

La nostra farina di grano selezionata e la passione per l'arte della panificazione si combinano per creare un prodotto unico nel suo genere.

Panificio Panzero - Prodotti a Km 0

Send WhatsApp

Campagna di attrazione e conversione – Blog, offerte e sconti

TiBioNa.it
16 December 2022 ·

Albero o Presepe? Mariah Carey o Michael Bublè? Ma soprattutto... Pandoro o Panettone? 🎄

Perché scegliere? Tutti e due! 😊

Ecco la ricetta di Aldo Bongiovanni per un panettone con farina di farro dal profilo nutrizionale fantastico: <https://blog.tibiona.it>

Su Tibiona.it trovi ancora tante offerte natalizie!

Seleziona gli articoli nella pagina dedicata e inserisci il Coupon Natale10 nel carrello per avere subito uno sconto del 10%

#biologico #farinebio #dietasana #farinabiologica #dietaequilibrata #senzaglutine #panettone #PanettoneVegan #ricettevegane #vegan #senzauova #senzazucchero



La Customer Journey

Fase di prospecting: Per far conoscere il nostro brand e attirare i potenziali clienti interessati alle farine di alta qualità, utilizziamo sia attività di marketing organico che a pagamento. Utilizziamo gli strumenti di targeting per raggiungere il pubblico giusto, ad esempio attraverso interessi legati alla cucina e alla gastronomia.

Inoltre, forniamo informazioni dettagliate sulle nostre farine attraverso una pagina dedicata sul nostro sito web, un **blog di cucina** e video dimostrativi sui social media. Per facilitare il processo di acquisto, ci assicuriamo che il nostro sito web sia facile da usare, offriamo metodi di pagamento sicuri e spedizioni veloci e affidabili.

Fase di retargeting: Per raggiungere i potenziali clienti che hanno visitato il nostro sito web ma non hanno ancora effettuato un acquisto, utilizziamo campagne di **remarketing**. Offriamo loro promozioni esclusive, come uno sconto sul primo acquisto, per incentivare il ritorno e completare l'acquisto.

Inoltre, utilizziamo campagne di **up-selling e cross-selling** per aumentare il valore medio dell'acquisto, ad esempio proponendo farine di diversi tipi e qualità per creare un mix personalizzato o kit per la preparazione di dolci o pane. Per mantenere un rapporto continuo con i nostri clienti, offriamo promozioni esclusive ai nostri clienti fedeli, creiamo un programma di punti premio e forniamo ricette e suggerimenti sulla cucina con farine di alta qualità sui social media.

La costruzione del Funnel - Notorietà



Il funnel di marketing è un modello che ci permette di definire le fasi della Customer Journey in cui dobbiamo concentrare le nostre attività di marketing per guidare i potenziali clienti verso l'acquisto. In generale, il funnel di marketing si compone di tre fasi: Notorietà, Considerazione e Conversione.

Fase di notorietà

In questa fase, l'obiettivo è far conoscere il vostro brand e attirare l'attenzione dei potenziali clienti attraverso i social media. Propongo di fare ciò attraverso attività come:

Campagne di advertising: Utilizzare gli strumenti di targeting offerti dalle piattaforme social per raggiungere il pubblico giusto, ad esempio persone interessate alla cucina o alla gastronomia.

Influencer marketing: Collaborare con influencer del settore per far conoscere il brand e le farine ai loro followers.

Content marketing: Creare contenuti interessanti e di valore per il vostro pubblico, come video di ricette, tutorial, immagini accattivanti e post informativi sui benefici delle vostre farine.

La costruzione del Funnel - Considerazione



Fase di considerazione

In questa fase, i potenziali clienti iniziano a considerare l'acquisto delle vostre farine di alta qualità. Il nostro obiettivo è fornire loro informazioni dettagliate sui prodotti per guidarli verso l'acquisto. Possiamo fare ciò attraverso:

Sito web: Creiamo una sezione del sito web dedicata alle vostre farine, con informazioni dettagliate sulle caratteristiche e sui benefici dei vostri prodotti.

Blog di cucina: Creiamo un blog in cui pubblichiamo ricette, idee e consigli per utilizzare al meglio le vostre farine.

Social media post informativi: Pubblichiamo sui nostri profili social post informativi sui vari prodotti, come ad esempio i benefici delle farine per la salute, oppure pubblichiamo post su come utilizzare le vostre farine per la preparazione di piatti sani e gustosi.

La costruzione del Funnel - Conversione

Fase di conversione

In questa fase, i potenziali clienti sono pronti ad acquistare le vostre farine. Il nostro obiettivo è facilitare il processo di acquisto e incentivare l'acquisto attraverso:

Sito web: Rendiamo il processo di acquisto semplice e intuitivo sul sito web. Possiamo anche integrare i vari profili social con il sito per permettere ai clienti di acquistare direttamente dai social.

Offerte promozionali: Offriamo ai follower promozioni esclusive sui social media, sconti sul primo acquisto o coupon sconto per incentivare l'acquisto.

Programma di fedeltà: Creiamo un programma di punti premio o promozioni esclusive per i clienti fedeli sui profili social, in modo da incentivare la fidelizzazione del cliente e l'acquisto ripetuto dei prodotti.

Creazione delle Campagne

Per raggiungere tutto il pubblico target, potremmo attivare almeno tre diverse campagne di marketing:

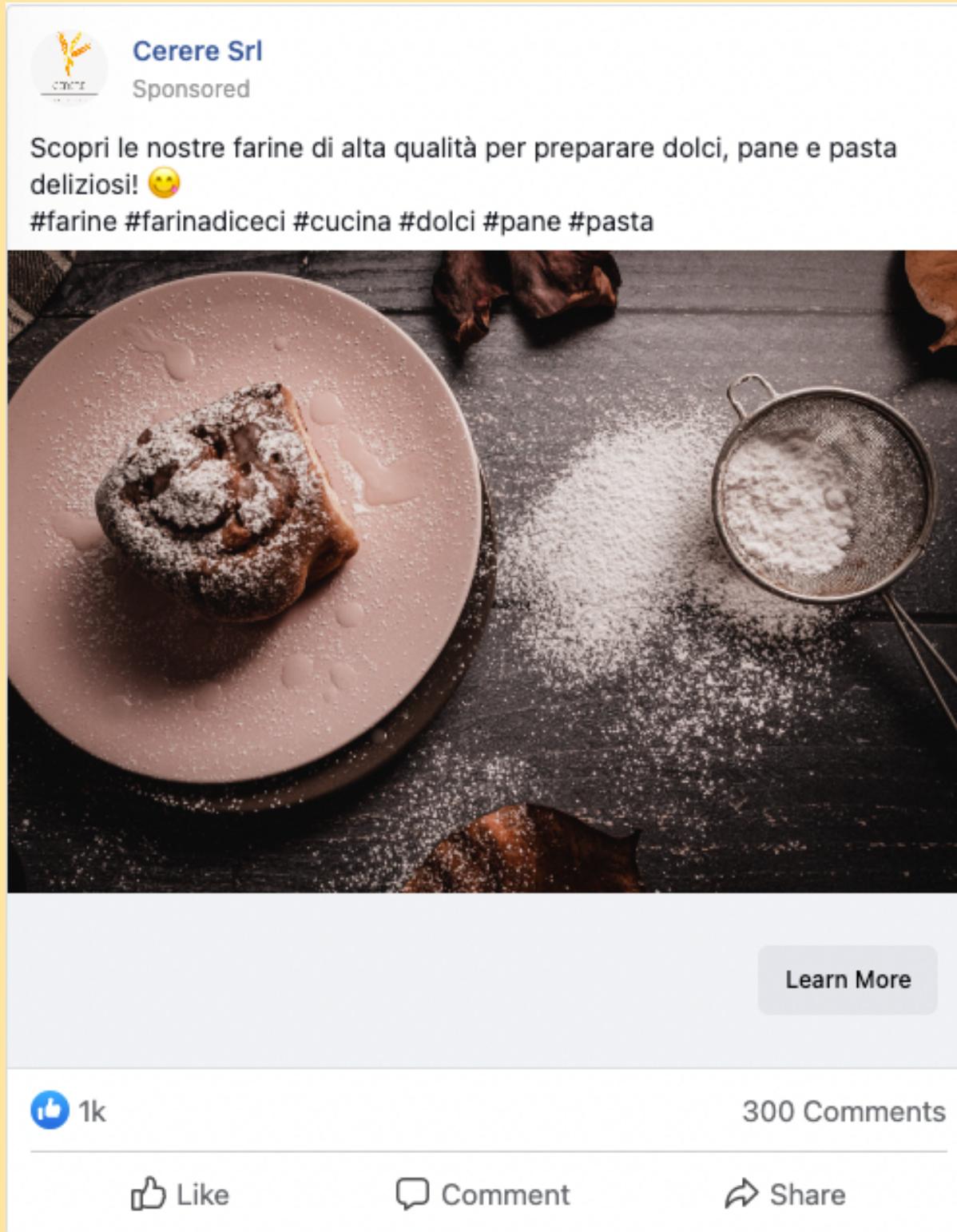
- **Campagna di awareness:** l'obiettivo di questa campagna sarebbe quello di far conoscere il nostro brand e le nostre farine di alta qualità a potenziali clienti che non ci conoscono ancora. Potremmo attivare una campagna di advertising sui social media, utilizzando gli strumenti di targeting per raggiungere persone che potrebbero essere interessate alle nostre farine di alta qualità. Potremmo utilizzare il nome "Campagna di Awareness".
- **Campagna di engagement:** l'obiettivo di questa campagna sarebbe quello di coinvolgere il pubblico target e aumentare l'interazione con il nostro brand. Potremmo attivare una campagna di influencer marketing, collaborando con influencer nel campo della cucina e della gastronomia per far conoscere il nostro brand e le nostre farine ai loro followers. Potremmo anche creare contenuti di valore come ricette, video dimostrativi, blog post e guide sulla scelta delle farine di alta qualità per attirare l'attenzione dei potenziali clienti, reindirizzandoli inoltre, sul nostro sito web. Potremmo utilizzare il nome "Campagna di Engagement".
- **Campagna di conversione:** l'obiettivo di questa campagna sarebbe quello di incentivare l'acquisto delle nostre farine di alta qualità. Potremmo attivare una campagna di advertising sui social media, utilizzando gli strumenti di targeting per raggiungere persone che hanno già interagito con il nostro brand e mostrato interesse per le nostre farine di alta qualità. Potremmo offrire offerte promozionali, sconti sul primo acquisto e promozioni esclusive ai nuovi clienti per incentivare l'acquisto. Potremmo utilizzare il nome "Campagna di Conversione".

ideazione Inserzioni - Post

Ho creato degli esempi di Mockups di possibili inserzioni con l'aiuto di **Mediamodifier** e **Canva**.

Facebook Posts

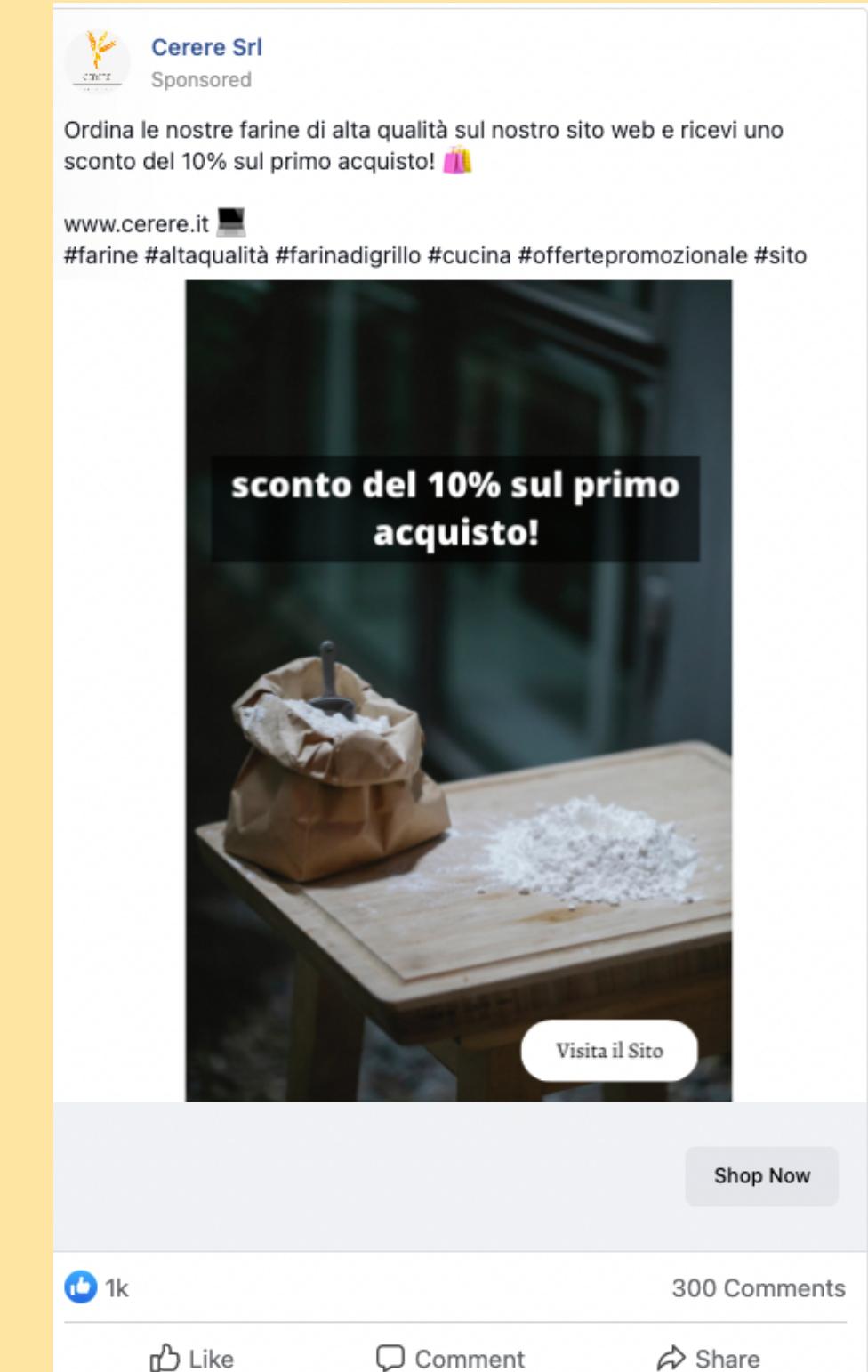
Fase di notorietà



Fase di considerazione



Fase di conversione



ideazione Inserzioni - Reels

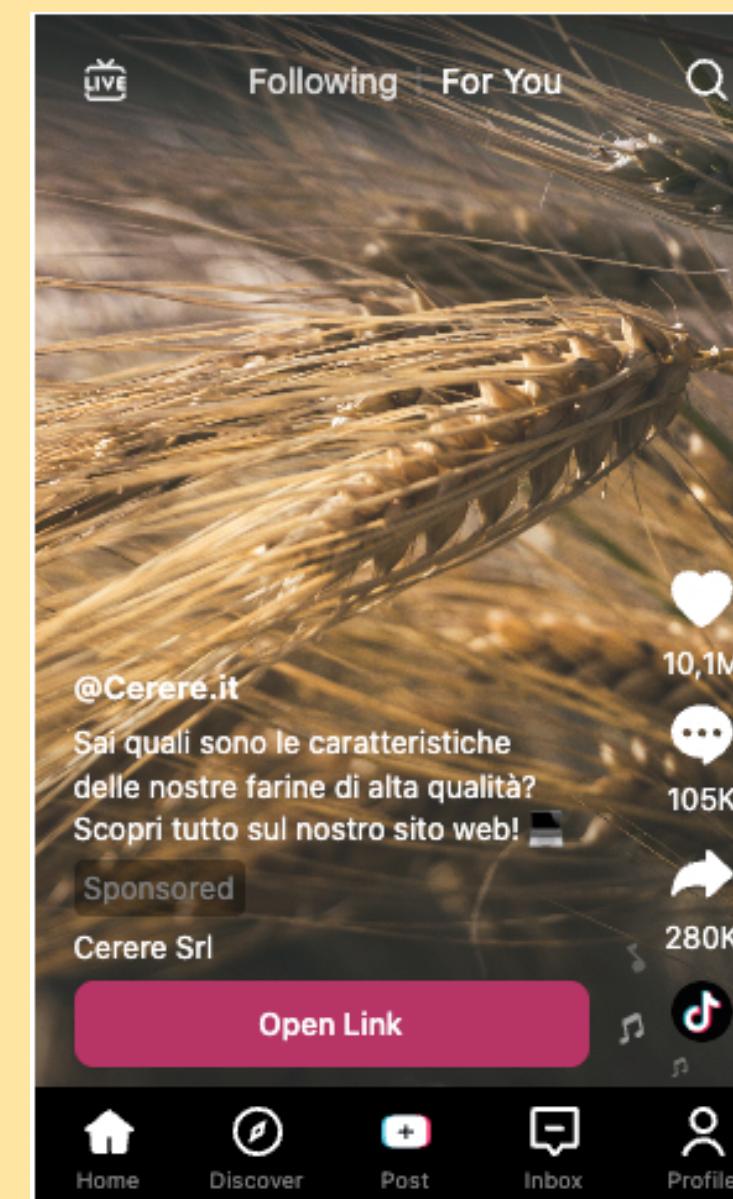
Ho creato degli esempi di Mockups di possibili inserzioni con l'aiuto di **Mediamodifier** e **Canva**.

TikTok Reels

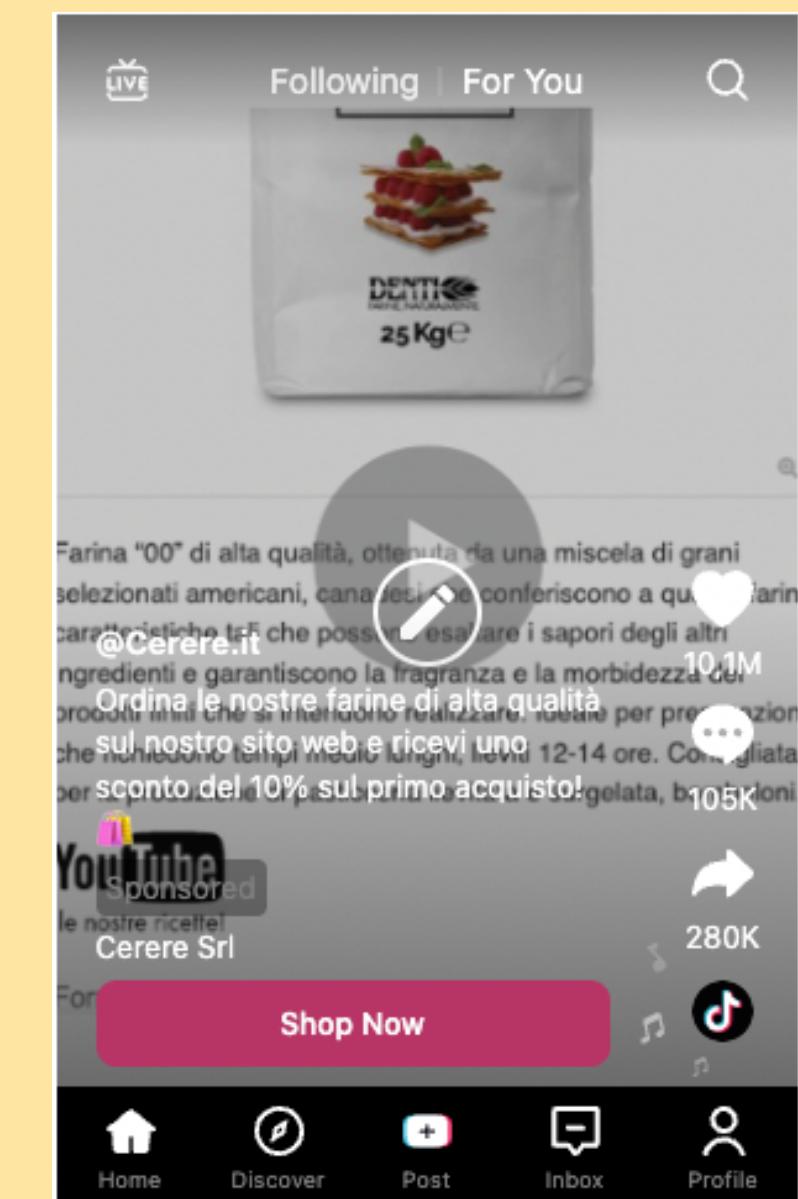
Fase di notorietà



Fase di considerazione



Fase di conversione

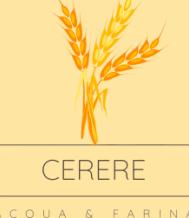


Mostrare un breve video della preparazione di un dolce o di un pane utilizzando le vostre farine.

Mostrare un breve video delle caratteristiche delle vostre farine di alta qualità.

Mostrare un breve video del processo di acquisto sul vostro sito web.

Ideazione Inserzioni - Storie



Ho creato degli esempi di Mockups di possibili inserzioni con l'aiuto di **Mediamodifier** e **Canva**.

Instagram Stories

Fase di notorietà

A person is shown from the side, wearing a yellow apron, decorating round cookies with white icing. A piping bag is held in their right hand, and they are using their left hand to steady the cookie. Several decorated cookies are on the surface in front of them. The background is a dark, textured kitchen counter.

Cerere Srl Sponsored

[Visita il Blog](#)

Quale è il segreto di una pasta fatta in casa perfetta? La qualità della farina! Scopri le nostre farine di alta qualità per ottenere risultati sorprendenti in cucina.

Fase di considerazione

A close-up shot of several long, crusty bread loaves with a golden-brown, cracked crust. They are arranged in a row on a dark, possibly wooden, surface. The lighting highlights the texture of the bread.

Cerere Srl Sponsored

[Visita il Sito](#)

Hai mai pensato a quanto sia importante scegliere la farina giusta per il tuo pane? Scopri le nostre farine di alta qualità e prepara il pane perfetto ogni volta.

Fase di conversione

A wooden tray holds several chocolate muffins in white paper liners. Some muffins have visible chocolate chips. A few whole coffee beans are scattered on the tray next to the muffins. The muffins have a rich, dark brown color with a cracked top.

Cerere Srl Sponsored

[Visita lo Shop](#)

Stai cercando farine di alta qualità per la tua pasticceria? Ordina ora sul nostro sito web e ricevi una confezione di farina in regalo con il tuo primo acquisto. Usa il codice sconto **PASTRY**!

Bibliografia



1. SimilarWeb
2. Semrush
3. Google Trends
4. Ubersuggest
5. Ad Library
6. Mediamodifier
7. Canva



GRAZIE !