



Florentia

Collegamento 4P, Marketing Mix, Promozione

Sommario

- 1 | Il caso Florentia
- 2 | Marketing Mix
- 3 | Ordine delle Operazioni
- 4 | La ricerca, Collegamento 4P
- 5 | Rinnovamento lato Social
- 6 | La Promozione: Gli Obbiettivi
- 7 | La Promozione
- 8 | La Promozione: Le Campagne
- 9 | Budget Fb
- 10 | Conclusione

Il caso: Florentia

Florentia è un'azienda che si occupa di organizzare tour e gite turistiche presso la storica città di Firenze. Nasce nel 2007 offrendo visite a piedi guidate dalle sue gite turistiche, successivamente grazie alla grande affluenza di clienti nasce anche il Florentia Bus che permette di visitare la città sopra ad un Bus che porta nelle mete più famose di Firenze.

Infine nell'ultimo periodo crea il suo sito web dove è possibile acquistare direttamente i pacchetti offerti da Florentia.

L'azienda vuole andare a far crescere la sua visibilità sui social media in modo da poter essere contattata da un maggior numero di persone per acquistare i suoi servizi.

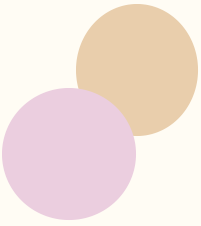
Per questo andremo prima a fare delle ricerche di mercato sugli attuali clienti, successivamente daremo un "nuovo look" al brand in modo che possa diventare più fruibile online e infine andremo a promuovere il business tramite la pubblicità sui social



Ordine delle Operazioni



La Ricerca, Collegamento 4P



- Product

- Price

- Place

- Promotion

Per Creare un Marketing Mix efficace è necessario andare a creare una strategia coerente con l'azienda.

Per questo prima di andare a modificare il lato social del business e ad attivare le ad è bene sfruttare gli attuali clienti per poter ottenere delle informazioni utili da sfruttare successivamente.

Per questo andremo ad avviare una campagna via mail, in cui invieremo a tutti gli indirizzi collezionati dall'azienda fino ad ora, un sondaggio in cui chiederemo una recensione su

-Come si sono trovati con i nostri servizi

-Cosa gli è piaciuto

-Cosa non gli è piaciuto

-Come ci hanno conosciuto

-Come migliorerebbero il pacchetto offerto da Florentia fino ad ora

Infine propremmo loro uno sconto del 10% sul loro prossimo acquisto, in modo da poterli così fidelizzare ancora di più.

Rinnovamento Lato Social

1 | Rifacimento del Logo

Per prima cosa in modo da dare un migliore senso di brand andiamo a rifare il logo dell'azienda rendendolo più minimalista e al passo coi tempi.

2 | Nuovo Calendario Post

In modo da aumentare il coinvolgimento sui social degli utenti verrà creato un nuovo Calendario dei post con 2 post nella settimana e 2 nei weekend per piattaforma.

3 | Campagna E-mail

Cominciare una nuova campagna e-mail che invii settimanalmente brochure e dettagli sulle visite turistiche o sulla città di Firenze, per poi poter inviare promozioni o sconti offerte dall'azienda ai clienti

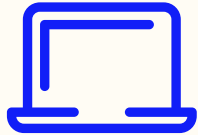
4 | Creazione pagine Tik Tok e Instagram

Creazione delle pagine Tik tok e Instagram dato che Florentia prima andava ad utilizzare solo Facebook.

Sulla prima andremo a postare maggiormente video che mostrino la bellezza di Firenze, nel secondo pure, ma ci concentreremo di più sull'esperienza che viene offerta da Florentia



La Promozione: Gli obiettivi



Aumentare le Visite sul Sito Web



Aumentare il numero di contatti
dell'azienda



Aumentare le Conversioni

La Promozione

Per andare a promuovere Florentia andremo a sfruttare sia Facebook Ads che Google Ads.

Non ci limiteremo ad utilizzare unicamente Fb ads dato che è molto probabile che chi sia interessato a visitare la città faccia prima delle ricerche su google per saperne di più, dato che spesso e volentieri la clientela di Florentia è composta maggiormente da famiglie provenienti da altri paesi che sono in vacanza in città.

Mentre per quel che riguarda Fb Ads, avvieremo diverse campagne dove andremo a targhetizzare una "cold audience" e successivamente coi dati ottenuti la retarghetizzeremo in modo da migliorare ancor di più i risultati.

Per entrambe andremo anche a sfruttare delle Offerte che l'azienda



La Promozione: Le Campagne

Per ottenere nuovi clienti



Google Ads

Per quanto riguarda le campagne su Google andremo a sfruttare delle keyword tipiche sia per la ricerca di voli o treni che riguardino Firenze, sia per ricerche riguardanti le bellezze delle città in modo da trovare un pubblico in target per la nostra offerta.



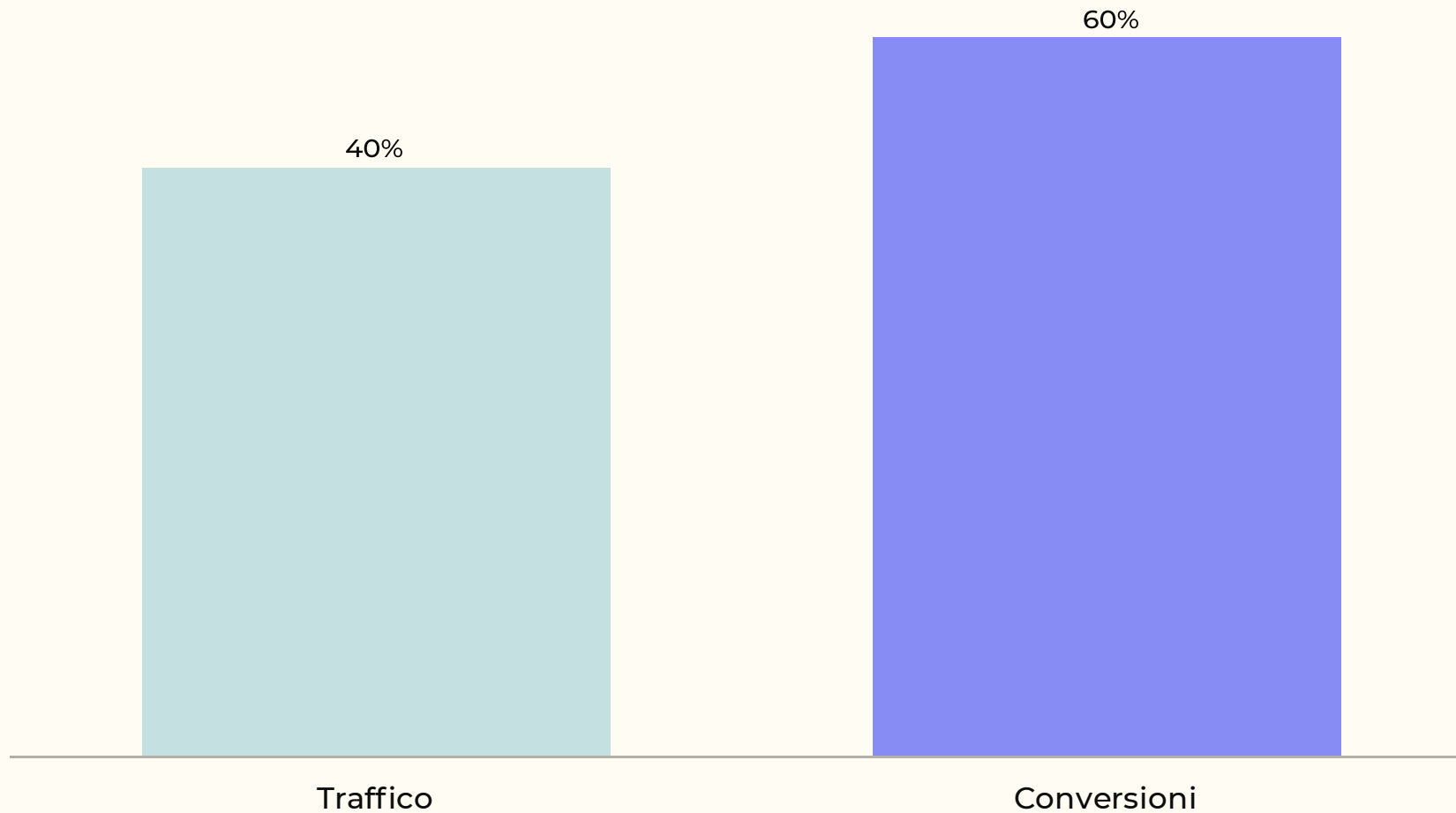
Facebook Ads

Invece per quel che riguarda le campagne Fb, le svolgeremo sia su Facebook che Instagram, in modalità di post e storia.

Targhetizzeremo sia maschi che femmine, con un pubblico che va dai 25 ai 45 e che hanno come interessi i Viaggi e Firenze.

Partiremo da un pubblico molto più broad con una campagna per Awareness per poi andare a restringerlo facendo due successive campagna che targhetizzano chi ha fatto click sul link a obiettivo conversioni Lead(Generazione contatti) e Vendite.

BUDGET Fb Ads



OBIETTIVO:

+50%

Vendite entro un
anno.

GRAZIE MILLE PER L'ATTENZIONE.

Francesco Pellis