

## Fase del Funnel: AWARENESS

**Obiettivo:** Creare consapevolezza del servizio, attirando l'attenzione del pubblico senza spingere immediatamente all'acquisto. La strategia si concentra sulla visibilità e sull'introduzione del tuo servizio.

### Copy (parte superiore):

"Sei un genitore alla ricerca di un istruttore qualificato per il tuo bambino? O magari hai bisogno di un pet sitter affidabile? 🎯 Offriamo sessioni di allenamento personalizzate per bambini e un'assistenza attenta per i tuoi animali. Scopri di più!"

Immagine:

Un'immagine che mostra un bambino impegnato in un'attività sportiva (come calcio, basket, o corsa) con un istruttore e un animale che gioca con un pet sitter. La foto deve essere accattivante e professionale, mettendo in evidenza il rapporto di fiducia e cura.

Dimensioni immagine: 1080x1080 o 1080x1350.

### Copy nel titolo (parte inferiore):

"Scopri il nostro servizio di istruttore sportivo e sportsitter per i tuoi figli e animali! Servizi personalizzati per ogni esigenza. Comincia oggi."

Call to Action (CTA):

Scopri di più.

## Fase del Funnel: CONSIDERATION

**Obiettivo:** Indurre il pubblico a considerare il servizio più seriamente, fornendo ulteriori dettagli. In questa fase, il pubblico ha già sentito parlare del servizio, ma ha bisogno di maggiori informazioni per decidere.

### Copy (parte superiore):

"Stai cercando qualcuno di affidabile per insegnare sport a tuo figlio o per prendersi cura del tuo animale? 🐕👤 Con esperienza e passione, siamo pronti ad offrirti un servizio personalizzato per ogni esigenza. Scegli il meglio per i tuoi cari."

Immagine:

Un'immagine che mostri un'istruttrice che aiuta un bambino a perfezionare una tecnica sportiva o un pet sitter che si prende cura di un cane mentre gioca con lui all'aperto. L'immagine deve trasmettere cura e professionalità.

Dimensioni immagine: 1080x1080 o 1080x1350.

### **Copy nel titolo (parte inferiore):**

"Ci prendiamo cura dei tuoi bambini e animali come se fossero i nostri! Istruttori e sportsitter professionisti con esperienza. Contattaci per maggiori dettagli!"

Call to Action (CTA):

Contattaci ora.

## **Fase del Funnel: CONVERSION**

**Obiettivo:** Spingere il pubblico a prendere una decisione finale, portandolo all'azione, come l'acquisto o la prenotazione del servizio.

### **Copy (parte superiore):**

"Non lasciare il futuro sportivo di tuo figlio o la cura del tuo animale al caso! Prenota una sessione di allenamento personalizzata o un pet sitting oggi stesso! 🏃🐕 Offriamo servizi di alta qualità e affidabilità assoluta."

Immagine:

Un'immagine di un bambino sorridente che termina una sessione di allenamento o un animale sereno, in compagnia del pet sitter in un ambiente confortevole. L'immagine deve trasmettere soddisfazione e serenità.

Dimensioni immagine: 1080x1080 o 1080x1350.

### **Copy nel titolo (parte inferiore):**

"Prenota subito il tuo posto per una sessione di allenamento o un servizio di pet sitting! Posti limitati. Non aspettare!"

Call to Action (CTA):

Prenota ora.

## **Strategia di Distribuzione e Retargeting:**

### **Distribuzione:**

\* Le inserzioni vanno distribuite tramite Facebook Ads Manager su Facebook e Instagram, utilizzando il targeting per genitori, proprietari di animali, o utenti che mostrano interesse per il

fitness, lo sport, e la cura degli animali.

\* Utilizzare segmentazioni geografiche per indirizzare il pubblico a livello locale, se il servizio è disponibile solo in determinate aree.

### **Costruzione:**

\* Ogni fase del funnel deve essere costruita con obiettivi chiari di consapevolezza, considerazione e conversione. Iniziamo con contenuti visivi semplici e coinvolgenti (fotos e video di qualità) e miglioriamo il targeting a seconda dei risultati.

### **Retargeting:**

\* Implementare il retargeting per chi ha interagito con l'inserzione nelle fasi di awareness e consideration, ma non ha ancora effettuato una conversione. Le inserzioni di retargeting dovrebbero includere offerte speciali, testimonianze di altri clienti soddisfatti e la risoluzione di obiezioni comuni.

*Con queste tre inserzioni distribuite in fasi diverse del funnel di marketing, l'obiettivo è prima attirare l'attenzione, poi stimolare l'interesse e infine spingere il pubblico all'azione. La strategia di retargeting permette di colpire anche coloro che non hanno convertito, migliorando così i tassi di successo delle campagne.*