



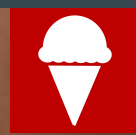
Proposta di consulenza

...

16 Novembre 2022

Assaporami per scoprirne di tutti i gusti





*Forte o Delicato?
Scegli il tuo gelato
e dai nuova vita al tuo
palato*



Aromi naturali per sapori...



Soprannaturali...



**Obiettivo del report mensile:
Individuazione dei principali KPI
del periodo di riferimento**



Punto Vendita

- L'obiettivo è quello di raggiungere il maggior numero di utenti;
- le metriche rappresentate saranno quelle riconducibili alla parte più alta del funnel;
- Vorremmo pubblicizzare il nostro punto vendita entro un raggio d'azione di 15 km, così da arrivare alla clientela di Catania che ci potrebbe raggiungere nei WK.

E-Commerce

- L'obiettivo mira alla massimizzazione delle vendite ed alla spinta al riacquisto da parte della clientela già acquisita;
- Le metriche rappresentate saranno quelle riconducibili alla parte finale del funnel;
- Inserzioni sponsorizzate per promuovere spedizioni gratuite in tutta Italia.



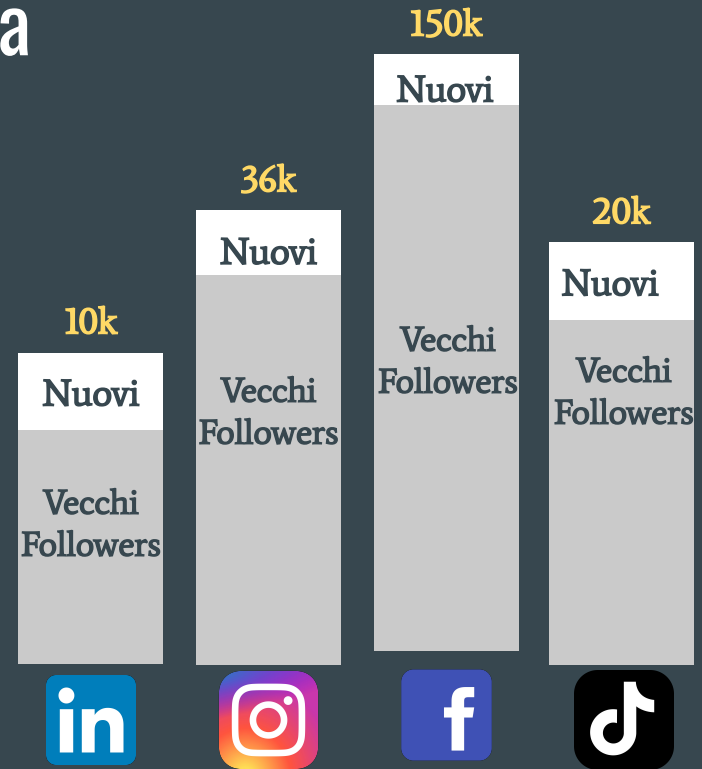
Numero di click
(confronto periodo
pre-promozione)

Frequenza
(confronto periodo
pre-promozione)

Impression
(confronto periodo
pre-promozione)

Analisi delle Metriche per Punto Vendita

- CPC;
- CPM;
- CPL (registrazione al sito);
- Audience Growth Rate;
- Engagement Rate;
- Conversion Rate.



Quality Click

Views scheda
prodotto

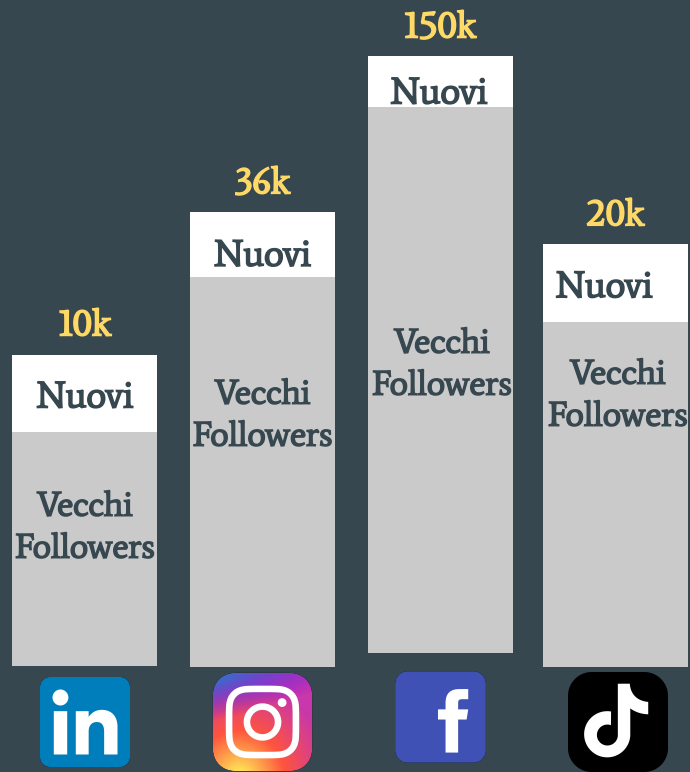
Landing page View

Landing Page View
Netto



Analisi delle Metriche per E-Commerce

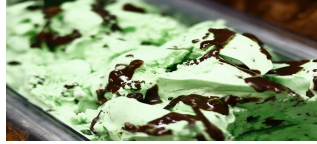
- $\text{Sum}(\text{prodotti acquistati}) / \text{Count}(\text{pagamento})$;
- Importo medio per ordine (al fine di valutare la soglia per spedizione gratuita);
- Conversion Rate (conversione = acquisti)
- % realizzazione acquisto ($\text{count}(\text{thank you page}) / \text{count}(\text{"aggiunta al carrello"})$)
- ROAS ($\text{entrate dalla campagna pubblicitaria} / \text{spese pubblicitarie}$)





Scheda 4 prodotti più venduti

Gelato
pistacchio



Variegato al cannolo



Crema di ricotta



Gelato alla soia





Comprensione del problema

Serie temporale

- Followers;
- Acquisti;
- quantità prodotto venduto



Mappa Geo-vendita

- Inseriamo le regioni che hanno effettuato più acquisti al fine di monitorare



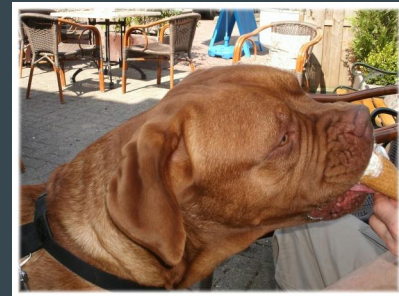
Istogramma colonne raggruppate

- CPM;
- CPO (costo per ordine);
- CPL (costo per iscrizione newsletter);
- CPS (costo per vendita)



Aumentare il ROI

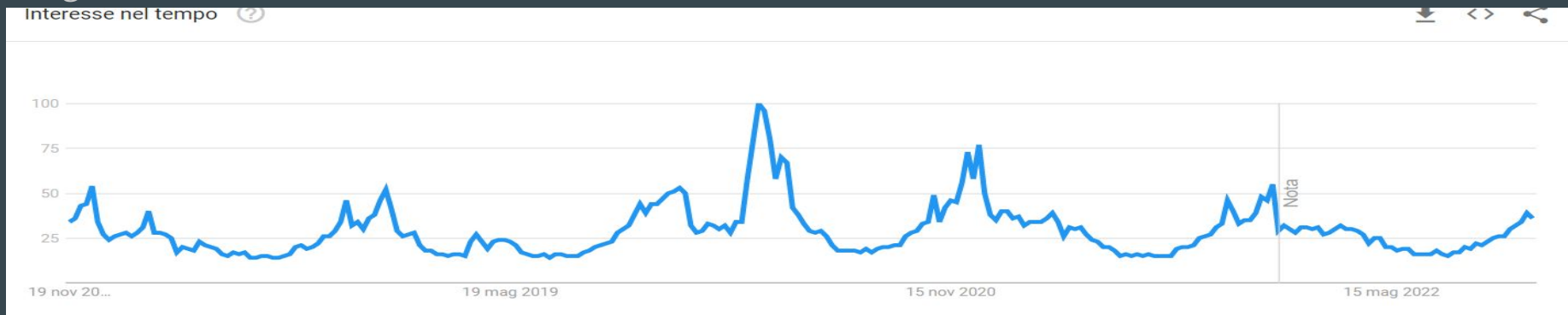
- Sia per il punto vendita che l' e-commerce la sfida è quella d'invertire il trend negativo delle gelaterie nel periodo invernale; favorendo una maggiore conversione della gelateria in pasticceria;
- Monitorare i prodotti inseriti nel carrello per ridurre i tempi di spedizione;
- La proposta: produzione e commercializzazione di barattoli di creme spalmabili e biscotti confezionati;
- Campagna di sconti in base all'importo del carrello;
- Coupon per chi acquista dall' e-commerce da usare nel prossimo ordine;
- Prodotti per animali.



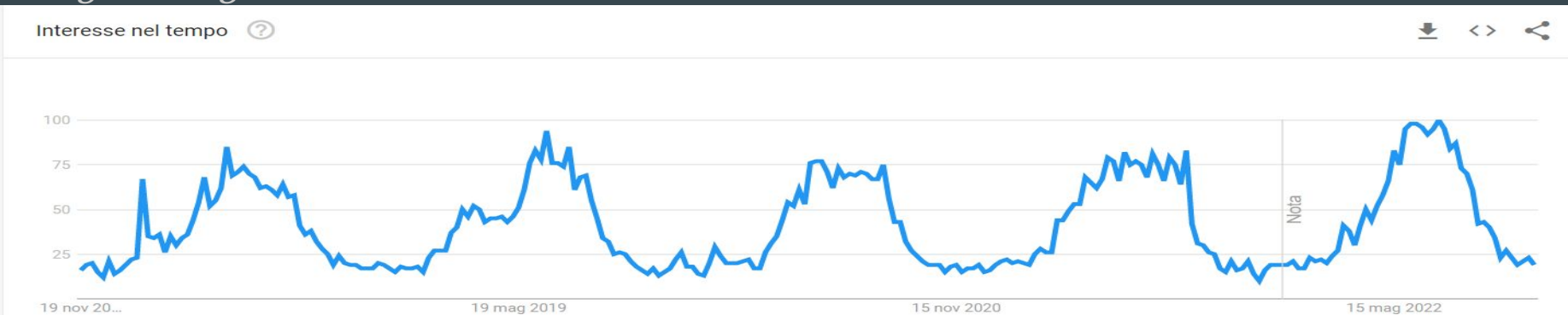
Aumentare il ROI

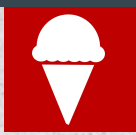


Stagionalità biscotti:



Stagionalità gelato:





GRAZIE MILLE!!!

