

Campagna LinkedIn Advertising per McLuxClinicalPiercings - Conversion

Motivo della Campagna: McLuxClinicalPiercings annuncia una **nuova apertura a Milano!**

Questa campagna mira a promuovere i servizi di piercing clinico di lusso, attirando un pubblico qualificato nella nuova location e incentivando la raccolta di contatti per consulenze personalizzate e offerte esclusive.

Fase del Funnel: Conversion

La campagna si concentra sulla fase di **Conversion** per convertire il pubblico qualificato in lead, raccogliendo contatti di potenziali clienti interessati a piercing clinici e di lusso. L'obiettivo è incentivare azioni concrete, come il completamento di moduli di contatto o la prenotazione di consulenze personalizzate.

1. Contenuti

Testo Principale (Copy per Post):

1. *“Il tuo stile merita sicurezza e lusso. Con McLuxClinicalPiercings, scegli materiali ipoallergenici certificati lussuosi e risultati impeccabili. Prenota ora la tua consulenza gratuita e scopri l'eccellenza del piercing clinico di lusso.”*
2. *“Non è solo un piercing, è un investimento nel tuo stile e nella tua sicurezza. Scopri le soluzioni McLuxClinicalPiercings e regalati un'esperienza su misura. Compila il modulo per accedere a offerte esclusive.”*
3. *“Cerca l'eccellenza nel dettaglio. McLuxClinicalPiercings ti offre lusso e sicurezza per ogni tuo desiderio. Lascia i tuoi contatti e ottieni una consulenza dedicata nel nostro nuovo Shop di Milano.”*

Visual:

- Immagini professionali e minimaliste con focus su:
 - Un elegante orecchio adornato con un piercing McLux.
 - Il kit di materiali ipoallergenici utilizzati nei trattamenti.
 - Uno studio clinico moderno e pulito.
- Formato ideale per LinkedIn: 1200x627 px (post orizzontale) e 1080x1080 px (carousel o video quadrato).

- Copy overlay sulle immagini:
 - *“Sicurezza e Stile per la tua Pelle”*
 - *“Scopri il Lusso del Piercing Clinico”*
 - *“Prenota la tua Consulenza Gratuita”*

Call to Action (CTA):

- *“Compila il Modulo”*
- *“Richiedi la Consulenza Gratuita”*
- *“Scopri di Più”*

2. Obiettivo: Lead Generation

Descrizione Obiettivo: Raccogliere informazioni di contatto di potenziali clienti tramite:

- **LinkedIn Lead Gen Forms**, utilizzando moduli nativi della piattaforma per semplificare il processo di raccolta dati.
- Incentivare la compilazione del modulo offrendo consulenze gratuite o accesso a contenuti esclusivi (es. guida su come scegliere il piercing perfetto).

Informazioni Richieste nei Moduli:

- Nome e Cognome
- Indirizzo e-mail
- Numero di telefono (facoltativo)
- Interesse principale (es. tipo di piercing desiderato)

3. Distribuzione

Segmentazione del Target:

- **Professionisti tra 25-40 anni**, con interesse verso lusso, moda, bellezza e benessere personale.
- Settori target: fashion, design, healthcare e beauty.

- Livelli di carriera: entry-level, manager e senior-level.
- Localizzazione: principali città (es. Milano, Roma, Firenze) per studi di piercing di lusso.

Tipologia di contenuti per LinkedIn coinvolti:

- Post nel feed con **formato immagine singola**.
- Campagne carousel per mostrare più aspetti del servizio.
- Video brevi (10-15 secondi) con testimonianze di clienti soddisfatti.

Budget Allocato:

- 60% Post feed.
- 30% Carousel.
- 10% Video.

4. Retargeting

Strategia di Retargeting:

1. Pubblico Caldo:

- Persone che hanno visitato il profilo aziendale LinkedIn negli ultimi 30 giorni.
- Utenti che hanno interagito con post precedenti (mi piace, commenti, condivisioni).
- Persone che hanno cliccato sui link delle campagne di Awareness o Consideration.

2. Incentivi Personalizzati:

- Offerta di uno sconto esclusivo (es. -10%) per chi completa il modulo entro 7 giorni.
- Email follow-up con contenuti di approfondimento per chi ha lasciato i contatti.

3. Esclusioni:

- Escludere utenti che hanno già compilato il modulo per evitare spreco di budget.