

Campagna Meta full-funnel

Fase 1 – Costruzione delle fasi marketing

Prodotto: Olio di jojoba - Jojoil

Fase Awareness

Obiettivo: Cominciare a ritagliare una fetta nel mercato inserendo questa cera liquida formata da ingredienti naturali tra i tanti prodotti industriali che ci sono in Europa e specificare le soluzioni che può offrire per i diversi problemi della cute e anche capelli(es: Pelle secca e disidratata, Eccesso di sebo e pelle grassa, Acne e impurità, Irritazioni, rossori e dermatiti, Punti neri e pori ostruiti, Invecchiamento cutaneo (rughe, perdita di elasticità), Forfora e prurito del cuoio capelluto, Capelli secchi, sfibrati o crespi, Doppie punte e rottura del capello, Screpolature di labbra, mani e piedi).

Target:

- Donne tra i 15 ed 45 anni
- Interesse per la cosmetica
- Interesse per i prodotti naturali e sostenibili
- Per chi ha problemi alla cute a cui ha provato più soluzioni e non ha avuto risultati.

Posizionamenti:

- Storie Facebook e Instagram (video 15/20 secondi)
- Inserzioni Facebook e Instagram (carousel/ immagine effetti prima e dopo)
- Tiktok per la parte di target più giovani

Tipi di contenuto:

- Video per stories e Tiktok di 15/20 secondi di una testimonianza di chi ha usato l'olio di jojoba per 2 settimane/1 mese
- Carousel immagini di tutte le soluzioni che da il nostro prodotto e sottolineare che è fatto tutto in modo naturale
- Immagine con testo che fa vedere gli effetti prima e dopo (Esempio: Problema Acne : Prima e Dopo il nostro JoJoil!)

Sotto questi contenuti una CTA con scritto “visita il nostro sito per info e novità!” + link landing page

Fase Consideration

Obiettivo: Far considerare l'acquisto del nostro prodotto attraverso contenuti informativi che dimostrano la soluzione che dà l'olio per ogni problema ricercato e che può risolvere l'olio. Poi portare l'utente a visitare l'e-commerce.

Target:

- Persone che hanno **interagito** con i contenuti della fase awareness (viewed video, cliccato, salvato)
- **Retargeting** di utenti simili (lookalike audience su Instagram/Facebook)

Offerta:

- Dose di prova – CTA “Provalo anche tu usa il codice PROVA nel primo ordine così riceverai una dose di prova gratuita per testare il prodotto, in caso non sia di gradimento puoi rendere il prodotto acquistato, cosa aspetti!”
- Sconto primo ordine - CTA con scritto “Provalo anche tu usa il codice JOJO20 per il primo ordine!”

A/B Test:

Visual A – Approccio minimal & premium

- Concept: Lusso naturale e semplicità elegante.
- Visual:
 - Sfondo neutro (beige/bianco caldo)
 - Flacone JojoOil in primo piano su pietra o marmo
 - Goccia d'olio che riflette la luce
 - Copy sovrapposto in font serif:

“Pura eleganza. Idratazione 100% naturale.”

- Tone of voice: Raffinato, pulito, estetico.
- Target: Donne 30–45, attente a skincare di qualità, eco-consapevoli.

Visual B – Approccio emozionale & realistico

- Concept: JojoOil nella vita reale, al servizio del benessere quotidiano.
- Visual:
 - Una giovane donna applica l'olio sul viso davanti allo specchio, luce naturale

- Texture dell'olio visibile su pelle luminosa
- Copia in sovrapposizione con font sans-serif:

"Pelle sana, capelli luminosi. Tutto con un solo gesto."

- Tone of voice: Caldo, rassicurante, empatico.
- Target: Donne 15–35, skincare lovers, utenti Instagram/TikTok.

Fase Conversion

Obiettivo della campagna

Spingere l'utente all'acquisto diretto di **JojoOil**, sfruttando pubblici caldi e inserzioni orientate alla vendita. L'obiettivo è massimizzare le **conversioni** (evento "Acquisto") sul sito e-commerce tramite Meta Ads Manager.

Call To Action (CTA)

- Pulsante: **"Acquista ora"**
- Testi da testare:
 - "Solo per oggi: 20% di sconto su JojoOil – Idratazione naturale garantita"
 - "La tua nuova routine beauty parte da qui. Ordina JojoOil"
 - "Spedizione gratuita attiva – Offerta valida fino a mezzanotte"

Tipo di inserzione

1. Video verticale breve (6–10 secondi)

- Formato 9:16 per Reels e Stories
- Contenuto: applicazione del prodotto, texture sulla pelle, flacone con evidenza della promozione
- Copy dinamico: "JojoOil. 100% naturale. Acquista ora con il 20% di sconto"

2. Carosello prodotto

- Card 1: "Per pelle secca"
- Card 2: "Capelli nutriti e luminosi"
- Card 3: "100% naturale e vegano"

- Card 4: "20% di sconto attivo ora"
- Ultima card: flacone JojoOil + bottone "Acquista ora"

3. Inserzione testimonial (UGC)

- Video selfie di un'utilizzatrice reale
- Caption esempio: "Lo uso da 10 giorni. La mia pelle è visibilmente più luminosa"

Ottimizzazione del budget

ABO (Ad Set Budget Optimization)

- Utilizzo di budget distinto per ogni ad set per **testare in modo controllato**:
 - diversi pubblici
 - diverse creatività
 - offerte

Dopo la fase di testing, è possibile passare a CBO per scalare i risultati

Fase 2 – Progetta la creatività dell'inserzione centrale

1. Copy principale (max 300 caratteri):

Pelle secca? Capelli spenti? JojoOil è l'olio 100% naturale che nutre in profondità e si prende cura della tua bellezza in un solo gesto. Approfitta ora del 20% di sconto e riscopri la tua pelle ogni giorno.

2. Headline (max 70 caratteri):

Idratazione naturale per viso, corpo e capelli

3. Formato scelto:

Carosello (4 card)

- Card 1: Viso luminoso
- Card 2: Capelli nutriti
- Card 3: Pelle idratata
- Card 4: Offerta -20% + pack prodotto

4. Call-To-Action: Acquista ora con il nostro codice sconto al 20%!

5. Motivazione strategica (max 5 righe):

Il formato carosello permette di mostrare **benefici specifici** del prodotto in modo visivo e diretto, spingendo l'utente a scorrere e interagire. Il copy parla a un target già consapevole, usa leve emotive (cura di sé) ed economiche (sconto). È perfetto per retargeting su utenti caldi, pronte all'acquisto.