

Universal

progetto:

Mare Paola Evelin

Quarta parte



INTRODUZIONE

Universal è la prima applicazione social, che invece di ospitare post personali di utenti comuni, raccoglie annunci di lavoro pubblicati da aziende locali e nazionali in tutta Italia. Gli utenti possono ricevere notifiche in tempo reale sulle nuove opportunità e candidarsi direttamente tramite l'app, che prevede un abbonamento mensile.



spot
pubblicitari



I MIEI OBIETTIVI

- Acquisire nuovi clienti: per poter espandere ancora di più la conoscenza della mia attività tramite il passaparola.
- Migliorare la fidelizzazione: per creare un legame duraturo e unico con i clienti.
- Ottimizzare il budget pubblicitario: per raggiungere il maggior numero possibile di lead.

STRATEGIE DI OTTIMIZAZIONE MIGLIORAMENTO DEL BAR

(*BRAND ADVOCACY RATIO*)

PER MIGLIORARE IL METRO DI MISURAZIONE DEL BAR, CIOÈ PER AUMENTARE IL PASSAPAROLA, REFERRAL E RECENSIONI, METTERÒ IN ATTO LE SEGUENTI STRATEGIE:

MIGLIORAMENTO DELLA LANDING PAGE: NON MI LIMITERÒ A OTTIMIZZARE LO SCRIPT E L'ASPETTO GRAFICO, MA MI IMPEGNERÒ A GARANTIRE UN'ESPERIENZA EFFICIENTE E IMMEDIATA. TRASFORMERÒ IL SITO NON SOLO IN UN SOCIAL DEDICATO AL LAVORO, MA IN UNA VERA E PROPRIA PIATTAFORMA VELOCE E INTUITIVA, CHE PERMETTERÀ A UTENTI DI TUTTE LE ETÀ DI UTILIZZARLA FACILMENTE.

MIGLIORAMENTO DELLE CALL-TO-ACTION: SARANNO CHIARE, NON INVASIVE E PROGETTATE TENENDO CONTO DELLA PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE, AL FINE DI GARANTIRE UN'ESPERIENZA TRANQUILLA E PIACEVOLE.

L'OBIETTIVO SARÀ DI ARRIVARE IN 3 ANNI ALMENO AL: 45% DI BAR



ISCRIVITI QUI



COME RIDURRE IL CPL E IL CAC:

PRECISAZIONE:

- PER CPL SI INTENDE IL COSTO DELL'ACQUISIZIONE DI UN LEAD.
- PER CAC SI INTENDE IL COSTO DI ACQUISIZIONE DI UN CLIENTE PAGANTE.

STRATEGIA:

- MIGLIORERÒ LA LANDING PAGE SIA NELL'ASPETTO VISIVO E SIA NELL'EFFICIENZA DEL SERVIZIO.
- SEGMENTERÒ MEGLIO I GRUPPI DI CLIENTI PER GARANTIRE UNA PERSONALIZZAZIONE DELL'ESPERIENZA UTENTE (TRAMITE AUTOMAZIONI, RETARGETING DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE ECC..).
- METTERÒ IN PRATICA STRATEGIE DI FIDELIZZAZIONE. (SCONTI, OFFERTE, OPPORTUNITÀ ECC...)



COME AUMENTARE IL LTV E IL BAR



LIFETIME VALUE E BRAND ADVOCACY RATIO

PER AUMENTARE QUESTI DUE VALORI MIGLIORERÒ:

- *OFFRIRÒ SCONTI SPECIALI E OPPORTUNITÀ DI LAVORO AI MEMBRI PIÙ VETERANI E FEDELI.*
- *PROGRAMMI DI REFERRAL: INCORAGGERÒ I CLIENTI A REFERIRE AMICI E FAMILIARI DELLA MIA ATTIVITÀ IN CAMBIO DI PREMI O SCONTI.*
- *MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA OPERATIVA: RIDURRÒ I COSTI OPERATIVI E MIGLIORERÒ L'EFFICIENZA DEI PROCESSI AZIENDALI ATTRAVERSO L'ADOZIONE DI NUOVE TECNOLOGIE E LA FORMAZIONE DEL PERSONALE.*
- *MARKETING E VENDITE: INVESTIRÒ IN CAMPAGNE PUBBLICITARIE, SEO E PRESENZA SUI SOCIAL MEDIA PER AUMENTARE LA VISIBILITÀ DELL'ATTIVITÀ E ATTRARRE NUOVI CLIENTI.*
- *ESPANSIONE DEL MERCATO: NEL CASO IN CUI L'ATTIVITÀ ANDRÀ BENE, ESPLORERÒ NUOVE AREE GEOGRAFICHE ESTERE (NON IN ITALIA) PER GARANTIRE UN SERVIZIO UNIVERSALE.*

OFFERTA SPECIALE
SE PORTI DUE AMICI

È
GRATIS
PER UN ANNO
INVECE DI
4€ AL MESE

OFFERTA SPECIALE
50%
DI SCONTO
PER IL PIANO MENSILE.
FINO AL 31/03

~~4€~~ **2€**

COME AUMENTARE IL ROAS E IL MER



RETURN OF ADVERTISING SPEND E MARKETING EFFICIENCY RATIO.

- *EFFETTUERÒ UNA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI PUBBLICITARI, CONCENTRANDOMI SU POCHE CAMPAGNE MIRATE E A UN TARGET PRECISO.*
- *MI IMPEGNERÒ A OTTIMIZZARE GLI ASPETTI CRITICI DEL MIO SITO E DELL'APPLICAZIONE PER MIGLIORARE L'IMPRESSIONE DEGLI UTENTI.*
- *MIGLIORERÒ LA STRATEGIA ORGANICA PER RIDURRE IL COSTO DI INVESTIMENTO IN CAMPAGNE PUBBLICITARIE.*

