

# Modulo 4 - Esercitazione 3

Nicola Telloni

## MODULO 4: ESERCITAZIONE 3



### Social media marketing e strategie di performance funnel, tracciamento Pixel e CAPI per ottimizzare il customer funnel

#### Progetta un TikTok Adv per il tuo brand

**Obiettivo:** allenarti a progettare un video TikTok ad alta probabilità di viralità e conversione, rispettando le regole della piattaforma, parlando il linguaggio nativo degli utenti e con un obiettivo di marketing ben preciso.

#### FASE 1 – Decidi cosa comunichi e a chi

1. Scegli un prodotto, servizio o progetto da promuovere
2. Può essere reale (tuo o di un brand famoso) o inventato
3. Rispondi alle domande:
  - Chi è il pubblico target?
  - Qual è l'obiettivo dell'ad? (awareness / lead / vendita / iscrizione)
  - Quale problema o desiderio stai intercettando?
  - Qual è il gancio che usi nei primi 3 secondi per fermare lo scroll?

**Output:** un breve paragrafo di scenario + tabella con pubblico, obiettivo, trigger emotivo, gancio iniziale

#### FASE 2: Progetta il contenuto e l'interazione

1. Scrivi lo storyboard del video in massimo 5 punti (es. scena iniziale, sviluppo, chiusura)
2. Scegli un formato (parlato, doppiaggio, testo+musica, intervista, dietro le quinte...)
3. Aggiungi una CTA nativa alla piattaforma (es. "scrivilo nei commenti", "vai sul link in bio")
4. Spiega perché pensi che questo contenuto funzionerebbe bene per l'algoritmo (es. watch time alto, effetto sorpresa, imitabilità...)

**Output:** schema con storyboard + spiegazione della strategia

## Fase 1: Decidi cosa comunichi e a chi

**Brand:** OnList

**Servizio:** App che permette di ordinare la spesa su qualsiasi supermercato nel giro di 30 Km e riceverla a casa.

**Scenario:** Hai appena finito di lavorare e sei troppo stanco per passare un'ora al supermercato. Apri l'app OnList e in pochi minuti scegli i tuoi prodotti preferiti, direttamente dal tuo supermercato di fiducia, e li ricevi a casa, anche entro un'ora. Nessuna lista scritta, nessuna coda, nessuna fatica. OnList è il tuo personal shopper digitale per la spesa quotidiana.

## Fase 1: Decidi cosa comunichi e a chi

Elemento	Descrizione
<b>Pubblico target</b>	Giovani adulti (25–40 anni), lavoratori full-time, genitori, studenti fuori sede, abitanti in città medio-grandi
<b>Obiettivo dell’ad</b>	Lead generation (installazione app e primo ordine)
<b>Problema/desiderio</b>	Poco tempo per fare la spesa / desiderio di comodità / evitare stress e traffico
<b>Trigger emotivo</b>	Frustrazione e stanchezza post-lavoro, voglia di risparmiare tempo per sé stessi
<b>Gancio iniziale (3 sec)</b>	“Stanco di perdere tempo al supermercato dopo il lavoro?”

## Fase 2: Progetta il contenuto e l'interazione

### STORYBOARD:

#### Scena iniziale

Close-up su una persona visibilmente stanca, in giacca da lavoro, seduta sul divano, guarda l'orologio e sospira.

Testo on screen: *"Ore 19:00. Supermercato? No, grazie."*

#### Problema

La persona immagina una fila lunga al supermercato, spesa pesante da trasportare, caos.

Effetto visivo: suoni confusi e fastidiosi, luce grigia.

#### Soluzione

Inquadratura cambia: la persona apre lo smartphone, clicca sull'app OnList e seleziona il supermercato preferito.

Animazione rapida della lista e conferma dell'ordine.

#### Beneficio immediato

Suona il campanello, la spesa arriva a casa.

L'utente sorride e torna sul divano, rilassato.

Testo: *"Zero stress. Spesa fatta."*

#### Chiusura + CTA

Logo OnList e CTA in sovrapposizione: *"Provala ora. Scrivi 'ONLIST' nei commenti per il tuo primo ordine con sconto."*

## Fase 2: Progetta il contenuto e l'interazione

### FORMATO SCELTO:

- **Parlato + testo on screen + musica di tendenza TikTok**
- Linguaggio diretto e semplice, tono amichevole
- Musica upbeat e riconoscibile con un drop in corrispondenza della "svolta" (apertura app → arrivo spesa)

### CTA NATIVA DELLA PIATTAFORMA:

**"Scrivilo nei commenti" (per attivare engagement)**

**"Link in bio per scaricare l'app"**

**"Tagga un amico che fa sempre tardi per la spesa"**

## Fase 2: Progetta il contenuto e l'interazione

### PERCHE' FUNZIONA BENE PER L'ALGORITMO TIKTOK:

- **Watch time alto:** narrativa veloce e con svolta chiara dopo i primi 3 secondi
- **Effetto sorpresa:** passaggio dallo stress alla comodità è visivamente netto
- **Imitabilità:** format replicabile da altri creator (es. "la mia routine con OnList", "prima/dopo OnList")
- **Emozione riconoscibile:** molti si identificano nello stress post-lavoro → alta probabilità di commenti/condivisioni