

# Modulo 4 - Esercitazione 5

Nicola Telloni

## MODULO 4: ESERCITAZIONE 5



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

#### Costruisci una campagna Meta full-funnel

**Obiettivo:** Allenarti a costruire una campagna Meta strutturata su più livelli, dal target all'inserzione, passando per obiettivi e posizionamenti.

##### FASE 1 - Mappa il tuo funnel e costruisci la struttura della campagna

Scegli un prodotto o servizio da promuovere (reale o inventato) e costruisci la campagna articolandola su tre obiettivi funnel:

1. Fase Awareness
  - Obiettivo della campagna:
  - Target scelto
  - Posizionamenti
  - Tipo di contenuto previsto (video, carosello, immagine, etc)
2. Fase Consideration
  - Obiettivo
  - Target
  - Offerta? Incentivo?
  - A/B test previsti? (es. copy, visual, pubblico)
3. Fase Conversion
  - Obiettivo
  - CTA
  - Tipo di inserzione
  - Ottimizzazione del budget (CBO o ABO?)

**Output:** Una scheda riepilogativa in tabella o lista (può essere scritta o visualizzata a blocchi)

##### FASE 2: Progetta la creatività dell'inserzione centrale

Scegli una delle fasi (idealmente "Consideration" o "Conversion") e progetta un'inserzione.

1. Scrivi il copy principale dell'ad (max 300 caratteri)
2. Headline dell'inserzione (max 70 caratteri)
3. Scegli il formato (es. carosello, reel, immagine singola)
4. Indica la Call-To-Action (es. Acquista ora / Scopri di più / Registrati / Contattaci)
5. Spiega brevemente perché questa creatività dovrebbe funzionare con quel target

**Output:** Testo inserzione + motivazione strategica (max 5 righe)

## Fase 1: Mappa il tuo funnel e costruisci l'obiettivo della campagna

Funnel Step	Obiettivo della Campagna / CTA	Target scelto	Posizionamenti / Tipo contenuto	Offerta / Test A/B / Budget
<b>Awareness</b>	Generare notorietà per il brand OnList	Persone 25-55 anni, urbane, lavoratori e famiglie. Interesse per risparmio tempo, delivery, supermercati.	Facebook Feed, Instagram Stories, Reel; contenuto video dinamico (30 sec) che mostra come funziona l'app	-
<b>Consideration</b>	Incrementare il traffico all'app / sito e download	Retargeting degli utenti che hanno visto il 75% del video; utenti simili (lookalike)	Instagram Reel e carosello; copy con focus sui vantaggi (velocità, scelta del supermercato, raggio 30 km)	Incentivo: sconto del 10% sul primo ordineA/B test: copy con e senza testimonial reale
<b>Conversion</b>	Spingere all'iscrizione/app download e primo ordine	Utenti che hanno cliccato nella fase precedente ma non hanno convertito	Inserzione singola (immagine chiara dell'app + valore del primo ordine gratuito)	CTA: "Scarica l'app e ricevi il primo ordine gratis"Budget: ABO (ottimizzazione per gruppi di inserzioni)

## Fase 2: Progetta la creatività della inserzione centrale

### 1. Copy principale:

Vuoi evitare lo stress del supermercato? Con OnList ricevi la spesa direttamente a casa dal tuo supermercato di fiducia, entro 30 km. Scegli, ordina e rilassati. Prova il servizio con il 10% di sconto sul tuo primo ordine!

### 2. Headline:

La spesa a casa dal tuo super preferito. Facile, veloce, OnList.

### 3. Formato scelto:

Carosello (con immagini di: 1. App, 2. scelta del supermercato, 3. spesa consegnata a casa)

### 4. Call-To-Action (CTA):

- Scopri di più

### 5. Motivazione strategica:

La creatività punta su semplicità e vantaggio immediato (consegna rapida e sconto), elementi chiave per un target urbano che cerca soluzioni smart. Il carosello visualizza il percorso utente: scelta, ordine, consegna, aiutando a immaginare l'esperienza d'uso. La CTA "Scopri di più" guida al sito/app senza pressione.