

# Modulo 4 - Esercitazione 7

Nicola Telloni

## MODULO 4: ESERCITAZIONE 7



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

**Obiettivo:** Allenarti a pensare in termini di dati, progettando un funnel tracciabile che connetta le azioni sul sito alle campagne pubblicitarie su Meta.

#### FASE 1 – Progetta il funnel e i segnali da tracciare

1. Scegli un sito (reale o ipotetico), ad esempio:
  - Un e-commerce di cosmetici naturali
  - Un sito di prenotazione per consulenze
  - Un portale formativo con video corsi
2. Definisci 3 azioni chiave che un utente potrebbe compiere nel sito e che vale la pena tracciare per migliorare il funnel di conversione:
  - Es: visita pagina prodotto, aggiunta al carrello, click su "Contattaci"
3. Per ciascuna azione, indica:
  - Quale tipo di evento useresti: standard o personalizzato?
  - Dove lo collocheresti (pagina o interazione)?
  - A quale fase del funnel appartiene? (awareness / consideration / conversion)

**Output:** Una tabella con 3 righe: azione → tipo evento → posizione  
→ funnel stage

#### FASE 2 – Collega gli eventi a campagne pubblicitarie

Ora per ognuno dei 3 eventi:

1. Spiega come lo useresti per attivare una campagna su Meta, indicando:
  - Tipo di pubblico da costruire (retargeting, lookalike...).
  - Obiettivo della campagna
  - Creatività potenziale per quell'audience
2. Aggiungi una riflessione:
  - Il tracciamento che hai progettato è GDPR compliant?
  - Cosa potresti perdere senza il consenso ai cookie?
  - In quali casi passeresti a CAPI?

**Output:** Breve descrizione strategica + riflessione finale tecnica  
(max 10 righe)

## Fase 1: Progetta il funnel e i segnali da tracciare

Azione utente	Tipo evento	Posizione	Funnel Stage
1. Visita la pagina "Servizi"	Evento standard: ViewContent	Pagina "Servizi"	Awareness
2. Clicca sul pulsante "Prenota una consulenza"	Evento personalizzato: ClickPrenotazione	Interazione sul bottone	Consideration
3. Completa il form di prenotazione	Evento standard: Lead	Pagina di conferma/form completato	Conversion

## Fase 2: Collega gli eventi a campagne pubblicitarie

**Tipo evento:** Standard **ViewContent**

**Funnel stage:** Awareness

### Campagna collegata:

- **Pubblico:** lookalike di chi ha visitato “Servizi” negli ultimi 30 giorni + pubblico freddo interessato alla nicchia (es. benessere mentale, diritto familiare).
- **Obiettivo della campagna:** traffico o visualizzazioni di contenuti.
- **Creatività potenziale:** carosello con i vantaggi delle consulenze, testimonial reali, claim tipo “Scopri i nostri servizi per il tuo benessere”.

**Tipo evento:** Personalizzato **ClickPrenotazione**

**Funnel stage:** Consideration

### Campagna collegata:

- **Pubblico:** retargeting di utenti che hanno cliccato su “Prenota” ma non hanno completato la prenotazione.
- **Obiettivo della campagna:** conversione.
- **Creatività potenziale:** reminder con messaggio empatico: “Hai bisogno di una consulenza? Il tuo esperto ti aspetta”. Inserire urgenza o incentivo (es. prima consulenza gratuita).

## Fase 2: Collega gli eventi a campagne pubblicitarie

**Tipo evento:** Standard **Lead**

**Funnel stage:** **Conversion**

### **Campagna collegata:**

- **Pubblico:** creazione di un pubblico personalizzato di “Lead” e relativo lookalike.
- **Obiettivo della campagna:** generazione contatti simili ai lead già acquisiti.
- **Creatività potenziale:** storytelling su casi risolti o vantaggi delle consulenze, con CTA esplicita “Prenota ora”.

### **Il tracciamento è GDPR compliant?**

Sì, a condizione che il sito abbia un cookie banner conforme con raccolta del consenso preventivo per i cookie di marketing e il tracciamento eventi.

### **Cosa si perderebbe senza il consenso ai cookie?**

L'utente non verrebbe tracciato via Pixel; questo compromette il retargeting e le audience personalizzate, soprattutto nella fase di consideration.

### **Quando passare a CAPI (Conversion API)?**

In caso di mancato consenso ai cookie o browser che bloccano il Pixel, CAPI è fondamentale per recuperare eventi lato server e migliorare l'attribuzione delle conversioni, specialmente nelle fasi più avanzate del funnel.