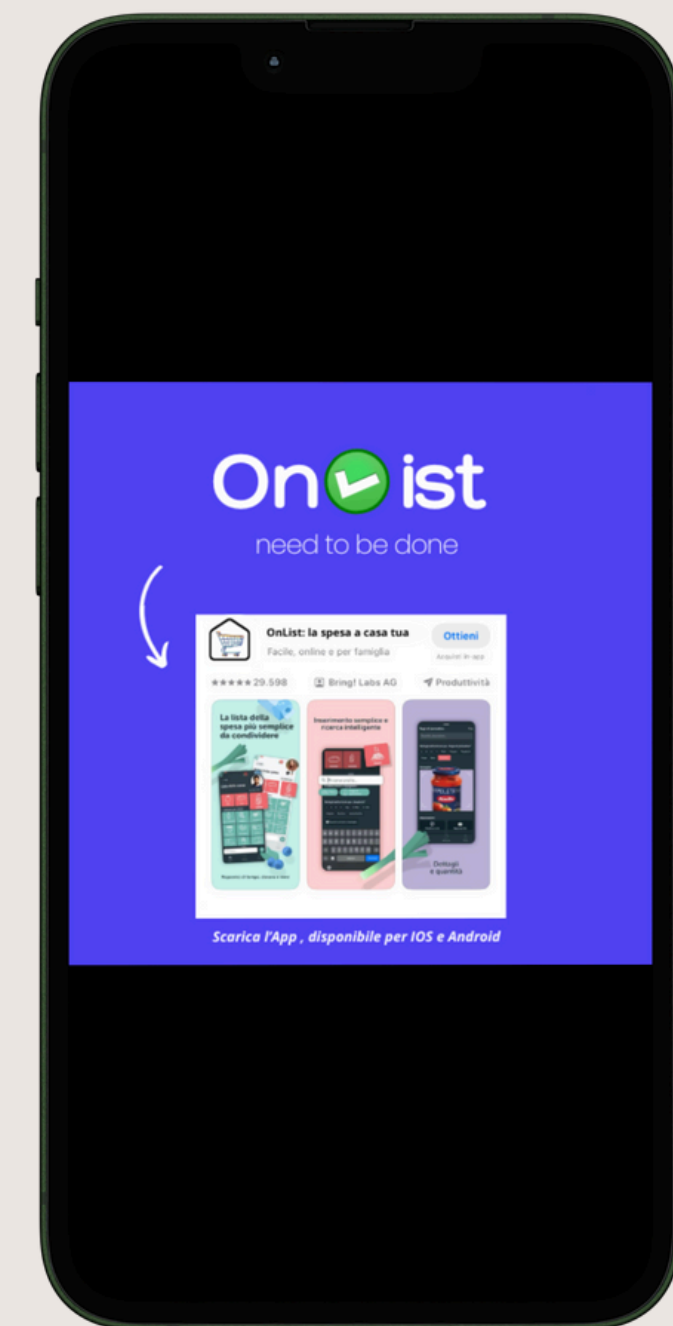




COSTRUISCI LA TUA MACCHINA EDITORIALE & PUBBLICITARIA



MODULO 4 - ESERCITAZIONE FINALE

PRESENTATO DA:
Nicola Telloni



Costruisci la tua macchina editoriale & pubblicitaria

Obiettivo dell'esercizio

Allenarti a progettare un PED e una strategia ADV Meta/LinkedIn completa e coerente, con contenuti, obiettivi e KPI integrati.

FASE 1: Costruisci il tuo PED tridimensionale

Scegli un brand reale o fittizio (es. corso online, ecommerce, agenzia viaggi, cosmetici, etc).

Compila questa tabella:

Fase Funnel	Pillar narrativo	Formato	Piattaforma	Obiettivo contenuto
Awareness	(es. Lifestyle)	(es. Reel 30s)	Instagram	Aumentare reach
Consider.	(es. Testimonianze)	(es. Carousel)	LinkedIn	Ottenere interazioni
Conversion	(es. Prodotto/Servizio)	(es. Video DPA)	Meta Ads	Generare lead o vendite

Output: Una tabella che mostra la mappa di contenuti in funzione del funnel.



Costruisci la tua macchina editoriale & pubblicitaria

Obiettivo dell'esercizio

Allenarti a progettare un PED e una strategia ADV Meta/LinkedIn completa e coerente, con contenuti, obiettivi e KPI integrati.

FASE 2 – Progetta una campagna ADV + tracciamento

Ora scegli una fase del funnel e completa questa scheda strategica:

1. Obiettivo campagna (es. traffico, conversioni, lead)
2. Target (es. lookalike, retargeting, interessi)
3. Formato e messaggio chiave
4. Tipo di tracciamento: pixel, CAPI, UTM?
5. KPI principali da monitorare (es. CPM, ROAS, conversion rate)
6. Piano di retargeting post-campagna (chi e con cosa?)

Output: Un blocco testuale strategico di max 10 righe + una mini-tabella con KPI.



BRAND



Ho deciso di applicare l'esercitazione finale sul Brand creato e pensato nei precedenti moduli.

OnList è Il servizio tramite App o Pc che ti permette di ordinare la tua spesa in 10 minuti e che garantisce anche la consegna in 1-2 ore dall'ordine. Il servizio viene erogato da Buyer-driver certificati Onlist che coprono un raggio di 30 km dalla tua localizzazione. Tramite OnList infatti puoi decidere in quale Supermercato scegliere la tua spesa nel raggio di localizzazione impostato. L'app non solo offre il catalogo aggiornato dei prodotti dei supermercati trovati nelle tue vicinanze, ma offre una visualizzazione semplice e intuitiva, grazie a filtri in base a marche, prezzi, date scadenza e offerte.

L'esigenza del target di riferimento è quella di spendere il meno tempo possibile per un'attività necessaria come la spesa, che risulta a volte stressante e perditempo, soprattutto nelle grandi città. Avere accesso alla possibilità di usufruire di un servizio completo e rapido che faccia risparmiare tempo. Dedicare del tempo che le persone potrebbero spendere per attività più piacevoli.

PIANO EDITORIALE DIGITALE

<i>Fase Funnel</i>	<i>Pillar narrativo</i>	<i>Formato</i>	<i>Piattaforma</i>	<i>Obiettivo contenuto</i>
Awareness	Vita quotidiana, risparmio tempo	Reel 30"	Instagram	Aumentare notorietà del brand
Consideration	Feedback utenti, funzionalità app	Carousel + Stories	Facebook	Ottenere interazioni e salvataggi
Conversion	Promo attiva + reminder delivery	Video breve 15" + DPA	Meta Ads	Generare installazioni e ordini

ANALISI

- Ho scelto Instagram per l'awareness perché è utile per arrivare a un pubblico giovane e urbano. Il formato Reel da 30" può mostrare situazioni tipo: "torni tardi e non hai tempo di fare la spesa".
- Nella fase consideration uso Facebook perché ho visto che è più efficace per contenuti "spiegati", tipo caroselli o testimonianze (es. "Con OnList risparmio 3h a settimana").
- Per la conversion ho scelto Meta Ads con formati più orientati alla performance. Il video breve mostra l'app in azione + CTA chiara, mentre il DPA (Product Catalog) può mostrare offerte dai supermercati collegati.

CAMPAGNA ADV E TRACCIAMENTO

Campagna ADV OnList – Fase Consideration (Prenotazione primo ordine)

1. **Obiettivo campagna:** Aumentare le prenotazioni del primo ordine attraverso il sito web (conversioni).
2. **Target:** Pubblico Lookalike basato su utenti che hanno già completato un ordine + segmenti di interesse (lavoratori full time, genitori, chi segue pagine di cucina o spesa online, nuove generazioni).
3. **Formato e messaggio chiave:** Formato video verticale 15s per Meta e Reel con una CTA diretta: “Prenota ora la tua spesa, consegna gratuita in 24h!”. Messaggio semplice, centrato sulla comodità e rapidità.
4. **Tipo di tracciamento:** Tracciamento tramite pixel Meta installato sul sito, con eventi personalizzati su click CTA e completamento prenotazione.
5. **KPI principali da monitorare:** CPM: per controllare il costo di esposizione, Conversion Rate (prenotazioni/sito), ROAS: per valutare l’efficacia del budget investito
6. **Piano di retargeting post-campagna:** Utenti che hanno visitato il sito ma non hanno completato la prenotazione → campagna retargeting con incentivo sconto -15% per primo ordine.

ANALISI

Misurazione delle
Performance

KPI	Obiettivo
CPM	< €5
Conversion Rate	> 3%
ROAS	≥ 2.5