



CERERE

LA FARINA AMATA DAGLI DEI

LA STORIA DI CERERE

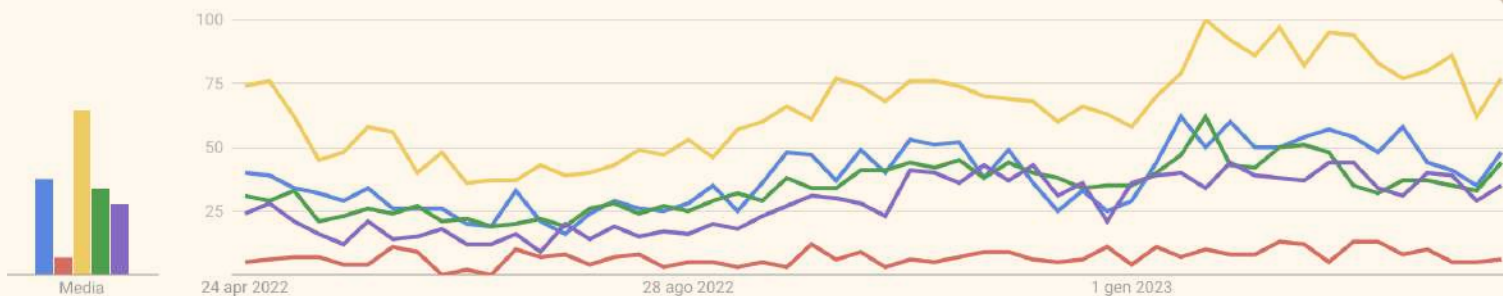
Dal 1970 il mulino Cerere tramanda una delle più antiche tradizioni dell'uomo: la produzione della farina. Cominciando dalla semina del grano, passando per la mietitura e arrivando all'ultima fase del processo, la macinatura, la famiglia dietro l'azienda si prende da sempre cura del suo prodotto, con amore e dedizione.

Questi sono gli ingredienti segreti dietro una delle farine più amate dai professionisti ma anche da chi non disdegna, una volta tanto, di mettere le mani in pasta per riempire la propria casa del profumo del pane come era fatto una volta.

Il nome Cerere non è stato scelto a caso: la dea dell'antichità che consentiva al grano di crescere era venerata da tutti, specialmente da coloro che vivevano grazie ai prodotti della terra. Con la stessa identica devozione l'azienda continua, anno dopo anno, a portare sulla tavola di tutti una farina da molti definita magica.

ANALISI DI MERCATO

Negli ultimi anni la vendita di farine è aumentata notevolmente, soprattutto durante la pandemia. Utilizzando il tool Google Trend sono state messe a confronto alcune keyword per capire qual'è la tipologia di farina più richiesta in Italia. Di seguito alcuni dati rilevati dall'analisi.



● farina integrale ● farina di frumento ● farina di riso ● farina di mais
● farina manitoba



Ordina: Interesse per farina integrale ▼

1 Valle d'Aosta



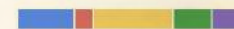
2 Umbria



3 Sicilia



4 Sardegna



5 Basilicata



Secondo i dati di Google Trend la farina di riso è la più venduta in Italia, seguita da quella integrale. Questo potrebbe essere dovuto al fatto che la farina di riso è gluten-free e quindi adatta per coloro che seguono una dieta senza glutine, mentre la farina integrale è spesso preferita da coloro che cercano di aumentare l'apporto di fibre nella propria dieta. La farina di frumento è attualmente la tipologia meno venduta in Italia. Questo potrebbe essere dovuto a diversi fattori, come ad esempio la crescente attenzione nei confronti di diete a basso contenuto di carboidrati e la preferenza per farine alternative come quella di farro, di segale o la farina di mais.

ANALISI DI MERCATO

CANALI SOCIAL

Per promuovere Cerere attraverso una solida strategia di marketing, si prevede di avviare una campagna di brand awareness sui social media. L'obiettivo principale sarà quello di far conoscere il brand, focalizzandosi sulla sua unicità e sulla qualità dei prodotti, che rappresentano i tratti distintivi del marchio.

Il target di riferimento è rappresentato dagli appassionati di cucina che amano creare pane, dolci, pasta fatta in casa e altri piatti. Questi potenziali clienti potrebbero apprezzare l'alta qualità della farina Cerere.

Per raggiungere questo target, si utilizzeranno principalmente Instagram e Facebook. Il linguaggio utilizzato sarà coinvolgente e si cercherà di affrontare argomenti di interesse per il pubblico di riferimento, mantenendo un tono leggero e divertente.



AZIENDALE

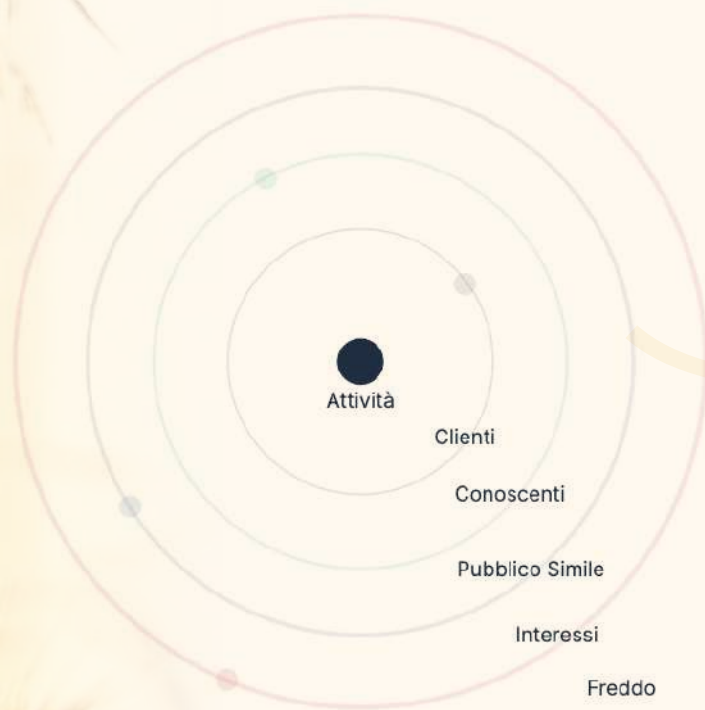
L'obiettivo aziendale è quello di aumentare la consapevolezza del marchio Cerere presso il pubblico, rendendo il brand ben riconoscibile.

MARKETING

L'obiettivo di marketing dell'azienda Cerere è quello di catturare l'attenzione del proprio pubblico target, avvicinando il marchio ai potenziali clienti. Per raggiungere questo obiettivo, l'azienda punterà sulla creazione di contenuti facilmente condivisibili, individuando un tema di interesse per il pubblico.

ALGORITMO

Per conseguire gli obiettivi stabiliti, l'azienda prevede di elaborare una strategia di marketing completa che includa l'utilizzo di diversi canali social. L'obiettivo è quello di raggiungere il pubblico target attraverso una presenza online strategica e coinvolgente sulle piattaforme di Facebook e di Instagram. La strategia di marketing sarà mirata a creare un'identità digitale forte e coerente che possa aumentare la visibilità dell'azienda e migliorare l'interazione con il target di riferimento.



Ecco le diverse categorie di pubblico che si vogliono raggiungere attraverso la campagna:

- Clienti: coloro che già acquistano i prodotti di Cerere e che potrebbero aumentare il numero di interazione visibili e invisibili del brand.
- Conoscenti: tutti coloro che seguono il brand sui social o hanno visitato il sito e che, grazie ai contenuti di Cerere, potrebbero essere invogliati ad acquistare i loro prodotti.
- Pubblico simile: ovvero coloro che vengono riconosciuti dall'algoritmo come simili ai pubblici precedenti e quindi potrebbero essere dei potenziali clienti dell'azienda.
- Interessi: tutte quelle persone che, pur non conoscendo direttamente il brand potrebbero esserne interessate in quanto condividono gli stessi interessi delle categorie di pubblico precedente.
- Freddo: utenti che non hanno ancora familiarità con Cerere. Per coinvolgere questa categoria di pubblico si prevede la creazione di contenuti di valore e attrattivi in modo da convertirli in potenziali clienti.

ORBITE DI PUBBLICO

COMPETITOR



Molino Colombo
Sponsorizzato

Alto, soffice e fragrante, perfetto come base di torte farcite o da gustare anche solo così, in semplicità. Se per te riuscire a fare un pan di Spagna super morbido è una vera sfida, segui i consigli del nostro Maestro di Farine Sal De Riso. 🍰 🍳

Guarda il video. 📺 🍳 🍰



WWW.MOLINOCOLOMBO.IT
Pan di Spagna di Sal De Riso

Acquista ora



Molino Colombo
Sponsorizzato

Hai mai visitato il nostro Molino di persona? Vieni a trovarci e vedrai dove e come nasce la farina del tuo panificio di fiducia.

Il prossimo 20 maggio, ti aspettiamo per l'edizione 2023 di "Molini a porte aperte", un tour guidato per conoscere da vicino quell'arte bianca che portiamo avanti da più di un secolo sempre nel rispetto della tradizione...



MOLINOCOLOMBO.IT

Giornata Molini a Porte Aperte - Molino Colombo
Torna la giornata di Molini a Porte Aperte durante la quale sarà possibile visitare il primo molino azionato...

Prenota subi...

Per sviluppare una solida strategia di marketing è essenziale comprendere la strategia dei competitor del proprio brand. Molino Colombo, uno dei principali concorrenti di Cerere, è un'azienda storica che si occupa della vendita di farine.

Dopo aver esaminato la presenza di Molino Colombo su Facebook attraverso Ad Library, è stato notato che l'azienda condivide contenuti con l'obiettivo di aumentare la conoscenza del marchio tra gli utenti e di coinvolgerli, tramite la produzione di video-ricette realizzati in collaborazione con esperti pasticceri. Tale approccio è finalizzato a raggiungere un pubblico interessato alla preparazione di dolci, che potrebbe essere attratto all'acquisto della farina di alta qualità proposta da Molino Colombo. Inoltre, alcune inserzioni mirano a far conoscere la tradizione dell'azienda, proponendo visite guidate esclusive presso la loro sede, al fine di attirare il maggior numero di persone.



MOLINO COLOMBO

FASE PROSPECTING

Nella fase prospecting si punterà a promuovere il brand attraverso contenuti informativi che siano in grado di attirare l'attenzione del pubblico e invogliarlo a scoprire ulteriori dettagli. Per raggiungere tale scopo, verranno utilizzati immagini e testi accattivanti. Ad esempio, i contenuti potrebbero includere: curiosità sulla storia di Cerere, la dea dell'agricoltura sulla cui figura si basa l'azienda; una guida gratuita su come scegliere la farina più adatta per i diversi impasti e, infine, consigli sulla conservazione delle stessa.

FASE RETARGETING

Durante la fase di retargeting verranno presentati contenuti mirati per attirare gli utenti e spingerli a compiere un'azione specifica. Ad esempio, si potrebbero creare contenuti promozionali che mostrano offerte speciali o storie di clienti soddisfatti che hanno già acquistato le farine dell'azienda e ne hanno tratto notevoli vantaggi.

PROSPECTING

RETARGETING

AWARENESS

ATTRACTION

FAVORABILITY

FASE PROSPECTING

come conservare la farina

Ricerche mensili: 14.800 | CPC medio: €0,46

Le ricerche online relative alla conservazione della farina sono molto frequenti, il che suggerisce che molte persone cercano informazioni su questo argomento. Proporre questo tipo di contenuto informativo sui social media potrebbe rivelarsi interessante e attraente per il pubblico interessato.



FASE RETARGETING

Copy da inserire sotto l'immagine seguita da una call to action che rimanda alla scheda prodotto.

"Vuoi rimanere anche tu a bocca aperta? Approfitta ora della promo speciale e acquista la nostra Box Deluxe a un prezzo incredibilmente conveniente. Con uno sconto del 50%, avrai a disposizione diverse varietà di farine e molto altro ancora... Scopri di più!"

FUNNEL

La fase iniziale del funnel è quella della notorietà, la cui finalità principale consiste nell'attrarre l'attenzione del pubblico e nel favorire l'aumento della consapevolezza del marchio o del prodotto.

La fase di considerazione rappresenta una tappa fondamentale del funnel, durante la quale un potenziale cliente comincia ad analizzare le proprie esigenze e a cercare eventuali soluzioni per soddisfarle.

Durante la fase di conversione, i potenziali clienti manifestano un interesse più tangibile per il prodotto o servizio offerto dall'azienda. L'obiettivo primario dell'azienda in questa fase è quello di persuadere il potenziale cliente a compiere l'azione d'acquisto.



NOTORIETA'

CONSIDERAZIONE

CONVERSIONE

Si attiveranno 3 campagne:

CAMPAGNA NOTORIETA': L'obiettivo sarà quello di aumentare la visibilità del marchio tramite la creazione di post in collaborazione con food blogger e influencer per pubblicizzare le farine dell'azienda, offrendo loro alcuni prodotti gratuiti. In questa fase, verranno anche creati dei caroselli contenenti alcune recensioni di clienti soddisfatti.

CAMPAGNA CONSIDERAZIONE: Una volta che la consapevolezza del marchio è stata creata, è cruciale mantenere l'attenzione dei potenziali clienti e spingerli ad approfondire la loro conoscenza di Cerere. A questo scopo, si pianificheranno dei video tutorial realizzati in collaborazione con rinomati pizzaioli o pasticceri, che illustreranno la preparazione di prodotti da forno e dolci, mostrando il loro ingrediente segreto (la farina di Cerere). Un'altra inserzione sarà dedicata alla promozione della qualità delle farine dell'azienda, mostrando la lavorazione delle stesse, il controllo qualità, i certificati di provenienza, ecc.

CAMPAGNA CONVERSIONE: Una volta generato interesse verso il brand, è importante accompagnare i potenziali clienti nella fase di acquisto. Per fare ciò, si creeranno delle inserzioni che mostrano delle promozioni esclusive o sconti in cambio dell'iscrizione alla newsletter. Oppure, post coinvolgenti raffiguranti prodotti da forno particolarmente prelibati invitando gli utenti ad acquistare i prodotti del brand tramite il sito web o presso i punti vendita fisici.

INSERZIONI



FORMATO: Carosello

COPY

"Siamo lieti di condividere alcune delle recensioni più belle dei nostri clienti soddisfatti! Continueremo ad impegnarci a fornire prodotti e servizi di alta qualità per garantire la vostra soddisfazione. Grazie ancora per la vostra fiducia e per aver scelto la nostra azienda."



CAMPAGNA NOTORIETA'

INSERZIONI

FORMATO: Reel



COPY

"Oggi avremo il privilegio di imparare a creare la famosa torta soffice e cremosa di Damiano Carrara!

Scrivete nei commenti qual'è secondo voi l'ingrediente segreto che ha reso la sua torta così speciale e fateci sapere se la proverete anche voi. Non vediamo l'ora di leggere le vostre risposte e scoprire quali meraviglie culinarie riuscirete a creare seguendo i preziosi consigli di Damiano."

COPY

"Se siete alla ricerca dei segreti per creare la pizza napoletana perfetta, non potete perdervi questo video di Vincenzo Capuano! In questo tutorial, il campione mondiale di pizza ci svelerà tutti i segreti della sua pizza contemporanea, dal mix di farine all'impasto perfetto, fino alla cottura in forno a legna. Scrivete nei commenti cosa ne pensate e fateci sapere se proverete a replicare la sua deliziosa ricetta!"



CAMPAGNA CONSIDERAZIONE

INSERZIONI



COPY

"Iscriviti alla nostra newsletter per ricevere il tuo codice sconto del 20% e scoprire tutte le deliziose farine che abbiamo da offrire. Non te ne pentirai!"

COPY

"Siamo entusiasti di offrirti una promozione esclusiva che non puoi perdere: uno sconto del 50% su tutte le nostre box. L'offerta sarà valida solo fino al 5 maggio, perciò affrettati ad acquistare la tua box!"



CAMPAGNA CONVERSIONE

Le persone che cercano "farine" su motori di ricerca potrebbero avere due obiettivi principali: scoprire le diverse tipologie di farina disponibili oppure cercare ricette che utilizzano la farina come ingrediente principale, come ad esempio pane, pizza o dolci. Inoltre, potrebbero anche essere interessate all'acquisto di farina di alta qualità, e quindi cercare informazioni sulla provenienza, la lavorazione e la conservazione delle farine disponibili sul mercato.

Per soddisfare queste esigenze, è importante che l'azienda Cerere sia presente in tutte le fasi della ricerca dei consumatori, sia attraverso articoli informativi sul proprio blog che attraverso la promozione dei propri prodotti durante le ricerche transazionali. In questo modo, Cerere potrà attrarre i clienti interessati a scoprire le diverse tipologie di farina e quelli che vogliono acquistarle, sia nei negozi fisici che online, offrendo loro prodotti di alta qualità.

POSSIBILI DOMANDE

Quali sono i diversi tipi di farina disponibili sul mercato?

Quali sono le differenze tra farina bianca, integrale, di grano duro, di farro, di mais, di riso, ecc.?

Quali sono le proprietà nutrizionali delle diverse tipologie di farina?

Quali sono le farine italiane migliori per la preparazione di pane, pizza, pasta fresca, dolci, ecc.?

Come scegliere la farina giusta per la propria dieta o per le proprie esigenze alimentari?

Quali sono le marche di farina più affidabili e di alta qualità?

Quali sono le certificazioni o i criteri di qualità da cercare sulla confezione della farina?

Come conservare le farine per mantenere la loro freschezza e qualità?

Quali sono le aziende che vendono farine pregiate?

Cosa dicono i clienti che hanno già acquistato?

All'interno del sito si strutturerà un blog per migliorarne il posizionamento in termini di SEO. Le keyword individuate per gli articoli sono le seguenti:

- Farine per pane
- Farine biologiche
- Farine senza glutine
- Farine per dolci
- Farine per pizza
- Farine per pasta fresca
- Farine per polenta
- Farine integrali
- Farine speciali per pasticceria
- Farine di riso
- Produttori di farine
- Farine di qualità
- Migliori farine italiane
- Farine naturali
- Farine artigianali

Di seguito alcuni esempi di titoli per gli articoli:

- "Farine per pane: come scegliere quella giusta per la tua ricetta".
- "6 motivi per scegliere le farine di grani antichi: scopri cosa sono e i loro benefici"
- "Farina integrale vs farina raffinata: quale scegliere per una dieta equilibrata".



Attraverso l'utilizzo dello strumento Ubersuggest è stato effettuato uno studio al fine di identificare le parole chiave transazionali che presentano un adeguato rapporto tra il volume di ricerca e il costo per clic.

Pertanto, si prevede di utilizzare tali parole chiave per la creazione degli annunci su Google Ads.

- Vendita farine online vol. 140 cpc medio € 0,44 euro
- Farine grani antichi vendita online vol. 70 cpc medio € 0,29
- Farina integrale vol. 4.400 cpc medio € 0,24
- Farina Manitoba vol. 12.100 cpc medio € 0,20
- Farina di mais vol. 8.100 cpc medio € 0,20
- Acquisto farine online vol. 110 cpc medio € 0,29
- Offerte farine vol. 90 cpc medio € 0,19

CAMPAGNA

Parole chiave				Annunci			
Riepilogo del rendimento delle parole chiave				Gruppo di annunci 1			
	Costo	Clic	CTR	Vendita farine online Farina di mais Farina Manitoba			
● Farina integrale	0,00 €	0	0,00%	[Annuncio] www.latimpatempoenatura.it			
● Farina Manitoba	0,00 €	0	0,00%	Farine di alta qualità, ottenute dalle migliori materie prime della terra. Acquista ora. Spedizione gratuita sopra 29 euro e servizio clienti veloce ed efficiente.			
● Farina di mais	0,00 €	0	0,00%				
● Acquisto farine online	0,00 €	0	0,00%				
● Farine grani antichi vendita online	0,00 €	0	0,00%				
Parole chiave Parole chiave escluse < 1 / 2 >				Annuncio Impressioni Clic CTR			

OBIETTIVO: Attrarre potenziali clienti interessati all'acquisto di farine.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

PROGETTO - ROBERTA VACCARO

