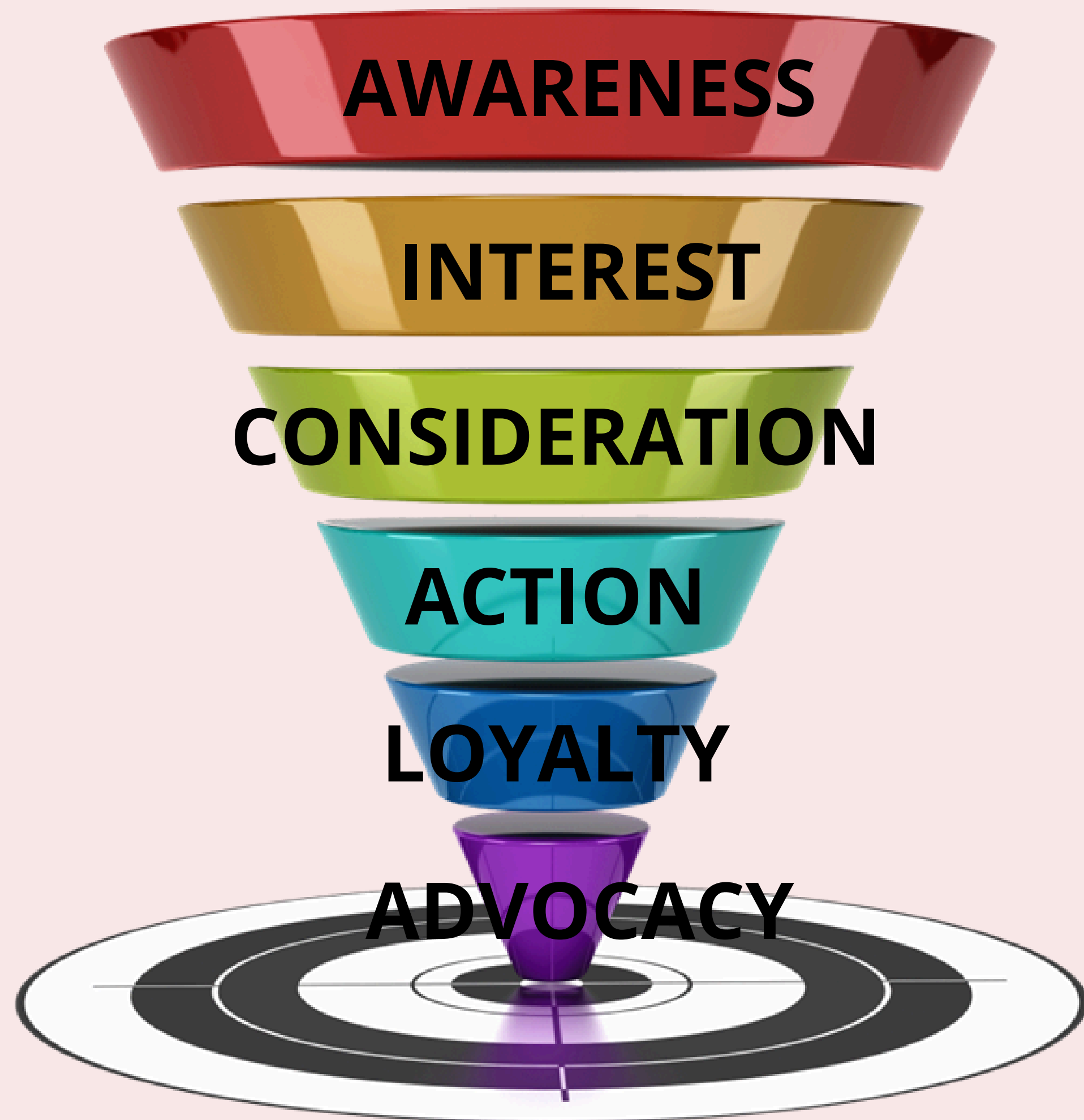


FUNNEL DI MARKETING



AWARENESS

In questa fase del funnel, per far conoscere il brand, opterei per una strategia di contenuti sui social media basata per lo più su reel dimostrativi dei trattamenti estetici proposti evidenziando i benefici di questi ultimi.

Investirei in adv su questi contenuti con una CTA chiara come ad esempio PRENOTA ORA IL TUO PRIMO APPUNTAMENTO CON UN % DI SCONTO

INTEREST

In questa fase, agirei sul retargeting con contenuti sui social, ma opterei più per contenuti educativi come ad esempio come mantenere pulite le extension ciglia dopo il trattamento

CONSIDERATION

Per influenzare la decisione finale dell'utente in questa fase proporrei ,sempre tramite contenuti social, testimonianze dei clienti, video trattamento prima/dopo

ACTION

Per un miglior accompagnamento all'acquisto nei reel sponsorizzati inviterei l'utente a prenotare il proprio trattamento con una CTA chiara con sconti a tempo limitato per chi prenota subito, facilità nel prenotare tramite calendly (o app simili), invio mail di conferma prenotazione

LOYALTY

Qualche giorno prima dell' appuntamento invierei mail di reminder e un piccolo vademecum di come presentarsi il giorno del trattamento (senza trucco ecc) , un elenco del tipo di extension ciglia per far sì che la cliente si presenti con le idee già chiare su cosa vuole (anche se in realtà quasi tutte già lo sanno, è un modo per poter interagire e legare con loro)

Attivazione della fidelity card , ogni tot di trattamenti si riceve uno sconto

ADVOCACY

Richiedere condivisione sui social del trattamento effettuato

Punto su fidelity card

Presenta un'amica per un ulteriore sconto

Assistenza su qualsiasi tipo di problema relativo ai trattamenti effettuati

Sconti su prenotazione di pacchetti con più trattamenti (ciglia&sopracciglia)

Sconti su numero di prenotazioni anticipate (6 trattamenti con acconto sconto del 10% sul totale)