

Bella&Brava marketing misoli – Aniq tasvir hamma narsani tushuntirib bera oladi. "Raqamli asrda ikki turdagi tashkilotlar mavjud: ma'lumotlarni to'playdiganlar va ularni imkoniyatlarga aylantiradiganlar". 2019-yilning 9-iyulida faqat Twitter'ning o'zida 106,2 ming kishi pizza haqida post yozishni yaxshi ko'rishi eslatib o'tilgan.



3-rasm. Pitsa haqida gap ketganda ishlatiladigan eng mashhur kulgich (smile)lar.

Venetsiyadagi Bella&Brava pitseriyasi yangi joylarda restoranlar ochmoqchi bo'lganida, ijtimoiy media imkoniyatlaridan foydalanish uchun raqamli konsalting kompaniyasi OpenKnowledge bilan hamkorlik qildi.

Talkwalkerning xususiy tasvirni aniqlash texnologiyasidan foydalangan holda, Open Knowledge foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentdan ma'lumotlarni tahlil qildi. Bella&Brava ta'minlamoqchi bo'lgan iste'molchilar tomonidan yaratilgan yosh maqsadli auditoriyasi aniqlandi.

Tasvirni tanishdan foydalangan holda, ijtimoiy media platformalarida - Instagram, Facebook, Twitterda joylashtirilgan pitsa suratlari fon sahnalari va ob'ektlar bilan birga joylashtirildi.

Qaysi shaharlarda ochish kerak? Qaysi brend hamkorliklarini o'rganish kerak? Madaniy farqlar har bir yangi menyu dizayniga qanday ta'sir qiladi? Ijtimoiy tarmoqlardan to'plangan iste'molchi tushunchalari

Bella&Brava'ga shu kabi savollarigajavob berishga va muhim biznes qarorlarini qabul qilishga yordam berdi.