

Strawberry Srl

La nuova società Strawberry Srl ha l'obiettivo di far conoscere il proprio brand attraverso i vari canali social. In questa presentazione ci concentreremo sulla scelta dei canali social, degli obiettivi aziendali, marketing e algoritmici, sulla definizione della customer journey e sulla creazione di contenuti per le fasi di prospecting e retargeting.



Scelta dei canali social

Per far conoscere il brand Strawberry Srl, abbiamo scelto i seguenti canali social:

- **Facebook:** per la creazione di una pagina aziendale, l'inserimento di post e le campagne per interazioni;
- **Instagram:** per la creazione di un profilo aziendale, la pubblicazione di foto e video, le stories e le campagne per visualizzazione di video;
- **LinkedIn:** per la creazione di una pagina aziendale e la pubblicazione di post mirati a professionisti del settore e rivenditori.

Obiettivi aziendali

Gli obiettivi aziendali per la promozione del brand Strawberry Srl sui canali social sono:

- aumentare la visibilità del brand;
- generare traffico al sito web dell'azienda;
- aumentare le vendite dei prodotti.

Obiettivi di marketing

Gli obiettivi di marketing sono:

- creare una brand awareness positiva;
- fornire informazioni sulle caratteristiche e i vantaggi dei prodotti dell'azienda;
- promuovere offerte e promozioni per incentivare gli utenti all'acquisto.

Obiettivi algoritmici

Gli obiettivi algoritmici sono:

- massimizzare l'impatto delle inserzioni pubblicitarie;
- aumentare l'engagement degli utenti sui post;
- aumentare il numero di follower dei profili social dell'azienda.

Orbite di pubblico

Le orbite di pubblico che andremo a colpire sui canali social sono:

- Consumatori di frutta e verdura di alta qualità;
- Consumatori attenti alla salute e al benessere;
- Ristoratori e chef;
- Potenziali rivenditori.

Studio della concorrenza

Per studiare la concorrenza, abbiamo utilizzato l'Ad Library di Facebook e Instagram. Abbiamo analizzato le inserzioni pubblicitarie delle aziende concorrenti per identificare le loro strategie di marketing e creare una strategia migliore.

Informazioni sull'inserzione



NaturaSi

Sponsorizzato

ID: 1228639241089946

Hai mai provato la frutta e verdura biologica da NaturaSi? 🍌🍋🍏 E' buona, di stagione e di qualità!



Ortofrutta BIO

Get Directions

Frutta BIO

Informazioni sull'inserzione



NaturaSi

Sponsorizzato

ID: 948129873204448

Una nuova linea di prodotti pensati per la tua spesa BIO quotidiana consapevole e che conviene.

SI
ESSENZIALI
Fusilli, penne rigate e spaghetti integrali.
100% grano duro italiano

BIO A
€ 0,99



Il nostro
amore
per la pasta
è integrale

naturaSi

Get Directions

SI
ESSENZIALI
Composta di albicocca, fragola e pes

BIO A
€ 2,20



naturaSi

Customer journey

La customer journey sarà suddivisa in due fasi:

- Prospecting:** durante questa fase, mireremo ad attirare nuovi utenti sui canali social dell'azienda attraverso la creazione di contenuti accattivanti e pubblicità mirata.
- Retargeting:** durante questa fase, mireremo a convertire gli utenti interessati in clienti attraverso la pubblicità sui prodotti dell'azienda e l'utilizzo di offerte e promozioni.

Contenuti per la fase di prospecting

- Immagini e video accattivanti dei prodotti;
- Testimonial di clienti soddisfatti;
- Contest e giveaway per incentivare l'interazione degli utenti con il brand;
- Stories dietro le quinte dell'azienda per creare un rapporto umano con l'utenza.

Contenuti per la fase di retargeting

- Video che mostrano i prodotti dell'azienda;
- Recensioni positive sui prodotti;
- Inviti a partecipare ad eventi o degustazioni;
- Link per l'acquisto sullo shop online.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!