

BARTENDER

PROGETTO SETTIMANALE - DATA E ANALYTICS

Alessia De
Pellegrin

CONSEGNA

Una scuola di Formazione per Bartender ha un sito web con sole tre pagine:

Una Home Page

Una Pagina Contatti

Una Thank You Page visibile solo agli utenti che compilano il Form per richiedere maggiori info

La Home Page contiene solo informazioni sul corso e un bottone con CTA "richiedi maggiori info" che rimanda alla pagina contatti

La scuola per "sponsorizzarsi" ha attiva:

Una campagna Social (Facebook e Instagram) con obiettivo "Acquisizione contatti" sul sito web. C'è solo un'inserzione attiva nella campagna

Una campagna Google Search con annuncio che compare solo nella parte bassa della prima pagina

Sulla base di quelli che sono gli Insight relativi ai risultati e dopo aver effettuato un'attenta analisi di mercato, quali sono le azioni che proporreste al cliente per aumentare il numero di contatti? (quindi maggiori visualizzazioni, maggiori CTR e maggiori tassi di conversione sulla compilazione del modulo) e quali aggiustamenti intendete fare sui Social, su Google e sul sito web?



SUGGERIMENTI PER AUMENTARE IL NUMERO DI CONTATTI

HOME PAGE

- migliorare il contenuto rendendolo più accattivante
- inserimento di alcuni CTA per richiedere maggiori informazioni per invogliare le persone ad approfondire
- dobbiamo cercare di attirare l'attenzione degli utenti per invogliarli a compilare il Form
- rendere il sito usabile e accessibile
- aggiungere parole chiave in grassetto dopo aver svolto un'attenta analisi delle Keywords
- puntare sull'insoddisfazione di un individuo e cercare di essere la loro soluzione
- layout pulito, semplice ma con concetti chiari e concreti

ANNUNCI GOOGLE

- Usare diverse tipologie di annuncio a seconda del pubblico
- fare dei test di diversi annunci per capire quale genera più click e interesse
- creare delle diverse combinazioni come titoli, snippet e uso di parole chiave
- monitorare i risultati delle campagne e fare degli aggiustamenti ove necessario per aumentare il tasso di conversione

CAMPAGNE SOCIAL

- Creare diverse tipologie di campagne a seconda del funnel di riferimento
- come per la campagna google è importante testare diverse campagne per capire quale genera più conversioni
- importante usare immagini e/o video accattivanti
- essere la risposta a una sensazione di disagio che prova il pubblico a cui ci riferiamo
- monitorare i risultati delle campagne e fare degli aggiustamenti ove necessario per aumentare il tasso di conversione
- essere attivi sui social con aggiornamenti dei vari post, consigli utili e marketing latente

ALTRI SOCIAL

Non limitarsi a Facebook e Instagram ma anche social Network come LinkedIn possono generare conversioni in quantosi tratta di una piattaforma interamente incentrata sul lavoro

THANK YOU PAGE

- Inserire CTA per invogliare gli utenti a condividere il corso con amici e quindi puntare molto sul passaparola
- richiesta agli utenti di iscriversi alla Newsletter promettendo promozioni e/o vari sconti

REMARKETING

è fondamentale attingere al remarketing in quanto ci consente di mostrare i nostri annunci in modo personalizzato a utenti che hanno sì visitato il nostro sito ma non hanno compilato il Form. Quindi, ciò ci permette di reindirizzare gli utenti al nostro sito e invogliarli a compilare il Form.