



CalmiBaby

Punto di riferimento per la cura della
pelle delicata di neonati e bambini



Perché ho scelto CalmiBaby?

Ho scelto CalmiBaby perché nasce da un'idea personale: creare una linea di prodotti naturali per la pelle delicata dei neonati e bambini; in quanto da mamma, so quanto sia importante scegliere prodotti sicuri e delicati.

Il sito è stato realizzato da me durante il modulo precedente, dunque ho deciso di continuare a lavorarci.



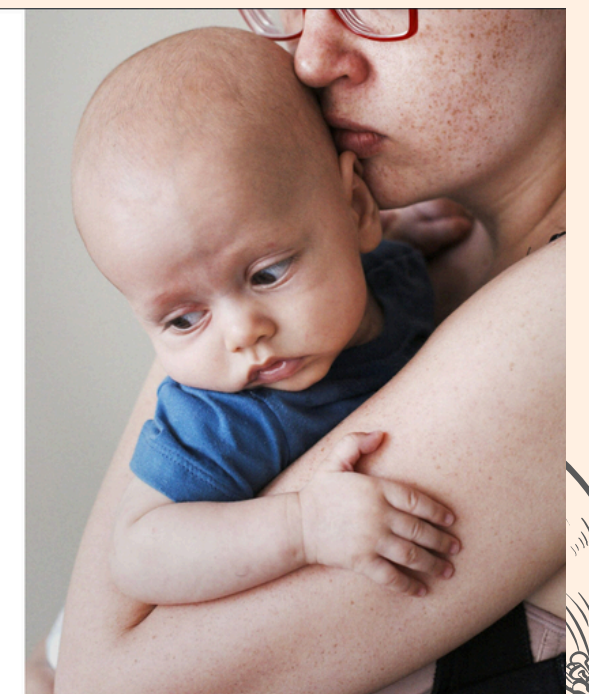
calmibaby

Clicca qui per scoprire i nostri prodotti

CalmiBaby

Punto di riferimento per la cura della pelle delicata di neonati e bambini. Offriamo prodotti dermatologicamente testati e specificamente formulati per pelli sensibili, a tendenza atopica o soggette a dermatiti. Con ingredienti sicuri e naturali, CalmiBaby accompagna ogni famiglia con dolcezza, protezione e qualità.

Scopri Di Più



I nostri prodotti



BiPack Detergente Intimo PH
Neutro-250ml



Sapone Solido Delica
Camomilla-100g

Fase 1: Costruisci il tuo PED tridimensionale

Fase	Contenuto	Formato	Piattaforma	Obiettivo
Awareness	Pillar: "Natura e Protezione" con video emozionale con mamma e neonato in natura	Reel da 15 sec.	Instagram	Aumentare la visibilità del brand
Consideration	Testimonianze di mamme che usano CalmiBaby	Carrousel foto + testo	Instagram	Far sentire le mamme simili a chi ha già provato il prodotto (fiducia)
Coverision	Promo pack "primi passi" con sconto	Video/story promozionale	Meta Ads (es. Facebook, Instagram)	Vendere il prodotto o raccogliere email



Fase 2: Strategia ADV + tracciamento

Qui pianifichiamo una campagna pubblicitaria a pagamento su una piattaforma Meta (Facebook + Instagram)

1. Obiettivi della campagna

Lead e Conversion= Vogliamo che le mamme lasciano un contatto o comprino

2. Target

A chi mostriamo l'annuncio?

Mamme 25-40 anni con figli piccoli (0-3 anni)

Looklike= pubblicità rivolta a persone simili a chi ha già visto i contenuti

3. Tipo di messaggio creativo

Esempio: Reel da 15 sec. con una frase tipo: "Scopri la linea naturale pensata per la pelle del tuo bebè"



Fase 2: Strategia ADV + tracciamento

4.Tracciamento

Serve a misurare cosa fanno gli utenti dopo aver visto la pubblicità.

- Pixel= codice che metti sul sito per tracciare chi entra.
- CAP= Custom Audience Pixel (pubblico personalizzato).
- UTM= Codice nei link per capire da dove arrivano gli utenti.

5.KPI Principali

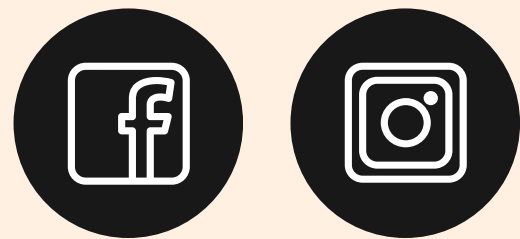
Questi numeri ti dicono se la campagna sta andando bene:

- CPM (costo per mille): quanto paghi per 1000 visualizzazioni. Ottimo se <6 euro
- CPL (costo per lead): quanto paghi per ottenere un contatto (email, iscrizione). Buono se <4 euro.
- CTR (click-through-rate): percentuale di persone che cliccano sull'annuncio. Ok se $>1.5\%$
- ROAS (return on Ad Spend): ritorno sull'investimento pubblicitario. Se spendo 1 euro, voglio guadagnare almeno 2--> $ROAS > 2$

6.Retargeting

Pubblicità solo a chi ha già interagito (es. Ha visto il video ma non ha comprato). Dunque, gli ricordi che l'offerta è ancora attiva. Esempio: "Ti sei persa la promo CalmiBaby? Hai ancora 24h per approfittarne!"

Grazie!



CREDITS: This presentation template was created by [Slidesgo](#), and includes icons by [Flaticon](#), and infographics & images by [Freepik](#)

