

ERICA FACCARO | START2IMPACT

# Progetto Display e Discovery



# IL CLIENTE

Viaggi e Miraggi è un tour operator che ha voluto stravolgere i paradigmi del turismo.

L'azienda è presente in 4 continenti e collabora con più di 100 comunità locali, sostenendo più di 200 progetti sociali e migliaia di persone.





# CAMPAGNA **DISPLAY**

Obiettivo

Vendite

Tipo  
Campagna

Display Standard

Nome  
Campagna

Display -  
Primavera 2022

Località

Italia

Lingua

Italiano



# CAMPAGNA **DISPLAY**

## Bidding Strategy

Massimizza le conversioni

## Contenuti Esclusi

Contenuti sensibili

## Ad Group Name

Primavera 2022  
- Sud Est Asia

## Targeting

- Segmenti personalizzati
- Affinità
- Segmenti simili
- Remarketing

## Targeting Demografico

- Uomini e donne
- Over 25
- Con e senza figli





# CAMPAGNA **DISPLAY**

## Headlines

- Viaggia in modo sostenibile
- Tutela l'ambiente viaggiando
- Viaggia rispettando il mondo
- Sostieni chi ti accoglie
- Viaggia in modo responsabile

## Headline lunga

Scopri un modo diverso di viaggiare: rispetta il pianeta e sostieni le comunità locali.

## Descrizione

Dimenticati dell'organizzazione e goditi il viaggio. Pensiamo a tutto noi.

## Nome azienda

Viaggi e Miraggi



# CAMPAGNA **DISPLAY**

Esempi creati tramite il sito wordstream.com (le immagini dovrebbero essere sistemate)





# MOTIVAZIONE

Ho deciso di creare una campagna da attivare a primavera 2022, il periodo in cui le persone iniziano a pensare alle vacanze e alla loro organizzazione.

Visto che l'obiettivo è vendere il servizio dell'azienda, come obiettivo ho impostato "Vendite" e come bidding strategy "Massimizzazione delle conversioni" perché non ho a disposizione uno storico per sfruttare il CPA target al meglio.

Poiché l'azienda è un tour operator ho deciso di escludere i contenuti sensibili.

Come target ho scelto persone italiane dai 25 anni in su perché da questa età si iniziano ad avere più soldi a disposizione. Ho scelto di includere sia persone con figli che senza perché l'azienda propone viaggi adatti anche a famiglie con bambini.

# CAMPAGNA **DISCOVERY**

Obiettivo

Vendite

Tipo  
Campagna

Discovery  
Standard

Nome  
Campagna

Discovery -  
Primavera 2022

Località

Italia

Lingua

Italiano





# CAMPAGNA **DISCOVERY**

## Bidding Strategy

Massimizza le conversioni

## Ad Group Name

Primavera 2022 - Sud Est  
Asia

## Targeting

- Segmenti personalizzati
- Affinità
- Segmenti simili
- Remarketing

## Targeting Demografico

- Uomini e donne
- Over 25
- Con e senza figli





# CAMPAGNA **DISCOVERY**

## Headlines

- Quest'anno viaggia in modo sostenibile
- Tutela l'ambiente anche in vacanza!
- Scopri il mondo in modo diverso!
- Regalati un viaggio sostenibile!
- Vai in vacanza e proteggi l'ambiente!

## Headline lunga

Stanco delle vacanze tradizionali?  
Scopri il mondo in modo sostenibile e responsabile!

## Descrizione

Viaggiando con noi potrai sostenere le comunità che ti accolgono nel loro paese.

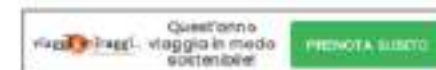
## Nome azienda

Viaggi e Miraggi



# CAMPAGNA **DISCOVERY**

Esempi creati tramite il sito wordstream.com (le immagini dovrebbero essere sistemate)





# MOTIVAZIONE

Le scelte fatte per la campagna Discovery rispecchiano quelle esposte precedentemente per la campagna Discovry.

Ho quindi deciso di creare una campagna da attivare a primavera 2022 con obiettivo “Vendite” e con bidding strategy “Massimizzazione delle conversioni” perché non ho a disposizione uno storico per sfruttare il CPA target al meglio.

Come nella campagna Display sono stati esclusi i contenuti sensibili per via dell'attività aziendale.

Il target sono uomini e donne italiani dai 25 anni in sù con o senza figli. La scelta è dovuta alle mie considerazioni sul budget a disposizione a partire da questa età e dalla presenza di viaggi adatti anche a famiglie con bambini.





**GRAZIE**  
per l'attenzione!