



PRESENTAZIONE W20D4

Market

ooo

Trends

# PERCHE' SCEGLIERE UN SOCIAL MEDIA MANAGER?



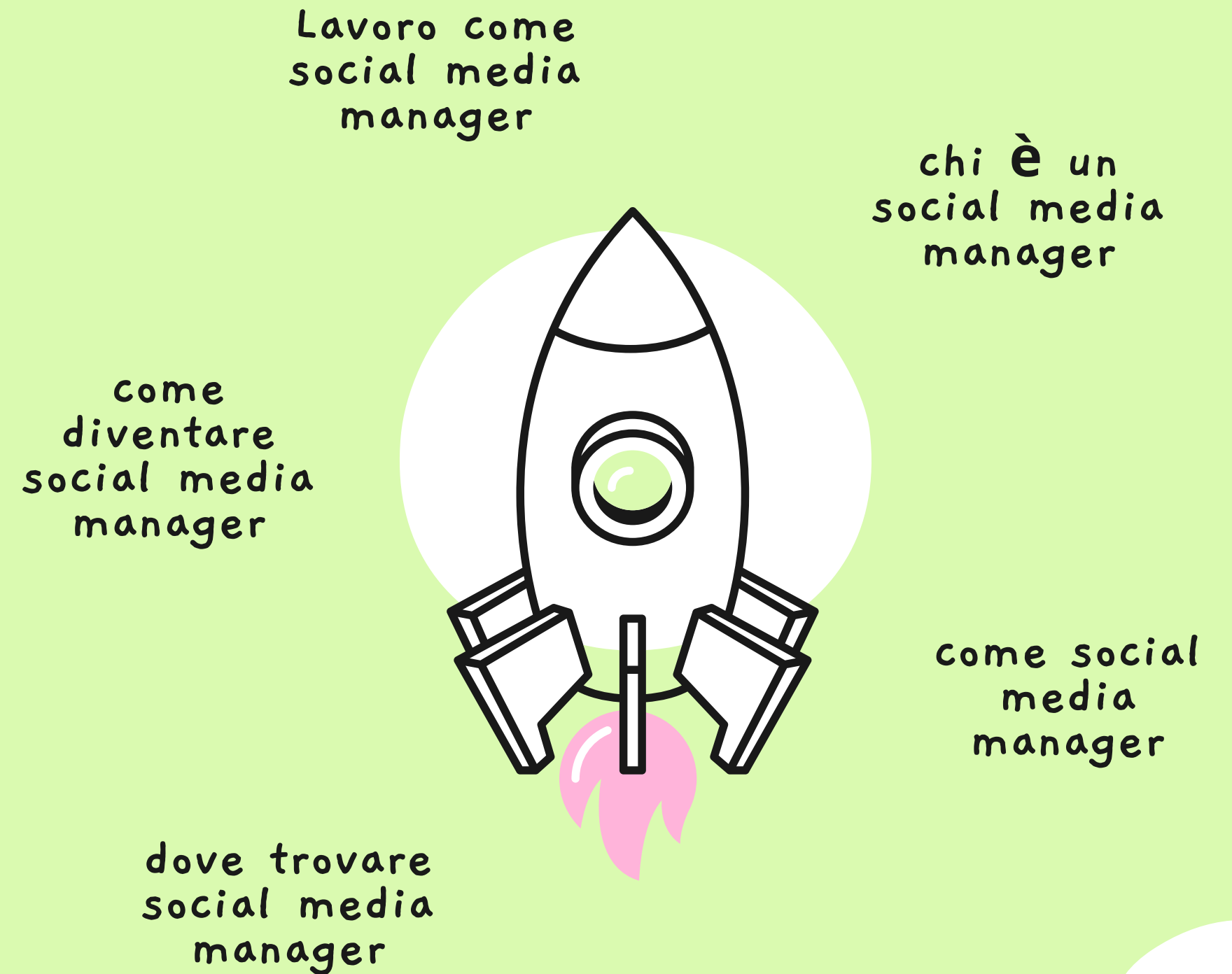
Ads

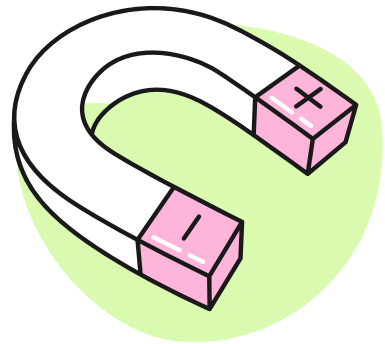


Feedback

# DOMANDA DIRETTA

Parole chiave ricercate associate a social media manager.  
Si può vedere che queste essendo le parole più gettonate con un CPC più alto sono le più ricercate.





# LISTA DI PAROLE GOOGLE ADS

Si individuano queste parole come  
CPC piu basso e volume piu alto

- Social medi manager corso
- Social media manager cosa fa
- Social media manager freelance



# ADS TRANSAZIONALE

Ho messo il budget a scalare per abituare l'algoritmo alla mia presenza e farmi posizionare meglio

## BUDGET E DURATA



DURATA: 2 SETTIMANE  
PRIMA SETTIMANA: 250 EURO  
SECONDA SETTIMANA: 500 EURO

Visto che la mia attività è fisica e la maggior parte delle aziende che richiede il servizio sono fisiche ho messo obiettivo locale

## OBBIETTIVO



ADS CON TIPO DI  
OBBIETTIVO "LOCALE"

**TITOLO  
ARTICOLO DA  
PROMUOVERE**



**"PERCHÉ SCEGLIERE UN SOCIAL MEDIA MANAGER? "**

**"Quanto costa?"**

# DOMANDA LATENTE (CONSIDERATION)

Dopo l'articolo della sponsorizzazione  
l'utente cadrà nei nostri social dove  
troverà contenuti per aumentare la  
nostra considerazione e avvicinarli  
ancora di più

P.S. stima sul guadagno dei social  
media manager solo d'esempio





# DOMANDA LATENTE (CONVERSION)

Per ultimo pubblichiamo e sponsorizziamo i post finali per la conversione dove mettiamo anche delle call to action che rimandano alla nostro sito per scriverci direttamente. In questa fase bisogna colpire l'utente ma senza fare troppo auto referenzialismo, quindi ho pensato di mettere una frase semplice senza altri aggettivi e una foto del progetto mio.

