

COMPITO FINE MODULO 4

Obiettivo dell'esercizio: Allenarti a progettare un PED e una strategia ADV Meta/LinkedIn completa e coerente, con contenuti, obiettivi e KPI integrati.

FASE 1 Costruisci il tuo PED tridimensionale Scegli un brand reale o fittizio (es. corso online, ecommerce, agenzia viaggi, cosmetici, etc).

Brand: Gifting

Gifting è un'applicazione che, grazie all'**intelligenza artificiale con capacità empatiche** integrata nel software, analizza le caratteristiche della persona destinataria e facilita la scelta del regalo.

La nicchia di mercato del brand è costituita da persone che vogliono facilitare la ricerca di un regalo per una persona cara e ricevere suggerimenti personalizzati.

FASE FUNNEL	PILLAR NARRATIVO	FORMATO	PIATTAFORMA	OBIETTIVO CONTENUTO
AWARENESS	Emozione, sorpresa, momenti speciali	Reel 30s con storytelling	Instagram, TikTok	Aumentare la reach e la brand awareness
CONSIDERATION	Testimonianze utenti, social proof	Carousel con recensioni e esempi regali, blog post	Facebook, Instagram, Blog	Ottenere interazioni e interesse
CONVERSION	Prodotto/Servizio, offerta limitata	Offerte personalizzate	Meta Ads, Instagram Ads	Generare lead e vendite

FASE 2 Progetta una campagna ADV + tracciamento

Ora scegli una fase del funnel e completa questa scheda strategica:

1.Obiettivo campagna: Conversion

2.Target: Lookalike e retargeting

3.Formato e messaggio chiave: Carosello dinamico su Meta con immagini di idee regalo. Blog posts sul sito di Gifting e il messaggio chiave è "Scopri idee regalo personalizzate per ogni occasione e persona".

4.Tipo di tracciamento: Meta Pixel

5.KPI principali da monitorare: ROAS, CPA, CPA e conversion rate

6.Piano di retargeting post-campagna (chi e con cosa?): Retargeting mirato verso chi ha interagito ma non completato l'acquisto

Per la fase di conversione di Gifting, progettiamo una campagna ADV su Meta con obiettivo **conversioni** (installazione app o primo acquisto). Il target è il pubblico lookalike basato su

utenti già registrati, più retargeting su visitatori del sito con interessi in regali personalizzati e shopping online. Il formato sarà un carosello dinamico su Meta con immagini di idee regalo e testimonial video. Utilizziamo Meta Pixel per tracciare il traffico e conversioni, e monitoriamo conversion rate, ROAS, CPA e CPM come principali KPI. Post-campagna attiviamo un retargeting mirato verso chi ha interagito ma non completato l'acquisto, offrendo un coupon sconto del 10% per incentivare la conversione finale.

KPI	VALORE ATTESO
CPM	$\leq 5\text{€}$
Conversion Rate	$\geq 4\%$
ROAS	≥ 3
CPA	$\leq 7\text{€}$