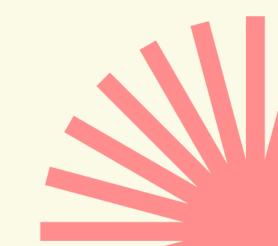




social media brainstorm







Costruzione del Funnel per delineare i diversi momenti nei quali mostrare determinati contenuti



Creazione strategica di una o più campagne per raggiungere tutto il pubblico target



Quali e quante inserzioni creare prendendo in considerazione tutti i formati



Ideazione delle diverse inserzioni con la creazione di copy e immagini

## COSTRUZIONE DEL FUNNEL PER DELINEARE I DIVERSI MOMENTI NEI QUALI MOSTRARE DETERMINATI CONTENUTI



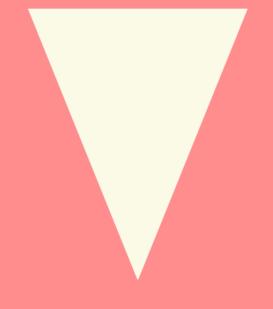


Notorietà del Brand

Considerazione

Interazioni Generazione di contatti Traffico

Conversione



Conversioni Vendita dei prodotti del catalogo



































## COSTRUZIONE DEL FUNNEL PER DELINEARE I DIVERSI MOMENTI NEI QUALI MOSTRARE DETERMINATI CONTENUTI



#### Notorietà

Creazione di una campagna che crei hype e curiosità negli utenti. Il bacino di utenza deve essere ampia e toccare tutti i

target: giovane 18-45 famiglia, stile di vita sano

tipi di pubblico.

### Considerazione

Le campagne di questo momento devono rendere il brand appetibile, interessante, far pensare agli utenti che vogliono far parte di questa community. Post informativi interessanti per gli utenti. Target: utenti che hanno interagino con la campagna

precedente

#### Conversione

In questo caso le campagne devono contenere promozioni, recensioni e call to action incisive tipo acquista ora, iscriviti subito. in questa fase l'utente sa chi siamo e cosa vendiamo quindi deve diventare nostro cliente

# CREAZIONE STRATEGICA DI UNA O PIÙ CAMPAGNE PER RAGGIUNGERE TUTTO IL PUBBLICO TARGET



**CAMPAGNA 1** 

Notorietà: il tuo brand per la frutta fresca

CAMPAGNA 2

Considerazione: perché mangiare 5 porzioni di frutta al giorno?

CAMPAGNA 3

Considerazione: Piano alimentare di una settimana gratuito con iscrizione alla newsletter

**CAMPAGNA 4** 

Considerazione: Cosa dicono di noi

**CAMPAGNA 5** 

Conversione: Sconto nuovi clienti

**CAMPAGNA 6** 

Considerazione: Promo frutta di stagione