



**BottleFi**

# PROGETTO FACEBOOK ADS+

LUCA GHERARDI

# IL CLIENTE



BottleFi è un Ecommerce che vende bottiglie/borracce riutilizzabili smart pensate per lo sport.

Sono realizzare con materiali di qualità e durevoli, adatti per sopportare urti, cadute e garantire la freschezza dell'acqua ad ogni temperatura, sia in palestra che in outdoor.

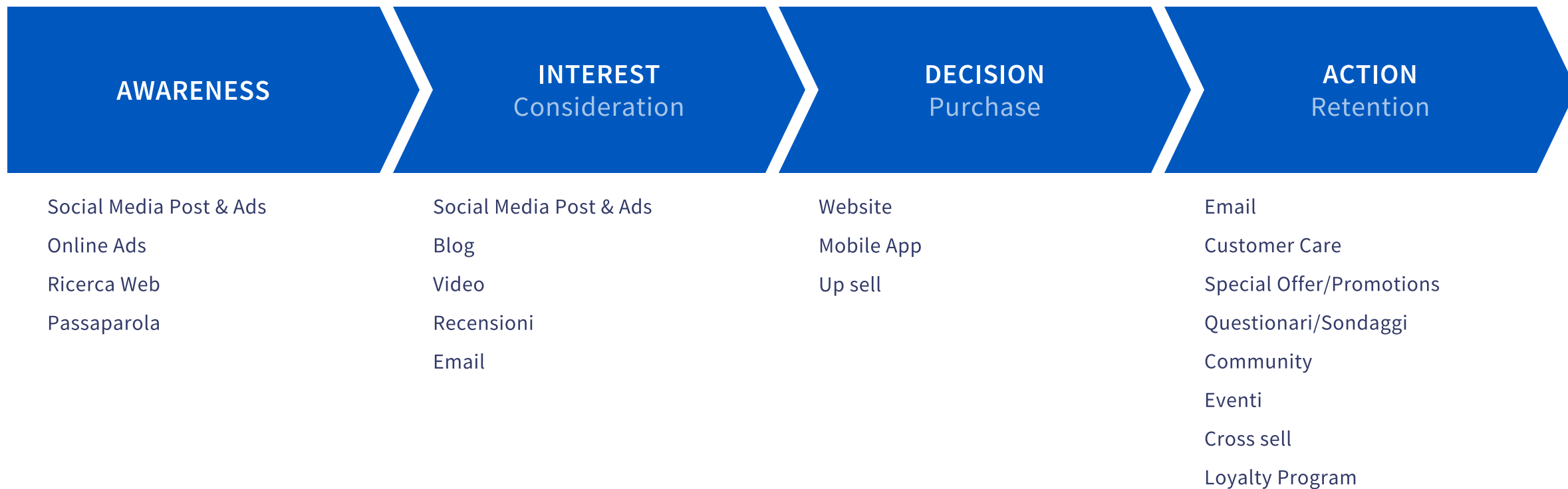
I principali competitor sono gli altri Ecommerce di borracce riutilizzabili, i produttori di bottiglie di plastica e vetro, Ecommerce e negozi di borracce di plastica.

Il prezzo è medio-alto data la caratteristica smart che illustrerò più avanti.

I prodotti principali sono: borraccia da ciclismo, borraccia da palestra, borraccia da escursione.

# CUSTOMER JOURNEY - TOUCHPOINTS

Il potenziale cliente non conosce il brand, ma conosce già la categoria merceologica.  
Supponiamo che impieghi tra i 7 e 10 giorni dal primo contatto all'acquisto del prodotto.



- Età

25-54 anni

- Genere

Uomini e Donne

- Istruzione

Laurea

- Categoria

Lavoratore - Sportivo

- Relazione

Sposato - Single

- Interessi

Sport, Benessere, Ambiente, Cibo sano.

Interessi più mirati saranno: ciclismo, bici da corsa, yoga, palestra, trekking, escursioni.

- Comportamento

Amante dello sport e delle escursioni nel week end. Durante la settimana frequenta la palestra nelle pause dal lavoro. Rispettoso dell'ambiente e attento alla raccolta differenziata. Stile di vita salutare. Abituato ad acquistare on-line ed iscritto ai social media.

Segue con costanza gli sport invernali e le gare di ciclismo.



# BUYER PERSONAS

# UNIQUE SELLING PROPOSITION



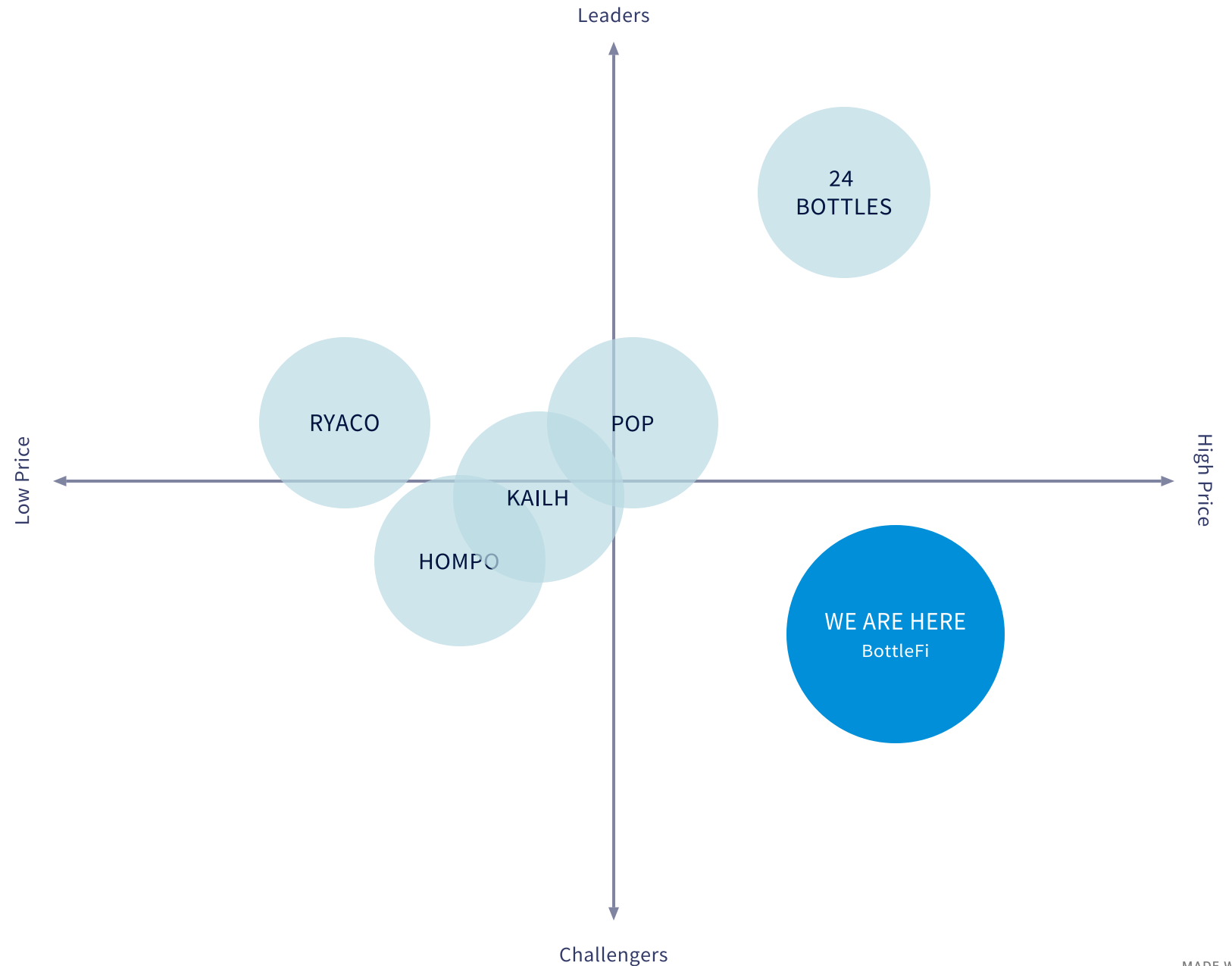
## BottleFi smart

- Le borracce in vendita sono smart: hanno gps e sensore luminoso che segnala quando bere. Attraverso una app sono sincronizzabili e personalizzabili inserendo alcuni dati personali come età, peso, altezza ed è possibile ricevere notifiche anche su smartphone e/o smartwatch. La borraccia, a seconda dell'attività svolta o dei km percorsi, si attiva suggerendo quando è necessario bere. Esteticamente si adatta a portaborracce di biciclette e zaini per escursioni. Tra le altre funzioni può controllare la temperatura dell'acqua e indicarci quando è preferibile riempirla di nuovo. E' ideale per chi non beve abbastanza acqua.

## SCENARIO COMPETITORS

# POSIZIONAMENTO

Dopo aver effettuato una ricerca di alcuni brand di bottiglie/borracce riutilizzabili/termiche ho provato ad individuare il posizionamento di BottleFi.



# ANALISI INSERZIONI COMPETITORS

Non attiva

31 gen 2021 - 2 feb 2021

ID: 124086772850177

Questa inserzione è stata pubblicata senza un disclaimer. ⓘ

Questa inserzione ha più versioni. ⓘ

24

BOTTLES


24Bottles

Sponsorizzato

Il tuo cambiamento inizia con una bottiglia.

Puoi fare la tua parte e unirti al movimento per un futuro più sostenibile!

Vogliamo aiutarti a dimenticare una volta per tutte le bottiglie di plastica usa e getta e incoraggiare tutti ad adottare buone



24BOTTLES.COM

Inizia con una bottiglia.

SPEDIZIONE GRATUITA IN TUTTO IL MONDO a partire da 49 €.

Shop Now

📋

Importo speso (EUR): <100 €

👥

Copertura potenziale: Persone: 10.000 - 50.000

Esempi inserzioni realizzate da 24Bottles

# ANALISI INSERZIONI COMPETITORS

Non attiva

24 apr 2020 - 29 apr 2020

ID: 243151416929002

Questa inserzione è stata pubblicata senza un disclaimer. ⓘ

24

BOTTLES

**24Bottles**  
Sponsorizzato

Una sirena così non l'hai mai vista!

Scopri la nostra collaborazione con l'illustratrice italiana Olimpia Zagnoli. <https://bit.ly/24BottlesOlimpiaZagnoli>

24BOTTLES.COM

Olimpia Zagnoli x 24Bottles  
for Plastic Whale Foundation

Scopri di più

Importo speso (EUR): <100 €

Copertura potenziale: **Persone:** >1 mln

Esempi inserzioni realizzate da 24Bottles



# ANALISI INZIALE

Nessun dato a disposizione (pixel di Facebook parte da zero).

Le persone conoscono già la categoria merceologica.

Gestione della pubblicità per 1 mese.

Budget mensile: 8.000€

Inizialmente occorrerà installare il pixel di Facebook per avere una panoramica più completa dei risultati delle inserzioni e per creare segmenti di pubblico per il remarketing. Gli eventi da tracciare saranno “View content”, “Lead”, “Add to cart” e “Make purchase”. I risultati dal primo evento ('ViewContent') ci serviranno per realizzare una Campagna di Lead Generation: da qui ricaveremo i 'Lead'; i risultati del terzo evento ('AddToCart') ci serviranno per una Campagna DPA caratterizzata da offerte particolari; utilizzeremo, infine, i dati 'Purchase' per la creazione di un pubblico composto da chi ha già effettuato un acquisto per proporre prodotti in cross sell dopo il primo mese.

Occorrerà creare/caricare il catalogo di prodotti per le campagne DPA che realizzeremo.

# FUNNEL - ACQUISIZIONE E MANTENIMENTO



# CAMPAGNA NOTORIETA' DEL BRAND

La Campagna con obiettivo **Notorietà del brand** sarà la prima ad essere creata.

Attiveremo l'opzione di **Ottimizzazione del budget della campagna** per ottenere il massimo risultato possibile al minimo costo possibile.

Realizzeremo 3 adset (ognuno sarà caratterizzato dallo sport di riferimento con interesse principale).

Creeremo 3 tipologie di pubblico contraddistinte da interessi particolari: la prima con focus su ciclismo, bici, bici da corsa,..; la seconda con focus su escursioni, trekking,.. e la terza con focus su palestra, yoga, fitness.

Lasceremo i posizionamenti automatici.

Per ogni adset creeremo 2 inserzioni sfruttando i test A/B. Testeremo in questo caso il copy delle nostre ads mantenendo invariate immagine, link description e CTA.

La CTA sarà un “Learn More”/“Scopri di più” che rimanderà alla Home page del nostro sito, siccome vogliamo che più persone possibili vengano a conoscenza del nostro brand atterrando nella landing page.

# NOTORIETA' DEL BRAND



# NOTORIETA' DEL BRAND

Struttura campagna.

Ottimizzazione del budget della campagna

Attivo

L'ottimizzazione del budget della campagna distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a ottimizzazione della pubblicazione e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

Budget della campagna

Budget giornaliero

€ 120,00

EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare.

Strategia di offerta della campagna

Costo inferiore

[Mostra altre opzioni](#)

Notorietà del brand

Notorietà adset palestra

Ad palestra 1

Ad palestra 2

Notorietà adset ciclismo

Ad ciclismo 2

Ad ciclismo 1

Notorietà adset escursioni

Ad escursioni 2

Ad escursioni 1

Pubblico

Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. [Scopri di più](#)

Crea un nuovo pubblico

Usa il pubblico salvato

bottiglie riutilizzabili bici

Luogo:

Italia

Età:

25 - 54

Lingua:

Italiano, Inglese (Regno Unito) o Inglese (USA)

Escludi:

Interessi: CrossFit, Palestra, Zaino, trekking, Yoga o Culturismo

Criteri di corrispondenza:

Interessi: Salute e Benessere, Raccolta differenziata, Sostenibilità, Bicicletta da corsa, Sport, Sviluppo sostenibile, Shopping online, Ambiente, Ciclismo, Riciclaggio della plastica o Bici

Modifica

MADE WITH  
beautiful.ai

# NOTORIETA' DEL BRAND

Esempio inserzioni (interessi ciclismo) con copy diversificato.

**BottleFi**  
Sponsored

Cerchi un modo per ricordarti di bere durante l'attività? ? 🏃  
Scopri tutte le funzioni e la tecnologia della nostra borraccia termica. ➡️




**Borraccia BottleFi**  
Smart e Riutilizzabile.  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)


Learn More

👍❤️😮 45      34 Comments    11 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➡️ Share

**BottleFi**  
Sponsored

Dietro alla tecnologia della nostra borraccia c'è tanto lavoro. ♻️ 🧪  
Scopri come il nostro impegno, unito alla tua fiducia, possono migliorare il nostro pianeta. 🌍



**Borraccia BottleFi**  
Smart e Riutilizzabile.  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)

Learn More

👍❤️😮 45      34 Comments    11 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➡️ Share

# CAMPAGNA CONVERSIONI

Attiveremo anche una campagna **Conversioni**, utilizzando la CBO. Siccome la tipologia di prodotto è nota proveremo a spingere direttamente **all'atterraggio sulla pagina dei prodotti dell'Ecommerce e all'acquisto**.

Gli adset saranno anche in questo caso 3 ed utilizzeranno i pubblici creati in precedenza basati sugli sport di interesse.

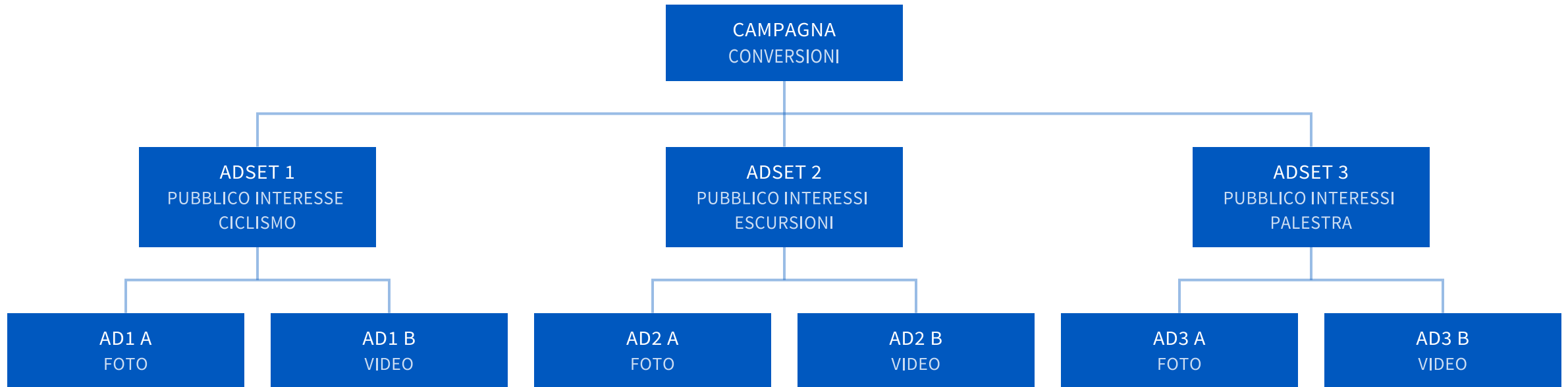
Lasciamo i posizionamenti automatici.

Ogni adset avrà anche in questo caso 2 inserzioni ed effettueremo un test A/B sulla tipologia di inserzione: test con foto vs ad con video.

Inseriremo una CTA del tipo “Acquista Ora” con indirizzamento al prodotto sulla pagina dell'Ecommerce.

Ci concentreremo sul pubblico che è arrivato a visualizzare i nostri prodotti.

# CONVERSIONI





# CONVERSIONI

Struttura campagna.

## Ottimizzazione del budget della campagna

Attivo ☒

L'ottimizzazione del budget della campagna distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a ottimizzazione della pubblicazione e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

## Budget della campagna

Budget giornaliero ▼

€ 140,00

EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ

## Strategia di offerta della campagna

Costo inferiore

[Mostra altre opzioni ▼](#)

## Conversioni Ecommerce

### Adset conversioni ciclismo

Ad foto



Ad video



### Adset conversioni escursioni

Ad video



Ad foto



### Adset conversioni palestra

Ad foto



Ad video



## Pubblico

Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. [Scopri di più](#)

[Crea un nuovo pubblico](#)

[Usa il pubblico salvato ▼](#)

## bottiglie riutilizzabili escursioni - copia

**Luogo:**

Italia

**Età:**

25 - 54

**Escludi:**

Interessi: CrossFit, Palestra, Bicicletta da corsa, Yoga o Ciclismo

**Criteri di corrispondenza:**

Interessi: Salute e Benessere, Passeggiate, Raccolta differenziata, Sostenibilità, Zaino, trekking, Sport, Sviluppo sostenibile, Shopping online, Ambiente o Riciclaggio della plastica

[Modifica](#)

# CONVERSIONI

Esempio inserzioni (interessi escursioni) foto vs video.

 **BottleFi**  
Sponsored

Stai cercando una borraccia che combini la praticità alla tecnologia? 🤖

Resistente, termica, ecologica e connessa ai tuoi dispositivi. 📶 🚰



**Borraccia BottleFi**  
Comoda e Smart.  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)

Shop Now

👍❤️😮 67      55 Comments   12 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

 **BottleFi**  
Sponsored

La borraccia tecnologica perfetta per le tue escursioni. 🌲

Connessa ai tuoi dispositivi e rispettosa dell'ambiente. 📶 🚰



**Borraccia BottleFi**  
Comoda e Smart  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)

Shop Now

👍❤️😮 67      55 Comments   12 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

# CAMPAGNA LEAD GENERATION

Per la prossima Campagna sfrutteremo l'obiettivo **Generazione di contatti**. Anche questa sarà una campagna con ottimizzazione del budget.

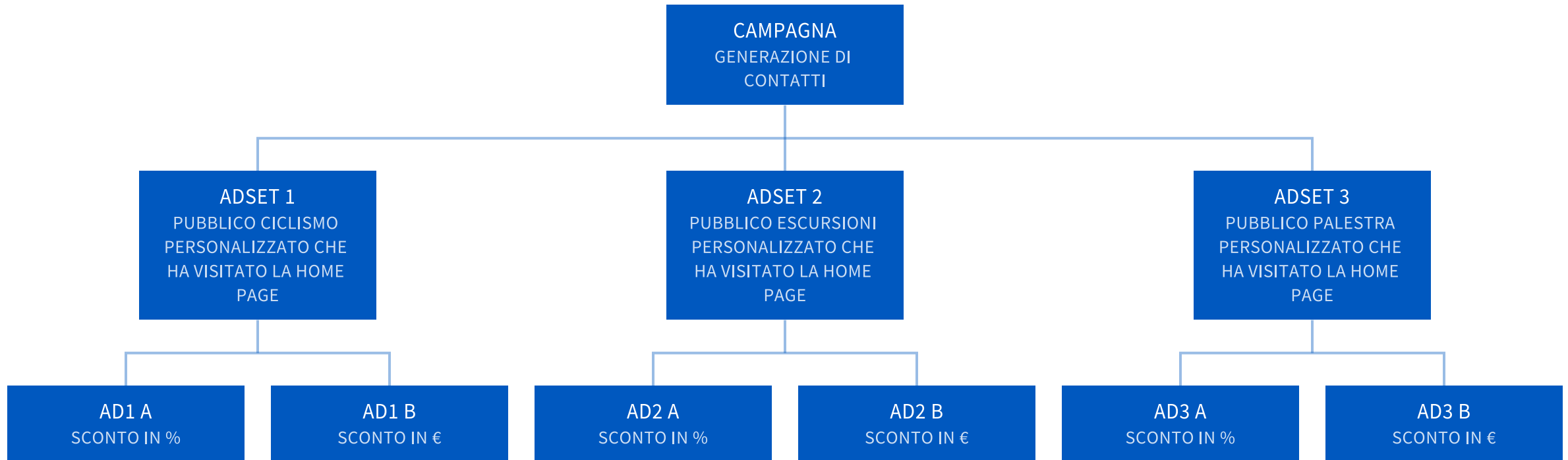
Creeremo 3 adset, ma in questo caso utilizzeremo un pubblico personalizzato. Sfruttando il pixel (impostato in precedenza per 'ViewContent') raccoglieremo i dati delle persone che hanno visualizzato la Home page del nostro sito. Cercheremo in questo modo di raggiungere nuovamente le persone che sono venute a conoscenza della nostra azienda offrendo loro dei benefici in cambio dell'iscrizione ad esempio alla nostra newsletter.

Posizionamenti automatici.

Ogni adset prevederà 2 inserzioni che si differenzieranno nella comunicazione a seconda del beneficio che offriamo. Questo test A/B ci servirà per capire a che tipologia di sconto/incentivo è più affine un potenziale cliente.

La CTA sarà “Sign Up” proprio perchè vogliamo ottenere iscrizioni e far crescere il database degli utenti.

# LEAD GENERATION



# GENERAZIONE DI CONTATTI

Struttura campagna.

**Ottimizzazione del budget della campagna** Attivo ☒

L'ottimizzazione del budget della campagna distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a ottimizzazione della pubblicazione e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

**Budget della campagna** ⓘ

Budget giornaliero ▼

€ 40,00 EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ

**Strategia di offerta della campagna**

Costo inferiore

[Mostra altre opzioni](#) ▼

Lead Generation		...
Adset contatti ciclismo		
Ad 1	⚠	...
Ad 2	⚠	...
Adset contatti escursioni		
Ad 2	⚠	...
Ad 1	⚠	...
Adset contatti palestra		
Ad 2	⚠	...
Ad 1	⚠	...

# LEAD GENERATION


Esempio inserzioni (interessi palestra) con scontistica proposta in maniera differente.

**BottleFi**  
Sponsored

Ci piace fare dei piccoli regali. 📺

Approfitta della promo e scegli il prodotto più adatto a te scontato del 20%! 📌

ISCRIVITI SUBITO! ✉️



**Borraccia BottleFi**  
Scopri il tuo codice promo  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)

Sign Up

👍❤️😱 99      31 Comments   22 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

**BottleFi**  
Sponsored

Ci piace fare dei piccoli regali. 📺

15€ di sconto sul tuo primo acquisto. Approfitta ora della promo! 📌

ISCRIVITI SUBITO! ✉️



**Borraccia BottleFi**  
Scopri il tuo codice promo  
[www.bottlefi.com](http://www.bottlefi.com)

Sign Up

👍❤️😱 99      31 Comments   22 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

# CAMPAGNA VENDITA PRODOTTI DEL CATALOGO

Realizzeremo una campagna DPA, con obiettivo **Vendita dei prodotti del catalogo** per intercettare alcune categorie di pubblico. In particolare:

- persone che si sono iscritte alla nostra newsletter;
- persone che sono atterrate sulla pagina di Ecommerce e hanno visualizzato le schede dei prodotti;
- persone che hanno aggiunto un prodotto al carrello, ma non hanno completato l'acquisto.

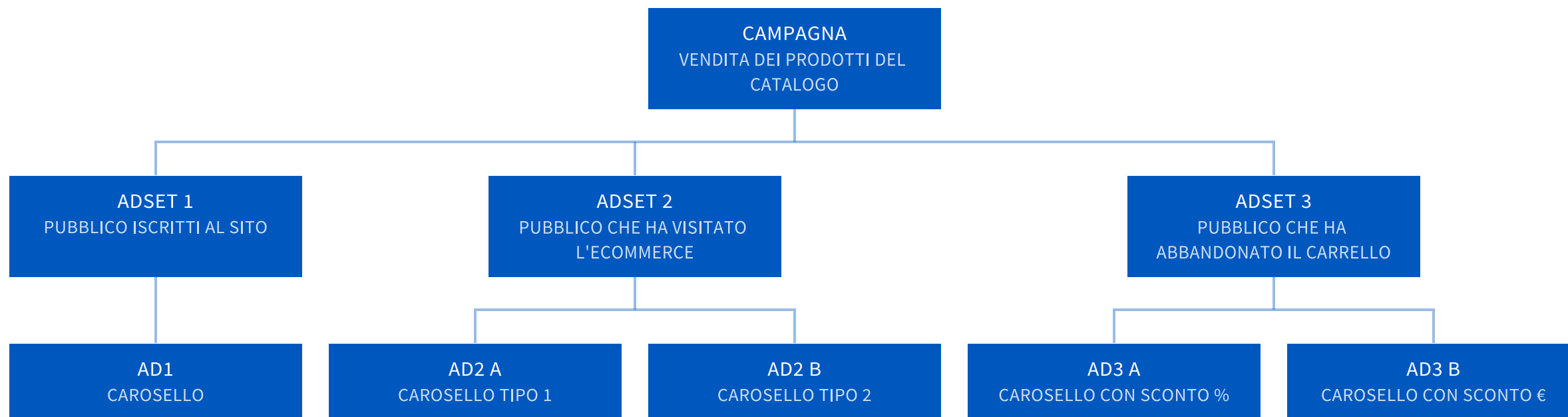
Saranno anche in questo caso 3 adset caratterizzati da pubblici personalizzati differenziati, con posizionamenti automatici.

Per le inserzioni utilizzeremo i **caroselli**.

Le creatività dedicate a chi ha visitato l'Ecommerce e a chi ha aggiunto prodotti al carrello senza acquistare saranno caratterizzate da promozioni/sconti per incentivare una decisione più rapida e breve. Per gli iscritti la creatività non conterrà dettagli di scontistiche dato che avranno ricevuto un coupon sconto in precedenza.

CTA diretta all'acquisto.

# VENDITA PRODOTTI DEL CATALOGO





# VENDITA PRODOTTI DEL CATALOGO

Struttura campagna.

## Ottimizzazione del budget della campagna

Attivo ☒

L'ottimizzazione del budget della campagna distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a ottimizzazione della pubblicazione e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

## Budget della campagna

Budget giornaliero ▼

€ 100,00

EUR

L'importo reale speso al giorno potrebbe variare. ⓘ

## Strategia di offerta della campagna

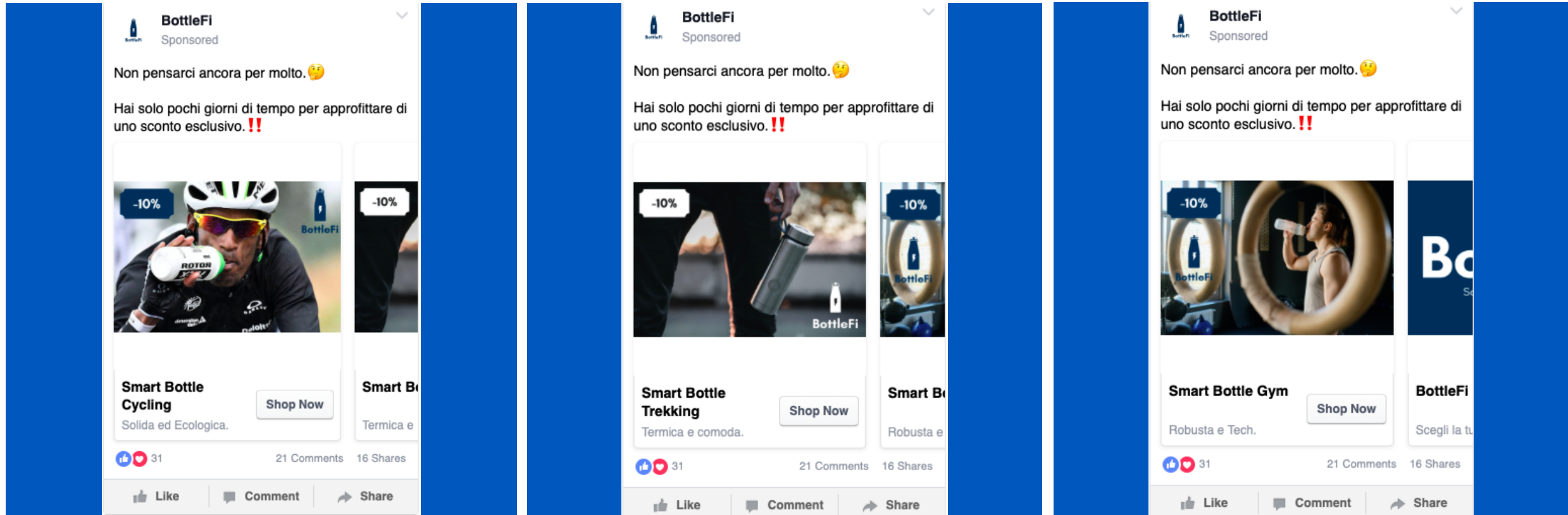
Costo inferiore

[Mostra altre opzioni ▼](#)

Vendita prodotti catalogo		...
Adset visitatori Ecommerce	!	...
Ad carosello sconto	!	...
Ad carosello promo	!	...
Adset abbandono carrello	!	...
Ad carosello sconto	!	...
Ad carosello promo	!	...
Adset iscritti	!	...
Ad carosello	!	...

# VENDITA PRODOTTI DEL CATALOGO

Esempio carosello rivolto al pubblico che ha abbandonato il carrello senza completare l'acquisto (scontistica indicata con %).



# BUDGET

Budget totale di 8.000€ da spendere in un mese.

120,00€/giorno per la campagna Notorietà del brand (1 mese);

140,00€/giorno per la Campagna Conversioni (2 settimane);

40,00€/giorno per la Campagna Lead Generation (1/2 settimane);

100,00€/giorno per la Campagna Vendita prodotti del catalogo (2 settimane);

L'idea è quella di far partire la campagna Conversioni qualche giorno dopo la Campagna Notorietà. Le altre 2 Campagne partiranno all'incirca alla metà del mese quando avremo qualche dato a disposizione per poter creare i pubblici personalizzati.

Le tempistiche proposte sono indicative; occorrerà monitorare le campagne per capire se mantengono una frequenza coerente.

Allo stesso modo dovremo tenere sotto controllo il budget e magari aumentarlo gradualmente per quelle campagne che potranno permetterci di avere dati utili per creare pubblici LAL.

# CONSIDERAZIONI

Le inserzioni sviluppate con i test A/B ci permetteranno di capire da che tipo di contenuto/copy è più attratto il pubblico. Avremo così alcune basi utili per la creazione dei prossimi ad.

Ipotizzando che le campagne producano dei risultati discreti e avendo ancora una parte di budget da investire potremmo sviluppare in corsa un altro adset (es. inserito nella Campagna Vendita prodotti catalogo) con un pubblico personalizzato “caldo”, caratterizzato da chi ha visualizzato più schede dei prodotti, mostrando con un carosello le recensioni dei prodotti piuttosto che lo sconto.

I dati raccolti ci permetteranno di effettuare nuovi test utilizzando anche **pubblici simili** per raggiungere utenti che non sono entrati in contatto con noi o che non hanno una considerazione chiara dei nostri prodotti. Ad esempio potremo realizzare pubblici simili partendo da coloro che hanno visitato la Home page o le schede dei prodotti sul nostro Ecommerce.

Per mantenere vivo il rapporto con i clienti che ci hanno dato fiducia e hanno completato un acquisto potremo creare una nuova campagna (ad es. DPA) dedicata a prodotti in cross selling come porta borracce, caricatori wireless, custodie/cover, da sviluppare nel mese successivo.



**BottleFi**

**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE**

**LUCA GHERARDI**

lucagherardi90@gmail.com