

SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING)



SCEGLIERE QUALI CANALI SOCIAL SARANNO UTILI AL BRAND

- Sfruttando il principio di omnicanalità cercheremo di utilizzare in modo costante tutti i principali social network (instagram, facebook, tik tok) ma con diverse strategie.



FACEBOOK

- Facebook --> Racchiude la generazione di fascia di età più alta --> una possibile strategia potrebbe essere quella di creare contenuti informativi e polarizzanti in un primo momento in modo tale da creare maggiori interazioni sulla pagina.

INSTAGRAM

- Instagram --> Comprende una fascia di età più giovane ma rimane la piattaforma più utilizzata e per questo la imposteremo come casa base del nostro brand. L'obiettivo è quello di creare contenuti con costanza di carattere informativo e soprattutto andare a studiare strategie contest o quiz a premi in modo da stimolare maggiormente le condivisioni e l'interessamento al brand. Inoltre potremo utilizzare uno spazio ogni N° post inserendo recensioni dei clienti e testimonianze in modo da favorire la social proof e creare maggior fiducia nei nuovi possibili clienti target.

TIK TOK

- Tik tok --> Una piattaforma che possiamo definire ancora come neonata ma che nell'arco di poco tempo ci ha dato modo di vedere il suo potenziale. Non si può considerare di escludere la creazione di contenuti su questo social date le sue enormi potenzialità di crescita, viralità e raccolta di organico. Si basa unicamente su video di breve durata che devono essere incentrati sul catturare nei primi 3 secondi l'attenzione dell'utente. Si può considerare di avviare una strategia basata su video di "esperimenti" o punti di forza del prodotto cercando di indurre gli utenti a proporci nuove sfide in modo tale da aumentare le interazioni e dunque alimentare l'algoritmo aumentando le probabilità di creare contenuti virali.



DELINARE OBIETTIVO
AZIENDALE
MARKETING
E ALGORITMICO



OBIETTIVO AZIENDALE

- Obiettivo aziendale : Ovviamente l'obiettivo aziendale è incrementare il fatturato attraverso la vendita dei nostri prodotti.



OBIETTIVO MARKETING

- Obiettivo marketing: Lo scopo di questo obiettivo è creare consapevolezza sull'utilità e i benefici che si possono trarre con l'utilizzo del nostro prodotto. Per questo attraverso le strategie social precedentemente descritte dovremo cercare di entrare in contatto con i nostri potenziali clienti attirando la loro attenzione cercandoli di avvicinare al nostro brand. Un esempio in questo caso potrebbe essere quello di fornire una guida gratuita sui benefici che si possono ottenere da una farina di alta qualità come la nostra in modo da informarli sulla qualità del prodotto e in particolare cercando di attivare il principio di reciprocità descritto da Robert Cialdini. Cialdini afferma che una volta avviato questo principio ci sono maggiori possibilità di portare l'utente alla conversione dato che questo "tenderà" a sentirsi in debito con noi e dunque sarà più propenso all'acquisto.

OBIETTIVO ALGORITMICO



- Obiettivo algoritmico: Per quanto riguarda l'obiettivo algoritmico verrà diviso in due fasi. 1- fase di notorietà e conoscenza del brand in modo tale da farci conoscere senza proporre realmente un prodotto o cercare di spingere gli utenti all'acquisto 2- in un secondo momento avvieremo una campagna con obiettivo vendite in modo tale da portare i clienti ormai consapevoli della qualità del nostro prodotto alla fase di acquisto o comunque di maggior interessamento al prodotto.

DELINARE LE ORBITE DI PUBBLICO CHE ANDREMO A COLPIRE

- Per delineare le orbite di pubblico che andremo a coprire, è importante rispondere alle seguenti domande principali:



Qual è l'obiettivo
della campagna
o del progetto?

Quali sono i
risultati che si
vogliono
raggiungere?

- L'obiettivo è quello di aumentare la consapevolezza del brand e della sua gamma di prodotti di farina di alta qualità, e di aumentare le vendite.

Chi è il pubblico target per la campagna o il progetto? Quali sono le loro caratteristiche demografiche, interessi, comportamenti e bisogni?

- Il pubblico target è costituito da chef professionisti, panificatori, pasticceri e cuochi casalinghi appassionati che apprezzano la qualità degli ingredienti e sono disposti a pagare un prezzo più elevato per prodotti di alta qualità. Potrebbero anche essere interessati a farina biologica o a farina per diete specifiche come senza glutine o a basso contenuto di carboidrati.

Quali sono i canali
di comunicazione
preferiti dal
pubblico target?
Dove passano il
loro tempo online
e offline?

- I potenziali clienti del brand potrebbero passare molto tempo online alla ricerca di ricette, su siti web di cucina, blog o sui social media, o partecipando a gruppi di appassionati di cucina online. Inoltre, potrebbero essere presenti a eventi gastronomici, fiere del cibo, mostre di cucina e incontri di appassionati di cucina. Potrebbe essere utile pubblicizzare anche su riviste e periodici di cucina.

Quali sono le sfide o le preoccupazioni del pubblico target che possono essere risolte o affrontate dalla campagna o dal progetto?

- Il pubblico target potrebbe essere preoccupato per la qualità e la consistenza della farina che utilizziamo nei nostri prodotti, e potrebbero avere difficoltà a trovare una fonte affidabile di farina di alta qualità. Potrebbero anche essere preoccupati per la salute e la sostenibilità degli ingredienti che utilizzano in cucina.

Come possiamo raggiungere il pubblico target in modo efficace e coinvolgente? Quali sono le tattiche di marketing e comunicazione più adatte per raggiungere e coinvolgere il pubblico target?

- Potrebbe essere utile utilizzare pubblicità online mirata sui social media, blog e siti web di cucina per raggiungere il pubblico target. Inoltre, potrebbe essere utile partecipare a eventi gastronomici, fiere del cibo e mostre di cucina per far conoscere il brand al pubblico target e far assaggiare i prodotti. Potremmo anche offrire corsi di cucina e workshop per mostrare come utilizzare al meglio la nostra farina di alta qualità.

- Come possiamo valutare l'efficacia della campagna o del progetto? Quali sono le metriche e gli indicatori di successo che possiamo utilizzare per valutare l'impatto sul pubblico target e sui risultati dell'obiettivo?
- Potremmo utilizzare metriche come il tasso di conversione delle vendite, il tasso di partecipazione a eventi gastronomici e la presenza online e offline per valutare l'efficacia della campagna di marketing. Oppure utilizzare sondaggi e questionari per raccogliere feedback dal nostro pubblico target.

STUDIARE E DELINEARE CIÒ CHE VIENE FATTO DALLA CONCORRENZA

Search Facebook

Home People Videos Stores Groups

20+



Mulino Padano

3.8K likes • 4.2K followers

Message Like Search

Posts About Shop Mentions Reviews Followers More

Intro
Industria alimentare di macinazione del grano tenero. Farine di alta qualità per industrie, panific

Page · Food & beverage company
+39 0425 88616
info@mulinopadano.it
mulinopadano.it
Rating · 5.0 (13 Reviews)

Featured

Shop

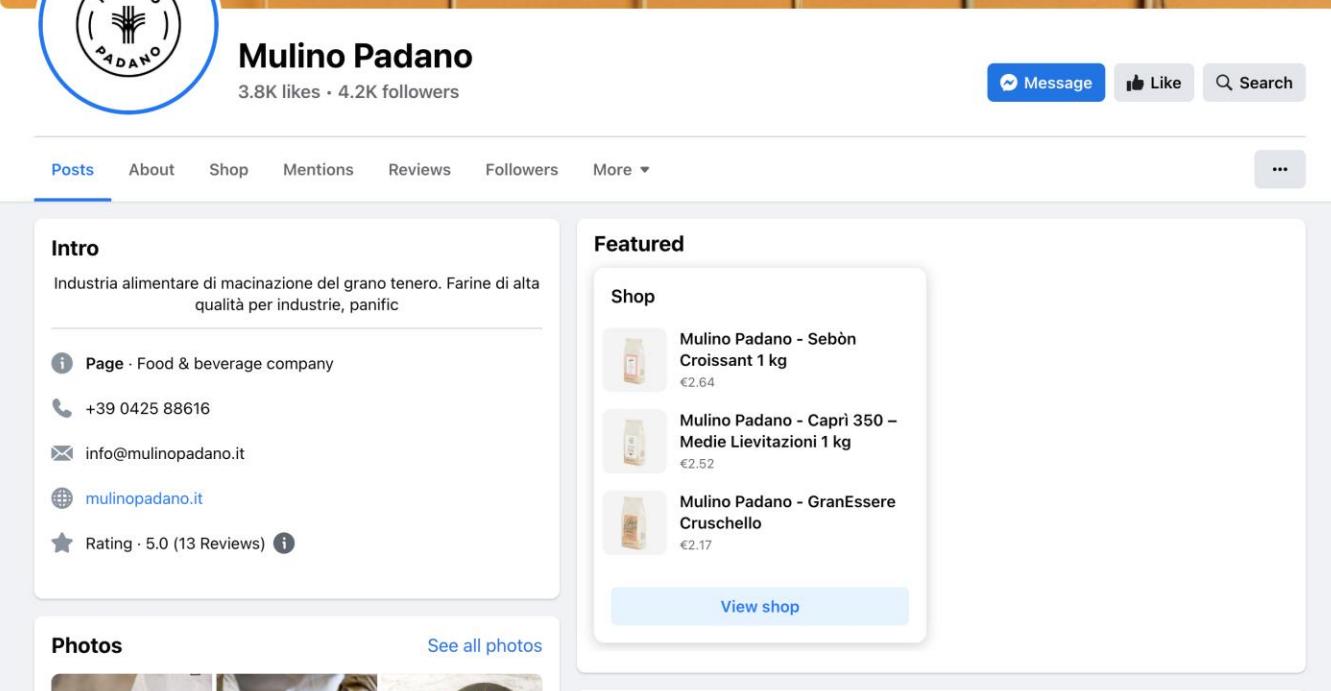
Mulino Padano - Sebòn Croissant 1 kg €2.64

Mulino Padano - Capri 350 – Medie Lievitazioni 1 kg €2.52

Mulino Padano - GranEssere Cruschello €2.17

[View shop](#)

Photos See all photos



Search Facebook

Home People Videos Stores Groups

20+

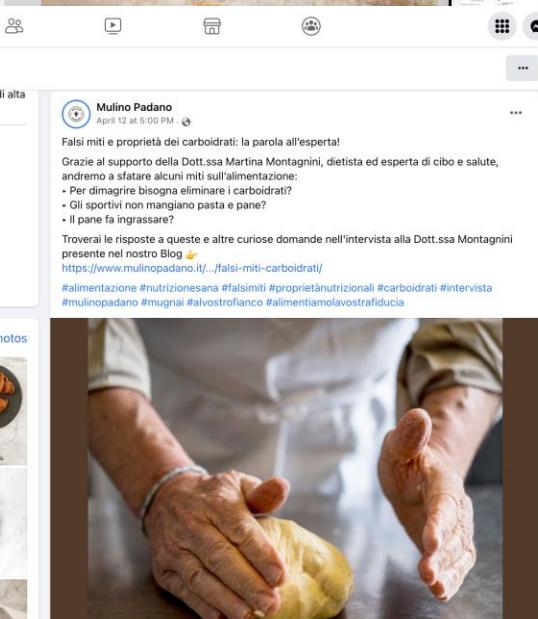
Mulino Padano

+39 0425 88616
info@mulinopadano.it
mulinopadano.it
Rating · 5.0 (13 Reviews)

April 19 at 12:30 PM Dal lontano 1955 tramandiamo, di generazione in generazione, la nostra intramontabile passione di famiglia con uno sguardo attento verso le tecnologie all'avanguardia ma sempre rispettando la tradizione.
#farinaprofessionali #farinaperpasticceria #farinaperpanificazione #farinaperpastafresca #farinaperpizza #farina #flour #mugnai #mulinopadano #alimentiamolavostrafiducia



Photos See all photos



Search Facebook

Home People Videos Stores Groups

20+

Mulino Padano

Industria alimentare di macinazione del grano tenero. Farine di alta qualità per industrie, panific

Page · Food & beverage company
+39 0425 88616
info@mulinopadano.it
mulinopadano.it
Rating · 5.0 (13 Reviews)

Falsi miti e proprietà dei carboidrati: la parola all'esperta! Grazie al supporto della Dott.ssa Martina Montagnini, dietista ed esperta di cibo e salute, andremo a sfatare alcuni miti sull'alimentazione:
- Per dimagrire bisogna eliminare i carboidrati?
- Gli sportivi non mangiano pasta e pane?
- Il pane fa ingrassare?
Troverai le risposte a queste e altre curiose domande nell'intervista alla Dott.ssa Montagnini presente nel nostro Blog <https://www.mulinopadano.it/falsi-miti-carboidrati/>
#alimentazione #nutrizionesana #falsimiti #proprietanutrizionali #carboidrati #intervista #mulinopadano #mugnai #alvostrofianco #alimentiamolavostrafiducia

Photos See all photos



CONCORRENZA (MULINO PADANO)

- Il nostro principale competitor è Mulino Padano, produttore italiano di farina bio. Analizzando i loro profili social ho notato che i contenuti che postano non sono per niente aggressivi. Infatti come riportato dagli screen nella slide precedente utilizzano un approccio molto più delicato concentrandosi sul fornire informazioni sulla qualità dei loro prodotti anche attraverso interviste ad esperti del settore sfruttando il principio di autorità. Inoltre propongono numerose ricette gustose con immagini di alta qualità che si possono preparare con i loro prodotti. Questo porta oltre ad un interesse nel prodotto stesso anche ad un maggior numero di interazioni sotto i post che favorisce la viralità dei contenuti.

CONCORRENZA

Search Facebook

Santacandida

14K likes • 14K followers

WhatsApp Message Like

Posts About Shop Mentions Reviews Followers More

Intro

Agricoltori biologici. Produttori di grano Khorasan SANTACANDIDA® in Puglia e Basilicata da 20 anni

Page · Agriculture Largo Monsignor Curi n. 3, Bari, Italy +39 334 885 6300 info@santacandida-italia.com santacandidashop.com Rating - 4.2 (7 reviews)

Featured

Santacandida April 5 at 10:04 AM

"A noi piace pensare che ad ogni boccone voi troviate tutto l'amore che quotidianamente ci mettiamo nel nostro... 

Shop

FARINA 1kg bio di grano antico Khorasan SANTACANDIDA €4.29

Taralli bio di grano Khorasan SANTACANDIDA €2.99

FARINA 25 kg bio di grano antico Khorasan... €95.00

[View shop](#)

Photos See all photos

Posts

Filters

Search Facebook

Santacandida

100 000 000 likes

info@santacandida-italia.com santacandidashop.com Rating - 4.2 (7 reviews)

Photos See all photos

Coltivare il grano biologico Khorasan nelle nostre terre tra Puglia e Basilicata è anche una missione di conservazione di uno dei paesaggi più belli della nostra Italia e, quindi, del mondo. Speriamo che in questo video riusciamo a trasmettervi la bellezza di questi luoghi ai quali apparteniamo.

#basilicata #puglia #travelitaly #weareinpuglia #granokhorasan #santacandida



Shop

Agricoltori biologici. Produttori di grano Khorasan SANTACANDIDA® in Puglia e Basilicata da 20 anni

Page · Agriculture Largo Monsignor Curi n. 3, Bari, Italy +39 334 885 6300 info@santacandida-italia.com santacandidashop.com Rating - 4.2 (7 reviews)

Photos See all photos

Products



Al Gawsit ENDURANCE CUP is at Castellaneta Marina, Taranto. September 23, 2022 - Castellaneta. Non possono mancare i nostri prodotti pugliesi ad Algawis!

Per tutti i partecipanti prodotti unici., grazie ad una grande azienda Bio di Bari,

CONCORRENZA (SANTA CANDIDA)

- Santa candida è un competitor che definisco come parzialmente diretto in quanto non si concentra unicamente sulla vendita di farina ma anche di prodotti creati tramite questa come ad esempio taralli Etc. Etc.
- La sua strategia di vendita si basa molto sul mostrare ai possibili clienti la loro esperienza nel settore e il funzionamento della loro azienda. Note positive: ho notato che con questo tipo di contenuti sono riusciti ad attirare molto l'attenzione degli utenti e sono stati capaci di soddisfare la domanda latente di tutti coloro che vogliono mangiare cibi di qualità ma magari non hanno le capacità o il tempo di prepararli. Inoltre hanno creato numerosi prodotti disponibili in grandi quantità in modo tale da proporsi ed essere appetibili anche per tutte quelle attività e professionisti interessati ad offrire prodotti creati con materie prime di alta qualità.
- Note negative: A mio parere la pagine è troppo concentrata su contenuti autoreferenziali che come sappiamo molto spesso rischiano di far ottenere l'effetto opposto a quello desiderato. Mancano contenuti polarizzanti o che comunque possano favorire i commenti sotto ai post e dunque aumentare le interazioni alimentando l'algoritmo. Noi cercheremo di prendere i loro punti di forza riproducendoli secondo i nostri standard ed in particolare ci dimostreremo migliori battendoli su quelli che possono essere definiti punti deboli della loro strategia di marketing.

DELINEARE LA CUSTOMER JOURNEY

- Per costruire la customer journey perfetta partiamo dalla fase di prospecting (esplorazione) in particolare concentrandoci almeno inizialmente sulla awareness ossia la conoscenza dell'attività del brand. Per farlo partirei con un breve video di presentazione aziendale all'interno del quale cercheremo di trasmettere la passione per il nostro lavoro, la mission e cercheremo subito di far capire la qualità dei prodotti che offriamo.



BRAND ATTRACTION

- Ora che gli utenti sanno chi siamo e cosa facciamo dobbiamo pensare alla brand attraction cercando di rendere il nostro prodotto il più appetibile possibile agli occhi dei clienti esaltandone i benefici e le qualità. Inoltre nel nostro caso un altro punto di forza su cui fare leva potrebbe essere il materiale ecologico con cui vengono incartati i prodotti e l'assenza di pesticidi e fertilizzanti con cui vengono creati. Infatti oltre ad offrire una farina di alta qualità questa rimane molto rispettosa e amica dell'ambiente e questo passaggio potrebbe aiutarci nella conversione di tutti coloro che sono alla ricerca di prodotti biologici o ecologici.



FAVORABILITY

- Superata la fase di retargeting (interessamento) ci concentriamo su quella che potremmo considerare come la parte più importante della customer journey ossia la favorability che serve a misurare il livello di apprezzamento rispetto alla concorrenza.



STRATEGIE



Per farci scegliere e apprezzare di più rispetto ai nostri competitors adotteremo diverse strategie correlate tra di loro.



2- ci impegneremo a fornire tutte le informazioni necessarie a rispondere alle possibili domande o subite della clientela come ad esempio la data di scadenza della farina che come visto da un'analisi su amazon risulta essere una delle domande più frequenti.



1- Forniremo una guida gratuita con il primo acquisto di ricette realizzabili con i nostri prodotti.



3 – Proporremo un'assistenza pre e post-acquisto

STRATEGIE



4- Riempiremo i nostri profili social di recensioni e testimonianze dei clienti per aumentare la riprova sociale facendo capire ai clienti target che il nostro obiettivo non è la vendita ma la felicità dei nostri clienti.



5- Creeremo una serie di contest grazie ai quali riusciremo a fidelizzare ulteriormente la nostra clientela e grazie a questa potremo ottenere pubblicità gratuita organica attraverso il passaparola e dunque riducendo il budget delle campagne ads.



FUNNEL

NOTORIETÀ

- In questa fase ci concentreremo sulla creazione di campagne e contenuti volti a creare un' interessamento e una conoscenza verso il brand. La strategia si baserà sul fornire informazioni, benefici, utilizzi e caratteristiche del prodotto. In modo tale da suscitare interesse. Questa fase definita anche come brand attractive ha lo scopo di creare una prima connessione con il target desiderato, introducendolo al prodotto e accompagnandolo all'interno della prima fase del funnel.



CONSIDERAZIONE

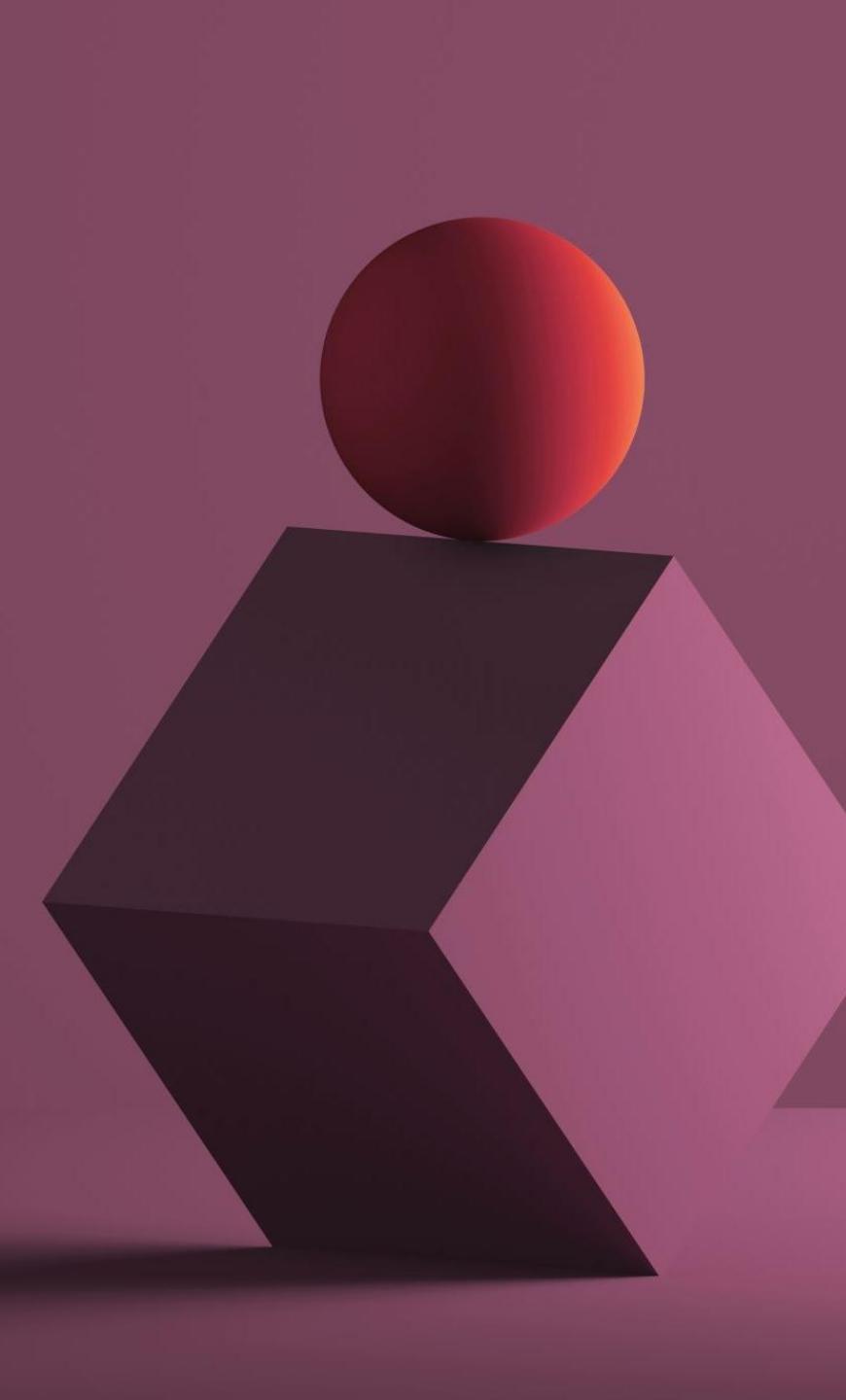
- Durante la fase di considerazione l'obiettivo principale è quello di far capire all'utente i vantaggi che potrà ottenere dall'utilizzo del prodotto proposto. Per farlo bisognerà introdurlo ad una serie di contenuti di carattere informativo e se possibile accompagnare questi ultimi con testimonianze e recensioni dei clienti che ne hanno già tratto vantaggio.



CONVERSIONE

- Nella fase di conversione, l'obiettivo è quello di trasformare il potenziale cliente in un acquirente effettivo del prodotto. In questa fase, dobbiamo concentrarci sull'offrire una soluzione alle esigenze e ai problemi del cliente, presentando il prodotto come la soluzione ideale. È importante che il nostro messaggio sia convincente e chiaro, in modo da spingere l'utente ad agire e ad acquistare il prodotto.
- Per raggiungere questo obiettivo, possiamo utilizzare diverse tecniche di persuasione, come offerte speciali, promozioni limitate nel tempo, garanzie di rimborso, testimonianze e recensioni di altri clienti soddisfatti. Inoltre, è importante semplificare il processo di acquisto, fornendo informazioni dettagliate sul prodotto e su come acquistarlo.
- Una volta che l'utente ha deciso di acquistare il prodotto, è importante fornire un'esperienza di acquisto semplice e piacevole, garantendo una spedizione rapida e affidabile e un servizio clienti disponibile e attento alle esigenze dei clienti.



An abstract graphic on the left side of the slide consists of several overlapping geometric shapes. At the top is a large, solid red sphere. Below it is a dark gray parallelogram. In front of the parallelogram is a large, semi-transparent pink diamond shape. The background behind the graphic is a dark maroon color.

CREAZIONE CAMPAGNE

Per quanto riguarda le campagne strategiche queste saranno 2

B2B

- La prima sarà composta da un carosello di immagini del prodotto e di dati che attestano quanto il trend dei cibi biologici e farine di alta qualità stia crescendo nel tempo al termine del carosello verrà inserita un'immagine in cui diremo di commentare con la parola "Farina bio" per ricevere maggiori informazioni ed un preventivo gratuito. Questo oltre a favorire un contatto più rapido con i possibili clienti aumenterà le interazioni e dunque l'engagement del post.



B2C

- Creeremo 3 campagne come già spiegato in precedenza.
- 1- Ci concentreremo sulla notorietà del brand creando un video introduttivo e un carosello incentrato sui benefici che si possono ottenere grazie al consumo della farina bio.
- 2 - Un post con il link a una landing page dove attraverso un'email si potrà ricevere un e-book gratuito sull'argomento farine bio.
- 3- Una campagna più aggressiva indirizzata a tutti quegli utenti che hanno interagito con i post precedenti dove proporremo uno sconto del 10/15% sul primo acquisto se questo verrà effettuato entro 1 settimana.
- Una volta lanciate queste campagne analizzeremo i risultati in modo tale da capire come aggiustare il tiro e cosa cambiare per aumentare ulteriormente il tasso di conversione.



INSERZIONI FORMATO
REELS, POST STORIES
CON DIVERSI
COPYINSERZIONI FORMATO
REELS, POST STORIES
CON DIVERSI COPY
E IMMAGINI IN BASE ALLA
CAMPAGNA



RICEVI SUBITO
IL TUO EBOOK GRATUITO

SCOPRI TUTTI VANTAGGI

FARINA BIO
100% naturale
www.reallygreatsite.com



ADS PUNTO 2 CAMPAGNA B2C



ADS PUNTO 3
CAMPAGNA B2C

SEARCH ENGINE MARKETING

- Per realizzare un sito web e-commerce di successo per la vendita dei prodotti di farina di alta qualità, è importante iniziare con una buona ricerca di mercato per trovare i prodotti migliori che possono essere venduti online.
- È importante anche valutare la concorrenza e l'offerta di prodotti simili sul mercato per differenziarsi.
- Queste sono le due farine considerate best sellers (fonte:pane burro e amore) secondo un blog molto rinomato per la scelta di prodotti biologici. Gli utenti pongono spesso la domanda della data di scadenza, idratazione e se è adatta a fare la pizza quindi per differenziarci e cercare di attirare l'attenzione nell'immediato sono tutte informazioni che potremmo mettere in primo piano sin da subito.

This screenshot shows a forum thread on Amazon's website regarding flour expiration dates. The first post asks if flour has a shelf life and if it's safe after its expiration date. Subsequent posts provide answers from different users, including one from 'Da RIS IMPORT EXPORT SRL' stating that flour has a shelf life of at least 6 months and is safe until March 2019. Another user asks about small bags of flour and receives a response from 'Da Cliente Amazon' indicating they are safe until November 2020.

This screenshot shows another forum thread on Amazon about flour expiration dates. A user asks if flour is good for 6 months. A response from 'Da Cliente Amazon' states that flour is good for 18 months. Another user asks if flour is good for 1 year and receives a response from 'Da Cliente Amazon' indicating it is safe until November 2020.

This screenshot shows a forum thread on Amazon's website. A user asks if flour is good for 25 kg and if it's possible to receive packages of 1 kg. A response from 'Da Cliente Amazon' indicates that flour is good for 24 hours and can be received in 1 kg packages. Another user asks if flour is good for 25 kg and if it's possible to receive packages of 1 kg. A response from 'Da Cliente Amazon' states that flour is good for 24 hours and can be received in 1 kg packages. Below the forum, there are two sections for reviews: 'Recensioni clienti' showing a 4.7 rating and 'Recensioni migliori da Italia' showing a 4.7 rating for 'La Vera pizza con una super farina!'. An inset image in the bottom right corner shows a tablet displaying a dashboard with various data points.

SITO WEB

- Una volta che i prodotti sono stati selezionati, è importante creare un sito web e-commerce ben strutturato, facile da navigare e con una buona user experience. L'architettura del sito dovrebbe essere organizzata in modo logico, con categorie e sottocategorie chiare e ben definite. È importante includere anche una pagina dettagliata per ogni prodotto, con immagini di alta qualità, descrizioni accurate e specifiche tecniche.
- Per creare traffico sul sito web e-commerce e generare lead, è importante creare un blog aziendale di alta qualità che possa attirare persone interessate ai prodotti. Il blog dovrebbe offrire contenuti informativi e coinvolgenti sui prodotti, sulle ricette e sull'utilizzo delle farine di alta qualità.



Gap di backlink

Panoramica Analisi in blocco

Ricerca keyword

Keyword Magic Tool

Keyword Manager

Tracking della posizione

Organic Traffic Insights

Creazione link

Analisi backlink

Backlink Audit

Link Building Tool

Analisi in blocco

Sito Audit

Listing Management

SEO Content Template

On Page SEO Checker

Log File Analyzer

Local SEO

Pubblicità

Social Media

Content marketing

Trends

Soluzioni per le agenzie

Gestione i miei report

Panoramica

Volume totale 210 IT

Difficoltà delle keyword 15% Simple

Abbastanza possibile preoccuparsi con questo keyword. Avrai bisogno di un contenuto di qualità focalizzato sull'intento della keyword.

Volume totale 1,3K

Intento Informazionale

As keyword Lingua Località

Cerca

Uso le parole chiave sul tuo sito? Serve aiuto per la ricerca keyword? SÌ, MI SERVE AIUTO Di cosa ti tratta?

Stai usando la versione gratuita di Ubersuggest. | 2 su 3 ricerche gratuite al giorno EFFETTUARE L'UPGRADE

word : farina bio AGGIUNGI ALL'ELENCO OTTIMIZZA PER KEYWORD

mica keyword : farina alta qualità AGGIUNGI ALL'ELENCO OTTIMIZZA PER KEYWORD

Idee di keyword

Variazioni keyword 923 Volume totale: 3,7K

Domande 25 Volume totale: 0

Keyword Volume KD% Keyword Vol

farine biologiche 390 20 farin a napoli chi fa la pizza con farine biologiche

farina biologica 210 15 che tipo di farine usa buttoni nelle fette biscottate biologiche

farine biologiche macinate a pietra 170 15 chi vende farine bio siracusa

farina integrale biologica 110 8 come certificare grano biologico

farine biologiche italiane 70 18 come conservare farine biologiche

JUIME DI RICERCA

EFFETTUARE L'UPGRADE PER VISUALIZZARE I DATI SULLA CRONOLOGIA DELLE KEYWORD

Volume di ricerca

Volume di ricerca da mobile

EFFETTUARE L'UPGRADE PER VISUALIZZARE I DATI SULLA CRONOLOGIA DELLE KEYWORD

Volume di ricerca

Volume di ricerca da mobile

time sul traffico

Backlink

IDEE KEYWORD

SUGGERITE CORRELATE DOMANDE PREPOSIZIONI CONFRONTI

KEYWORD TREND VOLUME CPC PD SD

farina biologica 260 €0,49 99 32

farina biologica macinata a pietra 210 €0,38 100 33

via farina 210 €0,00 1 49

farina bio macinata a pietra 210 €0,38 100 34

farina integrale bio 140 €0,48 99 29

farine biologiche italiane 90 €0,34 95 23

farina manitoba bio 90 €0,25 99 32

CONSULENZA PIANI E PREZZI

SEO

- I volumi di ricerca maggiori sono legati a queste keywords:
- Farina biologica e Farina biologica senza glutine
- Ho notato che i livelli di difficoltà seo su queste parole non sono altissimi. Questo si spiega dato che la maggior parte dei competitors non utilizzano la vendita di farina biologica come core business ma tendono a vendere i loro prodotti creati attraverso la farina biologica in quanto per questi ultimi c'è molta più domanda.

Domande 6 Volume totale: 0

Nessun risultato

IDEA D'ETÀ DEGLI UTENTI CHE EFFETTUANO QUESTA RICERCA

Volume KD%

Volume KD%

come conservare le farine bio 0 n/d

come viene prodotta farina castagne bio 0

don farine bio 590 €0,25 97 43

don nelle farine bio 170 €0,50 100 49

dove comperare farine bio 70 €0,00 88 40

Visualizza tutte le 6 keyword

Analisi SERP

Risultati 9,5M Funzionalità SERP

Visualizza tutte le IDEE KEYWORD

CONSULENZA PIANI E PREZZI

1-10 11-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61-70 71-80 81-

AIuto

SEO

- L'ultima considerazione della slide precedente ci porta a pensare di creare una strategia basata sulla creazione di prodotti come taralli, grissini etc. Con le nostre farine di alta qualità. Questo per poter competere in un mercato che risulta essere piuttosto in crescita negli ultimi anni.

SEO

- Tra le altre keywords correlate appaiono quelle sotto menzionate anche se con **volumi di ricerca nettamente inferiori** a quelli delle slides precedenti. Per riuscire ad ottenere un buon posizionamento su questo tipo di parole chiave potremmo **integrare una sezione blog all'interno del sito internet scrivendo degli articoli** che trattano ad esempio dei diversi tipi di farine biologiche, dei loro vantaggi, benefici per la salute etc etc.



SEO KEYWORDS

- Farina biologica di alta qualità, Farina biologica per alimentazione, Farina per panificazione biologica, Farina per pasta biologica, **Farina integrale biologica**, Farina di grano biologica, Farina di mais biologica, Farina di riso biologica, Farina di segale biologica, Farina di avena biologica, Farina di farro biologica, Farina senza glutine biologica, **Farina biologica per dolci**, Farina biologica per pizza, Farina biologica per focacce, Farina biologica per biscotti, **Farina biologica a km zero**, **Farina biologica italiana**, Prodotti biologici per la panificazione





SEA CAMPAGNA NOTORIETÀ/LEAD

- PURTROppo non sono riuscito a caricare le campagne che ho creato direttamente su questo PDF ma le ho inserite su GitHub come file separati e comprendono i vari annunci e le keywords da inserire.
- Questo primo annuncio ads facebook appartiene alla campagna notorietà precedentemente menzionata e oltre a far conoscere il brand ha lo scopo di raccogliere dati di contatto attraverso un "regalo" ossia l'ebook omaggio sui benefici che si possono ottenere consumando regolarmente farina biologica.
- Nel secondo annuncio invece l'ebook riguarda le ricette semplici che si possono fare con la farina biologica, in quanto queste risultano essere molto ricercate.
- Il terzo annuncio offre in regalo un ebook con una ricetta per preparare vari tipi di pizza a base di farina biologica, in quanto quest'ultima risulta essere una delle più ricercate nel campo.



SEA CAMPAGNA CONVERSIONI

- Per questa campagna ho pensato di utilizzare dei testimonial e figure molto importanti e riconosciute nel campo culinario ossia (Cannavacciuolo, Cracco e Bruno Barbieri) in questo modo riusciamo a sfruttare delle leve di persuasione molto forti come: Principio di autorità e sicurezza. Inoltre ho inserito un codice sconto del 15% sul primo acquisto che ha lo scopo di invogliare subito il cliente ad effettuare l'azione e una scadenza di utilizzo per questo in modo tale da attivare anche il principio di scaristà.
- Come slogan ho deciso di inserire alcune delle frasi più iconiche degli chef in modo tale da rendere il tutto più divertente cercando di invogliare ulteriormente gli utenti a portare a termine l'acquisto.



GRAZIE DELL'ATTENZIONE