

PROGETTO SCUOLA FORMAZIONE BARTENDER



OBIETTIVI

L' Obiettivo che si è prefissato il cliente "BARTENDERS" è quello di aumentare il numero di contatti.

Prima di tutto ripercorriamo i dati che abbiamo a nostra disposizione

- 1) Visualizzazioni Pagina : 144.286**
- 2) Visualizzazioni di pagina uniche: 121.256**
- 3) Tempo medio sulla pagina: 01:13 min**
- 4) Frequenza di rimbalzo: 64,18%**
- 5) Uscita: 40,95%**



OBIETTIVI

1) Per quanto riguarda il numero di visualizzazioni si parla di buoni risultati.

Per migliorare questi numeri rendendoli più concreti sicuramente bisognerà effettuare una nuova definizione del target in modo più preciso riducendo l'audience ma ottenendo risultati più tangibili.

Questa azione di ridefinizione dovrà essere effettuata dato che su circa 144 k visite 122 k non hanno navigato il sito per intero e si sono fermati semplicemente alla pagina di atterraggio.

DEFINIZIONE BUYER PERSONA

Vedi prossima slide



DEFINIZIONE TARGET

1) Qual è l'età media del target clienti?

Età media tra i 18 e i 30 anni.

2) Quale genere rappresenta maggiormente il target?

Principalmente uomini, ma anche una piccola percentuale di donne.

3) In che paese si trovano e come si svolgeranno i corsi?

In Italia.

Sarà possibile seguire i corsi in presenza nelle città di Roma, Milano e Torino, ma anche a distanza in modalità on demand con registrazione delle lezioni.

4) Quali sono gli interessi principali dei clienti potenziali?

Fare un lavoro divertente, possibilità di viaggiare, passione per la musica e le serate.

5) Quali altri interessi potrebbero avere i clienti target?

Possibilità di frequentare locali notturni e di conoscere nuove persone.

6) Quali sono le motivazioni principali del target?

Trovare un lavoro ben pagato senza dover fare l'università, entrare in un contesto lavorativo meritocratico e svolgere un lavoro costantemente a contatto con il pubblico.

7) Quali sono gli obiettivi principali del target quando si iscrivono ai tuoi corsi?

Imparare nuove tecniche di mixology e preparazione di cocktail, acquisire competenze e conoscenze specifiche del settore del bar, ottenere un certificato riconosciuto per migliorare le opportunità di lavoro, migliorare la propria sicurezza e professionalità sul lavoro, diventare più competitivi nel mercato del lavoro.

DEFINIZIONE TARGET

8) Quali sono le principali preoccupazioni o problemi che i corsi di barman possono risolvere per i clienti target?

Acquisizione di nuove conoscenze e competenze tecniche specifiche del settore del bar, possibilità di ottenere un certificato riconosciuto per migliorare le opportunità di lavoro, miglioramento della sicurezza e della professionalità sul lavoro.

9) Qual è il budget medio che i clienti sono disposti ad investire?

Il budget medio non è troppo elevato, visto che molti sono studenti e quindi non hanno la disponibilità economica immediata per saldare l'intero corso. Per questo motivo è prevista la possibilità di rateizzare il corso o di ricevere un finanziamento dalla banca per chi dovesse riscontrare dei problemi anche con la rateizzazione da noi proposta.



OBIETTIVI



2) Data la composizione del sito internet

(2 pagine + Thank you page)

il tempo trascorso sul sito si può definire come sufficiente ma comunque potremmo lavorare sulla user experience inserendo dei contenuti più accattivanti o stimolanti in modo tale da aumentare il tempo medio trascorso sulla pagina.

Ad esempio potremmo inserire un questionario per dare la possibilità all'utente di capire se questo corso può fare per lui, instaurando così un rapporto di fiducia e facendo capire che il nostro interesse principale non è quello di lucrare sui clienti bensì di aiutarli a capire se quest'esperienza può fare veramente per loro quindi spostare il focus sull'esperienza dell'utente.

Dato il tipo di attività e di servizio proposto manterrei un tono amichevole e informale a tratti divertente cercando di trasmettere tranquillità e sicurezza.

Inserirei inoltre una sezione dedicata ai testimonial e alle recensioni dei clienti in modo tale da sfruttare il principio di riprova sociale e stimolando quindi in essi un maggiore interesse.

Per favorire una comunicazione più efficace che potrebbe contribuire ad un aumento delle conversioni metterei a disposizione un chat bot oppure un pulsante sticky con collegamento diretto a whatsapp per qualsiasi tipo di informazione o dubbio in merito ai corsi proposti.

OBIETTIVI

3) La frequenza di rimbalzo solitamente è compresa tra il 30 e il 70 % e più si alza più significa che non siamo riusciti ad attirare l'attenzione dell'utente portandolo ad effettuare un'azione.

Per migliorare questo dato sicuramente come già anticipato nella slide precedente ci concentreremo su un lavoro di UX cercando di ridurre gradualmente la percentuale.

Inoltre grazie alla nuova targetizzazione del pubblico ci assicureremo di ricevere più visite di qualità con un maggiore interesse concreto alla nostra proposta e dunque più propense all'acquisto.



Lancio nel mese di aprile 2023

PM Formazione Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 27 apr 2023
Piattaforme
ID: 1898023220566702

Vedi dettagli dell'inserzione

AccademiaBarman.it Corsi per Barman Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 26 apr 2023
Piattaforme
ID: 1063418801713036

Vedi dettagli dell'inserzione

AccademiaBarman.it Corsi per Barman Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 26 apr 2023
Piattaforme
ID: 952467865882063

Vedi dettagli dell'inserzione

Lancio nel mese di aprile 2023

Accademia del Gusto Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 27 apr 2023
Piattaforme
ID: 648240410460135

Vedi dettagli dell'inserzione

Edoné Bergamo Sponsorizzato
L'identificatore unico per questa inserzione specifica.
Data di inizio della pubblicazione: 27 apr 2023
Piattaforme
ID: 939591253860487

Vedi dettagli dell'inserzione

Scuola barman PFB Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 27 apr 2023
Piattaforme
ID: 195541523293929

Vedi dettagli dell'inserzione

Lancio nel mese di aprile 2023

New World Academy Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 18 apr 2023
Piattaforme
ID: 567754175190024

Vedi dettagli dell'inserzione

antonioespositobartender Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 17 apr 2023
Piattaforme
ID: 221302390505183

Vedi dettagli dell'inserzione

PM Formazione Sponsorizzato
Data di inizio della pubblicazione: 17 apr 2023
Piattaforme
ID: 125031407584707

Vedi dettagli dell'inserzione

ANALISI DI MERCATO

Partiamo col dire che il nostro cliente si trova all'interno di un mercato molto competitivo con poche barriere all'entrata.

Infatti negli ultimi anni si sono affermate molte realtà che propongono corsi formativi per barman di alto livello e questa forte competizione va tenuta in considerazione.

In compenso nella maggior parte dei casi si parla di piccole realtà emergenti che hanno ancora poco seguito e che da un attenta analisi possono essere definite come inesperte nel settore o almeno possono essere considerate tali da un punto di vista di marketing.

I principali ERRORI
Bassa qualità delle creative
Scarsa capacità di creare interazioni
Mancanza di copy scritti in modo accattivante

-
-
-

VANTAGGI (Rischi da tenere in considerazione)
Prezzi competitivi
Proposte continue e flessibili

-
-

ANALISI MERCATO (COMPETITORS)

Il principale competitor, considerabile come leader di questo mercato al momento è la Mixology Accademy che vanta un'ottimo seguito e una community molto affiatata.

Ho notato analizzando la pagina facebook diversi tipi di approccio.

1) Si basano molto sulle recensioni dei loro studenti e hanno creato una serie di video testimonianza che trasmettono sicurezza e fiducia.

Questo tipo di strategia porta a 2 vantaggi principali:

- 1. Un aumento delle possibilità di attrazione da parte di persone interessate ai corsi di barman che si traduce in un possibile aumento delle conversioni. (Riprova sociale)**
- 2. Inoltre questa modalità di approccio favorisce il crearsi di una community tramite cui si possono ricevere feedback e comunicazioni importanti ma non solo anche informazioni e scambi di idee. Tutto questo porta ad un aumento delle interazioni e dunque alimenta l'algoritmo portando facebook a mostrare con facilità inserzioni e contenuti a nuovi utenti con interessi simili a quelli trattati. A tutto questo si aggiunge anche un traffico organico dato dal passaparola degli studenti che hanno partecipato ai corsi e ne sono rimasti soddisfatti.**



MIXOLOGY Academy

"Mi piace": 33.627 • Follower: 34.021

Post

Informazioni

Menzioni

Recensioni

Servizi

Follower

Altro ▾

In breve

Condividiamo la nostra passione sul bere miscelato e la vita quotidiana all'interno dell'Accademia, d

In evidenza



MIXOLO
pubblica

ANALISI MERCATO (COMPETITORS)

2) Creano molti contenuti in cui indicano lo stipendio medio di un barman, puntano molto sul loro job placement che si attesta su percentuali molto alte circa 90% in 3 mesi, e il loro punto di forza principale su cui fanno molto leva è il rilascio di un doppio certificato riconosciuto sia a livello Internazionale che Europeo.

Questa modalità di approccio stimola l'interesse e l'attenzione degli utenti portandoli a richiedere maggiori informazioni e dunque spingendoli nella fase successiva del funnel.

Anche in questo caso ogni post ed inserzione viene accompagnato da una serie di foto di studenti reali che rispecchiano nella maggior parte determinate caratteristiche. come ad esempio giovane età, gioia, felicità e capacità nello svolgere quel lavoro il tutto rende ancora più reale per l'utente convincersi di poter raggiungere gli stessi risultati dato che si riconosce negli studenti.

Post di MIXOLOGY Academy



Commenti: 5 Condiviso

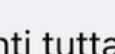
Mi piace 38 **Commenta** **Condividi** **Più pertinenza**

Raffaele Malizia
Bravi! 

Enza Botticella

Mi piace Rispondi 2 g

Bruno Buzzi
Complimenti Alessandro, gentile, preparato, professionale e con voglia di crescere...avanti Così 
Mi piace Rispondi 2 g

Rosanna Pagliarini Leoni
Che bravoooo Alessandro  avanti tuttaaa 
Mi piace Rispondi 1 g

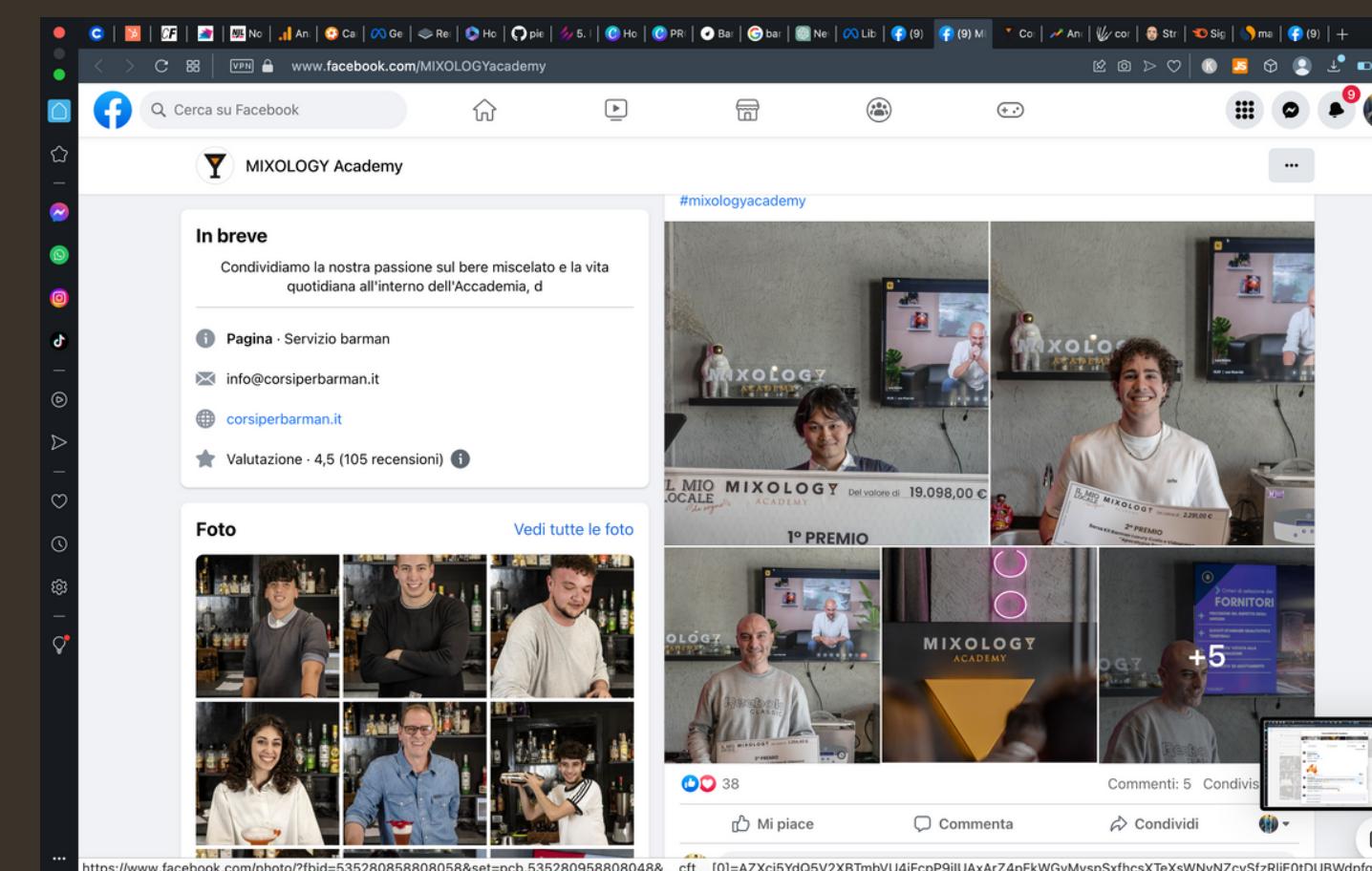
Scrivi un commento... 

Premi Invio per pubblicare.

ANALISI MERCATO (COMPETITORS)

3) Ho notato una strategia molto interessante ossia un contest in cui gli studenti del corso si sono sfidati per dimostrare le proprie capacità e il vincitore ha ricevuto un premio di 20 mila euro per l'avvio del proprio progetto. Tutto ciò per ribadire ulteriormente il sostegno verso i propri studenti e le loro ambizioni.

Il tutto ha riscosso un notevole successo anche dal punto di vista delle interazioni e questo riconferma la potenza della loro community.



In breve
Condividiamo la nostra passione sul bere miscelato e la vita quotidiana all'interno dell'Accademia, d

Pagina · Servizio barman
info@corsiperbarman.it
corsiperbarman.it
Valutazione · 4,5 (105 recensioni)

Foto **Vedi tutte le foto**

1° PREMIO **2° PREMIO**

Commenti: 5 Condiviso **Mi piace** **Commenta** **Condividi**

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=535280858808058&set=pcb.535280958808048&_cft__\[0\]=AZXci5YdQ5V2XBTrmbVU4|FcpP9ilUAxArZ4pFkWGyMyspSxhcsXTeXsWNyNzcyGfzRjE0tDUBWdpfq-YNi...](https://www.facebook.com/photo/?fbid=535280858808058&set=pcb.535280958808048&_cft__[0]=AZXci5YdQ5V2XBTrmbVU4|FcpP9ilUAxArZ4pFkWGyMyspSxhcsXTeXsWNyNzcyGfzRjE0tDUBWdpfq-YNi...)

MIXOLOGY Academy

Post: In evidenza

MIXOLOGY Academy ha pubblicato un video nella playlist...
20 maggio 2019

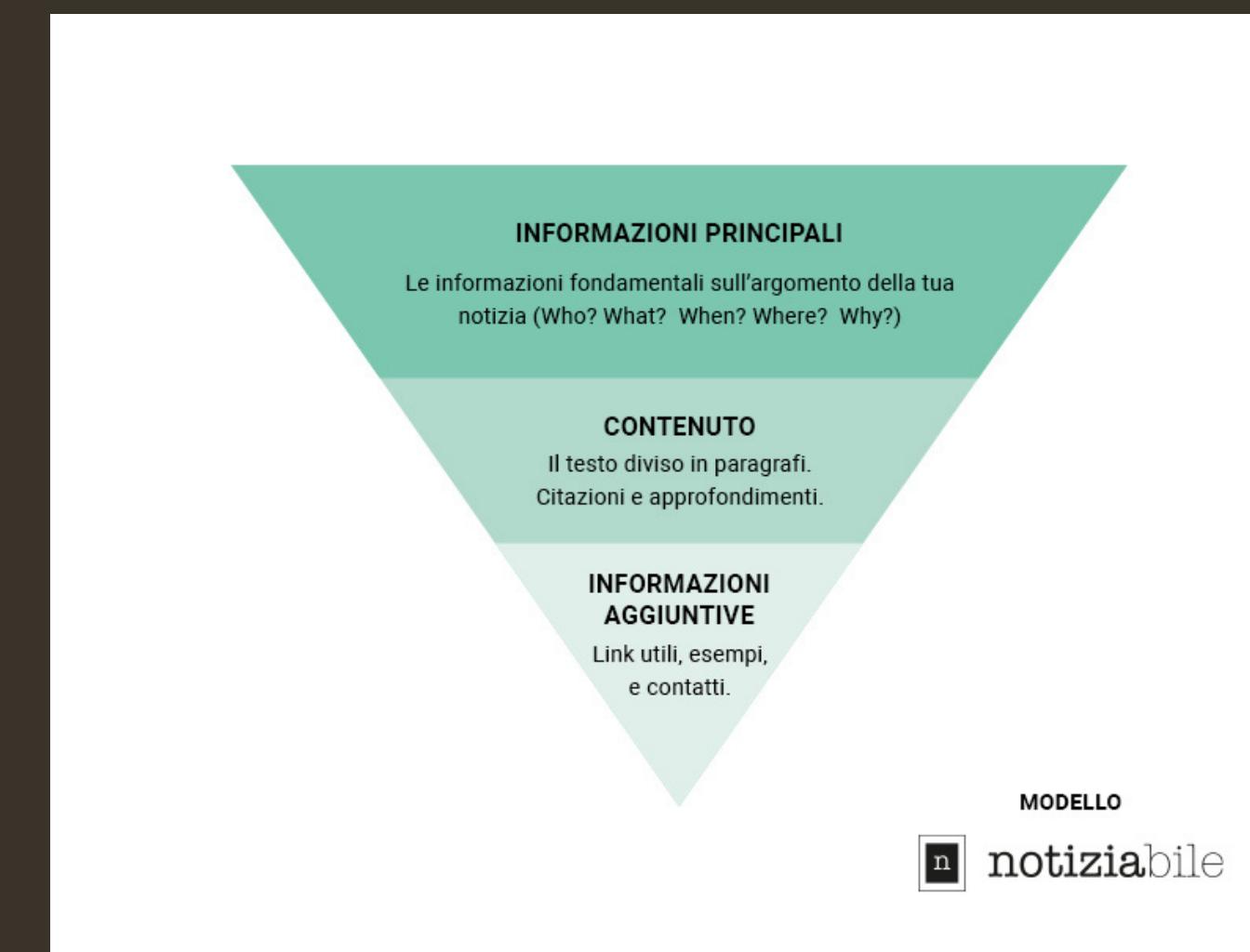
[Perché Scegliere MIXOLOGY Academy:
7 Motivi]

Vedi tutte le foto

ANALISI MERCATO (COMPETITORS)

4) Come unico post in evidenza hanno un video introduttivo con un copy molto ben strutturato e capace di attirare l'attenzione in cui subito elencano i principali motivi per cui sceglierli (benefici) in modo tale che chi mostra interesse per i loro corsi abbia subito la possibilità di vedere cosa otterrà in modo concreto scegliendoli.

In questo caso hanno utilizzato il principio della piramide rovesciata mettendo in evidenza e dunque al primo posto le informazioni principali e più importanti per cui un utente dovrebbe sceglierli.



ANALISI SWOT



Strengths (punti di forza)

- Come precedentemente descritto il principale punto di forza del nostro competitor è quello di aver creato una community molto forte ed interattiva oltre alla creazione di contenuti capaci di stimolare l'attenzione dell'utente.

• Ottimo posizionamento sulle keywords scelte
Mixology, corsi barman, quanto guadagna un barman...

- Possibilità di rateizzazione dei corsi

Weaknesses (punti di debolezza)

- Mancanza di collegamenti e link alle altre pagine social.
L'omnicanalità nel marketing odierno dovrebbe essere al centro dell'attenzione per favorire la ricerca dell'utente in fase di interessamento

Opportunities (opportunità)

- Inserimento all'interno di un mercato in continua crescita ed evoluzione.
- Sfruttare il principio di omnicanalità mancante nel nostro competitor principale.
- Affermarsi in città italiane ancora poco targhettizzate dai competitors.

ANALISI SWOT

Threats (minacce)

- Le principali minacce sono sicuramente la presenza di molti competitors nel mercato che portano ad un obbligo di differenziazione per essere riconosciuti.
- La presenza di un leader di mercato molto riconosciuto ed affermato



ANALISI KEYWORDS

Le maggiori ricerche effettuate dagli utenti riguardano in domanda diretta

I corsi barman + città di provenienza (x la maggior parte

Roma, Milano, Torino, Bologna)

(corsi barman vicino a me/ Roma etc)

- Se c'è il rilascio di un certificato e se questo viene riconosciuto a livello internazionale e/o Europeo
(corso barman certificato/ certificato riconosciuto)**

I costi dei corsi

(Corso barman costo/ costo corsi bartender/ corsi barman prezzi)

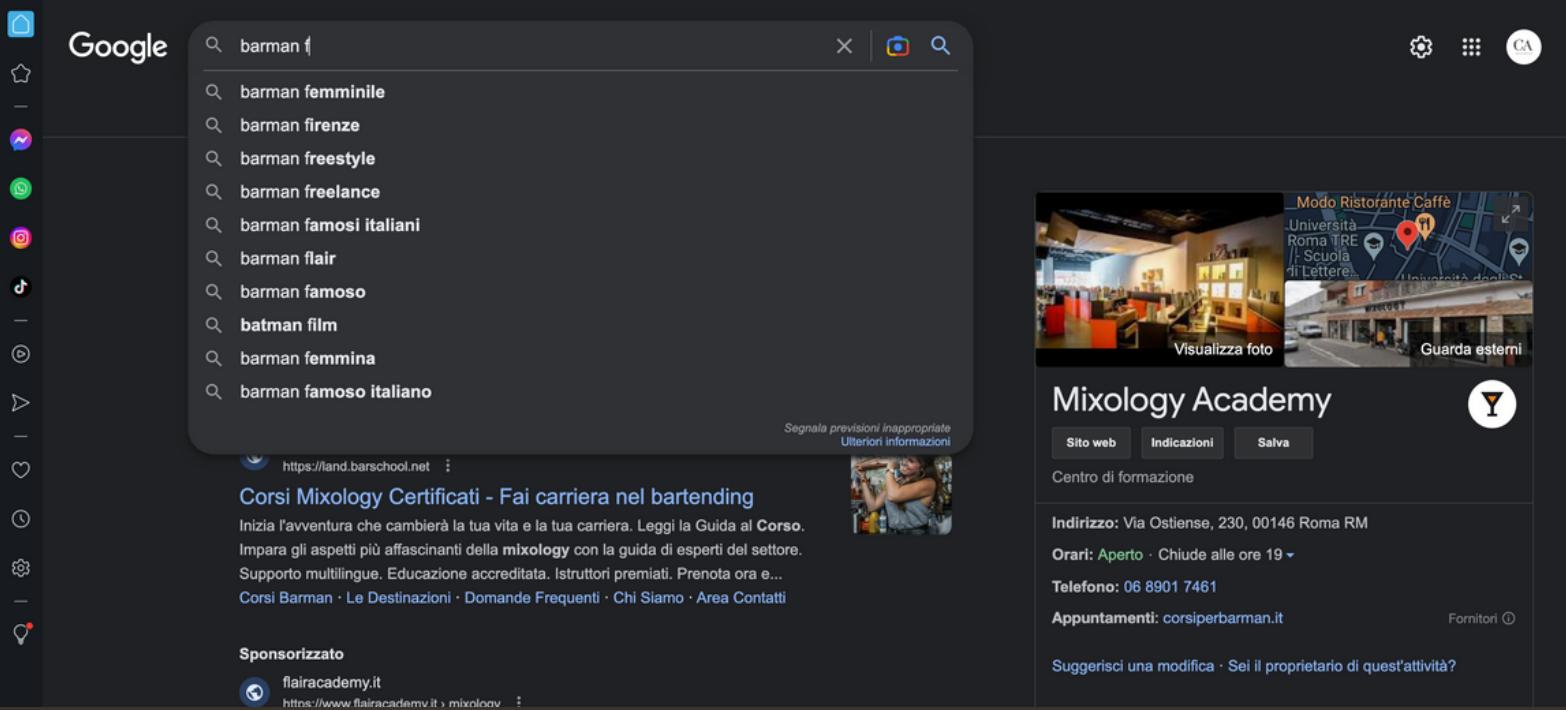
Lo stipendio di un barman

(quanto guadagna un barman/bartender)

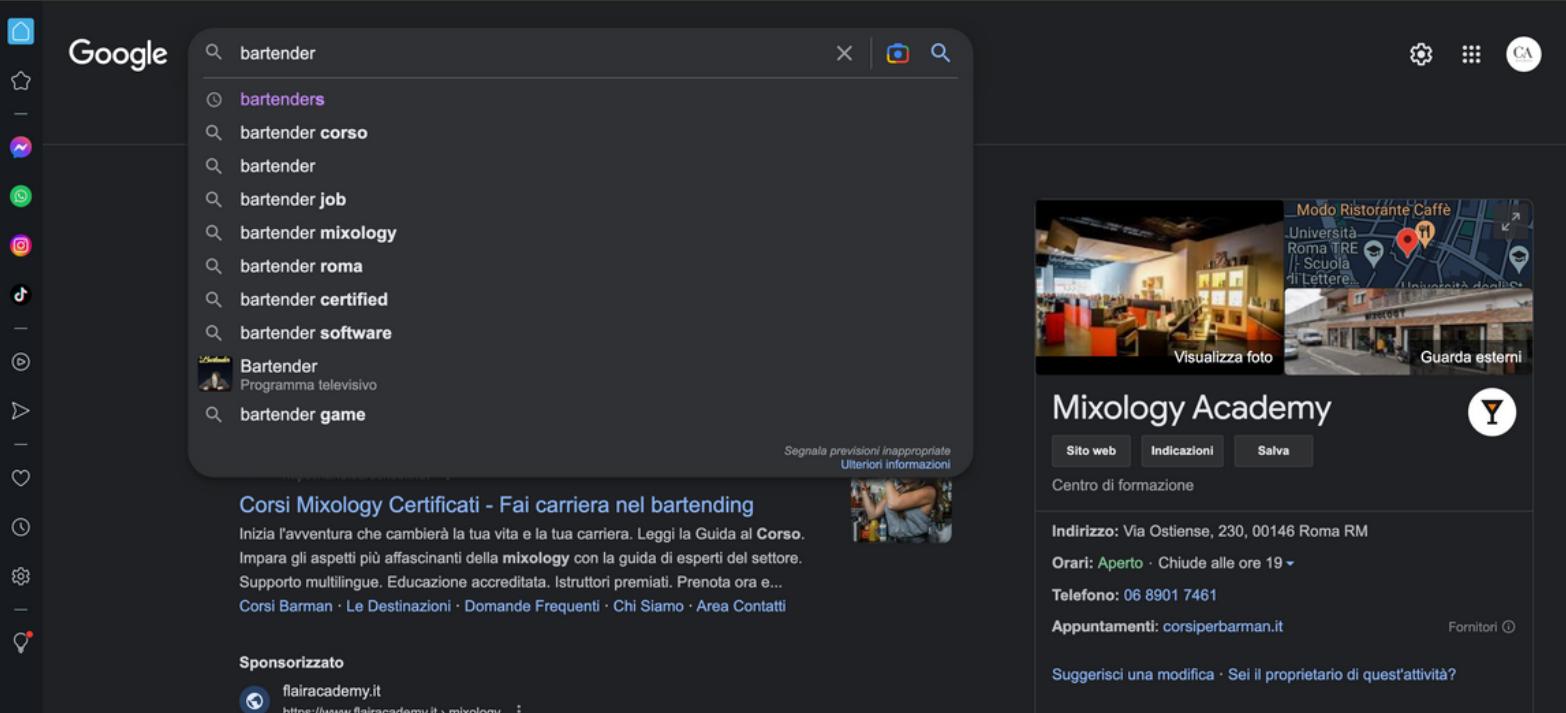
DOMANDA LATENTE (keywords)

Al momento c'è un'assenza quasi totale di figure femminili in Italia che si mostrano interessate a questo tipo di lavoro nonostante questo sembrano esserci dei segnali che fanno pensare a un cambiamento di questo trend.

Cercheremo di creare una serie di contenuti diretti al pubblico femminile in modo tale da stimolare in loro un maggiore interesse verso quello che ad oggi viene considerato un settore dominato dagli uomini.



Google search results for "barman". The top result is "Mixology Academy" with a map and contact information. Below it are sponsored results for "flairacademy.it" and "accademiacarman.it". The sidebar shows related searches like "barman femminile", "barman firenze", and "barman costi".

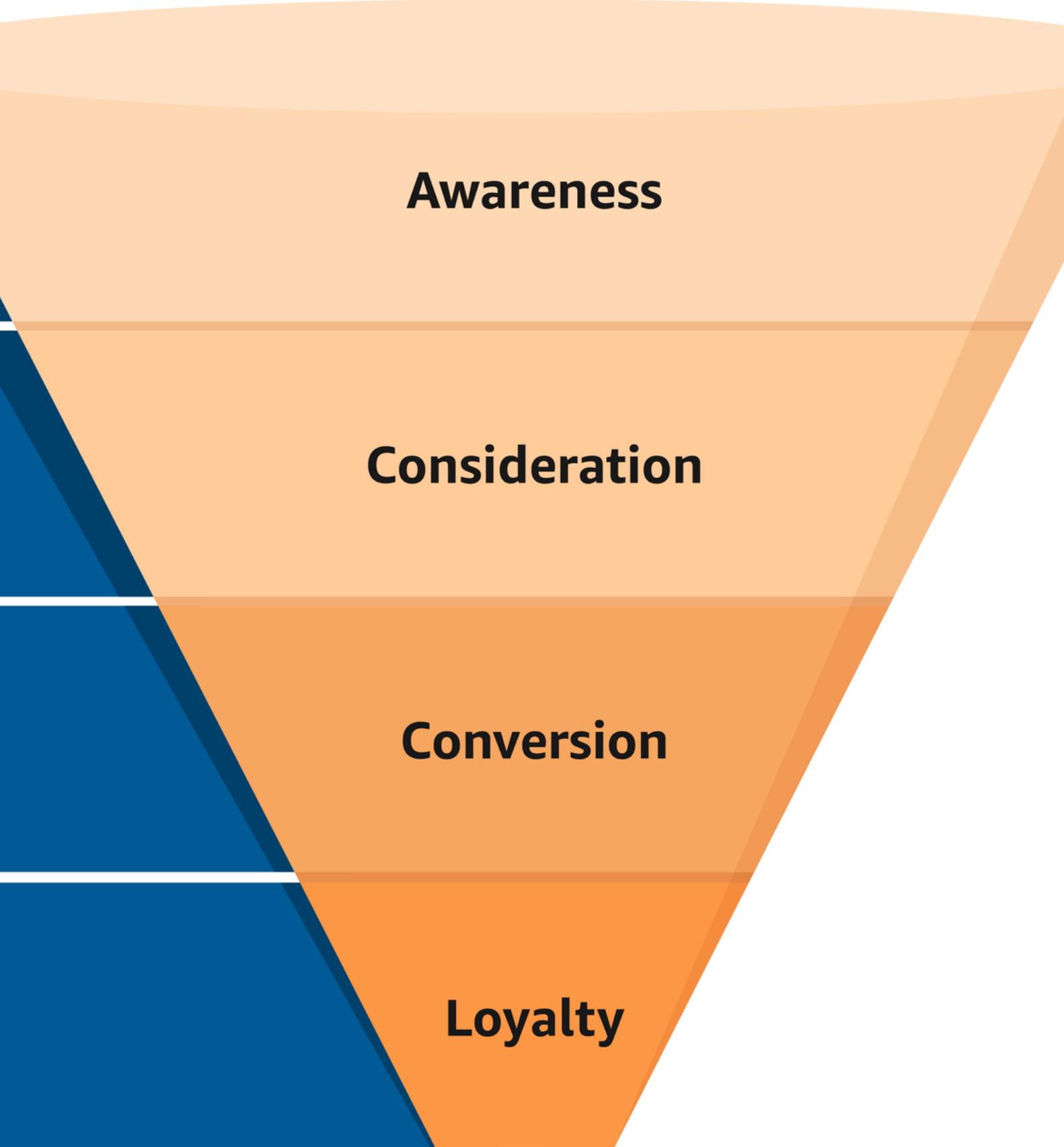


Google search results for "bartender". The top result is "Mixology Academy" with a map and contact information. Below it are sponsored results for "flairacademy.it" and "accademiacarman.it". The sidebar shows related searches like "bartender corso", "bartender job", and "bartender mixology".



Google search results for "corso barman". The top result is "Mixology Academy" with a map and contact information. Below it are sponsored results for "accademiacarman.it" and "flairacademy.it". The sidebar shows related searches like "corso barman Tivoli RM", "corso barman regione lazio", and "corso barman roma".

The Marketing Funnel



FUNNEL DOMANDA LATENTE

Per quanto riguarda la costruzione di un funnel per la domanda latente ho pensato di articolarlo in 3 fasi.

1) Questa sarà la fase più importante in quanto avrà il compito di suscitare interesse nell'utente spingendolo a richiedere maggiori informazioni (trigger)

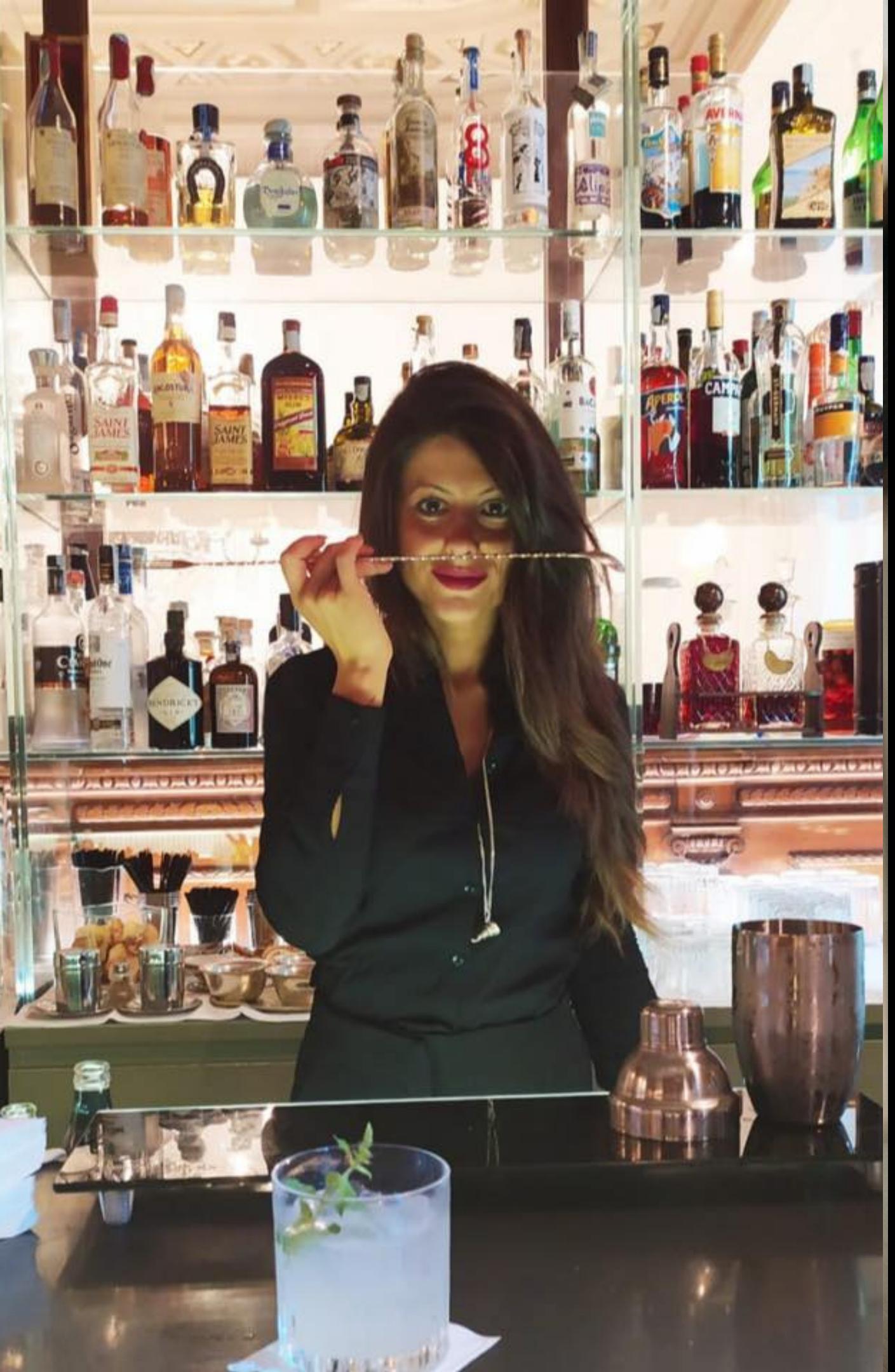
Il gancio che utilizzeremo in questo primo copy farà leva sul senso di insoddisfazione personale cercando di stimolare un'interesse verso quella che potrebbe rivelarsi una soluzione al problema.

Cerchiamo subito di identificare le keywords e gli interessi su cui ci andremo a posizionare.

-
-

**Barlady-cocktails-bartender-
Locali notturni- eventi**

FASE AWARNESS



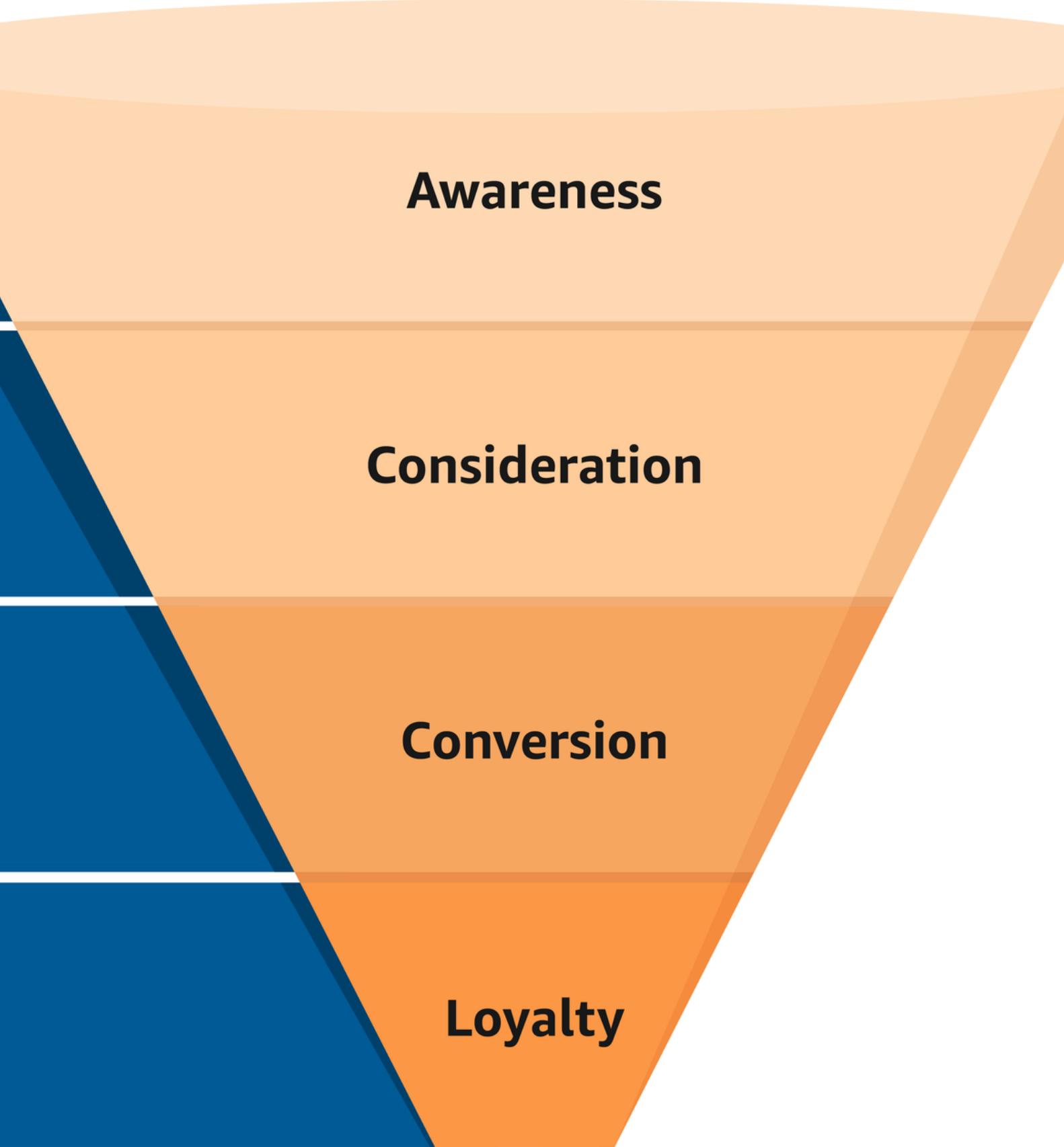
SEI STUFA DI FARE UN LAVORO CHE NON TI APPAGA?

Sei pronta a imparare una nuova skill che ti permetta di guadagnare di più e di avere più libertà?

Forza ragazze prendiamoci quello che ci spetta!

ADS COPY ESEMPIO

The Marketing Funnel



FUNNEL DOMANDA LATENTE

Per quanto riguarda la costruzione di un funnel per la domanda latente ho pensato di articolarlo in 3 fasi.

2) FASE DI CONSIDERAZIONE --> Questa è la fase in cui avvieremo la prima strategia di retargeting diretta a chi ha mostrato interesse intragendo con il precedente ads.

L'obiettivo una volta stimolata l'attenzione del possibile utente è quello di fornirgli maggiori informazioni elencando i benefici che potrebbe trarre dall'utilizzo del nostro servizio facendolo immergere ad occhi aperti dentro di questo.

In questa fase inoltre attiveremo la prima CTA cercando di portarlo ad un primo contatto.

FASE DI CONSIDERAZIONE



C'È QUALCOSA CHE ANCORA NON TI CONVINCÉ?

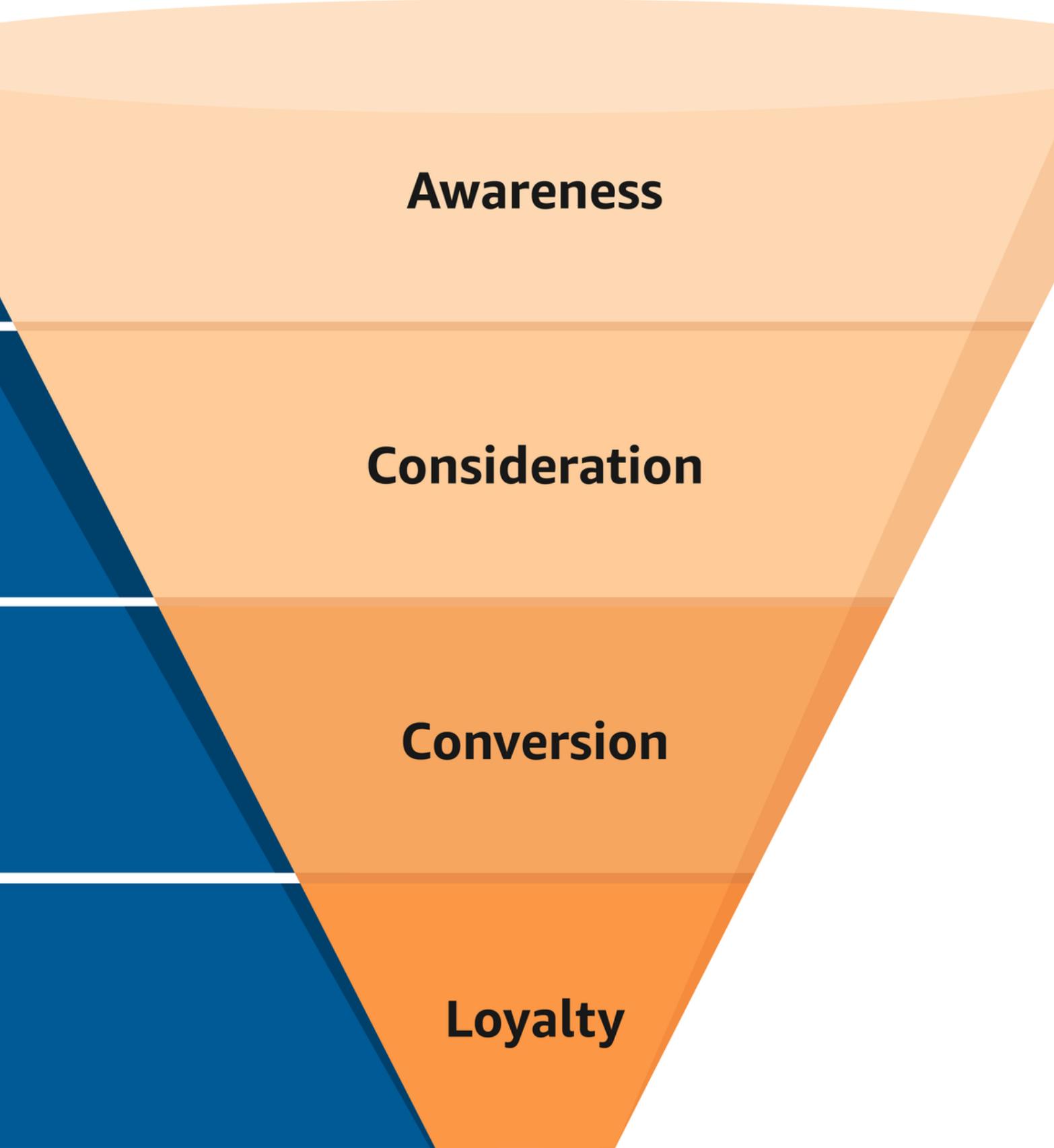
Forse non ci siamo spiegati bene:

- Stipendio Elevato
- Flessibilità Lavorativa
- Possibilità di Crescita immediate

Che cosa aspetti ancora visita il sito per scoprire
di più oppure scrivici in chat per essere
ricontattata!

Il cambiamento è nelle tue mani!

The Marketing Funnel



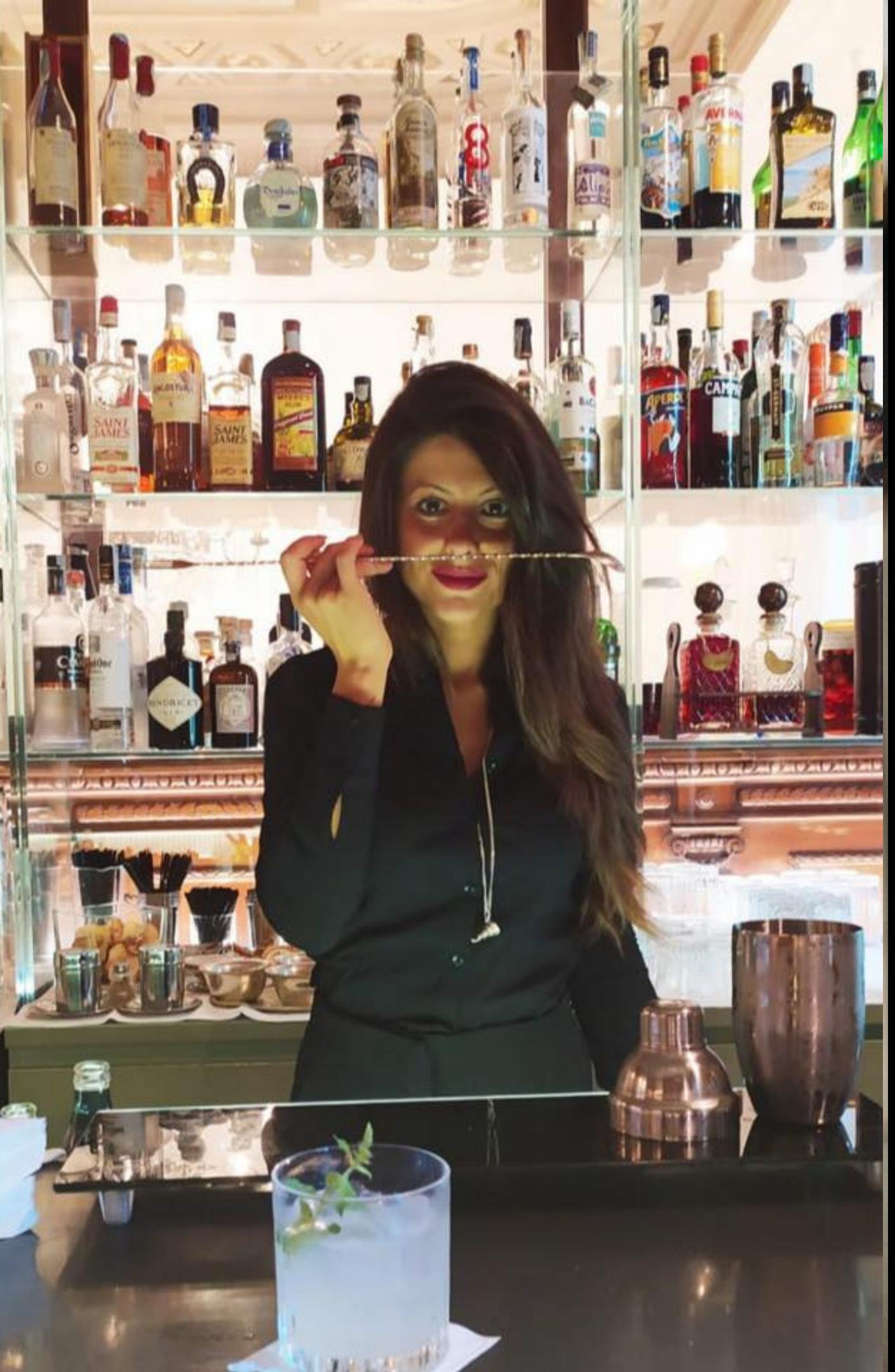
FUNNEL DOMANDA LATENTE

Per quanto riguarda la costruzione di un funnel per la domanda latente ho pensato di articolarlo in 3 fasi.

2) FASE DI LEAD --> A questo punto siamo sicuri che chi visualizzerà questa ads è realmente interessata a cambiare la sua situazione attuale anche se forse ancora non ha il coraggio di farlo.

Per questo utilizzeremo una strategia molto aggressiva sfruttando a nostro vantaggio la leva di scarsità.

FASE DI CONVERSIONE (LEAD)



QUESTA È LA TUA ULTIMA OCCASIONE PER CAMBIARE LE CARTE IN TAVOLA

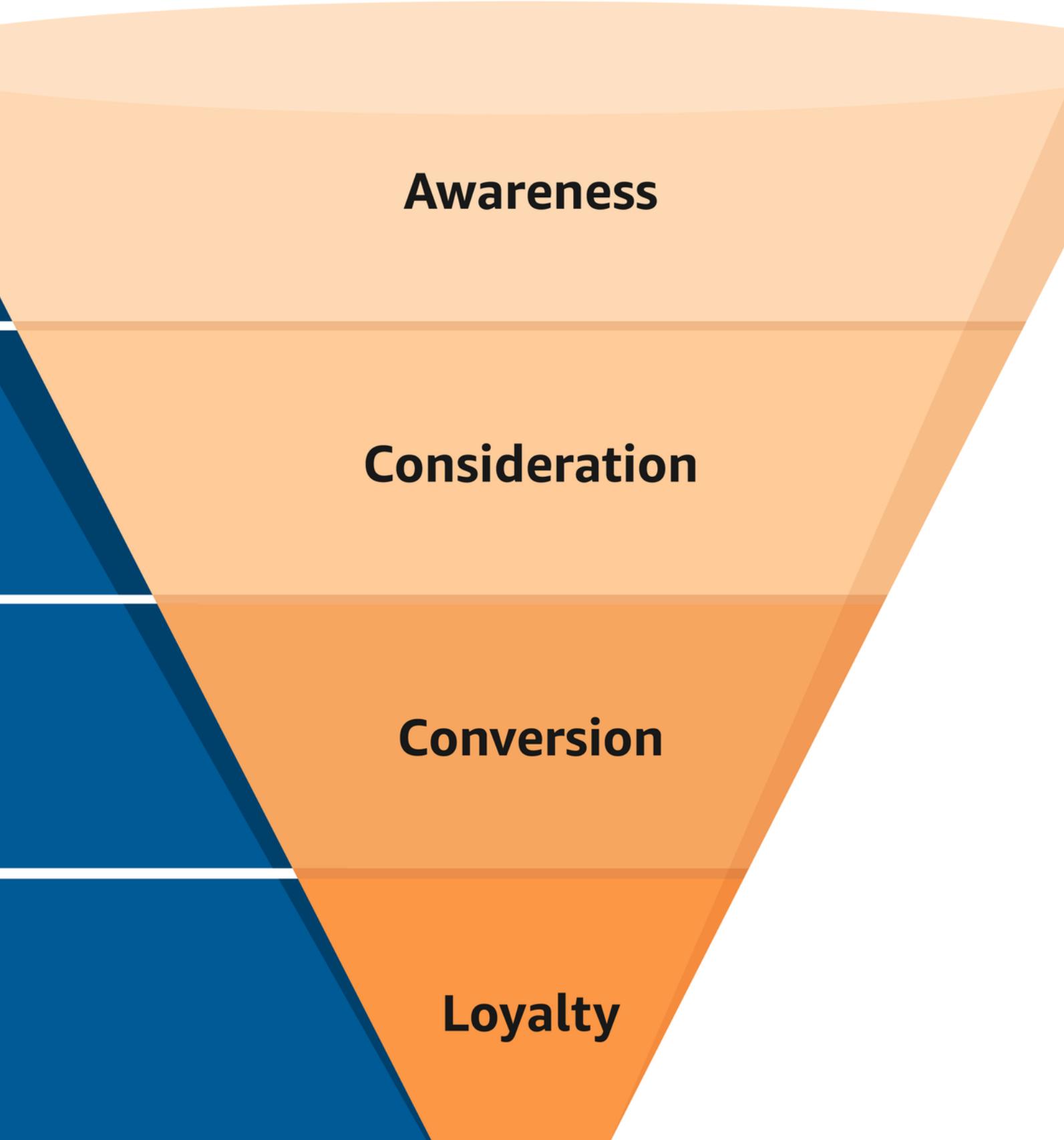
Abbiamo deciso di mettere a disposizione una promozione unica per le prime 30 persone che compileranno il form nel link sottostante.

Avrai la possibilità di fare un colloquio senza impegno con uno dei nostri collaboratori ma...
Rimangono ancora pochissimi posti

Non vuoi pentirtene? Fallo ora!

Cos'hai da perdere?

The Marketing Funnel



FUNNEL DOMANDA DIRETTA

Il funnel che ho costruito per la domanda diretta sarà diviso in 3 fasi e durante queste cercheremo di portare il cliente a lasciarci il suo contatto.

2) FASE DI AWARNESS--> Per quanto riguarda la fase di awarness cercheremo di mostrarci come un'azienda estremamente seria ed esperta nel campo. Il gancio che andremo ad utilizzare sarà quello del rilascio di due certificati uno internazionale ed uno europeo. Questa sarà una leva molto potente dato che oltre a noi un solo competitors può vantarsi di questo.

FASE DI AWARNESS

UNA DOPPIA CERTIFICAZIONE

Sappiamo quanto è difficile trovare un corso pratico serio e orientato al lavoro!

Non sentirti frustrato perchè non è colpa tua!

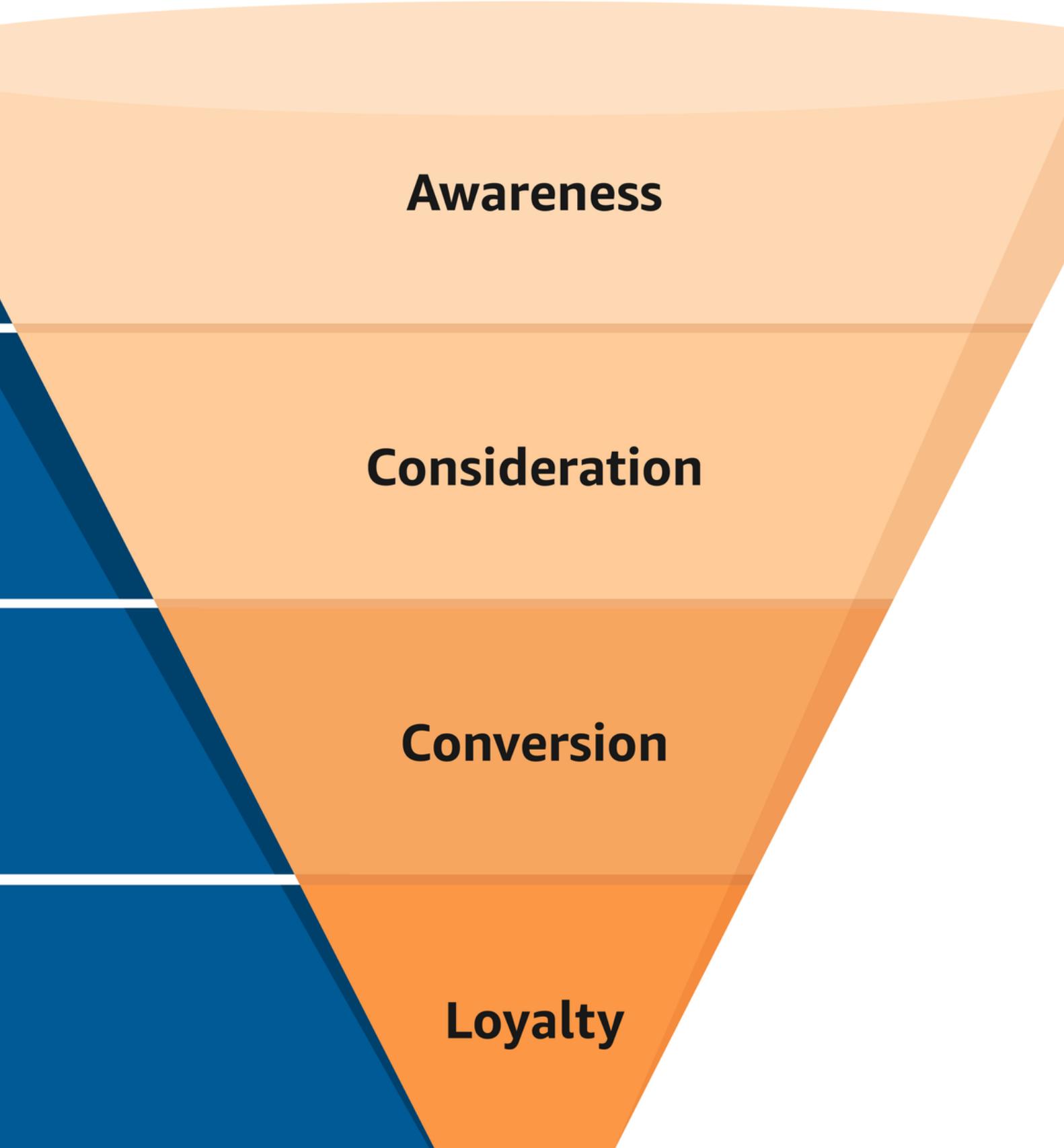
Con noi puoi stare tranquillo in soli 6 mesi otterrai una doppia certificazione riconosciuta a livello internazionale ed europeo!

I numeri non mentono 94 studenti su 100 trovano lavoro prima del 3 mese

Che cosa aspetti? Scopri di più



The Marketing Funnel



FUNNEL DOMANDA DIRETTA

Il funnel che ho costruito per la domanda diretta sarà diviso in 3 fasi e durante queste cercheremo di portare il cliente a lasciarci il suo contatto.

2) FASE DI CONSIDERAZIONE--> Durante questa fase cercheremo di mostrare il più possibile agli utenti che si sono mostrati interessati la nostra serietà e i dati che abbiamo a disposizione.

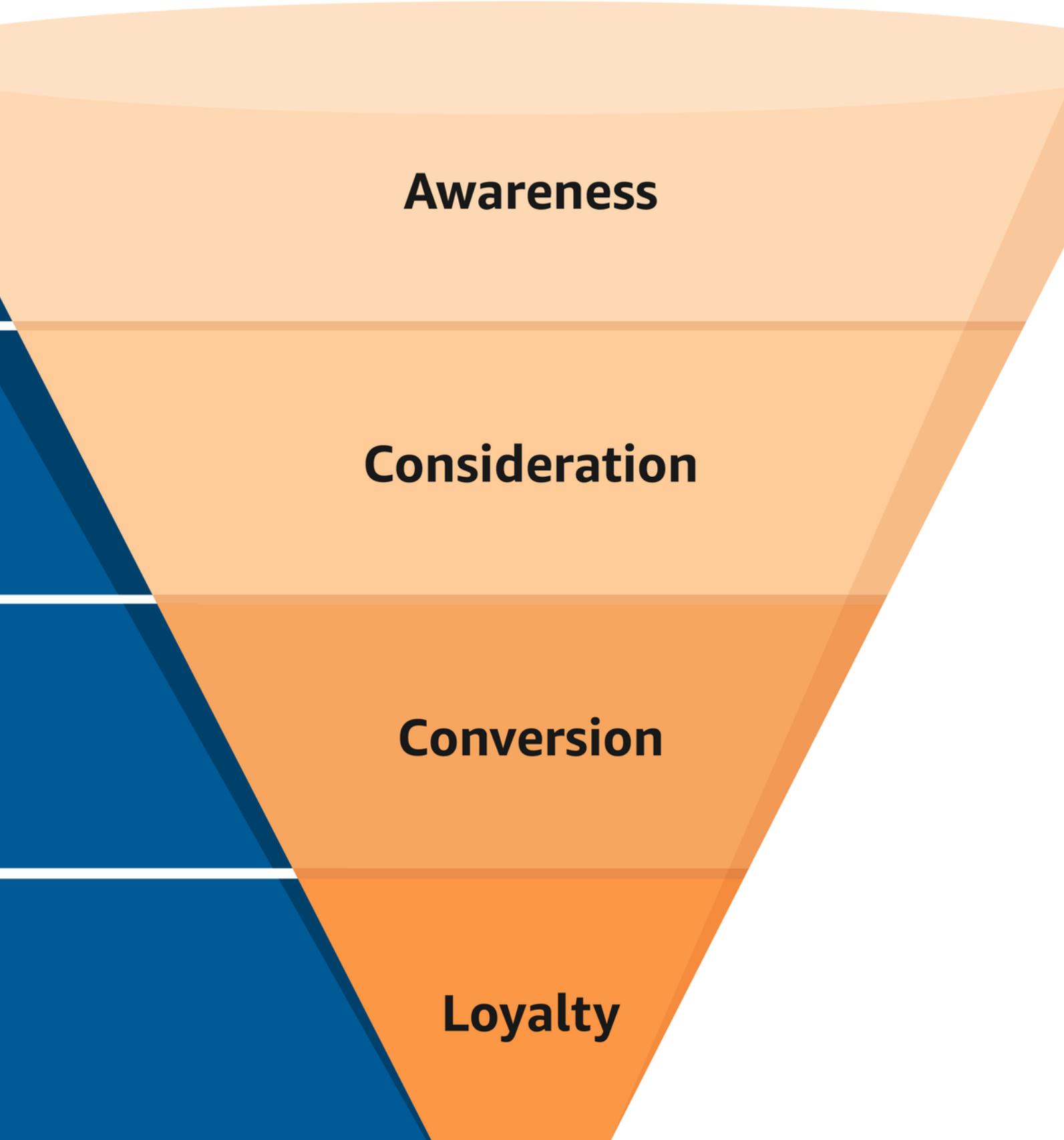
Per farlo ho pensato di creare un video composto da una serie di testimonianze dei nostri studenti al termine del quale verrà proposta la prima CTA con l'obiettivo di ottenere le prime lead.

FASE DI CONSIDERAZIONE

VIDEO TESTIMONIANZE + CTA
CTA: Trova anche tu lavoro
come hanno fatto i nostri
studenti! Tutto è possibile basta
crederci



The Marketing Funnel



FUNNEL DOMANDA DIRETTA

Il funnel che ho costruito per la domanda diretta sarà diviso in 3 fasi e durante queste cercheremo di portare il cliente a lasciarci il suo contatto.

2) FASE DI CONVERSIONE (LEAD) --> Ci troviamo nella fase finale del funnel la più importante. La strategia che utilizzeremo sarà quella i targetizzare tutti gli utenti che hanno visualizzato almeno il 50% del video testimonial proposto durante la fase di considerazione.

Cerchiamo di essere il più diretti possibile come nel funnel per la domanda latente avvalendoci di una leva importante come quella della scarsità e puntando anche sul senso di colpa che potrebbe colpire gli utenti.

Stiamo proponendo loro una possibilità per cambiare finalmente vita o per iniziare una nuova e glielo dobbiamo far capire.

RIMANGONO SOLO 50 POSTI

**Se non sei ancora pronto a cambiare la tua vita come il
90% delle persone allora lascia perdere!**

**Se appartieni a quel 10% invece sbrigati o potresti
perdere quest'occasione per sempre.**

**Rimangono pochi posti!
Prenota una call con uno dei nostri collaboratori senza
impegno!**

**Potresti ancora essere in tempo per una promozione
unica.**

Prendi in mano la tua vita adesso!



Ho deciso di applicare delle strategie molto forti puntando sull'emotività dato che in questo caso gli utenti non dovranno realmente effettuare un'acquisto nell'immediato ma potranno effettuare una chiamata (senza impegno).

In questo modo stimoleremo attraverso la curiosità e il principio di scarsità un numero più elevato di utenti ad effettuare l'azione di lead.

In caso di proposta del servizio in modo diretto tramite ads bisognerà usare un approccio più soft costruendo un funnel più articolato e meno aggressivo.

GRAZIE DELL'ATTENZIONE!