

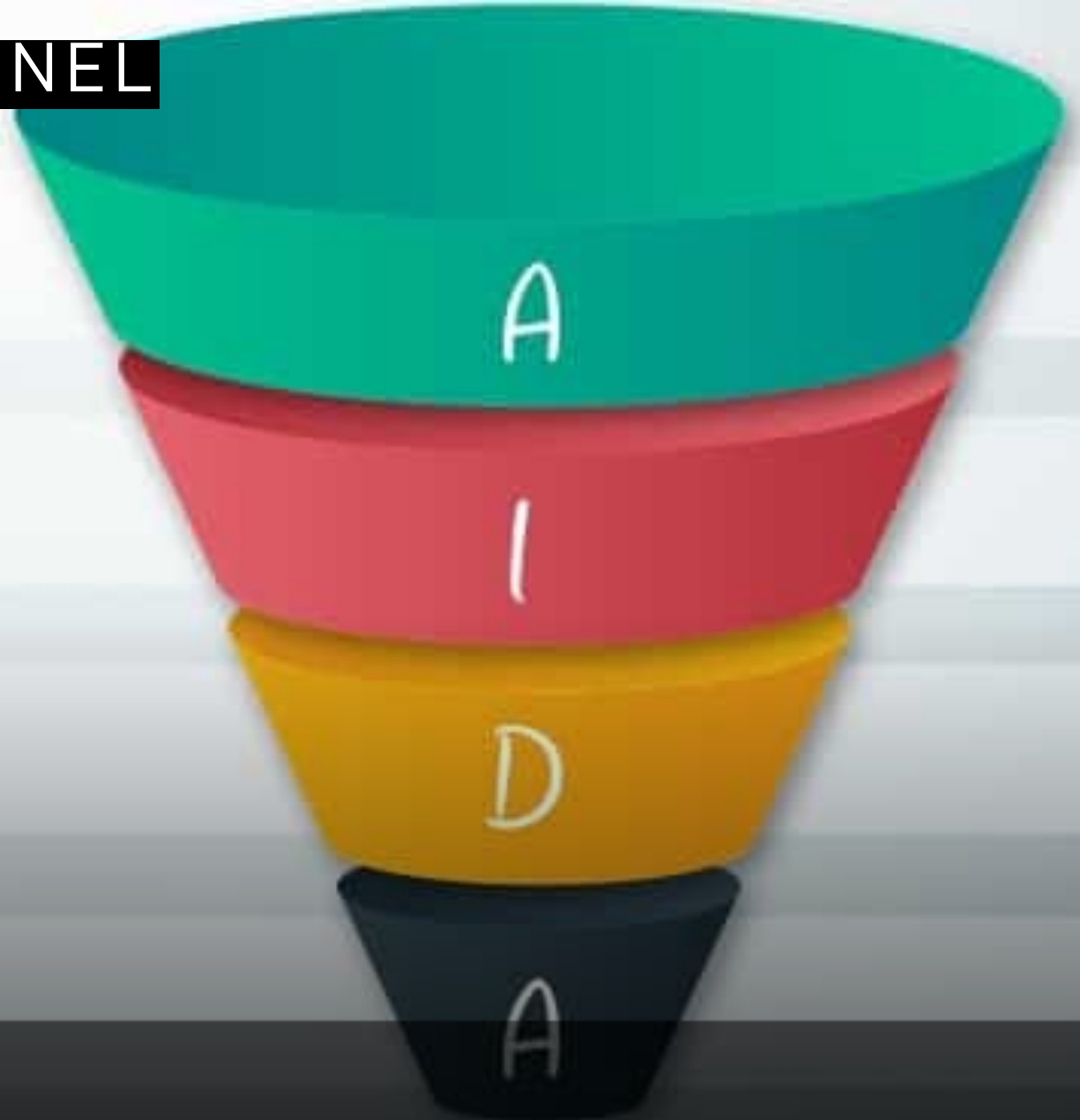
# STRAWBERRY SRL: FUNNEL

ATTENZIONE ▶

INTERESSE ▶

DESIDERIO ▶

AZIONE ▶



ATTENZIONE



INTERESSE



DESIDERIO



AZIONE



Il funnel AIDA è un modello di marketing che descrive le fasi attraverso cui un consumatore passa prima di effettuare un acquisto. Le quattro fasi del funnel AIDA sono le seguenti:

- **A (Attention):** questa è la fase iniziale del funnel in cui l'obiettivo è attirare l'attenzione del potenziale cliente. Questo può essere fatto attraverso una pubblicità, una campagna sui social media, un banner sul sito web o altre forme di marketing. L'obiettivo è catturare l'attenzione del cliente e fargli conoscere il prodotto o servizio.
- **I (Interest):** una volta che il potenziale cliente è attirato, è necessario suscitare il suo interesse. In questa fase, l'obiettivo è fornire ulteriori informazioni sul prodotto o servizio, evidenziando i benefici e le caratteristiche distintive. Ciò può essere fatto attraverso la condivisione di storie di successo, recensioni positive e descrizioni dettagliate del prodotto o servizio.
- **D (Desire):** nella fase del desiderio, si cerca di stimolare il desiderio del potenziale cliente di possedere il prodotto o servizio. Questo può essere fatto attraverso offerte speciali, promozioni, sconti e altri incentivi per motivare l'acquisto. L'obiettivo è far sentire al cliente che il prodotto o servizio è ciò che desidera e che soddisferà le sue esigenze.
- **A (Action):** la fase finale del funnel AIDA è l'azione, dove si incoraggia il potenziale cliente ad agire e ad effettuare l'acquisto. Questo può essere fatto attraverso call-to-action chiare e visibili, offerte limitate nel tempo o una scadenza dell'offerta, facilitando il processo di acquisto e fornendo un'esperienza utente semplice e senza problemi.

# CAMPAGNE PUBBLICITARIE

## 1. Fase di Attenzione (Attention):

- Immagini o video accattivanti per catturare l'attenzione degli utenti
- Messaggi pubblicitari brevi e incisivi per creare curiosità
- Hashtag e frasi che generano interesse e stimolano la discussione

## 2. Fase di Interesse (Interest):

- Articoli, blog post o video informativi per educare gli utenti sulla soluzione o sul prodotto che stai offrendo
- Annunci di promozione o sconti speciali per incentivare l'acquisto o la prova del prodotto/servizio
- Testimonianze o recensioni di clienti soddisfatti per dimostrare l'efficacia del prodotto/servizio

## 3. Fase di Desiderio (Desire):

- Video dimostrativi o tutorial per mostrare il prodotto/servizio in azione e spiegare i suoi benefici
- Contenuti visivi di branding per creare un'immagine positiva del prodotto/servizio e della marca
- Contest o giveaway per aumentare l'interesse degli utenti e incoraggiare l'acquisto

## 4. Fase di Azione (Action):

- Call-to-action (CTA) chiari e diretti per invitare gli utenti a completare un'azione specifica (ad esempio, acquistare un prodotto, compilare un modulo, iscriversi a una newsletter, ecc.)
- Offerte speciali o sconti per creare un senso di urgenza e incentivare l'acquisto immediato
- Garanzie di rimborso o di soddisfazione per ridurre l'ansia da acquisto e rassicurare gli utenti.

# QUANTE E QUALI CAMPAGNE

- Ecco un possibile elenco di inserzioni che potrebbero essere utilizzate in una campagna pubblicitaria:
  1. **Post di immagini:** si potrebbero pubblicare diverse immagini di frutta e verdura fresca, insieme a informazioni su prezzi e promozioni, con un call-to-action per visitare il negozio.
  2. **Post di video:** si potrebbe creare un video che mostri l'arrivo quotidiano di frutta e verdura fresca nel negozio, insieme a immagini del negozio e delle persone che lavorano al suo interno. Il video potrebbe essere accompagnato da un messaggio che inviti i clienti a visitare il negozio.
  3. **Reels:** si potrebbe creare un reel che mostri le diverse varietà di frutta e verdura disponibili nel negozio, insieme a idee su come cucinarle o servirle. Il reel potrebbe essere accompagnato da un messaggio che inviti i clienti a visitare il negozio.
  4. **Storie:** si potrebbero creare diverse storie che mostrano i prodotti freschi disponibili nel negozio, con messaggi che informano i clienti su prezzi, promozioni e orari di apertura. Le storie potrebbero anche includere brevi video o immagini dei clienti che acquistano i prodotti nel negozio.

In generale, il numero di inserzioni necessarie per una campagna pubblicitaria dipende dal budget e dall'obiettivo della campagna stessa. Una campagna più ampia potrebbe includere una combinazione di tutti questi formati di inserzione, mentre una campagna più limitata potrebbe concentrarsi solo su alcuni di essi. In ogni caso, è importante creare inserzioni accattivanti e pertinenti che attirino l'attenzione dei clienti e li invitino a visitare il negozio.

**Nonostante i tanti formati io opterei per creare più creatività e testarle per ogni formato (almeno 2 creatività per formato o per ogni fase del funnel)**





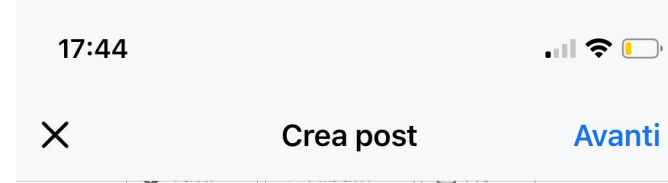
# INFLUECER MARKETING NELLA FASE DI CONOSCENZA

Per la fase di brand awareness opterei per dei reels di influencer marketing, con la scelta di un influecer come @untoebisunto.

# ADS SU FB: LEAD GENERATION







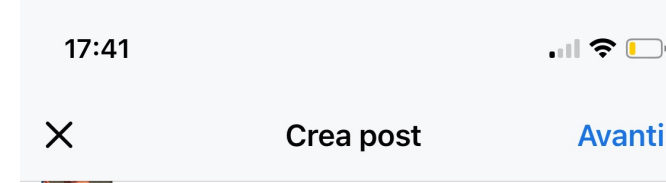
Goditi la freschezza della natura con la nostra selezione di frutta e verdura di alta qualità. 🥬

Passa in negozio e lascia che il sapore della natura ti conquisti!

📍 Via risorgimento 12. Tissi(SS)



Aggiungi al tuo post



Vuoi mangiare sano? 🥬 🥦

✅ Passa nel nostro punto vendita per provare i nostri prodotti bio a chilometro zero

Ci trovi in Via risorgimento 12, Tissi (SS)



Aggiungi al tuo post

