
Cerere Srl

PRESNTAZIONE
MARKETING



Ginyard International Co.

Chi siamo

LA NOSTRA STORIA

Cerere Srl, un'azienda italiana specializzata nella produzione di farine di alta qualità e farine biologiche. Fondata con l'obiettivo di offrire prodotti di eccellenza ai nostri clienti, la nostra azienda utilizza solo i migliori grani italiani e un'attenzione scrupolosa alla lavorazione, per garantire farine dalle caratteristiche organolettiche uniche e dall'alto valore nutritivo. La nostra gamma di prodotti comprende farine tradizionali, come la classica farina di grano tenero tipo "00", ma anche farine speciali per pane, pasta, dolci e prodotti da forno. Tutte le nostre farine biologiche, inoltre, sono certificate dal Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici.

Cerere Srl si impegna a promuovere la cultura della qualità, della sostenibilità e della sicurezza alimentare, attraverso un costante aggiornamento e un'attenta selezione dei fornitori. La nostra missione è quella di soddisfare le esigenze dei nostri clienti, dai professionisti dell'industria alimentare ai panificatori artigianali, offrendo sempre prodotti di alta qualità e un servizio attento e personalizzato.

Siamo orgogliosi di essere un'azienda italiana che promuove la tradizione e la qualità, offrendo al tempo stesso prodotti biologici e sostenibili, rispettosi dell'ambiente e della salute dei consumatori. Scegli la Cerere Srl per farine di alta qualità, autentiche e nutrienti, al servizio della tua creatività in cucina.



Ginyard International Co.

Social

POSSIBILI SOLUZIONI

1

1. Facebook: Facebook è uno dei social network più grandi e popolari al mondo, e sarebbe un'ottima piattaforma per pubblicizzare i prodotti dell'azienda e condividere informazioni sui prodotti e sulle attività dell'azienda. Si potrebbero creare annunci pubblicitari su Facebook per raggiungere un pubblico più vasto e aumentare la visibilità dell'azienda.



Ads per le varie fasi del funnel

2

Instagram: Instagram è una piattaforma di condivisione di foto e video, quindi sarebbe perfetta per l'azienda che vende farine di alta qualità, poiché potrebbe condividere immagini di prodotti e ricette, oltre a condividere foto delle farine in vendita e del processo di produzione.



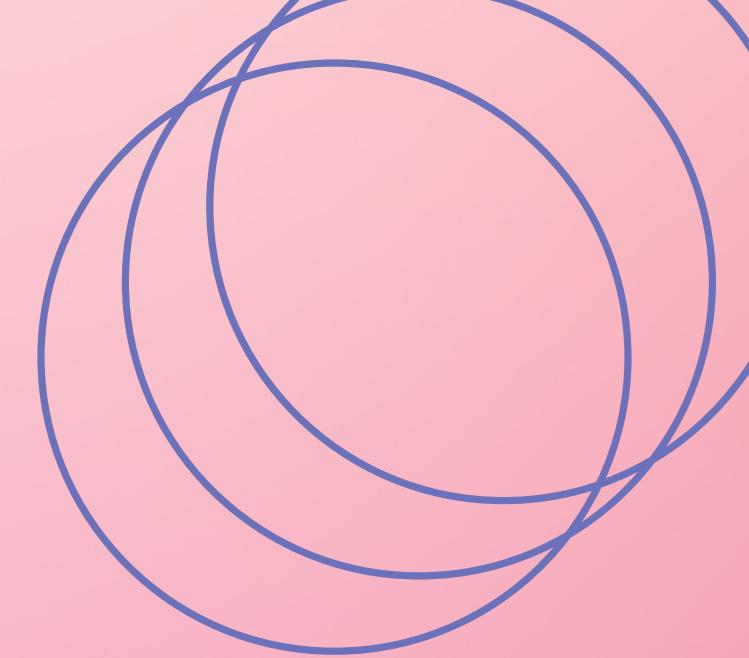
Content marketing con video fruibili in pochi secondi e post che diano molte informazioni utili agli utenti

3

1. YouTube: YouTube è una piattaforma di condivisione di video, quindi sarebbe un ottimo strumento per l'azienda per condividere tutorial sulle farine, dimostrazioni di cottura e ricette.



Content marketing ma con formati video più lunghi per il pubblico più interessato (video di ricette ecc.)



Cerere Srl

I NOSTRI OBIETTIVI

Aziendale

Aumentare le vendite e la notorietà del brand al di fuori della zona.

Aumento delle vendite online in tutta italia

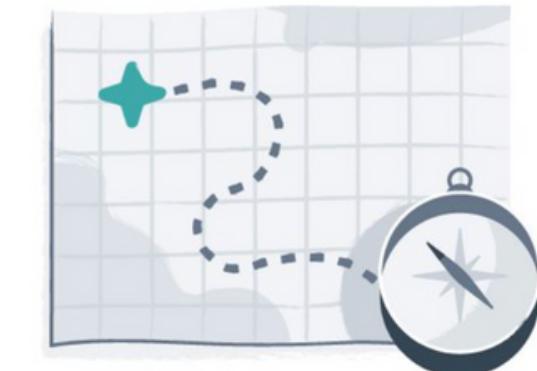
Marketing

Aumentare la consapevolezza del marchio, acquisizione di nuovi clienti, fidelizzazione dei clienti, incremento della partecipazione ai social media, incremento del traffico e delle vendite sul sito web

Algoritmico

Scegli un obiettivo della campagna

- Notorietà
- Traffico
- Interazioni
- Contatti
- Promozione dell'app
- Vendite



L'obiettivo della tua campagna è l'obiettivo aziendale che speri di raggiungere con la pubblicazione delle inserzioni. Posiziona il cursore su ogni obiettivo per maggiori informazioni.

[Scopri di più](#)

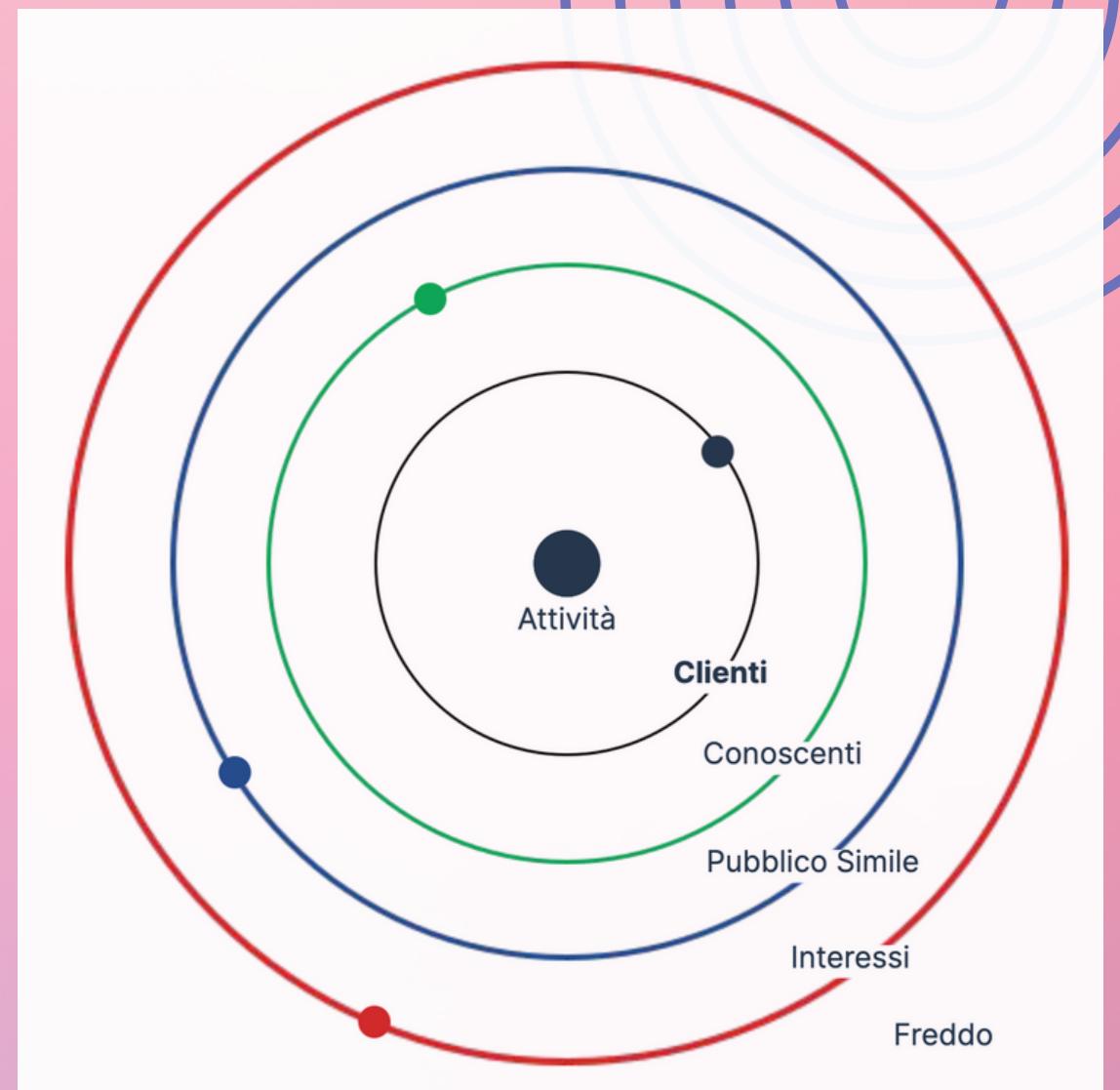
Annulla

Continua

Target

CHI ANDREMO A COLPIRE

- Pubblico freddo:** si tratta di persone che non hanno mai sentito parlare della nostra azienda o dei tuoi prodotti. Per colpirli, possiamo utilizzare gli annunci sui social media o sui motori di ricerca, che ti consentono di raggiungere persone in base a determinati criteri demografici, geografici o comportamentali. Possiamo anche creare contenuti educativi come blog post, video tutorial o infografiche per attirare l'attenzione di questo tipo di pubblico.
- Pubblico simile:** sono persone che hanno caratteristiche simili al nostro pubblico esistente, ad esempio interessi, comportamenti o demografia. Per raggiungerli, possiamo utilizzare gli strumenti di pubblico simile disponibili su diverse piattaforme di social media e motori di ricerca. Questi strumenti ci consentono di trovare persone simili a quelle che già ti seguono e che potrebbero essere interessate ai tuoi prodotti o servizi.
- Conoscenti:** si tratta di persone che già ti conoscono o hanno avuto a che fare con la nostra azienda in passato. Per mantenere il contatto con loro e colpirli in modo efficace, possiamo utilizzare gli strumenti di email marketing o di retargeting pubblicitario. Possiamo anche invitarli a seguire la tua azienda sui social media o a partecipare a eventi online come webinar o chat.
- Clienti:** i clienti sono la base della tua attività, quindi è importante mantenere un rapporto stretto con loro e colpirli in modo efficace. Possiamo utilizzare gli strumenti di email marketing o di retargeting pubblicitario per offrire loro offerte speciali o promozioni personalizzate. Inoltre, possiamo coinvolgerli in programmi di fedeltà o iniziative di referral per incoraggiare il passaparola e aumentare la tua base di clienti.

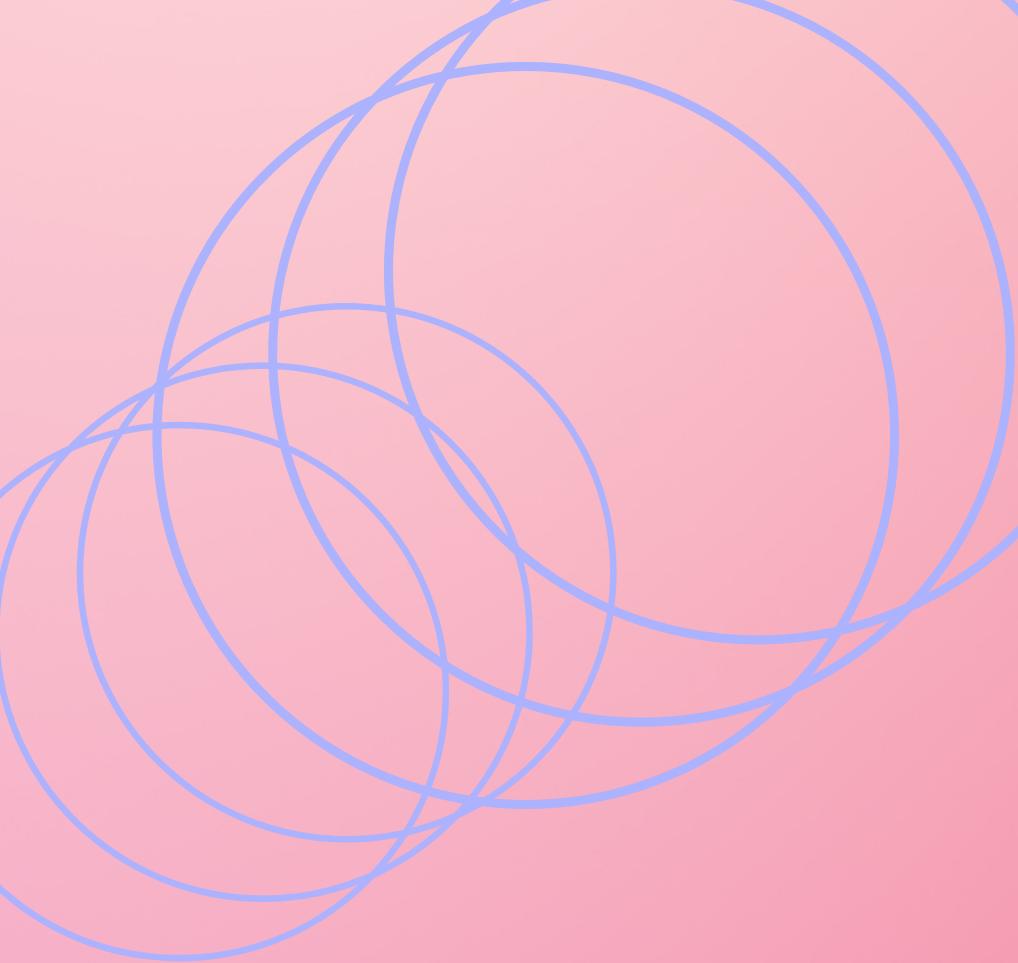


customer journey

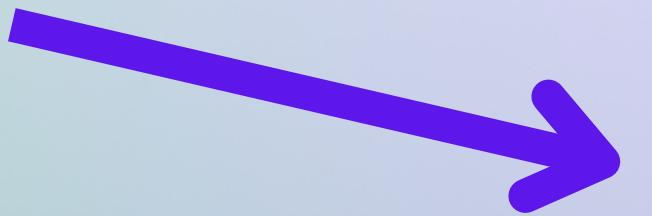
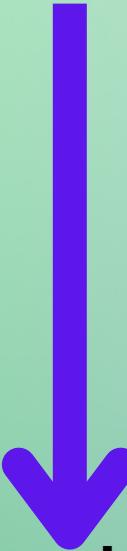
- Consapevolezza:** il potenziale cliente scopre l'azienda attraverso una campagna pubblicitaria su Instagram o Facebook Ads, oppure attraverso una ricerca su Google.
- Interesse:** il potenziale cliente si interessa alle farine di alta qualità dell'azienda, e inizia a esplorare il sito web dell'azienda.
- Valutazione:** il potenziale cliente valuta le diverse opzioni di farine, legge le descrizioni dei prodotti e guarda le foto delle farine per capire quale sia la scelta migliore per le proprie esigenze.
- Decisione:** il potenziale cliente decide di acquistare una o più farine dall'azienda attraverso l'e-commerce.

- Fidelizzazione:** una volta che il cliente ha acquistato le farine, l'azienda può utilizzare il content marketing su Instagram e Facebook per fornire consigli e suggerimenti su come utilizzare le farine in cucina, e per offrire sconti e promozioni esclusive ai propri clienti. In questo modo, l'azienda mira a fidelizzare i propri clienti e a farli tornare per acquistare nuove farine in futuro.

In generale, l'azienda dovrebbe concentrarsi sulla creazione di contenuti di qualità per Instagram e Facebook, che possano catturare l'attenzione del pubblico e suscitare interesse per le proprie farine di alta qualità. Inoltre, dovrebbe lavorare sulla qualità del sito web e sull'esperienza di acquisto dell'e-commerce, in modo da facilitare il processo di acquisto per i clienti potenziali.



Competitor diretti



<https://www.rieper.com/it/farine-per-uso-casalingo.html>

The screenshot shows the Rieper website's product catalog for home baking flours. It features a grid of flour bags with labels like 'Farina di grano tenero tipo 1', 'Farina di grano tenero tipo 2', 'Farina universale - tipo 00', 'Farina per torte - tipo 00', 'Farina di grano tenero Zero Grumi - tipo 0', 'Farina Manitoba - tipo 0', and 'Newsletter RIEPER'. To the right, there are icons for Social Media (Facebook, Instagram) and an Online Shop, along with a 'Ricetta del mese' (Recipe of the month) section featuring a pie.

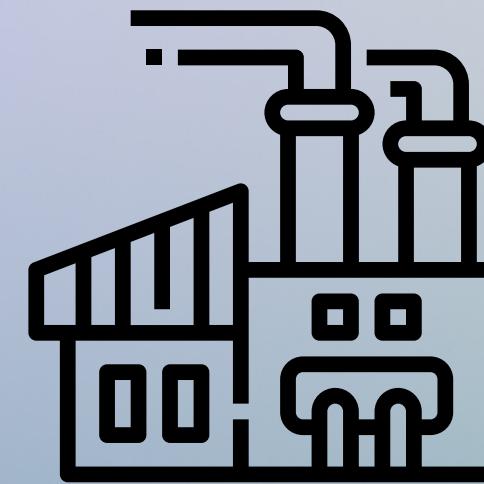
The screenshot shows the Molino Parri website's homepage. The header includes the logo 'MOLINO PARRI' and the tagline 'Farine di qualità dal 1700'. Below the header is a large image of bread and wheat. A central callout box reads 'Farine di qualità dal 1700' and 'ANTICO MOLINO PARRI'. The page also features a search bar and a navigation menu with links to 'INGROSSO', 'FARINE', 'PREPARAZIONI', 'MOLINO', and 'CONTATTI'.

<https://www.molinoparri.com/>

Queste due attività sono solo 2 esempi di competitor diretti, bisogna considerare tutti i venditori locali in tutte le zone d'Italia, anche che non vendono tramite un ecommerce

Competitor indiretti

1. Supermercati e negozi di alimentari che vendono farine di qualità inferiore ma a prezzi più convenienti;
2. Produttori di miscele per dolci o produttori di prodotti da forno che usano farine di qualità inferiore ma a prezzi più bassi;
3. Produttori di alimenti biologici e naturali che offrono una vasta gamma di prodotti alimentari di alta qualità, tra cui farine;
4. Negozi di alimentari online specializzati nella vendita di prodotti alimentari di alta qualità, inclusa la farina;
5. Aziende che offrono farine speciali, come farina di grano saraceno o farina di ceci, che potrebbero essere concorrenti per i clienti che cercano farine alternative o speciali.



07

Funnel

COME INTENDIAMO CRESCERE

Notorietà

Considerazione

Conversione



Funnel

COME INTENDIAMO CRESCERE

Notorietà



1. **Social media:** Utilizzare i social media per aumentare la consapevolezza del marchio e della gamma di prodotti. Ciò può essere fatto attraverso post regolari sui social media, come Instagram e Facebook, che mostrano foto attraenti dei prodotti e delle loro applicazioni in ricette deliziose. Inoltre, utilizzare le tecniche di targeting per raggiungere un pubblico interessato alle farine di alta qualità, come gli appassionati di cucina e gli chef professionisti.
2. **Pubblicità online:** Utilizzare gli annunci online per raggiungere un pubblico più ampio. Ad esempio, utilizzare Google Ads per raggiungere gli utenti che stanno cercando farine di alta qualità o utilizzare gli annunci di Facebook per raggiungere un pubblico interessato alla cucina e alla panificazione.
3. **Collaborazioni:** Collaborare con blogger, influencer e chef per promuovere il marchio e i prodotti. Ciò può aumentare la visibilità del marchio e la credibilità dei prodotti.

Funnel

COME INTENDIAMO CRESCERE

Considerazione



- 1. Blog e ricette:** Creare un blog sul sito web dell'azienda con ricette che utilizzano i prodotti dell'azienda, come pane fatto in casa, pizza, pasta fresca e dolci. Inoltre, fornire informazioni sulle farine utilizzate e le loro proprietà. Ciò può aumentare l'interesse dei consumatori per i prodotti e fornire informazioni utili.
- 2. Video tutorial:** Creare video tutorial sul sito web e sui social media che mostrano come utilizzare le farine dell'azienda per creare ricette deliziose. Ciò può mostrare ai consumatori come le farine dell'azienda possono migliorare le loro creazioni culinarie e fornire ulteriori informazioni sulle farine dell'azienda.
- 3. Offerte speciali:** Offrire offerte speciali sui prodotti dell'azienda sul sito web e sui social media per incentivare l'acquisto. Ciò può aumentare l'interesse dei consumatori e incoraggiarli ad acquistare i prodotti dell'azienda.

Funnel

COME INTENDIAMO CRESCERE

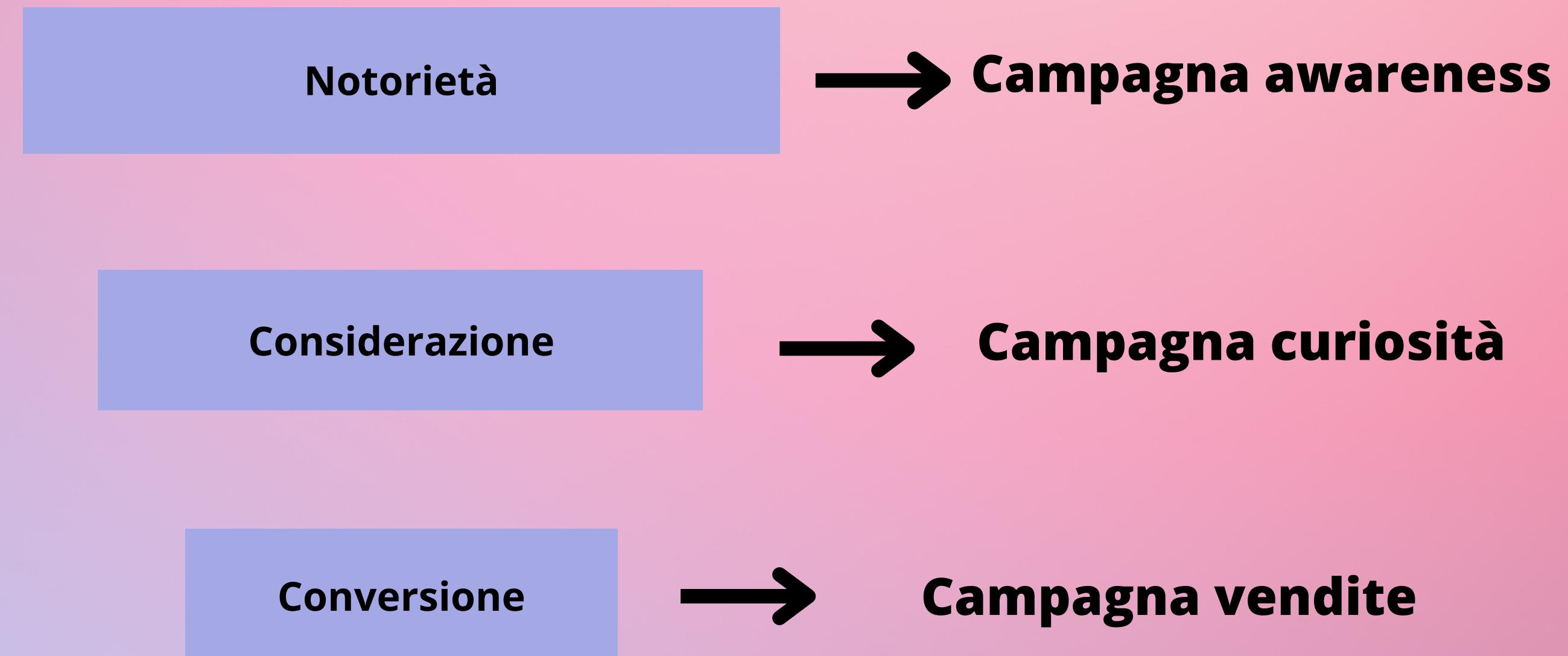
Conversione



1. **Call to action:** Utilizzare una call to action convincente sul sito web e sui social media per incoraggiare i consumatori ad acquistare i prodotti dell'azienda. Ad esempio, utilizzare frasi come "Acquista ora" o "Aggiungi al carrello" per incentivare l'acquisto.
2. **Opzioni di acquisto:** Fornire diverse opzioni di acquisto sul sito web, come l'acquisto di singole farine o pacchetti di farine assortite. Ciò può soddisfare le esigenze di acquisto dei diversi consumatori e aumentare la probabilità di acquisto.
3. **Feedback dei clienti:** Chiedere ai clienti di fornire feedback sui prodotti dell'azienda. Ciò può aiutare a migliorare i prodotti e la reputazione dell'azienda. Inoltre, utilizzare le recensioni positive dei clienti come testimonianze sui social media e sul sito web

Campagne

Ideazione di 3 campagne
Una per ogni fase del
funnel



Per ogni campagna creiamo 2 inserzioni sotto forma
di A/B test per provarie varie creatività e spingere
quella che performa di più

Inserzioni

Copy

POST

1. Prepara piatti deliziosi con le nostre farine di alta qualità! Scopri il gusto autentico dei prodotti artigianali.
2. La base per ogni buona ricetta è una farina di alta qualità. Scegli le nostre farine e non te ne pentirai!
3. Ami cucinare? Allora devi provare le nostre farine! Il tocco perfetto per ogni tuo piatto.

REELS

1. Il segreto per preparare piatti incredibili? La farina giusta! Scopri le nostre farine di alta qualità e stupisci tutti.
2. Cucinare è un'arte, e noi siamo gli artisti della farina! Guarda come le nostre farine rendono le tue ricette ancora più speciali.
3. Vuoi fare la differenza in cucina? Usa le nostre farine di alta qualità e diventa un vero chef!

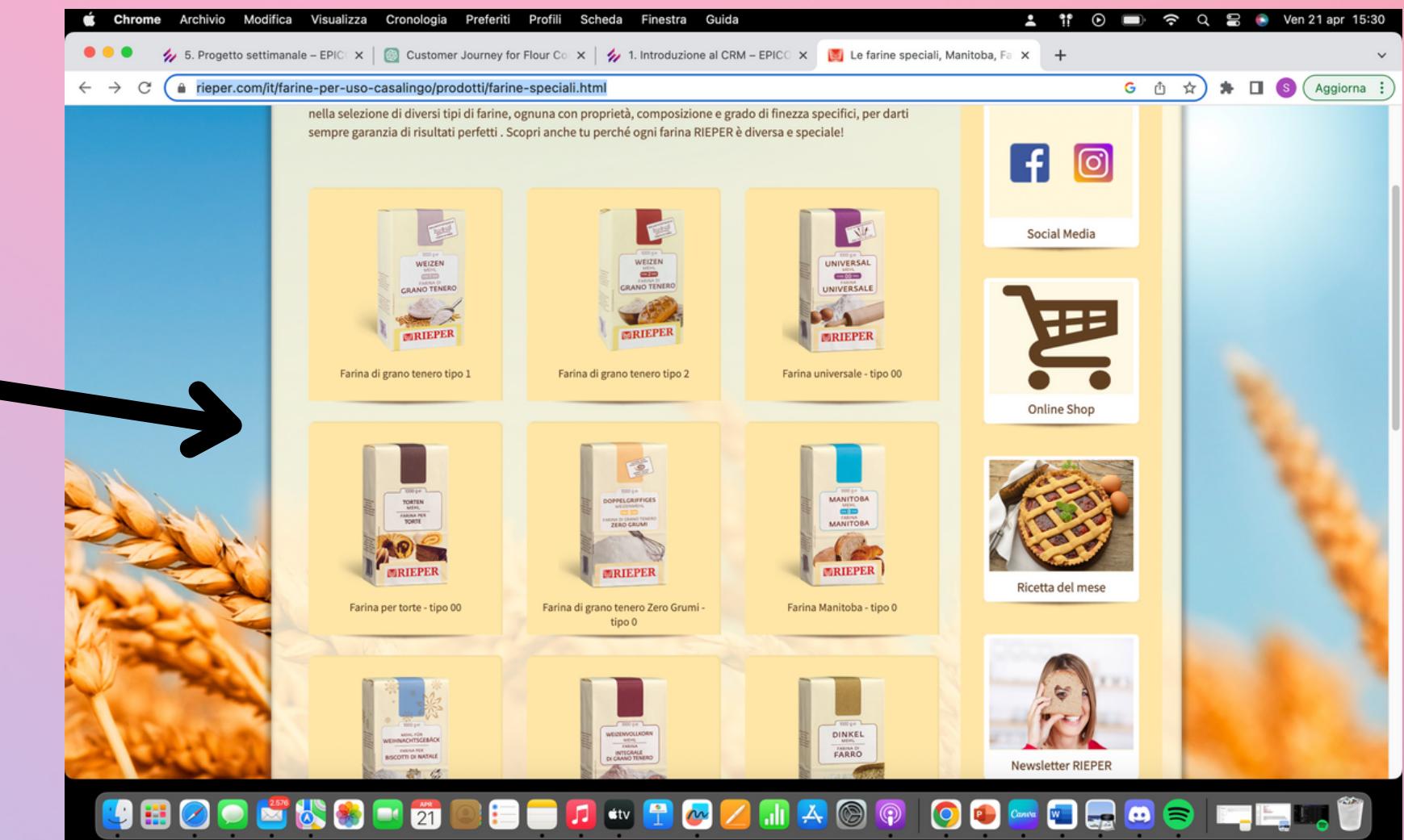
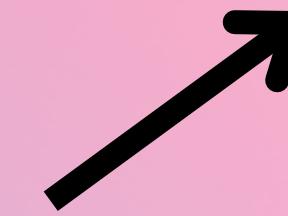
STORIE

1. Vuoi cucinare come un professionista? Comincia dalla farina! Scopri le nostre farine di alta qualità e dai il meglio di te.
2. I migliori piatti cominciano con le migliori farine. Scegli le nostre farine di alta qualità e prepara le tue ricette preferite come non le hai mai fatte prima!
3. Se ami cucinare, devi provare le nostre farine! Scopri come il nostro prodotto può fare la differenza nella tua cucina.

Le immagini non le inserisco perché userei immagini prese nell'attività del cliente e non ho trovato immagini/vieo adatti

Prodotti

Opterei per delle farine bio e su tutti i tipi di farina più "particolari" perché le persone sarebbero disposte sia a pagare quei prodotti di più sia perché in locale sarebbe difficile vendere le stesse quantità di prodotti speciali che venderesti online raggiungendo un pubblico più ampio



The screenshot shows a web browser window with the URL rieper.com/it/farine-per-uso-casalingo/prodotti/farne-speciali.html. The page is titled 'Farine speciali' and features a grid of flour products. A sidebar on the right includes links for 'Social Media' (Facebook, Instagram), 'Online Shop', a 'Ricetta del mese' (recipe of the month) for a berry pie, and a 'Newsletter RIEPER'. The browser's toolbar at the bottom shows various application icons.

Keywords

Grazie a tool come Ubersuggest, Google trends e Answer The pubblic ho raccolto
e scremato le seguenti keywords:



- farine speciali
- farine di alta qualità
- farine gourmet
- farine biologiche
- farine per pietanze particolari
- farine senza glutine
- farine di grano antico
- farine di grano duro
- farine di mais
- farine di riso
- farine di segale
- farine di avena
- farine di kamut
- farine di farro
- farine di ceci
- farine di lenticchie
- farine di fagioli
- farine di noci
- farine di mandorle
- farine di cocco
- farine di quinoa
- farine di teff
- farine di amaranto
- farine di castagne
- farine di carrube
- farine di semi di lino
- farine di semi di girasole
- farine di semi di zucca
- farine di semi di canapa
- farine di semi di chia
- farine di semi misti
- farine per dolci
- farine per pane
- farine per pizza
- farine per pasta
- farine per biscotti
- farine per torte salate
- farine per gnocchi
- farine per crepes
- farine per frittelle
- farine per pane di mais
- farine per pane integrale
- farine per pane al kamut
- farine per pane ai cereali
- farine per pane alle noci
- farine per pane alle olive
- farine per pane al rosmarino
- farine per pane al formaggio
- farine per pane al miele
- farine per pane al cioccolato
- farine per pane al vino
- farine per pane al curry
- farine per pane al basilico
- farine per pane al peperoncino
- farine per pane al limone
- farine per pane all'aglio