

Strawberry S.R.L

Hootsuite Team Proposal

Slides 1-18 by
Marco Foscherini
Neli Staykova
Stefano grillo

About

Strawberry S.R.L. delega la gestione **Social** per i suoi punti vendita e per il canale E-Commerce. L'ambito di vendita: dolci.

Si vuole creare un account **Hootsuite** per il controllo dei **Social** aziendali. Qui di seguito definiremo i Team, gli obiettivi e le metodologie.

Social

Social Scelte

4 piattaforme scelte • Numero utenti

Details

- Facebook (130k Utenti; obiettivo +10k e.o.y.)
- Instagram ()
- TikTok (0 Utenti; obiettivo +10k e.o.y.)
- YouTube (0 Utenti; obiettivo +5k e.o.y.)
- Twitter (0 Utenti; obiettivo +10k e.o.y.)

Social

Opzioni attive ad ora:

- Facebook, Instagram

Opzioni da attivare da ora:

- TikTok, Twitter, YouTube

Social

La scelta di non includere o di non sviluppare appieno altri social ricade più sul tipo di **modalità, strumenti e tempo**. Tutto questo dipende dal **Budget accordato**.

Social Teams

Per la creazione del team abbiamo individuato delle aree di interesse: **creazione di contenuto, analytics, customer support, gestione team e coordinazione.**

Le **competenze richieste** sono:

- video-making, creazione di contenuto, e gestione

Team Members and Tasks

Member

Task

- content creators

si focalizzano per gruppi di social: Facebook, Instagram, TikTok e Youtube

possono essere seguiti da una persona con post uniformati, mentre Twitter richiede una attenzione più specifica.

- customer care

in base alla mole di reactions, messaggi diretti e risposte ai post. Per la parte di Analytics sarebbe importante trovare una figura con preparazione adeguata che sia anche in grado di gestire il team.

Team Members and Tasks

Member

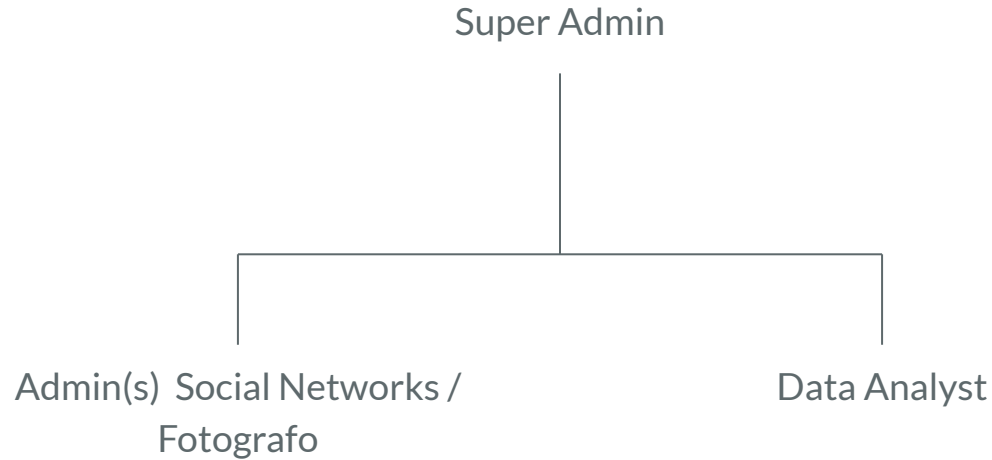
Task

- Data Analyst

si focalizzano per gruppi di social:
Facebook, Instagram, TikTok,
Twitter e Youtube

Creazione metriche

Team Members and Tasks



Esempio di struttura base in caso di budget molto ridotto.



Campagne

Campagne

I piani editoriali si svilupperanno seguendo gli obiettivi del Marketing Funnel:

- **brand awareness**
- **consideration**
- **conversion**
- **loyalty**

Campagne

E' possibile concentrarsi su diverse fasi del Funnel nello stesso momento? Due major focuses:

- **Brand Awareness, consideration, e loyalty**
- **Conversion**

Campagne

Basandoci su siti di suggerimenti web, da cui poi noi dovremo testare la nostra specifica situazione, la differenza tra i **Social** sta nel **genere di contenuti** e **nell'ora** di pubblicazione

Campagne

	6-12 am	12-18 pm	18-24 pm	0-6 am
TikTok	1			
YouTube	1		2	
Instagram	1	2		
Facebook	1		2	
Twitter	1			

Campagne

E' necessario identificare qual è la **strategia aziendale** così da sviluppare in modo coerente tutte le sue sfaccettature nei social adatti.

L'obiettivo è creare macro temi:

- per le feste principali (esempio: Halloween, Festa della Repubblica...)
- O micro-temi da argomenti di tendenza (tramite l'analisi dei social)

L'ideale sarebbe la creazione di **almeno un post al giorno** per ogni social, dove possibile.



RECIPE

10 minutes • Serves 4-6

Place milk, cocoa powder and sugar in a small saucepan. Heat over medium/medium-low heat, whisking frequently, until warm (but not boiling).

Add chocolate chips and whisk constantly until the chocolate chips melt and distribute evenly into the milk. Whisk in vanilla extract, serve immediately.

Funnel

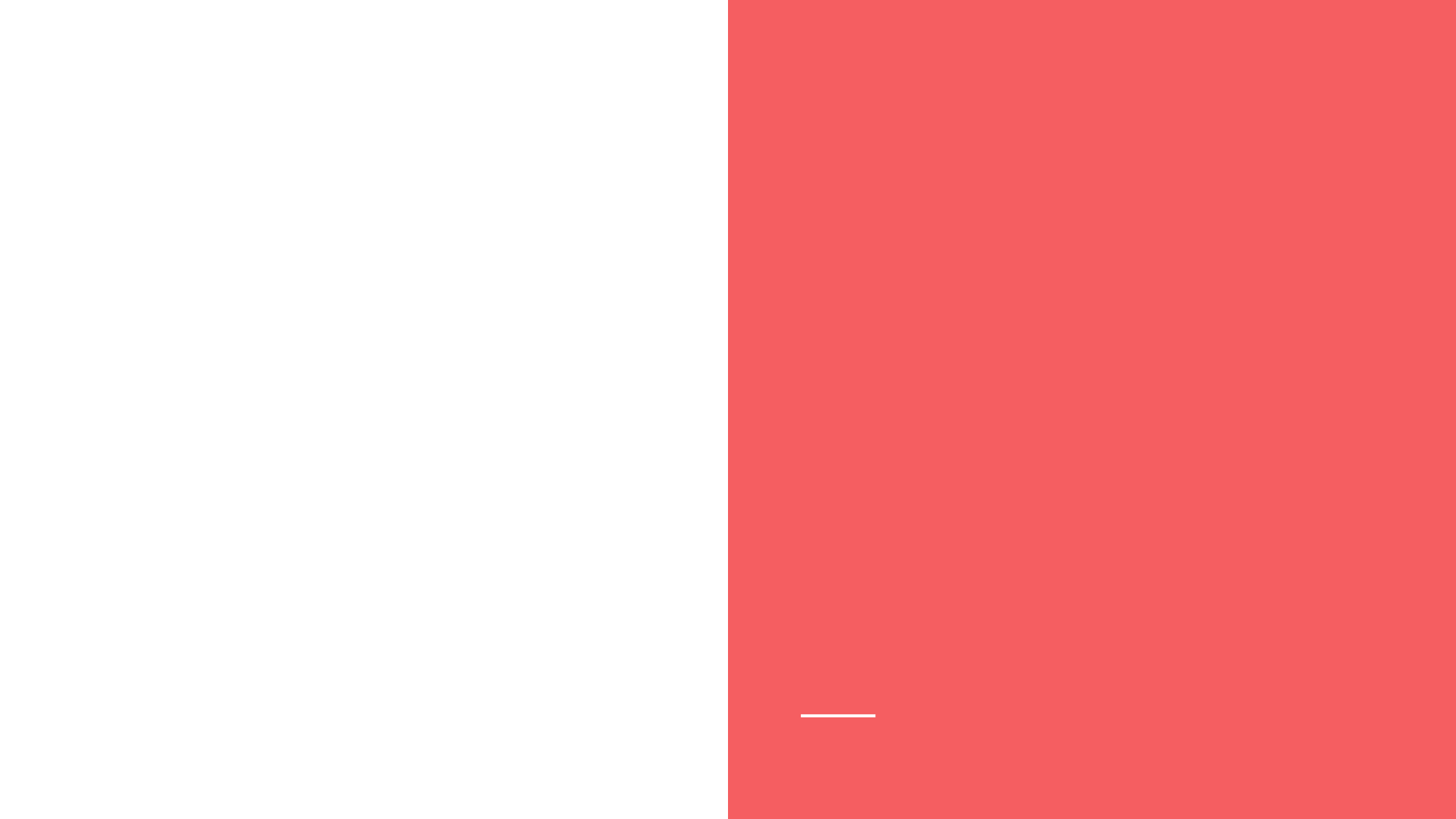
Kevin Romero

Raffaele Fiordoro

Antonio Colavito

Stefano Grillo

Sergio Fusar Imperatore



Brand Awareness

Per questa fase abbiamo previsto:

- Rubrica “ricetta della settimana” attraverso un blog che andremo a promuovere attraverso i canali Facebook e Instagram.
- I post potranno essere sponsorizzati in base ad un trigger: “se il post raggiunge la soglia di 300 like, il post viene automaticamente sponsorizzato”

Metriche:

- Reach
- Frequenza
- Audience growth rate
- CPM
- CPC (link al blog)

Brand Attraction

Per questa fase abbiamo previsto:

- Rubrica “ricetta della settimana”.
- Storie sondaggio: scegli tra il nostro prodotto del mese il tuo preferito.
- Creazione challenge
#strawberryrecipes: realizza la tua ricetta taggaci e usa l’hashtag.

Metriche:

- Average engagement rate
- $\text{Total tags} / \text{Total followers} * 100$
(monitoraggio tramite trigger)
- Total reaction/ total impression della storia
- Impression storie/total follower
- Numero condivisione,like, comments / numero reach

Brand Favorability

Per questa fase abbiamo previsto:

- Nel sondaggio proposto nelle storie sul prodotto del mese, proponiamo anche una terza alternativa ovvero “nessuno dei prodotti del mese tra i proposti”.

Metriche:

- Followers / Followers dei principali Competitors
- Conteggio di Hashtag e Menzioni del nostro Brand / C.H.M. principali competitors
- Sentiment Analysis
- Net Promoter Score

Conversion

Per questa fase abbiamo previsto:

- Fai la storia dei 3 prodotti del mese acquistati e taggaci.
Riceverai un gadget.
(es. Grembiolino)
- Campagna adv vendita prodotti ecommerce su fb e ig.

Metriche:

- Vendite prodotti del mese /
(followers*numero giorni)
- Landing page view cost
- CTR
- Costo per conversione (
Conversione = visita thankyou
page)

Inserzioni

Brand awareness:

- Rubrica “ricetta della settimana” : 1 post (dai post organici), 1 reel (ig) che rimandano a blog.

Conversione:

- Vendita prodotti ecommerce : 3 post, 2 reel(ig) che mostrano il prodotto e rimandano all'acquisto nell'ecommerce.

Team

- Customer care: 1 persona che risponde alle domande dei clienti dai social nelle conversazioni private
- Copywriter : 1 persone risponde ai commenti pubblici delle nostre pagine

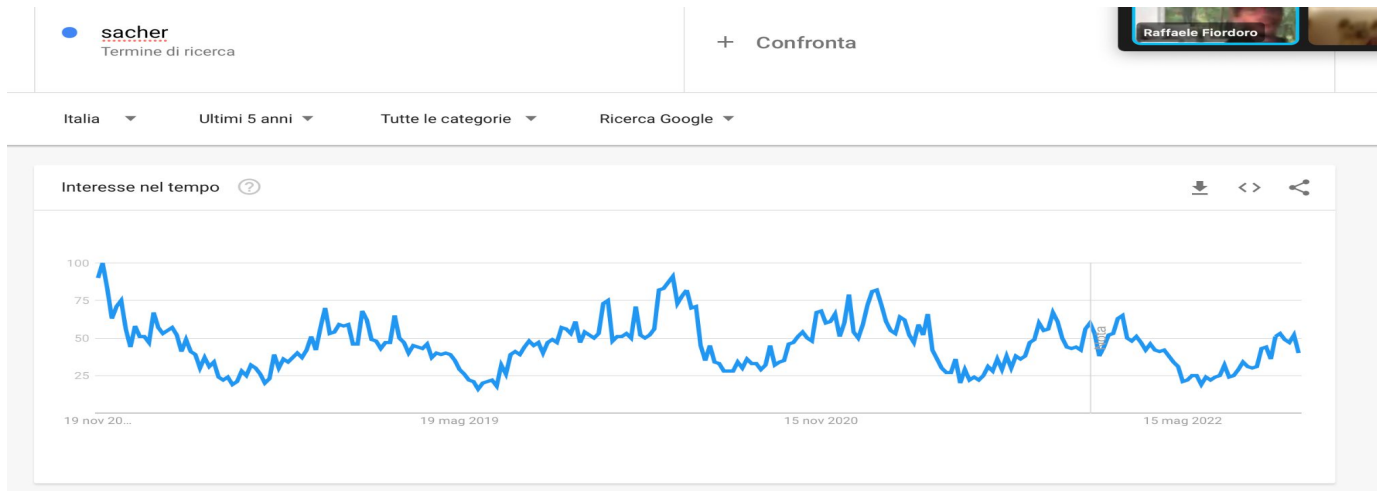
Trend

Argomenti correlati ?		In aumento ▼	⬇	<>	⬆
1	Cake - Film 2014	+120%			
2	Scenografia - Argomento	+90%			
3	Snack - Argomento	+80%			
4	Etilene vinil acetato - Composto chimico	+70%			

Query associate ?		In aumento ▼	⬇	<>	⬆
1	torte brutte	+750%			
2	torta magica al caffè di benedetta rossi	+400%			
3	torta sonic	+300%			
4	torta compleanno donna	+160%			
5	torta magica al caffè	+160%			

- Dall'analisi di Google Trends notiamo un incremento della keyword “torta compleanno donna” per questo abbiamo pensato di inserire nel nostro blog “ricette della settimana” alcune ricette per torte di compleanno dedicate alle donne.

Trend



- Dall'analisi di Google Trends notiamo un andamento stagionale della ricerca della keyword "sacher". Da questo sappiamo che durante il periodo ottobre-maggio valuteremo operazioni di marketing incentrate sulla torta Sacher.

Trend

- Dall'analisi di Google Trends notiamo un andamento stagionale della ricerca della keyword “sacher”. Da questo sappiamo che durante il periodo ottobre-maggio valuteremo operazioni di marketing incentrate sulla torta Sacher.

Hashtag

Brand: #strawberry #strawberryfacts #strawberryrecipes

Interesse topic: #foodporn #breakfast #dolcifattiincasa #dolciartigianali
#dolciitaliani #dolcifollie #ricettedolci #ricettefacili #ricettedellanonna #merenda
#foodvibes #ricettehomemade #healthyfood #yummy

Grazie