

FUNNEL DI CONVERSIONE

FASE 1: SCELTA DEL FUNNEL DI CONVERSIONE

1 Quale modello di funnel useresti per il brand scelto?

5A DI KOTLER

2 Spiega perché hai scelto questo modello e come si adatta al tuo brand.

PROBABILMENTE IL FUNNEL CHE MAGGIORMENTE SI ADATTA SAREBBERO LE 5 A DI KOTLER,
PERCHÈ? PERCHÈ È UN MODELLO MODERNO CHE TIENE CONTO DEL RUOLO DEI VARI SOCIAL MEDIA

AAARRR FORSE POTREBBE ANCHE ANDAR BENE, IL FATTO CHE SIA SCHEMATICO E ARRIVI DRITTO AL PUNTO COME CI FOSSE E C'È APPUNTO UNA SCHEMATICITÀ DA SEGUIRE CHE TI FACCIARRIVARE AGLI OBIETTIVI PREFISSATI OVVERO ATTRARRE PIU' UTENZA, GUADAGNI ETC MA MANTENENDO AL CONTEMPO UN LEGAME EMOTIVO CON L'UTENTE,

COSA INTENDO CON EMOTIVO? MI RIFERISCO AL FATTO CHE IL BRAND SER VEGANO SOSTENGA PRINCIPI ETICI, MORALI COME CRUEL FREE, RISPETTO DELL'AMBIENTE ETC.

IL MODELLO KOTLER PERÒ, CREDO SIA (NON SO BENE COME DIRE) FORSE PIU' MODULARE, COME SI POTESSE CAMBIARE IN CORSA..

SCUSATE NON SO COME MEGLIO ESPRIMERE QUESTO CONCETTO CHE HO IN MENTE,
CHAT GPT SAREBBE DI GRANDE AIUTO MA PER IL MOMENTO LO USO SOLAMENTE PER CHIARIRMI ALCUNE DEFINIZIONI.

1 AWARE :

L'UTENZA VERREBBE A CONOSCENZA DEL BRAND TRAMITE I SOCIAL MEDIA, TRAMITE FACEBOOK, INSTAGRAM

ATTRAVERSO ADS FACEBOOK, ADS INSTAGRAM (FATTI OVVIAMENTE IN MODO CHE POSSANO SUSCITARE CURIOSITÀ ED ATTRARRE PROPRIO QUELLE PERSONE CHE SI INTERESSANO AL CAMPO OLISTICO DELLA SALUTE, IN QUESTO CASO UN' ALIMENTAZIONE SALUTARE, NUTRIENTE FATTA CON PRODOTTI GENUINI, NON LAVORATI INDUSTRIALMENTE (O IL MENO POSSIBILE) E ACCESSIBILE ANCHE MONETARIAMENTE PARLANDO.

GOOGLE ADS,

PINTEREST, NON SO QUANTO POSSA ESSERE UTILE PER INTERCETTARE UTENZA, SAREBBE COMUNQUE UN MODO PER DELIZIARE L'ASPETTO VISIVO DELL'UTENZA CON FOTO DI PIATTI ETC..O FORSE POTREBBE ESSERE SOLO UN BUON MODO PER PERDERE TEMPO DAL MOMENTO CHE I SOCIAL CHE VANNO PER LA MAGGIORE SONO I SOLITI.

SICURAMENTE WHATUP BUSINESS SAREBBE UTILE PER AVERE UN CONTATTO DIRETTO CON LE PERSONE

2 APPEAL:

IL LOGO POTREBBE ATTRARRE IN QUANTO RICHIAMA O EVOCA MORBIDEZZA, FIDUCIA E CALORE,

APPEAL : UN PUNTO DI FORZA POTREBBE ESSERE IL FATTO CHE I CORSI LIVE SIANO COSTITUITI UN NUMERO RISTRETTO DI PARTECIPANTI E QUESTO GLI FAREBBE SENTIRE PIU' A LORO AGIO, SI SENTIREBBERO COME TRA "AMICI"

ASK:

RIGUARDEREBBE L'INTERAZIONE CON IL PUBBLICO,
CREARE SONDAGGI E QUESTIONARI PER CAPIRE I BISOGNI DEL PUBBLICO, DEI CLIENTI MENTRE LORO NAVIGANO SUL SITO SPINTI DALLA CURIOSITÀ ALLA RICERCA DI INFO VARIE

ACT AZIONE:

RENDERE FACILE L'ISCRIZIONE AL SITO E AI CORSI CON POCHI CLICK ED OFFRIRE PROMOZIONI E SCONTI AI CORSI LIVE PER STIMOLARE ED INCENTIVARE ALL' AZIONE

ADVOCATE:

QUESTO PASSAGGIO RIGUARDA IL FARSI LASCIARE OPINIONI RECENSIONE POSITIVE DAI CLIENTI IN MODO CHE NUOVI UTENTI POSSANO ESSERE APPUNTO ATTRATTI DA QUESTO NEL SENSO CHE SI POSSA STIMOLARE IN QUESTO MODO UNA SENSAZIONE COME DI "FIDUCIA" VERSO IL BRAND SER VEGANO
ANCHE OFFRIRE PROGRAMMI DI FIDELIZZAZIONE COME AD ESEMPIO UN CORSO LIVE GRATUITO OGNI DUE PERSONE INVITATE .

FASE 2: STRATEGIA MULTICANALE E OMNISCANALE**1 SOCIAL MEDIA STRATEGY:****QUALI PIATTAFORME UTILIZZERAI?**

CREDO LA PIU' EFFICACE IN QUESTO CASO SIA INSTAGRAM DATA LA NATURA VISUALE DELLA PIATTAFORMA SI PRESTEREBBE BENE A FOTO E VIDEO DI ALTA QUALITÀ DELLE VARIE RICETTE DEI CORSI A DISPOSIZIONE E DEI WORKSHOP.

UTILIZZARE LE STORIES E I REELS PER MOSTRARE I DIETRO LE QUINTE DELLE MIE ATTIVITÀ SAREBBE FORSE UTILE PER AVVICINARE IL PUBBLICO E CREARE UN SENSO DI COMUNITÀ.

FACEBOOK SAREBBE FORSE PIU' UTILE PER CREARE ARTICOLI OLTRE CHE DI RICETTE SU COME L'ALIMENTAZIONE INFLUISCA FORTEMENTE SUL BENESSERE FISICO E MENTALE, E PER CREARE GRUPPI DOVE LE PERSONE INTERAGISCANO TRA LORO

2 TONO DELLA COMUNICAZIONE:

IL TONO COME GIÀ DETTO SARÀ AMICHEVOLE E ACCOGLIENTE
UTILIZZANDO UN LINGUAGGIO SEMPLICE, CHIARO E SENZA TECNICISMI O TERMINI PARTICOLARMENTE DIFFICILI,
SI CERCHERÀ DI FARE RISALTARE LA PASSIONE PER UN'ALIMENTAZIONE SANA PER LA CUCINA VEGANA IN MODO PARTICOLARE, PER IL BENESSERE OLISTICO CON LE VARIE SFACCETTURE E TRASMETTERÀ O CERCHERÀ DI TRASMETTERE POSITIVITÀ.

3 CONTENUTI PER GENERARE ENGAGEMENT:

I CONTENUTI SULLE PIATTAFORME FACEBOOK ED INSTAGRAM,
MA PIU' SU INSTAGRAM SARANNO VIDEO DI RICETTE, FACILI, GUSTOSE E NON TROPPO COMPLICATE ADATTE A VARI LIVELLI DI ESPERIENZA IN CUCINA
CONDIVIDERE SUGGERIMENTI SU COME SOSTITUIRE INGREDIENTI DI ORIGINE ANIMALE CON ALTERNATIVE VEGETALI
INOLTRE PARLARE DEI BENEFICI DELLA CUCINA VEGANA PER LA SALUTE E L'AMBIENTE

QUALSIASI SITUAZIONE COMUNQUE SI DECIDA DI METTERE IN CAMPO SUI SOCIAL, CREDO CHE LA COSTANZA NEL PUBBLICARE VIDEO REEL ARTICOLI ETC., SIA UN FATTORE CHIAVE E DETERMINANTE ALLA RIUSCITA DEL PROGETTO.

KEYWORD

ONESTAMENTE NON MI SOVVENGONO IN QUESTO MOMENTO ALTERNATIVE ALLA CLASSICHE KEYWORD, (CHE TRA L ALTRO POTREBBERO TRANQUILLAMENTE ANDAR BENE)

PAROLE COME: CORSI DI CUCINA VEGANA, RICETTE VEGANA, ALIMENTAZIONE SANA, VEGANA, AMBIENTE, PULIZIA, WORKSHOP CUCINA NATURALE ETC ETC
ESEMPIO, RICETTE VEGANE - FACILI- VELOCI- SEMPLICI- SENZA GLUTINE- PER PRINCIPIANTI ETC..

CREDO SIA MOLTO IMPORTANTE LA PULIZIA DEL SITO INTERNET, IL FATTO DI RENDERLO ACCOGLIENTE, FACILE DA NAVIGARE, VELOCE DA NAVIGARE, PULITO, CAPIBILE, OTTIMIZZATO ANCHE PER GLI SMARTPHONE,
AL PRIMO SGUARDO SULLA PAGINA SI DOVREBBERO GIA IDENTIFICARE LE VARIE SEZIONI DEL SITO, COME NAVIGARE, DOVE, QUANDO, COME
INSOMMA AL PRIMO SGUARDO TUTTO TI è CHIARO

CAMPAGNE ADS.

EMAIL MARKETING E CHATBOT

LEAD MAGNET: EBOOK RICETTE VEGANE E GUIDE INTRODUTTIVE ALL ALIMENTAZIONE VEGANA IN CAMBIO DELL EMAIL

SCONTI PER I CORSI PER CHI SI ISCRIVE ALLA NEWSLETTER

MI PIACE L IDEA DI INVIARE EMAIL DI BENVENUTO AI NUOVI ISCRITTI PRESENTANDO IL SITO,

OFFRIRE IL LEAD MAGNET COME PROMESSO

EMAIL DI PROMEMORIA UTILI A RICORDARE I CORSI IMMINENTI CON INFO UTILI E LINK PER L ISCRIZIONE

EMAIL DI FOLLOW UP DOPO I CORSI PER RACCOGLIERE FEEDBACK ED EVENTUALI LAMENTI CHE MI SPINGEREBBERO A MIGLIORARE

PER QUANTO RIGUARDA I CHATBOT PER IL MOMENTO MI VIENE IN MENTE CHE POTREBBERO ESSERE UTILI PER RISPONDERE ALLE DOMANDE FREQUENTI DEGLI UTENTI COME ORARI, PREZZI E INFORMAZIONI UTILI SUI PRODOTTI

OPPURE PER LA RACCOLTA DI INFO SUGLI UTENTI COME I LORO INTERESSI PER PERSONALIZZARE LE COMUNICAZIONI FUTURE

REMARKETING E REMARKETING

1 SU QUALI TOUCHPOINT DIGITALI ATTIVERESTI CAMPAGNE DI REMARKETING?

PER QUANTO RIGUARDA IL SITO WEB REMARKETING SI ATTUEREBBE SU PERSONE CHE HANNO GIA VISITATO LE PAGINE DEI CORSI E DELLE RICETTE O SU PERSONE CHE HANNO AGGIUNTO PRODOTTI AL CARRELLO MA NON HANNO FINALIZZATO L' ACQUISTO

PER QUANTO RIGUARDA I SOCIAL MEDIA AD ESEMPIO INSTAGRAM CREDO CHE CHI ABBA GIA GUARDATO I POST SIA POTENZIALMENTE IN QUALCHE MODO Già COINVOLTO

CHI HA APERTO LE EMAIL MA POI NON è ANDATO AVANTI OVVERO L AZIONE SI è FERMATA ALLA SEMPLICE APERTURA DELL EMAIL

IN POCHE PAROLE RICONTATTEREI QUALUNQUE PERSONA CHE ABBA INTERAGITO CON UN ADS O EMAIL O VIDEO O POST

2 QUALI AZIONI DEGLI UTENTI TRACCELERESTI PER PERSONALIZZARE LA COMUNICAZIONE?

CERCHEREI DI UTILIZZARE SOFTWARE CHE MI DIANO LA POSSIBILITÀ AD ESEMPIO DI CAPIRE SE HANNO APERTO LE EMAIL, SE HANNO CLICCATO SUL LINK CON DESTINAZIONE ALLA LANDING PAGE DEL MIO SITO

SOFTWARE CHE PERMETTANO DI VERIFICARE QUANTO TEMPO UN UTENTE È STATO IN MEDIA SU UNA SPECIFICA PAGINA DEL SITO WEB COSÌ DA RIUSCIRE A CAPIRE PERCHÈ LA SPECIFICA PAGINA RISULTA PIÙ ATTRAENTE E INCURIOSISCE MAGGIORMENTE RISPETTO AD UN'ALTRA DEL SITO STESSO.

LE INTERAZIONI SUI SOCIAL, OVVERO , HANNO APERTO IL POST? HANNO CLICCATO SUL LINK DI REINDIRIZZAMENTO AL SITO ?SÌ, NO?

HANNO SCARICATO EBOOK GRATUITI DAL SITO? SONO INTERESSATI AL DOWNLOAD DI UN SEMPLICE EBOOK?

HANNO AGGIUNTO PRODOTTI AL CARRELO? PERCHÈ NON HANNO FINALIZZATO L'ACQUISTO?

SI SONO ISCRITTI ALLA NEWSLETTER?

INSOMMA SONO DAVVERO TANTI I PUNTI DA CUI SI POTREBBE CAPIRE SE IL SITO STA ANDANDO BENE OPPURE NO.

LAVORARCI SOPRA PER MIGLIORARE UNA VOLTA CAPITO O CREDERE DI AVER CAPITO I PUNTI DEBOLI È UN ALTRO DISCORSO, NEANCHE TROPPO SEMPLICE.

FINE