

L'azienda Cerere Srl che produce farine di alta qualità decide di ampliare la vendita dei prodotti anche online con e-Commerce e richiede a voi di proporre un "Prospect" di analisi e strategia per SMM e SEM

Quali sono i prodotti più venduti online?

Farina di grano tenero tipo "00"
Farina di grano duro
Farina di mais
Farina di farro
Farina di kamut
Farina integrale
Quali sono i canali migliori per raggiungere il pubblico?

Facebook e Instagram per creare brand awareness
E piattaforme come LinkedIn per cercare di instaurare rapporti professionali rivolti alla vendita.

Come si muove il nostro target di riferimento?

Il target di riferimento nel campo delle farine dipende dal tipo di farina e dal suo utilizzo.
Ad esempio, per la farina 00 utilizzata per la preparazione di pasta fresca e dolci, il target di riferimento sono i consumatori casalinghi e i pasticceri professionisti.

Per la farina di grano duro utilizzata per la preparazione di pane, pasta fresca e dolci, il target di riferimento sono i panifici, i pasticci e i ristoranti.
Per la farina di mais utilizzata per la preparazione di polenta, pane, focacce e dolci, il target di riferimento sono i consumatori casalinghi, i ristoranti e le attività di street food.

Infine, per la farina integrale utilizzata per la preparazione di pane, pasta e dolci, il target di riferimento sono i consumatori attenti alla salute e alla nutrizione, i produttori di prodotti biologici e le panetterie che si specializzano in prodotti integrali.

Quali contenuti informativi dobbiamo integrare all'interno del nostro blog?

Tramite la ricerca eseguita su UberSuggest notiamo che domande pertinenti all'impiego medico riguardo la farina sono in fortetrend come anche altre domande che riguardano la composizione di tutte le varie tipologie della farina essendo che ne esistono vari tipi.

Quali sono i contenuti che dobbiamo implementare sui nostri Social (DOMANDA DIRETTA e DOMANDA LATENTE)

SOCIAL MEDIA MARKETING

- Scegliere quali canali Social saranno utili al Brand

Facebook Instagram e LinkedIn

- Delineare obiettivo aziendale, marketing e algoritmico

Obiettivo aziendale: vendita dei prodotti
Obiettivo marketing: rivolgere maggiore attenzione verso i prodotti che rappresentano soluzioni alternative rispetto alle abitudini
Obiettivo algoritmico: creare contenuti di valore che possano permetterci di farci avvicinare al target

- Delineare le orbite di pubblico che andremo a colpire

Orbite: conoscenti e pubblico simile

- Studiare e delineare ciò che viene fatto dalla concorrenza (utilizzate Ad Library)



Dopo un'analisi di mercato eseguita con similar web e Uber suggest abbiamo notato che la maggior parte dei competitor oltre alla farina vendono altri prodotti e i prodotti più in voga sono la farina di insetti e tutti quegli altri tipi di farina ancora poco conosciuti che offrono dei benefici come ad esempio la stanza del glutine l'alto apporto proteico e la vasta gamma di utilizzi.

- Delineare la customer journey attraverso le fasi di prospecting e di retargeting e "abbozzare" esempi di contenuti che potreste inserire nelle due fasi

I clienti che vogliamo attirare sono quelli che rientrano nelle loro vite a conoscenti e pubblico simile e essendo che vogliamo attirarli tramite delle campagne informative creeremo dei contenuti di valore in merito a quelli che sono le farine che presentano dei vantaggi rispetto alle altre che possono essere l'alto apporto proteico assenza di glutine ecc.

- La costruzione del Funnel per delineare i diversi momenti nei quali mostrare determinati contenuti (notorietà, considerazione e conversione)

Notorietà: metteremo delle farine a confronto mostrando quali sono i vantaggi fra una e l'altra
Considerazione: creeremo dei post utili come ad esempio dei allora in cui scriviamo i vari utilizzi per i vari tipi di farine
Conversione: qui mostreremo delle forti promozioni in merito alle categorie di prodotto che vogliamo vendere

- Creazione "strategica" di una o più campagne per raggiungere tutto il pubblico target (scrivere semplicemente quali e quante campagne vorreste attivare e nomenclatura)

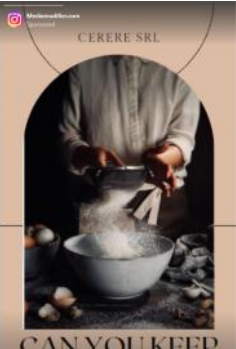
come strategia di base vorrei differenziarmi dalla concorrenza perciò vorrei spingere appunto su questi prodotti ancora poco conosciuti che rientrano comunque in una tema fitness e quindi andare a raggiungere come target tutta quella nicchia di persone che sono interessate per esempio alla palestra o ad esempio anche a quelle persone vegane che hanno comunque rispetto agli altri un occhio in più per la cura della loro alimentazione.
dividerei questa campagna per tipo di clientela quindi se sono dei privati o dei professionisti ehm e quindi creerei due gruppi di inserzioni.
Il nome della campagna sarà: valorizzazione brand/ linea fit

- Quali e quante inserzioni creare prendendo in considerazione tutti i formati (post, reels e storie)

per il gruppo di inserzioni per i professionisti creerei dei contenuti scritti quindi dei post mentre,
per il gruppo dei privati creerei di contenuti dinamici e quindi dei reel e delle storie

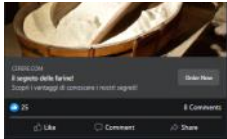
Il motivo di questa scelta è che per i professionisti ci sarà bisogno di creare dei post in cui scriveremo tutti i dettagli riguardanti questi tipi di farina mentre essendo che i privati comunque li ritroviamo sulle queste piattaforme e bisogna intercettare nello svago bisognerà creare dei contenuti divertenti ed esplicativi che mostrano del valore per loro

- Ideazione delle diverse inserzioni con la creazione di Copy e immagini



Il segreto delle farine di ceci? Sono prodotte con ingredienti di altissima qualità e sottoposte a processi di macinazione artigianale. Il nostro sito vi svelerà tutto ciò che c'è da sapere sulle farine fit, per una cucina sana e gustosa.

Vuoi preparare piatti sani e leggeri senza rinunciare al gusto? Allora non puoi perderti i segreti delle farine fit, che garantiscono un apporto nutrizionale elevato e un sapore unico. Scopri il nostro sito speciale e trasforma la tua cucina in un'esperienza sana e gustosa.



di macinazione artigianale. Il nostro sito vi svelerà tutto ciò che c'è da sapere sulle farine fit, per una cucina sana e gustosa.

Vuoi preparare piatti sani e leggeri senza rinunciare al gusto? Allora non puoi perderti i segreti delle farine fit, che garantiscono un apporto nutrizionale elevato e un sapore unico. Scopri il nostro sito speciale e trasforma la tua cucina in un'esperienza sana e gustosa.



SEARCH ENGINE MARKETING

Trovare la giusta semantica per realizzare un sito Web/e-commerce per la vendita dei prodotti Trovare i prodotti migliori che possono essere venduti online Creazione di un blog aziendale in grado di avvicinare persone interessate ai prodotti, attivarli per creare lead e poi clienti

SEO

- Keyword research (ricerca delle parole chiave aiutati con gli strumenti di Google Trends, autocompilazione, YouTube, ubersuggest, answer the public, etc.) che aiuti a strutturare l'architettura del sito

Keyword thibona

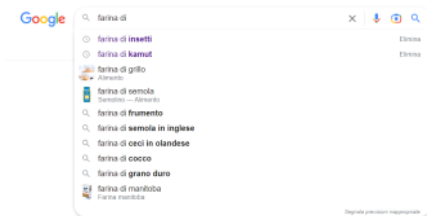
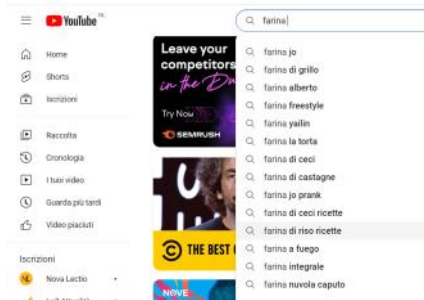
farina di grano duro	ricerca	22.200
farina di grano duro puro 100g	ricerca	2.900
farina di grano duro	ricerca	9.900
farina di grano duro online	ricerca	12.100
farina di grano duro	ricerca	890
farina di grano duro	ricerca	720
farina di grano duro	ricerca	480
farina di grano duro	ricerca	390

Keyword farina bianca

farina di grano duro	ricerca	290
farina di grano duro	ricerca	140
farina di grano duro	ricerca	1.300
farina di grano duro	ricerca	1.300
farina di grano duro	ricerca	140
farina di grano duro	ricerca	1.000
farina di grano duro	ricerca	110
farina di grano duro	ricerca	590

Keyword farina generale

keyword	volume	difficoltà	competizione	costo	valore
farina di grano	49.100	40,45	14	50	50
farina di grano	22.200	43,58	18	50	50
farina di grano	9.900	43,58	1	50	50
farina di grano	12.100	43,58	100	43	43
farina di grano	890	40,45	14	50	50
farina di grano	720	40,45	100	50	50
farina di grano	480	40,45	100	50	50
farina di grano	390	40,45	100	50	50



- Keyword research che aiuti a strutturare la Search Intent per comprendere come gli utenti utilizzano i motori di ricerca per approcciarsi al mercato delle farine

SEA

- Fai uno studio e un'analisi dettagliata sulle parole chiave e sull'intento di ricerca degli utenti
- Pensa e crea due campagne
- Crea due gruppi d'annuncio per ogni campagna
- Stabilisci le keyword per ogni gruppo
- Stabilisci gli annunci per ogni gruppo (2 o 3 annunci)

1 Studio delle parole chiave e dell'intento di ricerca degli utenti:

Ho iniziato la mia ricerca SEO per il venditore di farina di qualità analizzando le parole chiave più utilizzate dagli utenti per la ricerca di prodotti simili.

Ho utilizzato strumenti di analisi come Google Keyword Planner e SEMrush per individuare le parole chiave più pertinenti e ho considerato l'intento di ricerca degli utenti per scegliere quelle più rilevanti per il business del cliente.

2 Creazione delle due campagne

La prima campagna è focalizzata sulla promozione delle farine fit.

Ho creato due gruppi d'annuncio: uno per la farina bianca fit e uno per la farina integrale fit.

Per ogni gruppo d'annuncio, ho scelto parole chiave come "farina a basso contenuto di carboidrati" e "farina ad alto contenuto proteico" per raggiungere utenti interessati ad alimenti salutari e adatti a una dieta specifica.

Gli annunci creati per questa campagna hanno fornito informazioni sulla composizione delle farine fit e sulle loro proprietà salutari, invitando gli utenti a provare questi prodotti per migliorare la propria alimentazione.

La seconda campagna invece si concentra sulla promozione della farina generale offerta dal cliente, con l'obiettivo di promuovere la qualità e l'esclusività del prodotto.

Ho creato due gruppi d'annuncio: uno per la promozione della farina bianca e uno per la promozione della farina integrale.

Per ogni gruppo d'annuncio, ho scelto parole chiave come "farina di grano tenero", "farina biologica" e "farina artigianale" per raggiungere utenti che cercano prodotti di qualità e che sono disposti a pagare un prezzo più alto per un prodotto esclusivo.

Gli annunci creati per questa campagna hanno enfatizzato la qualità e l'esclusività della farina del cliente, sottolineando la lavorazione artigianale e l'uso di ingredienti biologici.

3 Creazione dei gruppi d'annuncio:

Per questa campagna, ho creato due gruppi d'annuncio: uno per la promozione della farina bianca e uno per la promozione della farina integrale. Ho scelto parole chiave specifiche per ogni gruppo, come "farina di grano tenero", "farina biologica" e "farina artigianale", per raggiungere utenti che cercano prodotti di qualità e che sono disposti a pagare un prezzo più alto per un prodotto esclusivo.

Solo per questa campagna ho creato due gruppi d'annuncio in base alle parole chiave selezionate. Ho scelto parole chiave specifiche e pertinenti per questo gruppo, per massimizzare la rilevanza degli annunci e ottimizzare la conversione.

4 Stabilimento degli annunci per ogni gruppo:

Per ogni gruppo d'annuncio, ho scritto due o tre annunci, cercando di rendere il contenuto pertinente alle parole chiave e all'obiettivo del gruppo. Ho cercato di utilizzare un tono persuasivo, ma professionale, e di inserire una call-to-action chiara e diretta per spingere l'utente ad agire.

5 Sponsorizzazione dei contenuti di valore nei post per la campagna sulla farina fit:

Per la campagna sulla promozione delle farine fit, ho deciso di sponsorizzare contenuti di valore nei post. Ho scelto di pubblicare articoli e post sui social media che informano e istruiscono gli utenti sulla scelta di prodotti fit e sulla loro preparazione. In questo modo, oltre a promuovere i prodotti del cliente, sto offrendo valore aggiunto all'utente e consolidando il brand del cliente come un esperto nel settore delle farine fit.