

P R O G E T T O M E T A
A D S A D V A N C E D

DI FEDERICA GENTILE

I N D I C E

Brand 3-4

- Customer Journey - Il Funnel 5
- Target 6-8

Buyer Personas 9-13

Analisi di mercato 14-16

- Ricerche Utenti 17-18

Competitors 19-26

Creatività 27-29

Strategia 30-31

- TOFU 32-33
- MOFU 34-36
- BOFU 37-41
- Budget 42-43
- KPI 44-45
- Ottimizzazioni 46-47

B R A N D

Molte persone non sono consapevoli dell'impatto che i loro viaggi possono avere sulle comunità locali. Questo è un problema serio, poiché molte destinazioni dipendono quasi interamente dal turismo. È da questa consapevolezza che nasce Orizon, con l'obiettivo di allargare gli orizzonti di tutti, sia in senso geografico che culturale!

I fondatori, una coppia con oltre 20 anni di esperienza nel settore Travel, hanno deciso di creare la propria agenzia di viaggi. Tuttavia, non si tratta di una semplice agenzia: ogni pacchetto o programma personalizzato è progettato per far vivere i luoghi come **veri viaggiatori**, e non come semplici turisti. Il team è specializzato nel creare **esperienze uniche con il minor impatto possibile sull'ambiente**. Anzi, l'obiettivo è generare un impatto positivo! Ogni soggiorno e ogni attività proposta riflette i valori dei fondatori, riassunti nel motto "**leave nothing but footprints, take nothing but memories**".

Come funziona? I viaggi di Orizon sono basati su scambi equi con le comunità locali, offrendo un'esperienza che rigenera sia i viaggiatori che le destinazioni che li accolgono. L'agenzia organizza viaggi di media e lunga durata, con un focus particolare su destinazioni in Asia e America. Inoltre, è possibile pianificare viaggi di nozze e viaggi di gruppo personalizzati, pensati per adulti e famiglie. **Vision** Aiutare le persone a rendere i propri viaggi consapevoli, sostenibili e rigenerativi. **Mission** Aiutare a programmare viaggi indimenticabili in armonia con la natura e con la popolazione.

C U S T O M E R J O U R N E Y - I L F U N N E L

La strategia inizia nel momento in cui definiamo il percorso del cliente:

Notorietà

Brand
Awareness

Considerazione

Traffico sul sito e
sui Social

Conversione

Nuovi clienti

In questo modo, il cliente seguirà un vero e proprio "viaggio" sotto la nostra guida, che lo condurrà fino alla destinazione finale: l'acquisto.

T A R G E T

Una volta definita la customer journey, possiamo introdurre il nostro target di riferimento, ovvero il pubblico ideale. Per identificarlo, utilizziamo lo strumento **Audience Insights di Meta.**

Iniziamo selezionando l'opzione 'Filtra' dalla pagina Insights, e inseriamo le caratteristiche principali del nostro pubblico ideale basandoci sulle nostre ipotesi.

Ecco gli interessi che ho considerato per la definizione del pubblico:
Oltre all'italiano, ho incluso l'inglese come lingua di riferimento, poiché è fondamentale che le persone siano in grado di comunicare con le comunità locali in una lingua diversa dall'italiano.

Grazie a questi dati, possiamo ottimizzare la nostra strategia di comunicazione e individuare gli aspetti da migliorare.

ancora.

Ultimi 28 giorni: 25 lug 2024 – 21 ago 2024

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

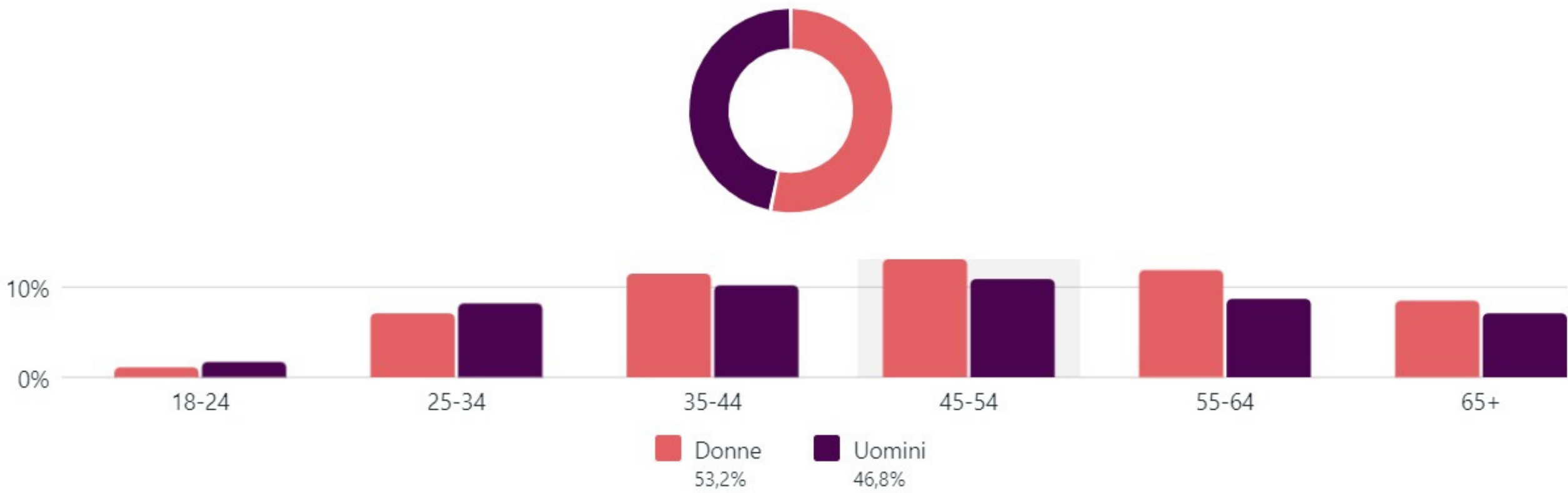
Dimensioni del pubblico stimato ⓘ

25.000.000-29.400.000

Persone su Facebook e Instagram qui: Italia e altri 3 filtri selezionati

Pubblicizza

Età e genere ⓘ



Genere

Tutti

Interessi

- Viaggio (viaggi e turismo) ✕
- Viaggio di avventura (viaggi e ... ✕
- Viaggio in aereo (trasporti) ✕
- Natura (scienza) ✕
- Viaggi di nozze ✕
- Asia ✕
- America del Nord ✕
- America ✕
- America Centrale ✕

Lingua

- Italiano ✕
- Inglese (tutte le varietà) ✕

Una volta creato il profilo, analizziamo i dati a nostra disposizione per approfondire la comprensione del nostro pubblico.

Come evidenziato dal grafico, il nostro pubblico è composto da uomini (46,8%) e donne (53,2%) di età compresa tra i 18 e i 65 anni.

Ho deciso di includere anche i neo-maggiorenni, poiché l'agenzia organizza frequentemente viaggi di gruppo, rendendo pertinente considerare anche questa fascia di età.

Tuttavia, il target principale è costituito da uomini e donne di età compresa tra i 25 e i 55 anni. Complessivamente, il pubblico stimato in Italia varia tra 16,3 e 19,1 milioni di persone, provenienti principalmente da Roma, Milano e Napoli.

B U Y E R P E R S O N A S

Maria

Età: 38 anni **Professione:** Insegnante di educazione civica **Località:** Bologna
Caratteristiche: Vive in città, ma cerca spesso di staccare dalla routine immergendosi nella natura. È molto attenta all'impatto ambientale e motivata a fare scelte etiche e sostenibili. **Hobby:** Ama il trekking e fare lunghe camminate in montagna, connettendosi con la natura. È appassionata di lettura, in particolare di libri di antropologia, che alimentano il suo interesse per le culture del mondo. **Esigenze:** Cerca viaggi che le permettano di scoprire nuove culture in modo autentico e rispettoso, con un basso impatto ambientale e un supporto reale alle comunità locali. Predilige pacchetti organizzati che facilitino la pianificazione. **Problema:** Trova difficile individuare viaggi che siano veramente sostenibili e non commercializzati come "esperienze culturali" superficiali. Ha poco tempo per organizzare viaggi e cerca soluzioni che non risultino troppo turistiche o standardizzate.



Francesco

Età: 60 anni

Professione: Medico botanico in pensione

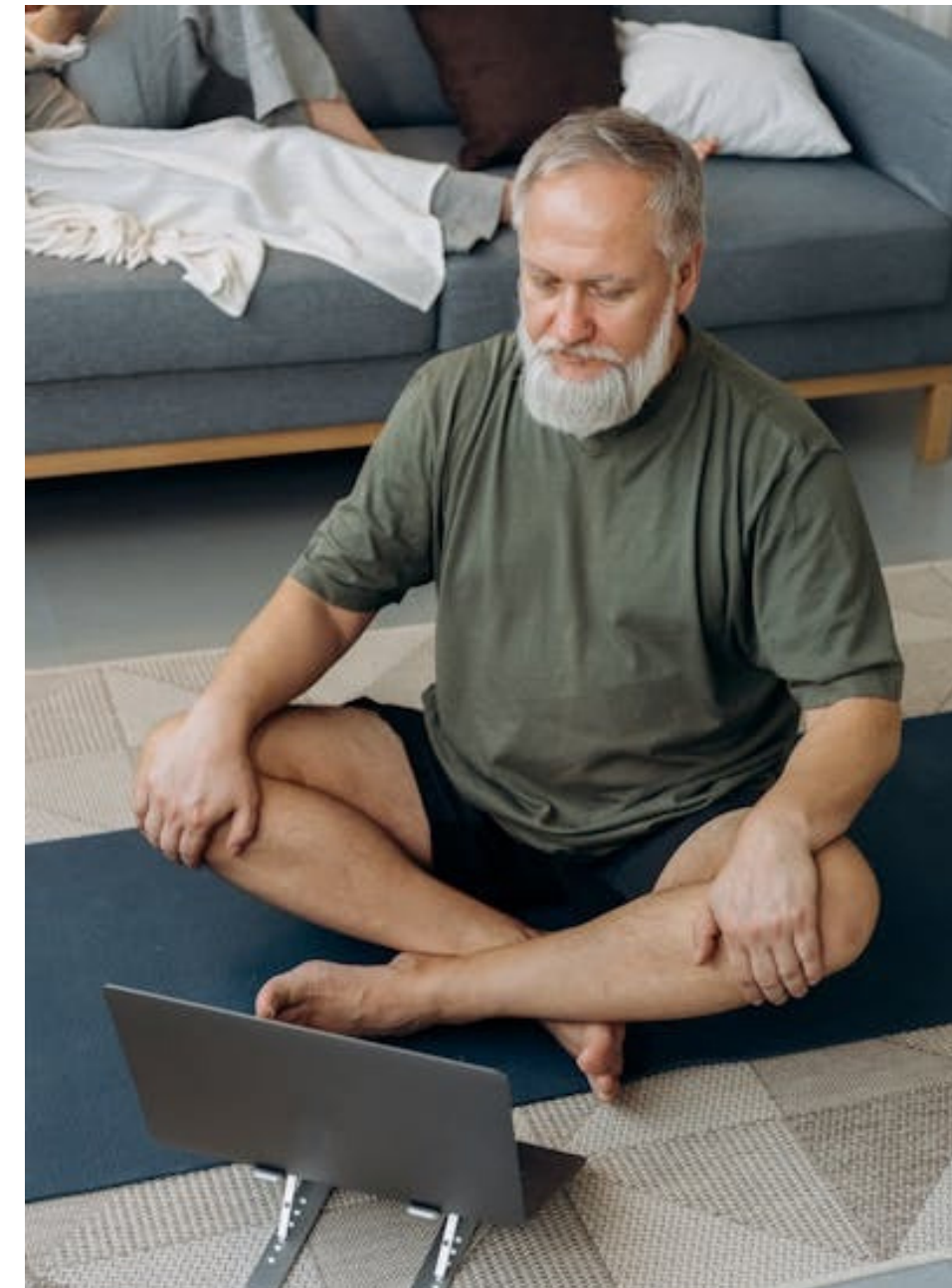
Località: Roma

Caratteristiche: Vive in periferia con la moglie, con cui è sposato da 40 anni, e ha tre figli adulti. Ora in pensione, desidera sfruttare il tempo libero per viaggiare con la moglie e scoprire il mondo.

Hobby: Appassionato di botanica, ama esplorare giardini e riserve naturali. Apprezza anche la cucina locale e i viaggi enogastronomici.

Esigenze: Cerca viaggi rilassanti ma arricchenti, che combinino natura, cultura e buon cibo. Preferisce mete che gli permettano di esplorare ambienti naturali unici, come giardini botanici o riserve protette, e che siano adatte a un ritmo di vita più tranquillo, senza però essere troppo statiche.

Problema: Non vuole viaggi troppo turistici o affollati e cerca esperienze autentiche da fare insieme alla moglie. Nonostante l'amore per l'avventura, è attento a comfort e sicurezza, data l'età, desidera organizzazioni che semplifichino la logistica, soprattutto in mete lontane o meno conosciute.



Giulia

Età: 28 anni

Professione: Fotografa freelance e studentessa

Località: Firenze

Caratteristiche: Appassionata viaggiatrice e fotografa specializzata in natura, Giulia è motivata a utilizzare il suo lavoro per sensibilizzare il pubblico sulle questioni ambientali.

Hobby: Dedica molto tempo alla lettura di saggi e articoli sulle tematiche ambientali e segue corsi di sostenibilità per migliorare le sue competenze e fare scelte sempre più consapevoli.

Esigenze: Cerca viaggi che le offrano la possibilità di documentare da vicino culture distanti dalla sua. Desidera esperienze che le permettano di imparare e contribuire attivamente alla tutela della biodiversità, combinando esplorazione e consapevolezza ecologica.

Problema: È attenta ai costi, in quanto studentessa e freelancer ha a sua disposizione un budget ridotto, senza però sacrificare la qualità e l'etica del viaggio.



Roberto

Età: 27 anni

Professione: Personal Trainer

Località: Roma

Caratteristiche: Ama viaggiare e conoscere nuove persone. È molto attivo nella promozione di stili di vita sani e sostenibili, sia attraverso iniziative di pulizia ambientale sia sensibilizzando il suo pubblico sui social media.

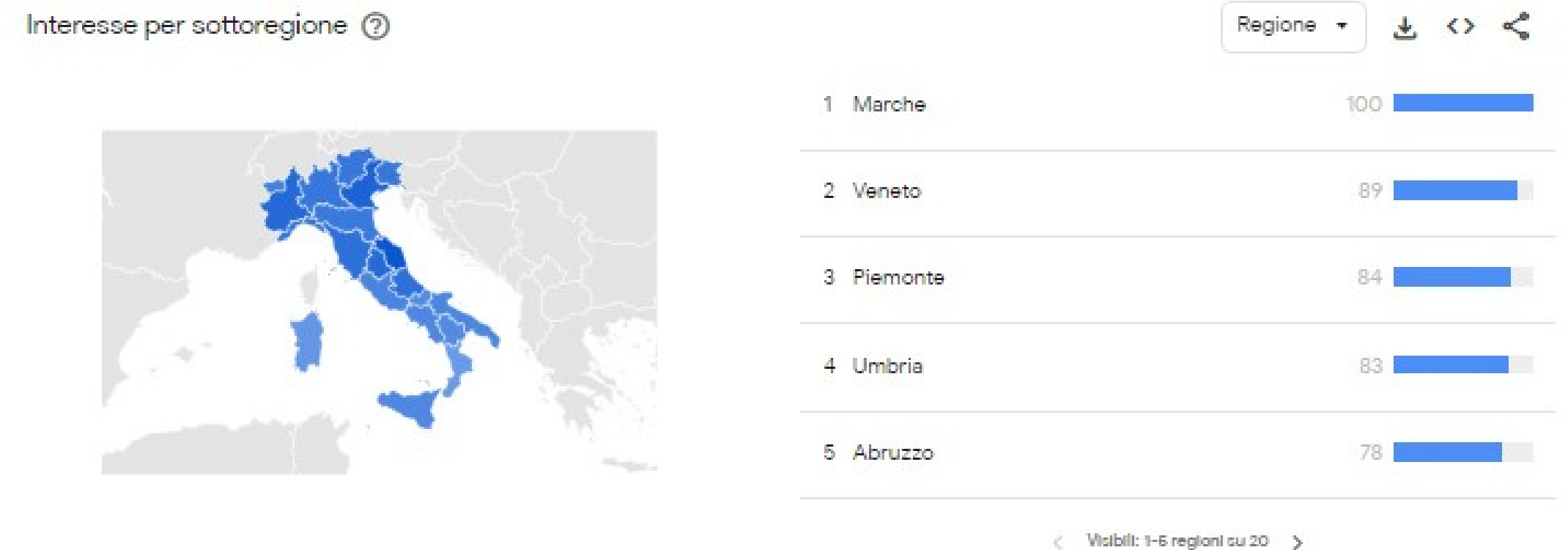
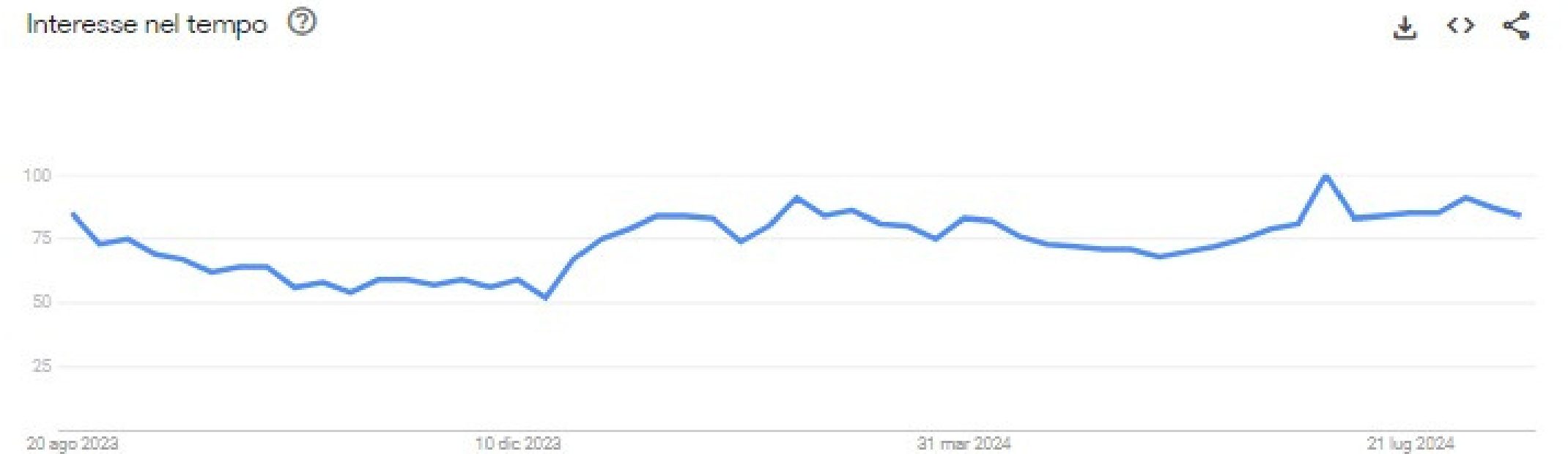
Hobby: Oltre al fitness, ha la passione per la corsa. Nel tempo libero documenta i suoi viaggi e attività outdoor sui social, dove ispira i suoi follower a prendersi cura del proprio corpo e della natura.

Esigenze: Cerca viaggi che combinino avventura, socialità e sostenibilità. Desidera destinazioni che gli permettano di fare esperienze in gruppo e conoscere nuove persone, e che al tempo stesso abbiano un basso impatto ambientale.

Problema: Spesso trova difficile bilanciare viaggi avventurosi con opzioni veramente sostenibili. Inoltre, cerca pacchetti che offrano esperienze autentiche, come ad esempio viaggi di gruppo organizzati.



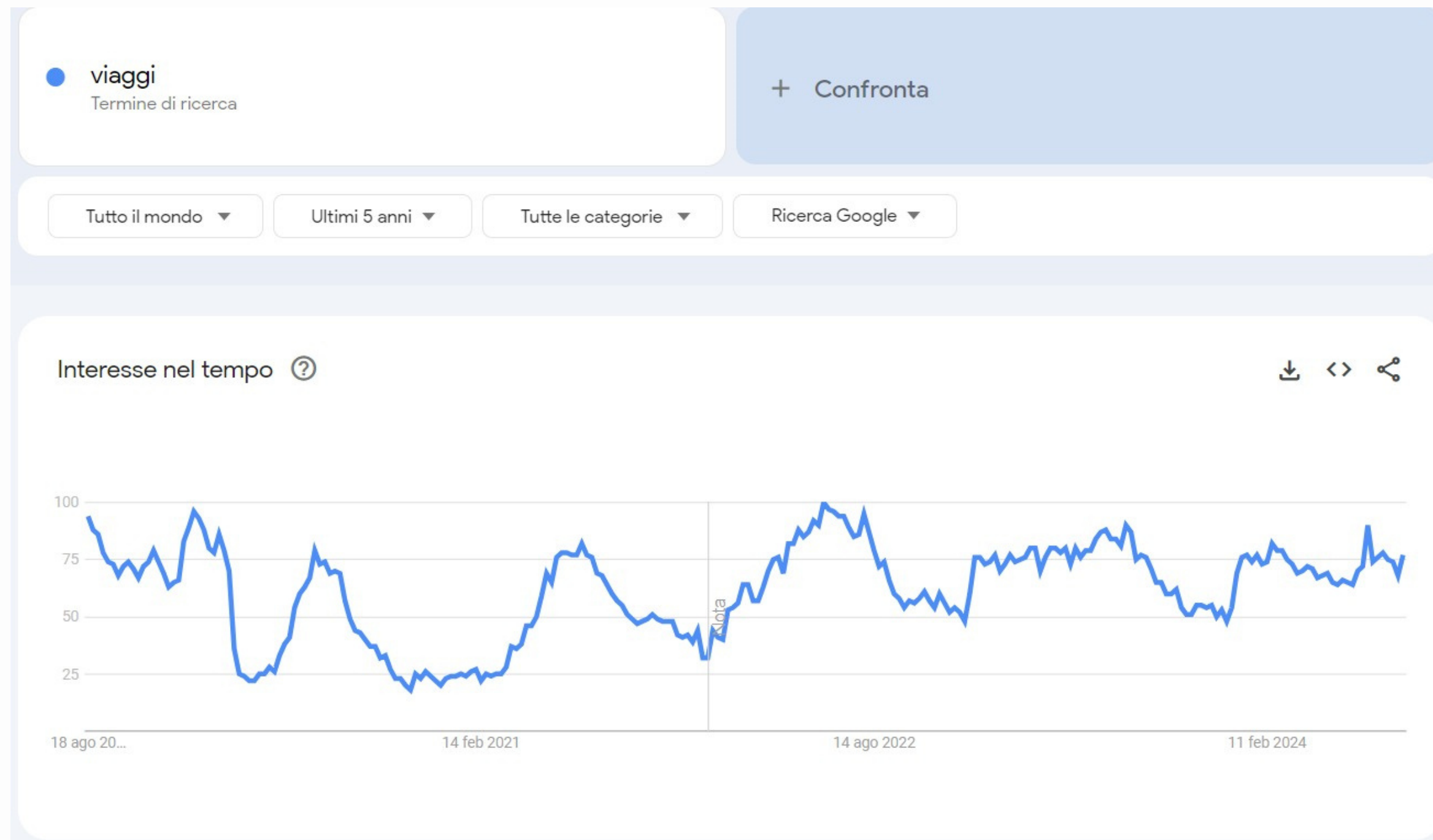
A N A L I S I D I
M E R C A T O



Prima di passare all'analisi dei competitor, esaminiamo i trend relativi ai viaggi utilizzando **Google Trends**.

Dai dati del grafico, emerge chiaramente un andamento stagionale: la curva mostra un **aumento nei mesi primaverili ed estivi**, seguito da un calo nei mesi più freddi.

Questo suggerisce che l'interesse per i viaggi è strettamente legato alle stagioni. Le regioni più coinvolte sono Marche, Veneto e Piemonte.



Esaminiamo ora i trend relativi ai viaggi, concentrandoci sulla crescita anno su anno a livello globale.

I dati del grafico confermano quanto osservato in precedenza: l'andamento dei viaggi **varia in base alla stagione**, con picchi nei mesi più caldi e cali nei periodi più freddi.

Questo schema è stato ulteriormente influenzato nel 2020/21, anni in cui il COVID-19 ha avuto un impatto significativo sul settore dei viaggi. A distanza di quasi 5 anni, il trend ha ripreso il consueto andamento stagionale dopo l'impatto significativo della pandemia

R I C E R C H E D E G L I U T E N T I

Ho approfondito le mie ricerche facendo una panoramica delle ricerche effettuate dai nostri utenti nell'arco di un mese riguardo all'argomento.



Utilizzando i dati raccolti tramite **Ubersuggest**, possiamo analizzare le query degli utenti, i loro metodi di ricerca e l'impatto di queste attività sui social media. Esamineremo questi dettagli nella pagina seguente.

☐	KEYWORD ?	⬆️⬆️	VOLUME ?	⬆️⬆️	CPC ?	⬆️⬆️	PD ?	⬆️⬆️	SD ?	⬆️⬆️	AGGIORNATE ?
LE TUE KEYWORD											
☐	viaggi	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	27.100	€0,45		31		47		2 mesi ↻
IDEE KEYWORD											
☐	viaggiare sicuri	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	90.500	€1,84		1		61		6 mesi ↻
☐	viaggi avventure nel mondo	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	60.500	€1,89		15		27		6 mesi ↻
☐	viaggi treno	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	49.500	€0,61		1		33		3 mesi ↻
☐	viaggi boscolo	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	40.500	€0,11		22		37		6 mesi ↻
☐	viaggi serena	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	22.200	€0,28		1		16		6 mesi ↻
☐	viaggi frasi	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	22.200	€0,05		1		26		6 mesi ↻
☐	viaggi organizzati	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	18.100	€1,26		61		83		6 mesi ↻
☐	viaggio	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	14.800	€0,54		11		100		6 mesi ↻
☐	viaggi last minute	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	14.800	€0,57		63		44		6 mesi ↻
☐	viaggio in giappone	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	14.800	€0,69		43		37		4 mesi ↻
☐	viaggi di nozze	🔍 ⌵	Genera Contenuti Con L'AI	14.800	€0,48		11		7		6 mesi ↻

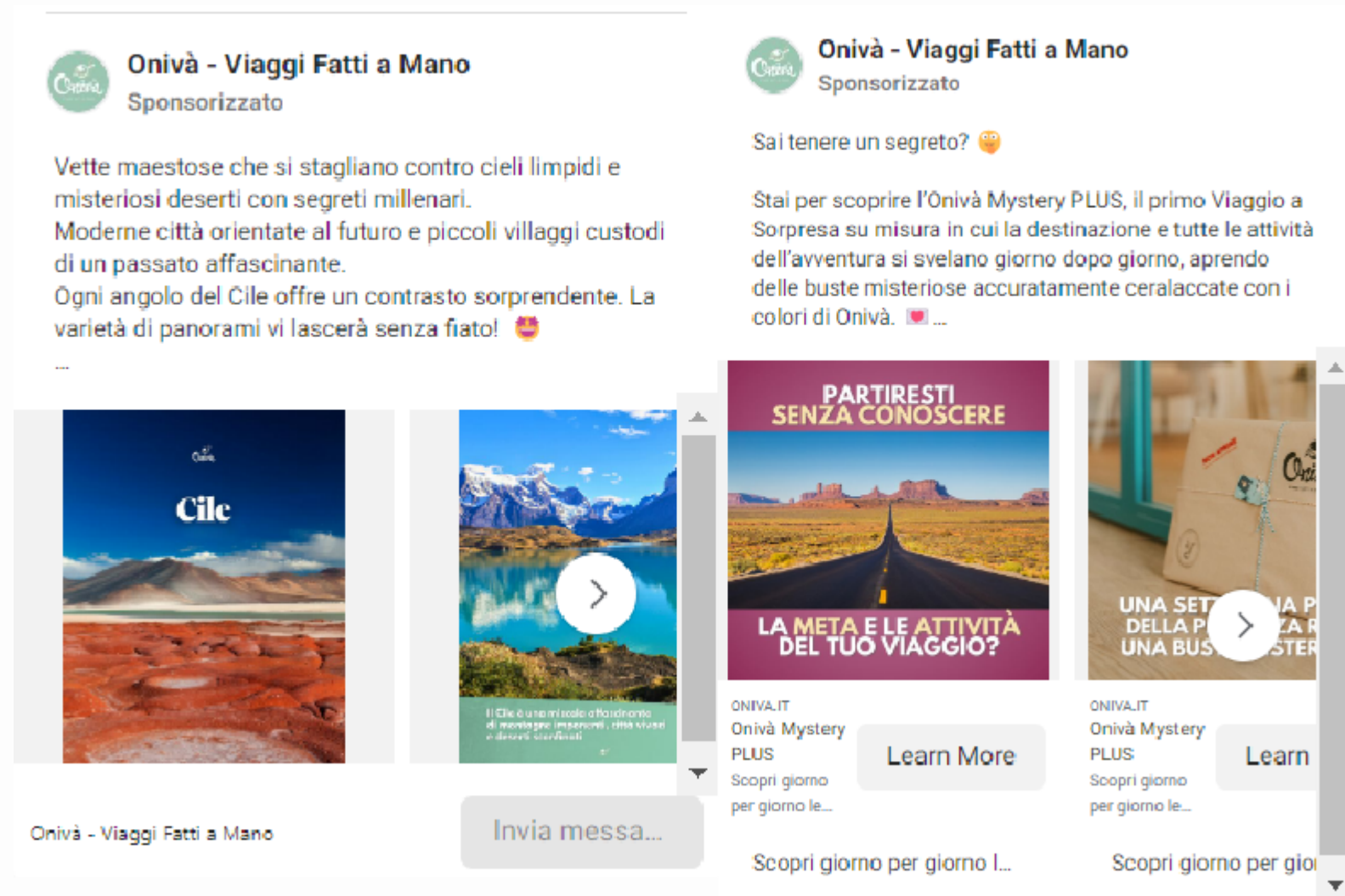
Secondo questa tabella, i clienti mostrano una preferenza marcata per **viaggiare in sicurezza**.

Secondo quest'altra tabella, i clienti su Google mostrano una preferenza per la ricerca di guide sui viaggi, ma anche **viaggi organizzati e low cost**.

☐	TITOLO PAGINA URL ?	VISITE ST. ?	⬆️⬆️	BACKLINK ?	f ⬆️⬆️	p ⬆️⬆️	🍷 ⬆️⬆️
☐	Viaggi e pacchetti vacanze Repubblica Dominicana yallayalla.it 🔗	0	Keyword ⌵	5 Links ⌵	116.863	0	0
☐	Perché i viaggi di ritorno sembrano sempre più brevi ... focus.it 🔗	0	Keyword ⌵	4 Links ⌵	29.405	1	0
☐	GiappoTour - Viaggi Organizzati e Tour in Giappone dondake.it 🔗	0	Keyword ⌵	23 Links ⌵	22.566	2	0
☐	Guida ufficiale per le vacanze e i viaggi in Irlanda Ireland.com ireland.com 🔗	0	Keyword ⌵	7.734 Links ⌵	11.560	46	0
☐	Carlo e i viaggi in bus casa-scuola "Grazie autisti, mi fate ... milano.corriere.it 🔗	0	Keyword ⌵	3 Links ⌵	8.184	0	0
☐	Viaggi con la carta d'identità - Visita Tirana denti-e-sorrisi.com 🔗	0	Keyword ⌵	0 Links ⌵	7.483	0	0
☐	Viaggi Dentali per la Croazia - Trasporti Organizzati croazia-dentista.it 🔗	0	Keyword ⌵	1 Links ⌵	6.293	0	0
☐	Viaggi in pullman 'green' e low cost: con Flixbus anche da ... baritoday.it 🔗	0	Keyword ⌵	1 Links ⌵	4.698	0	0
☐	Ferrovie.info - Treni, trasporti, turismo e viaggi ferrovie.info 🔗	0	Keyword ⌵	1.616 Links ⌵	4.373	0	0
☐	Un matrimonio ispirato ai viaggi a Venezia weddingwonderland.it 🔗	0	Keyword ⌵	0 Links ⌵	67	4.082	0

C O M P E T I T O R S

Prima di concentrarci sulle campagne, esaminiamo i nostri due principali competitor, identificati tramite Facebook Ads Library: Onivà - Viaggi Fatti a Mano ed Evolution Travel.



Onivà - Viaggi Fatti a Mano
Sponsorizzato

Vette maestose che si stagliano contro cieli limpidi e misteriosi deserti con segreti millenari. Moderne città orientate al futuro e piccoli villaggi custodi di un passato affascinante. Ogni angolo del Cile offre un contrasto sorprendente. La varietà di panorami vi lascerà senza fiato! 🇨🇱

...

Cile

Il Cile è un territorio straordinario di mete per imprese, una visita indimenticabile.

PARTIRESTI SENZA CONOSCERE

LA META E LE ATTIVITÀ DEL TUO VIAGGIO?

ONIVA.IT
Onivà Mystery PLUS
Scopri giorno per giorno le...

Learn More

UNA SETTIMANA PER LA PIÙ GRANDE AVVENTURA

ONIVA.IT
Onivà Mystery PLUS
Scopri giorno per giorno le...

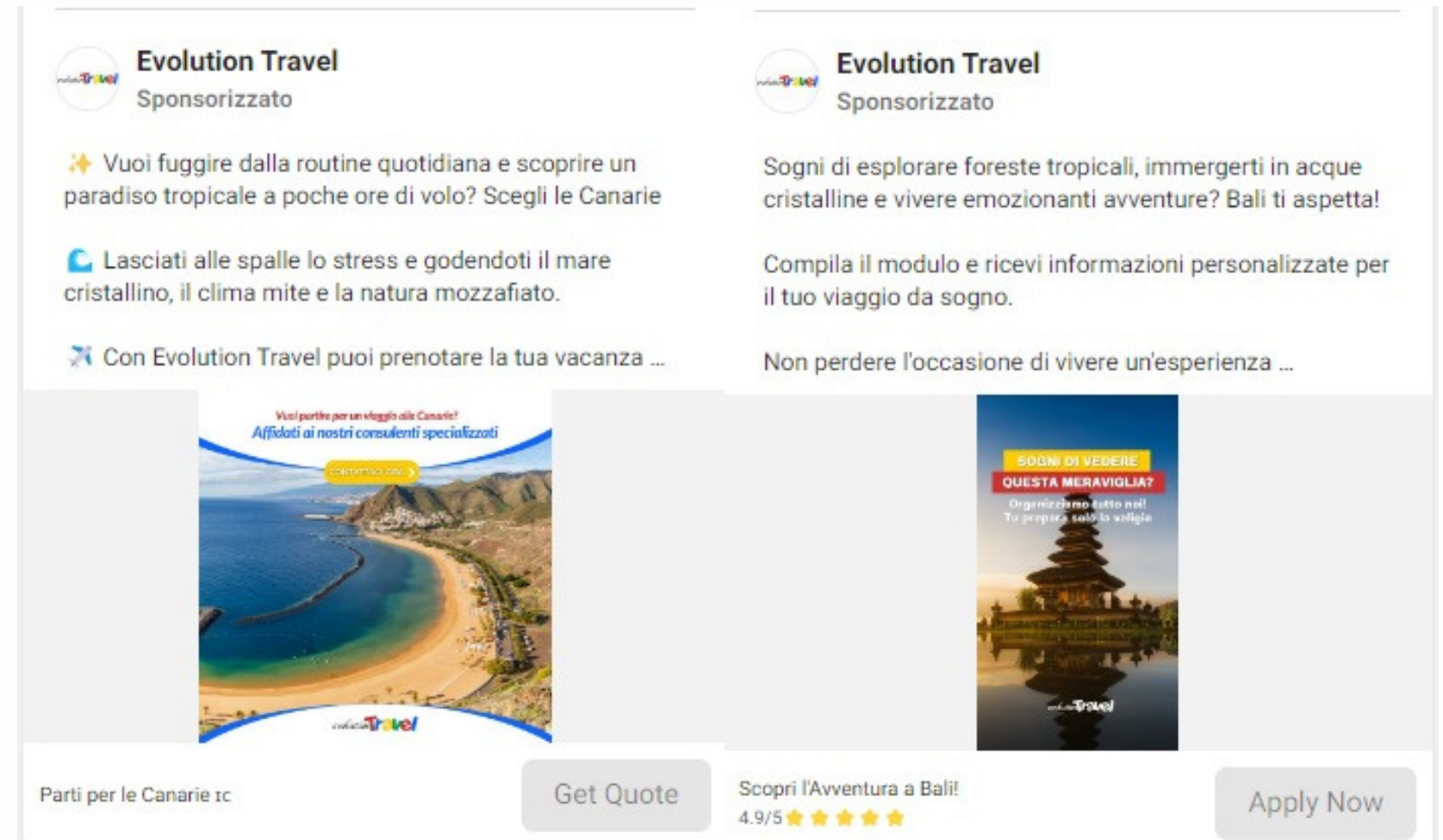
Learn More

Onivà - Viaggi Fatti a Mano

Invia messa...

Scopri giorno per giorno l...

Scopri giorno per gio...



Evolution Travel
Sponsorizzato

✨ Vuoi fuggire dalla routine quotidiana e scoprire un paradiso tropicale a poche ore di volo? Scegli le Canarie

🌊 Lasciati alle spalle lo stress e godendoti il mare cristallino, il clima mite e la natura mozzafiato.

✈ Con Evolution Travel puoi prenotare la tua vacanza ...

Parti per le Canarie 1c

Get Quote

Sogni di esplorare foreste tropicali, immergerti in acque cristalline e vivere emozionanti avventure? Bali ti aspetta!

Compila il modulo e ricevi informazioni personalizzate per il tuo viaggio da sogno.

Non perdere l'occasione di vivere un'esperienza ...

SOGNI DI VEDERE QUESTA MERAVIGLIA?

Organizziamo tutto noi. Tu prepara solo la valigia.

Scopri l'Avventura a Bali!

4.9/5 ⭐⭐⭐⭐⭐

Apply Now

Entrambi i competitor hanno delle inserzioni attive: i punti forti sono la prosta di Onivà del **viaggio a sorpresa**, e l'assistenza da parte di un **consulente specializzato** per la scelta della vacanza che Evolution Travel offre. Mentre i punti deboli potrebbero essere i seguenti, la prima non ha **nessun video post** nelle proprie inserzioni, e la seconda ha delle **grafiche che potrebbero essere migliorate**.

ONIVÀ



Specializzata in esperienze di viaggio su misura, con un forte focus sul turismo sostenibile.

La loro offerta comprende viaggi in piccoli gruppi, esperienze uniche in mete sia italiane che internazionali, e un'attenzione particolare verso la scoperta di culture locali.

COME FUNZIONA



INIZIA A SOGNARE

Immagina con noi come vorresti vivere il tuo prossimo viaggio o scegli direttamente l'esperienza che ti interessa.



COMPILA IL QUESTIONARIO

Giusto qualche domanda per aiutarci a conoscerti meglio.



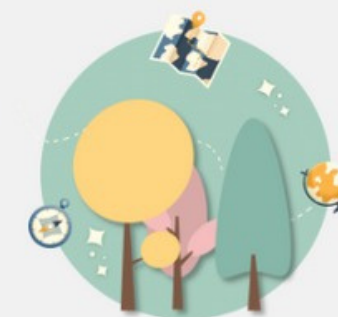
DISEGNIAMO IL TUO VIAGGIO

Perfettamente cucito su misura, secondo i tuoi desideri.



SI PARTE!

Pensiamo a tutto noi: non ti resta che partire e goderti il viaggio!



IL BOSCO ONIVÀ



L'ARCA ONIVÀ



Strategia di Marketing e Comunicazione del Brand

La strategia di marketing di Onivà ruota attorno alla valorizzazione del turismo sostenibile e dell'autenticità delle esperienze offerte.

Utilizza storytelling per mettere in luce le persone e i luoghi coinvolti nelle esperienze, con particolare attenzione alla trasparenza e all'impatto positivo sul territorio. La comunicazione si concentra su viaggi immersivi e personalizzati, utilizzando immagini che mostrano viaggiatori a contatto con la natura e con le comunità locali.



Presenza Online

Onivà ha una presenza online attiva, con un sito web che si distingue per l'enfasi su esperienze di viaggio sostenibili. Il brand utilizza i social media, in particolare Instagram e Facebook, per condividere storie, immagini e video di esperienze autentiche legate al turismo responsabile.

I contenuti sono spesso focalizzati su mete naturalistiche, momenti di scoperta e connessione con le culture locali. L'estetica del brand è orientata verso la semplicità e la natura, e Onivà interagisce regolarmente con la propria community, condividendo esperienze di viaggio degli utenti e promuovendo la sostenibilità attraverso campagne mirate.

EVOLUTION TRAVEL



Evolution Travel offre una vasta gamma di pacchetti di viaggio, con un focus su viaggi organizzati online. Coprono un'ampia varietà di destinazioni, dai viaggi di lusso ai tour avventurosi, dalle crociere ai viaggi su misura per famiglie, coppie o viaggiatori singoli. Anche se hanno un'ampia gamma di offerte, Evolution Travel pone attenzione alla sostenibilità attraverso opzioni di viaggi ecologici e responsabili, proponendo anche esperienze legate al turismo slow e alla scoperta di destinazioni meno conosciute.

evolutionTravel

CHI SONOCOMMENTIFAQLUOGHITEMIItalia

Chi sonoHOME / CHI SONO



Consulente di Viaggi
PER LA TUA VACANZA SU MISURA. INVIACI UNA RICHIESTA E LA
PASSEREMO AL MIGLIOR CONSULENTE PER TE!

Quando mi trovi
dalle 09.30 alle 18.30

Vuoi contattarmi via mail?
Scrivimi per una consulenza gratuita!

CONTATTAMI

Ciao!

Sono un Consulente di viaggi online Evolution Travel, il **Network N.1 di Consulenti di viaggio** per la tua vacanza.

Per ogni destinazione che proponiamo abbiamo un consulente specializzato, che conosce benissimo il prodotto e ti consiglia al meglio, organizzando la vacanza perfetta per te. E' come se avessi a tua disposizione oltre un centinaio di esperti!

Ogni giorno ricevo e **gestisco richieste** di persone che vogliono organizzare il proprio viaggio senza dover perdere tanto tempo in interminabili ricerche nel web o doversi recare fisicamente in un'agenzia di viaggi.

Il mio lavoro è trovare per te la miglior offerta per il tuo viaggio, al miglior prezzo.

Io sono qui, **raggiungibile in qualsiasi momento** e con il mezzo che preferisci: mi puoi contattare al telefono, via skype, messaggistica o

I prezzi migliori sul mercato

Paragonare i prezzi di un pacchetto è difficile e porta via molto tempo, ma noi lo facciamo per te. Fa parte del nostro lavoro trovarti la miglior soluzione al miglior prezzo. Lo facciamo gratuitamente, infatti se poi non lo compri, non ci devi nulla.

La conoscenza del prodotto evita errori

Per ogni prodotto che vedi abbiamo uno specialista che conosce perfettamente il prodotto e ti consiglia al meglio, evitandoti brutte sorprese.

Viaggiare in sicurezza

Hai sempre l'assistenza online del tuo Consulente di Viaggio, pronto ad assisterti in qualsiasi momento. Inoltre abbiamo le

Il Network N.1 di Consulenti di Viaggio Online per la Tua Vacanza





Evolution Travel

Mi piace: 149.906 • Follower: 154.566



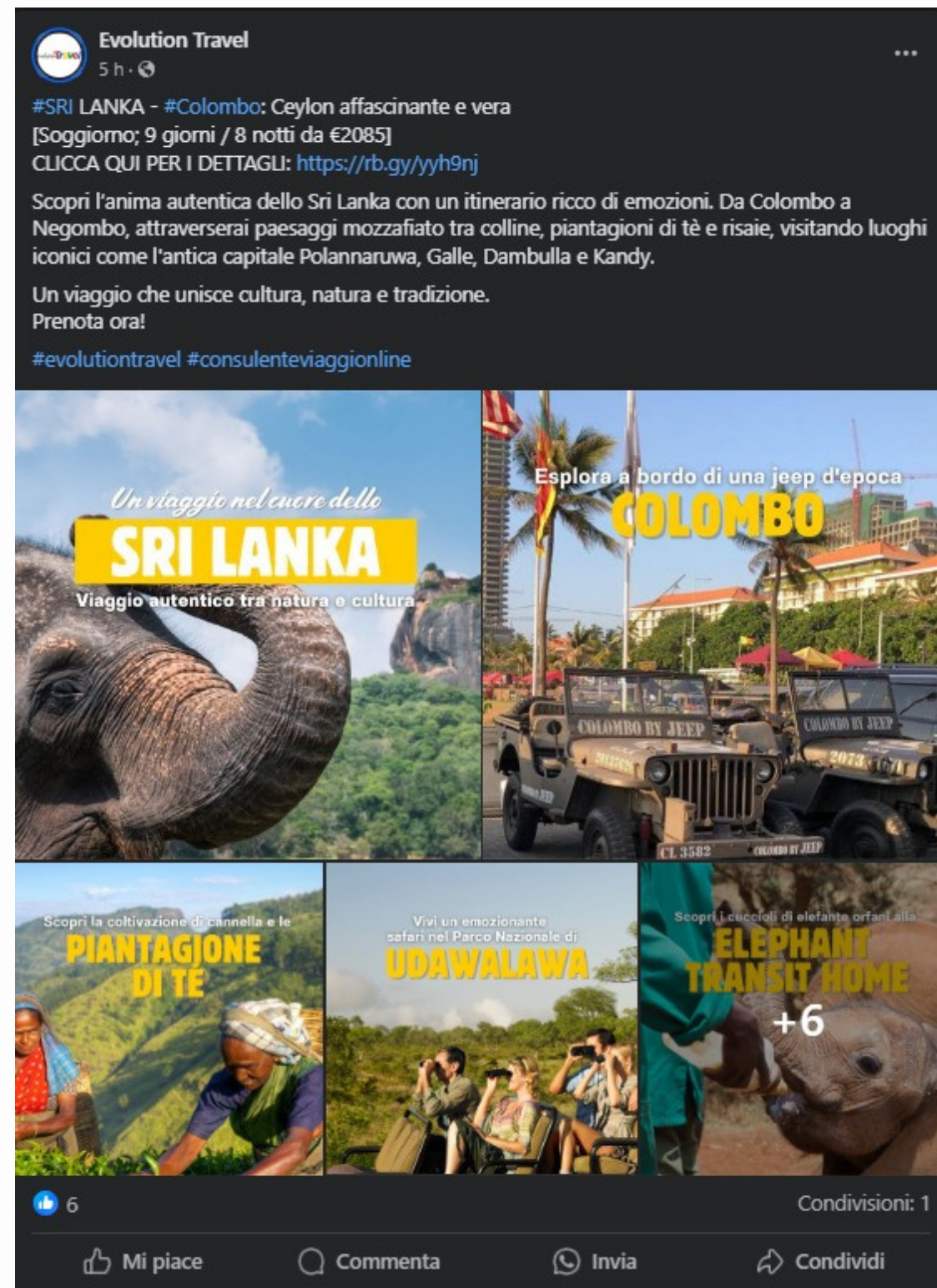
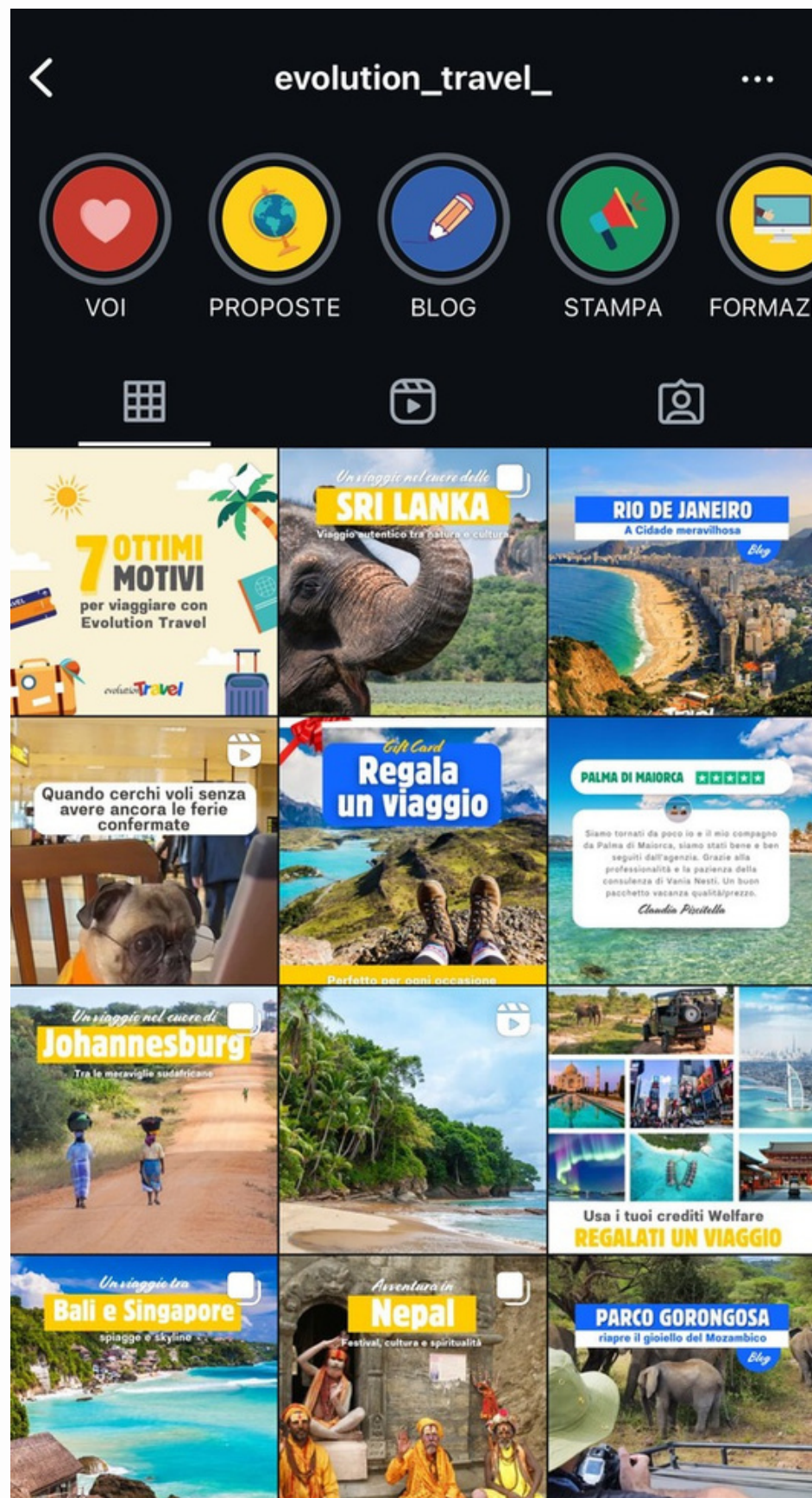
Messaggio

Mi piace

Cerca

Strategia di Marketing e Comunicazione del Brand

La strategia di marketing di Evolution Travel si basa su un approccio multicanale, focalizzandosi sul digitale come piattaforma principale per vendere e promuovere viaggi. Evolution Travel fa leva sul concetto di consulenti di viaggio online, esperti che aiutano i clienti a personalizzare ogni aspetto del loro viaggio. La comunicazione del brand evidenzia la flessibilità e la possibilità di creare viaggi su misura, con una presenza forte su social media, blog di viaggio e email marketing. L'azienda pone anche l'accento su valori come la libertà di scelta, l'accessibilità delle offerte e l'attenzione ai dettagli nell'organizzazione del viaggio.



Presenza Online

Evolution Travel ha una forte presenza digitale, che include un sito web completo con sezioni dettagliate per ogni tipo di viaggio, blog informativi e una rete di consulenti di viaggio online. Sono molto attivi sui social media come Facebook, Instagram e YouTube, utilizzando una combinazione di post informativi, video promozionali e testimonianze dei viaggiatori. I contenuti sono vari e spaziano dalla presentazione delle destinazioni ai consigli pratici di viaggio, con una forte interazione con i follower. Evolution Travel utilizza anche strategie di content marketing come blog e newsletter, per educare e ispirare i viaggiatori, mantenendo sempre un tono professionale e amichevole.

C R E A T I V I T À

Prima di approfondire le campagne specifiche, è importante definire una strategia creativa chiara per ogni fase del funnel. L'obiettivo finale è acquisire nuovi clienti attraverso campagne efficaci e mirate, ottimizzando le creatività in base alla fase del funnel e al pubblico di riferimento.

Struttura delle Campagne:

Creeremo 3 campagne, ciascuna dedicata a una fase del funnel:

1. **TOFU (Top of Funnel):** Fase di awareness, focalizzata sul generare consapevolezza e attrarre nuovi potenziali clienti.
2. **MOFU (Middle of Funnel):** Fase di considerazione, mirata a fidelizzare gli utenti che hanno già interagito con il brand, avvicinandoli alla conversione.
3. **BOFU (Bottom of Funnel):** Fase di conversione, con l'obiettivo di spingere gli utenti più caldi a completare l'acquisto.

Per ogni fase del funnel, sarà necessario selezionare l'**obiettivo** di campagna più adatto:

- **TOFU:** L'obiettivo principale è generare awareness e traffico. Il formato ideale sarà **"Traffico"** o **"Notorietà del Brand"**.
- **MOFU:** L'obiettivo passa a Considerazione, con campagne di retargeting per coinvolgere nuovamente gli utenti che hanno visitato il sito o interagito con i post. Il formato sarà **"Traffico"** o **"Interazione"**.
- **BOFU:** In questa fase, l'obiettivo chiave sarà la conversione. Selezioniamo l'obiettivo **"Vendite"** o **"Conversioni"**, con l'evento di ottimizzazione impostato su **"Acquisto"**, per tracciare le azioni finali sul sito (come l'acquisto).

Per ogni fase del funnel, la **creatività** dovrà adattarsi al pubblico e agli obiettivi:

- **TOFU:** Creatività emozionali che presentano la mission di Orizon, con immagini di destinazioni naturali, comunità locali e messaggi chiari che invitano a scoprire di più.
- **MOFU:** Annunci che includono testimonianze o recensioni, puntando su esperienze vissute da clienti soddisfatti. Caroselli o slideshow che mostrano diverse destinazioni e pacchetti viaggio.
- **BOFU:** Creatività personalizzate con offerte speciali, come sconti sul primo acquisto o promozioni temporanee. Qui il focus è convincere il pubblico a completare l'acquisto, utilizzando CTA dirette come "Prenota ora" o "Approfitta dell'offerta".

S T R A T E G I A

TOFU

Nel Top of the Funnel, l'obiettivo sarà **raggiungere nuove persone attraverso contenuti mirati**.

MOFU

Nel Middle of the Funnel, ci avvicineremo ulteriormente alle persone, **rispondendo a dubbi e domande** per approfondire il loro interesse.

BOFU

Nel Bottom of the Funnel, sarà il momento di **convertire i potenziali clienti** e incentivarli all'azione.

T O F U

In questa fase iniziale, l'obiettivo è generare **consapevolezza** del brand tra nuovi utenti. La campagna verrà creata utilizzando il Gestore Inserzioni di Meta, con l'obiettivo di **traffico** per portare persone al sito web e far conoscere il brand Orizon.

Per ottimizzare il budget, utilizziamo **ABO** (Ad Set Budget Optimization), che ci consente di gestire manualmente la distribuzione del budget tra i gruppi di inserzioni; questa scelta ci permette di avere un maggiore controllo sui diversi segmenti di pubblico in fase di test.

In futuro, potremo passare a CBO (Campaign Budget Optimization) per permettere all'algoritmo di ottimizzare automaticamente la distribuzione in base alle performance.

✓ Budget della campagna Advantage +

Attivo ☒

Il budget della campagna Advantage distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni attualmente pubblicati per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a obiettivo di prestazioni e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

Budget della campagna ⓘ

Budget giornaliero ▼

€ 70,00

EUR

In media, spenderai € 70 al giorno. La tua spesa giornaliera massima è di € 122,50 e la tua spesa settimanale massima è di € 490. [Scopri di più.](#)

Crea nuova campagna

Nuovo gruppo di inserzioni o nuova inserzione

X

Tipo di acquisto

Asta

Scegli un obiettivo della campagna

☐ Notorietà

☒ Traffico

☐ Interazioni

☐ Contatti

☐ Promozione dell'app

☐ Vendite



Traffico

Reindirizza le persone a una destinazione, come il tuo sito web, un'app, un profilo Instagram o un evento di Facebook.

[Scopri di più](#)

Ideale per:

Clic sul link ⓘ

Visualizzazioni della pagina di destinazione ⓘ

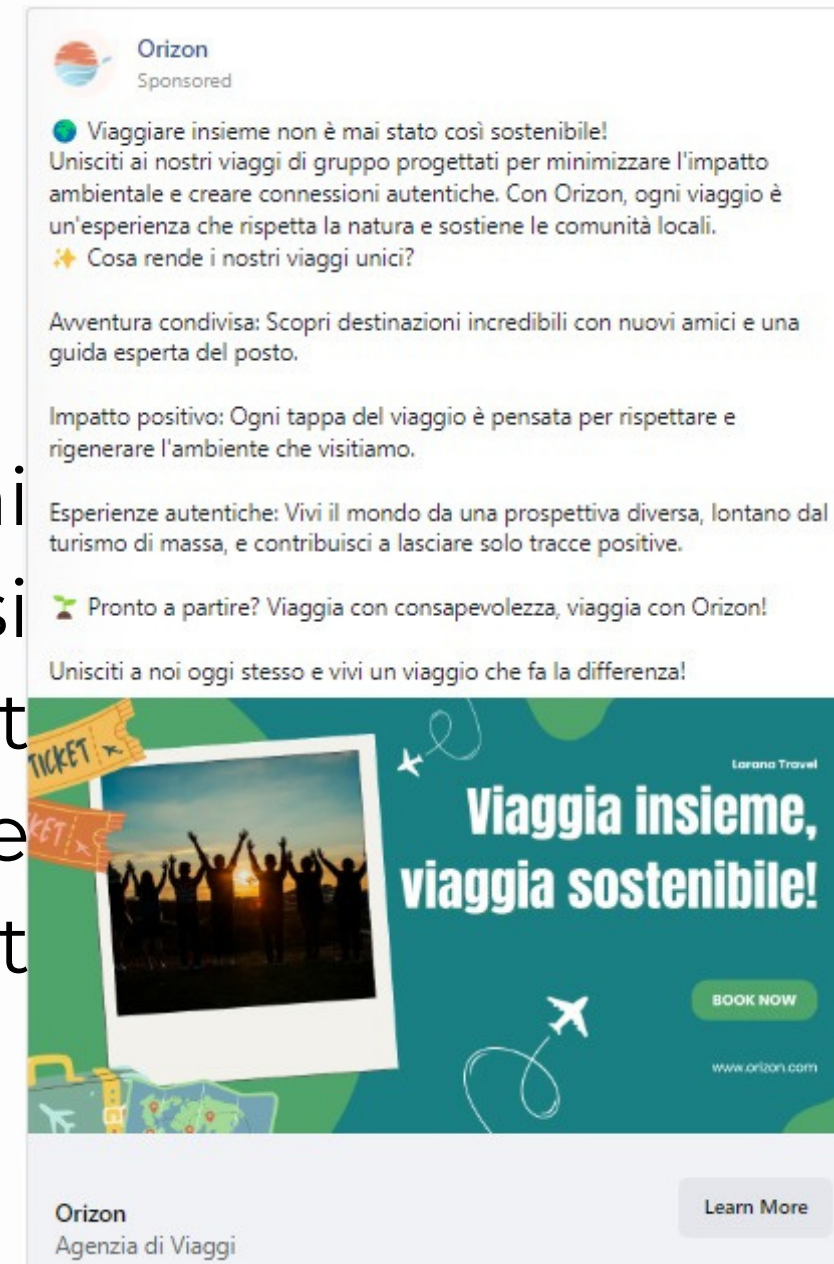
Visite al profilo Instagram ⓘ

I posizionamenti saranno automatici, per garantire la massima esposizione dell'annuncio.

Testeremo tre **segmenti di pubblico**:

- Ad Set 1: Pubblico ampio (broad) senza restrizioni specifiche. Ad Set 2: Persone con interessi specifici in viaggi sostenibili e avventura. Ad Set 3: Lookalike Audience basata su persone che hanno già interagito con il sito web o i post social.

Per ogni ad set verranno create **2-3 varianti di annunci**, con immagini statiche che trasmettono la mission di Orizon e la proposta di valore unica, mettendo in risalto il turismo sostenibile e le esperienze autentiche.



M O F U

In questa fase, l'obiettivo è **fidelizzare** e coinvolgere gli utenti che sono già entrati nel nostro funnel attraverso le campagne di awareness della fase TOFU. Ora dobbiamo spingere questi utenti a scoprire di più su Orizon e avvicinarsi alla conversione finale.

✓ Budget della campagna Advantage +

Attivo ☒

Il budget della campagna Advantage distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni attualmente pubblicati per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a obiettivo di prestazioni e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

Budget della campagna ⓘ

Budget giornaliero ▼

€ 20,00

EUR

In media, spenderai € 20 al giorno. La tua spesa giornaliera massima è di € 35 e la tua spesa settimanale massima è di € 140. [Scopri di più.](#)

✓ Posizionamenti

Scegli dove viene visualizzata la tua inserzione sulle tecnologie di Meta. [Scopri di più](#)

Posizionamenti Advantage+ +

Il tuo budget verrà assegnato dal sistema di pubblicazione di Meta su più posizionamenti in base a dove potresti ottenere i risultati migliori.

[Mostra altre opzioni ▼](#)

Creeremo una seconda campagna con l'obiettivo di **conversione** e l'evento di ottimizzazione sarà "Acquisto".

In questa fase, il focus sarà sul **retargeting** di chi ha già interagito con il brand, piuttosto che su nuovi utenti. Il budget sarà ridotto rispetto alla fase TOFU, concentrando le risorse su un **pubblico più mirato**.

Utilizzeremo la **CBO** (Campaign Budget Optimization) per distribuire automaticamente il budget tra i gruppi di inserzioni, basandoci sui dati raccolti.

Controlli del pubblico ⓘ

Imposta i criteri relativi a dove possono essere mostrate le inserzioni per questa campagna. [Scopri di più](#)

Puoi impostare i controlli del pubblico per questo account pubblicitario da applicare a tutte le campagne.

[Vedi i controlli del pubblico nel Impostazioni pubblicitarie](#)

Usa il pubblico salvato ▼

Il tuo pubblico è stato aggiornato al pubblico Advantage+ ⓘ

Le impostazioni del pubblico salvato che hai selezionato sono state applicate come controlli del pubblico o suggerimento del pubblico.

Puoi modificare il pubblico salvato per usare il pubblico Advantage+ per tutte le campagne in cui è incluso.

[Scopri di più sul pubblico Advantage+](#)

*** Luoghi** ⓘ

Luogo:

- Italia

[Nascondi opzioni](#) ▲

Età minima ⓘ

18

Escludi questi gruppi di pubblico personalizzato ⓘ

Cerca gruppi di pubblico esistenti

Lingue ⓘ

- Italiano, Inglese (Regno Unito) o Inglese (Stati Uniti)

Oltre a continuare a targettizzare gli utenti con interessi specifici, faremo **retargeting su chi ha visitato il sito web o interagito con i contenuti social**. In questo modo, potremo avvicinarli ulteriormente alla conversione.

Ad Set:

1. Ad Set 1: Pubblico interessato a viaggi sostenibili in Asia.
2. Ad Set 2: Pubblico interessato a viaggi sostenibili in America.
3. Ad Set 3: Retargeting su utenti che hanno visitato il sito web negli ultimi 30 giorni.

Ecco qualche esempio di **creatività** della fase **BOFU**:



Orizon
Sponsored

Scopri l'Asia come mai prima d'ora!

Con Orizon, ogni viaggio è un'opportunità per vivere esperienze autentiche e rispettose dell'ambiente. Immergiti nelle meraviglie dell'Asia e lascia che la natura e le comunità locali ti accolgano.

✦ Cosa ti aspetta?

- 1 Esplora templi nascosti tra le foreste.
- 2 Scopri la cultura locale con le famiglie del posto.
- 3 Partecipa a progetti sostenibili che proteggono l'ambiente.

🌱 Ogni viaggio è un'opportunità per dare un impatto positivo al pianeta.

📅 Prenota il tuo viaggio sostenibile in Asia oggi!

Scopri l'Asia
con Orizon



scorri per scoprirla!

Create a Facebook ad mockup!

With Mediamodifier you can create ad mockups for free!

Download

 25

8 Comments

 Like

 Comment

 Share

1

Esplora templi nascosti tra le foreste



Create a Facebook ad mockup!

With Mediamodifier you can create ad mockups for free!

Download

2

Scopri la cultura locale con le famiglie de posto



Create a Facebook ad mockup!

With Mediamodifier you can create ad mockups for free!

Download

3

Partecipa a progetti sostenibili che proteggono l'ambiente



Create a Facebook ad mockup!

With Mediamodifier you can create ad mockups for free!

Download



Orizon
Sponsored

Pronto a scoprire le bellezze incontaminate dell'America?

Con Orizon, il tuo viaggio non è solo una vacanza, ma un'opportunità per connettersi con la natura e fare la differenza. Scopri le nostre destinazioni sostenibili nelle Americhe e vivi un'esperienza che rigenera te e l'ambiente.

✦ Incluso nel pacchetto:

Escursioni guidate nei parchi naturali.
Alloggi eco-friendly immersi nella natura.
Incontri con le comunità locali che condividono la loro cultura.

🌍 Riserva il tuo posto ora e scopri un modo nuovo di viaggiare!



VIVI L'AMERICA CON ORIZON!

Scopri le nostre destinazioni sostenibili nelle Americhe e vivi un'esperienza che rigenera te e l'ambiente.



Orizon
Agenzia di Viaggi

Learn More

 25

8 Comments

B O F U

In questa fase finale, l'obiettivo principale è **trasformare i visitatori in clienti**, incentivando la conversione.

La campagna sarà focalizzata su un **pubblico che ha già mostrato un forte interesse**, avendo visitato il sito o interagito con i contenuti, ma non ha ancora completato l'acquisto.

La Custom Audience nel BOFU è specifica e mirata, garantendo che il budget più ridotto in questa fase sia comunque efficace.

Crea nuova campagna

X

Tipo di acquisto

Asta

Scegli un obiettivo della campagna

☐

 Notorietà

☐

 Traffico

☐

 Interazioni☐☐☒

Vendite
Trova le persone che potrebbero acquistare il tuo prodotto o servizio.
Ideale per:

Conversioni ⓘ

Vendita dei prodotti del catalogo ⓘ

Messenger, Instagram e WhatsApp ⓘ

Chiamate ⓘ

Informazioni sugli obiettivi della campagna

Annulla

Continua

✓ Budget della campagna Advantage ✚

Attivo ☒

Il budget della campagna Advantage distribuirà il tuo budget tra i gruppi di inserzioni attualmente pubblicati per ottenere più risultati in base alle tue scelte relative a obiettivo di prestazioni e strategia di offerta. Puoi controllare la spesa di ogni gruppo di inserzioni. [Scopri di più](#)

Budget della campagna ⓘ

Budget giornaliero ▼

€ 10,00|

EUR

In media, spenderai € 10 al giorno. La tua spesa giornaliera massima è di € 17,50 e la tua spesa settimanale massima è di € 70. [Scopri di più.](#)

Utilizzeremo il budget rimanente per massimizzare l'efficacia di questa fase, concentrandoci su un pubblico mirato e pronto a convertire.

Il budget rimanente sarà distribuito automaticamente tramite **CBO** (Campaign Budget Optimization), in modo da ottimizzare le inserzioni sugli ad set che performano meglio. I posizionamenti saranno gestiti automaticamente per assicurare che gli annunci appaiano su tutte le piattaforme rilevanti (Facebook, Instagram, Audience Network).

✔ Conversione

Luogo della conversione

Scegli dove desideri aumentare il traffico. Inserirai maggiori dettagli sulla destinazione in un secondo momento.

- ☒ Sito web
Invia traffico al tuo sito web.
- ☐ App
Invia traffico alla tua app.
- ☐ App di messaggistica
Invia traffico a Messenger, Instagram e WhatsApp.
- ☐ Profilo Instagram
Invia traffico al tuo profilo Instagram.
- ☐ Chiamate
Fai in modo che le persone chiamino la tua azienda.

Obiettivo di prestazioni ⓘ

Massimizza il numero di clic sul link

Obiettivo di costo per risultato · Campo facoltativo

€ X.XX

EUR

Meta punterà a spendere l'intero budget e ottenere il massimo dei risultati (clic sul link) usando la strategia di offerta con volume più elevato. Se per te è importante mantenere il costo medio per risultato intorno a un determinato importo, inserisci un obiettivo di costo per risultato.

[Mostra altre opzioni](#) ▼

La conversione avverrà direttamente sul **sito web** di Orizon, dove i clienti saranno incentivati da offerte personalizzate, come uno sconto di benvenuto o un'offerta temporanea che apparirà al momento del pagamento.

In questa campagna, utilizzeremo Custom Audience per fare retargeting su segmenti che sono già molto vicini alla conversione. Ci concentreremo su:

- Ad Set 1: Utenti che hanno visitato il sito web senza effettuare un acquisto negli ultimi 30 giorni.
- Ad Set 2: Utenti che hanno aggiunto articoli al carrello ma non hanno completato l'acquisto negli ultimi 30 giorni.

Per spingere questi utenti all'azione, le creatività e i messaggi dovranno essere altamente

personalizzati e orientati all'urgenza:

- Offerte speciali come uno sconto del 10% sul primo acquisto o una promozione temporanea (ad esempio, offerta valida solo per 48 ore).
- Testimonianze o recensioni di altri viaggiatori per rafforzare la fiducia nel brand.
- Messaggi urgenti: CTA come "Prenota ora e risparmia!" o "Offerta valida solo oggi!" possono essere utilizzate per creare senso di urgenza.

Ecco un esempio di post per la conversione:



Orizon
Sponsored

 Hai già dato un'occhiata al nostro sito?

Se hai visitato il nostro sito e hai pensato di prenotare un viaggio, questo è il momento giusto! Solo per te, una promozione esclusiva per rendere il tuo prossimo viaggio ancora più speciale.

 Approfitta ora del 10% di sconto sul tuo prossimo viaggio sostenibile! Prenota oggi e scopri destinazioni uniche con un impatto positivo sul pianeta.

 Cosa include?

Alloggi sostenibili.
Esperienze autentiche con le comunità locali.
Viaggi creati per minimizzare l'impatto ambientale.

 Scopri l'offerta e prenota il tuo viaggio oggi!



-10%
PROMO
SUL TUO PROSSIMO VIAGGIO!

PRENOTA ORA SU

www.orizon.com

Orizon
Agenzia di Viaggi

Learn More

Orizon
Sponsored

🌟 Non perdere l'occasione!

Prenota il tuo primo viaggio con Orizon e approfitta di uno sconto esclusivo del 20% sul tuo primo viaggio!

🌍 Parti per un'avventura unica, vivendo esperienze autentiche e sostenibili in tutto il mondo.

🌟 Cosa include?
Alloggi eco-friendly nelle migliori destinazioni.
Esperienze autentiche con le comunità locali.
Turismo responsabile, per un impatto positivo sull'ambiente.

🌱 Offerta valida solo per pochi giorni!
Prenota ora e inizia il tuo viaggio consapevole con Orizon.

👉 Usa il codice: ORIZON20 al momento del checkout.

PRONTI A VIAGGIARE CON IL NOSTRO
SCONTO DEL 20%

SUL TUO PRIMO VIAGGIO

WWW.ORIZON.COM

Orizon
Agenzia di Viaggi

Learn More

The banner features a woman with long dark hair, seen from behind, holding a smartphone and standing with her arms outstretched in front of a lush green waterfall. The background is a vibrant blue with colorful abstract shapes in the corners. At the bottom right, there are two yellow ticket stubs with the word 'TICKET' written on them.

I post pubblicati sui social media continueranno a supportare la conversione, indirizzando gli utenti al sito web tramite **Call to Action chiare**.

Utilizzeremo contenuti come:

- Offerte speciali: Post che annunciano lo sconto di benvenuto o una promozione esclusiva.
- Testimonianze video o recensioni di viaggiatori soddisfatti, per rafforzare il desiderio di conversione.
- Retargeting dinamico: Gli utenti che esiteranno nell'acquisto verranno nuovamente retargettizzati con un'offerta più allettante (es. sconto aggiuntivo o accesso a pacchetti esclusivi).

B U D G E T

Il budget disponibile sarà di **3.000€ da utilizzare nell'arco di un mese.**

Il budget sarà distribuito in modo strategico tra le tre fasi del funnel: TOFU, MOFU e BOFU, garantendo un equilibrio tra acquisizione di nuovi utenti e conversioni finali.

- **TOFU (Top of Funnel): 70% (2.100€):** Il budget sarà utilizzato per massimizzare la copertura, sfruttando formati come caroselli e immagini singole.
- **MOFU (Middle of Funnel): 20% (600€):** Il budget sarà utilizzato per mostrare offerte più specifiche e contenuti che avvicinano il cliente alla conversione.
- **BOFU (Bottom of Funnel): 10% (300€):** Verranno utilizzate creatività personalizzate e offerte speciali per spingere all'acquisto, concentrandosi su retargeting dinamico e carrelli abbandonati.

Le campagne verranno lanciate in modo sequenziale, con ottimizzazioni basate sui risultati raccolti nelle prime settimane; quindi create e ottimizzate in base alle performance:

- **Settimana 1-2:** Avvio delle campagne TOFU per attirare un ampio pubblico.
- **Settimana 3:** Avvio delle campagne MOFU per coinvolgere ulteriormente il pubblico.
- **Settimana 4:** Avvio delle campagne BOFU per convertire gli utenti in clienti effettivi.

K P I

Di seguito sono riportati i principali KPI che monitoreremo durante le nostre campagne per valutare l'efficacia delle strategie e ottimizzare le performance:

- **CPM (Cost per Mille):** Un CPM troppo elevato potrebbe indicare la necessità di ottimizzare i posizionamenti o il targeting.
- **CPC (Cost per Click):** Un CPC elevato potrebbe suggerire che la creatività o la Call to Action non stanno attirando abbastanza interesse, necessitando di test A/B o di miglioramenti nel copy.
- **CPA (Cost per Acquisition):** Questo è un KPI cruciale per capire quanto stiamo spendendo per ottenere un nuovo cliente o una conversione desiderata.

- **ROAS (Return on Ad Spend):** Un ROAS inferiore alle aspettative potrebbe indicare la necessità di ottimizzare il budget o le creatività.
- **CTR (Click-Through Rate):** Un CTR elevato è un buon segnale che la creatività e il copy dell'annuncio stanno catturando l'attenzione del pubblico.
- **Acquisition Cost:** Questo KPI è essenziale per misurare l'efficacia complessiva della campagna nel generare clienti paganti.

Monitorando costantemente questi KPI, saremo in grado di **valutare l'efficacia** delle campagne e **intervenire prontamente per ottimizzare le performance**, ridistribuire il budget e migliorare le creatività o il targeting, se necessario.

O T T I M I Z Z A Z I O N E

Il monitoraggio delle performance sarà effettuato **settimanalmente** per valutare l'andamento generale delle campagne e intervenire quando necessario. È fondamentale mantenere un approccio dinamico per massimizzare i risultati.

Campagne: Se una campagna non sta generando il numero di conversioni previsto o, al contrario, sta attraendo un traffico non qualificato, sarà necessario rivedere il targeting per rendere il pubblico più qualificato, riequilibrare il budget verso ad set più performanti per massimizzare l'efficacia delle risorse e testare nuove creatività o formati per aumentare l'engagement.

Ad set: Analizzando le performance di ogni ad set, possiamo valutare la possibilità di disattivare quelli con basso rendimento, redistribuendo il budget sugli ad set più efficaci. Potremmo inoltre considerare la creazione di un pubblico Lookalike basato sulle persone che hanno già effettuato un acquisto. Questo pubblico ci consentirebbe di espandere la nostra reach mantenendo un alto livello di rilevanza, poiché include utenti con caratteristiche simili ai clienti già acquisiti.

Annunci: Per migliorare la performance creativa, sarà essenziale eseguire degli A/B Test con nuovi formati (immagini, caroselli, slideshow) e diverse varianti di copy e call to action. Per evitare che i contenuti diventino ripetitivi e che il pubblico sviluppi "ad fatigue" (stanchezza nei confronti degli annunci), sarà importante ruotare regolarmente le creatività e proporre nuovi messaggi.

Azioni proattive: Monitorare KPI come CTR, CPA, e ROAS per individuare tempestivamente aree di miglioramento, implementare rapidamente le modifiche necessarie (ad esempio, cambi nel targeting, allocazione del budget, nuove creatività) per ottimizzare continuamente le performance delle campagne.

G R A Z I E P E R
L ' A T T E N Z I O N E