



PERSONAL PROJECT
FRANCESCA PAVESE



ANALISI DEL SERVIZIO

LA COLAZIONE NON HA PARTICOLARITÀ
LA VOLONTÀ È DI STARE APERTI DARE UN
MOMENTO DI RELAX MA SENZA INVESTIRE
TROPPO IN QUESTO MOMENTO

IL PRANZO È L'ATTIVITÀ TRAINANTE
LA VARIETÀ DEI PIATTI È APPREZZATA
E L'AMBIENTE INFORMALE

LA CENA VA IMPLEMENTATA
TANTI CLIENTI NON SANNO CHE SIAMO
APERTI



PRINCIPALI COMPETITOR DIRETTI

CAMAI - BOWIE -
LUMERIA - LANGUORINI
FRATELLI BRAVO
IL DEPOSITO - IL CONTESTO
CAFFÈ DELL'OROLOGIO
BARBITURICI

PRINCIPALI COMPETITOR INDIRETTI

RURAL - PIEBIKERY
LUOGO DIVINO
TRIPADVISOR - THE FORK
LE STRADE DI TORINO
I CENTO DI TORINO



BUYER PERSONAS

GIULIA

ETÀ	32 ANNI
SESSO	FEMMINA
LOCALIZZAZIONE	DI ZONA
TITOLO DI STUDIO	LAUREATA
BACKGROUND	ARRIVA DA FUORI TORINO
PROFESSIONE	SEGRETARIA DI REDAZIONE
REDDITO	MEDIO
COME SI INFORMA	SOCIAL VARI
COSA ACQUISTA	VESTITI, ARREDAMENTO, COSMESI
HOBBY	CORSA, PITTURA
INTERESSI	LETTURA, VIAGGI
PASSIONI	CINEMA
MEDIA USATI	TELEFONO, PC E TABLET
PROBLEMI	NON HA UN FIDANZATO
SFIDE	VUOLE CAMBIARE LAVORO PERCHÈ STRESSATA
OBIETTIVI	METTERE SU FAMIGLIA
OSTACOLI	PRECARIETÀ DEL LAVORO
CRITICHE AL SERVIZIO	UN PO' CARO E DOVREBBE ESSERE PIÙ CURATO

ANDREA

ETÀ	55 ANNI
SESSO	MASCHIO
LOCALIZZAZIONE	ALTRO QUARTIERE
TITOLO DI STUDIO	LAUREA E MASTER
BACKGROUND	TORINESE BUONA FAMIGLIA
PROFESSIONE	AVVOCATO
REDDITO	ALTO
COME SI INFORMA	SOCIAL E GIORNALI
COSA ACQUISTA	TECH, BENI DI LUSO, DESIGN SPORT VARI (TENNIS, MTB)
HOBBY	VIAGGI, AUTO, OROLOGI
INTERESSI	MUSICA
PASSIONI	CONCERTI LIVE
MEDIA USATI	TELEFONO E COMPUTER
PROBLEMI	NON PUÒ BERE MOLTO
SFIDE	DIVENTARE SOCIO DELLO STUDIO
OBIETTIVI	ANDARE IN PENSIONE PRESTO
OSTACOLI	FIGLI DA MANTENERE
CRITICHE AL SERVIZIO	MOLTO INFORMALE MA PIATTI OTTIMI



VALUE PROPOSITION

#ALBARTUSISTABENE

OBIETTIVI DI BUSINESS

AUMENTARE I CLIENTI

AUMENTARE SCONTRINO MEDIO

OBIETTIVI DIGITALI

AUMENTARE FOLLOWER

AUMENTARE LE VISITE AL SITO

AUMENTARE VISIBILITÀ ONLINE

OBIETTIVI
BAR**TU**

VISITE AL SITO
3.000

FOLLOWER FB
4.000

FOLLOWER IG
3.000

FUNNEL AIDA

	OBIETTIVO	CANALI	KPI
AWARENESS	FAR SAPERE CHE ESISTE IL BARTU	SOCIAL NUOVO SITO	ACQUISIRE PIÙ LIKE
INTEREST	INTERCETTARE NUOVI CLIENTI	SOCIAL	ACQUISIRE PIÙ FOLLOWER
DESIRE	FAR ARRIVARE AL BARTU NUOVI CLIENTI	NEWSLETTER CON BUONO	REGISTRAZIONE ALLA NEWSLETTER
AQUISITION	AUMENTARE CLIENTI LA SERA	NEWSLETTER GOOGLE ADV	MONITORARE FEEDBACK E NUOVI CLIENTI

IL CALENDARIO BARTU

MARZO
LANCIO
NUOVO SITO



APRILE
CAMPAGNA META
DI AWARENESS



MAGGIO
NEWSLETTER
#1



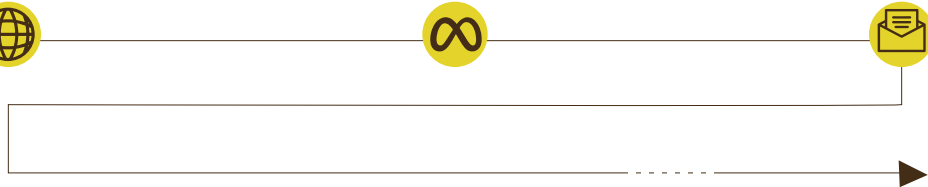
GIUGNO
CAMPAGNA META
DI INTEREST



LUGLIO
NEWSLETTER
#2



SETTEMBRE
NEWSLETTER
GOOGLE ADV



AWARENESS
MARZO

FAR SAPERE CHE
ESISTE IL BARTU

SOCIAL
NUOVO SITO

ACQUISIRE
PIÙ LIKE

KPI DA MONITORARE
CTR
CPM
VISITE AL SITO



LANCIO DEL NUOVO SITO
WWW.BARTU.IT

CARATTERISTICHE NUOVO SITO

PRENOTAZIONE _ REALIZZAZIONE FORM DI PRENOTAZIONE

MENU _ INSERIMENTO DEL MENU AGGIORNATO MENSILMENTE

BLOG _ ARGOMENTI DA TRATTARE
RICETTE, INGREDIENTI, MENU STAGIONALI, TECNICHE DI COTTURA,
IMPIATTAMENTO, FESTE E MENU SPECIALI, FESTEGGIARE DA NOI...

DICONO DI NOI _ RECENSIONI

LA BRIGATA _ FOTO DI CHI LAVORA IN CUCINA E NON

AWARENESS
APRILE

FAR SAPERE CHE
ESISTE IL BARTU

SOCIAL
NUOVO SITO

ACQUISIRE
PIÙ LIKE

KPI DA MONITORARE
CTR
CPM
VISITE AL SITO

∞ **LANCIO DEL NUOVO SITO**

CONTENT 1

NAVIGA IL NUOVO SITO
AUDIENCE FOLLOWER



CONTENT 2

BARTU: IL BAR
CHE NON È UN BAR
AUDIENCE LOOKALIKE



INTEREST
GIUGNO

INTERCETTARE
NUOVI CLIENTI

SOCIAL

ACQUISIRE
PIÙ FOLLOWER

KPI DA MONITORARE
LIKE
FOLLOWER
CTR
DATI DEMOGRAFICI
PIATTAFORME



CAMPAGNA SOCIAL

CAMPAGNA META
ESEMPI DI POST

CONTENT #ALBARTUSISTABENE
FOTO LOCALE / TESTIMONIAL
AUDIENCE 45-64



INTEREST
GIUGNO

INTERCETTARE
NUOVI CLIENTI

SOCIAL

ACQUISIRE
PIÙ FOLLOWER

KPI DA MONITORARE
LIKE
FOLLOWER
CTR
DATI DEMOGRAFICI
PIATTAFORME

∞ **CAMPAGNA SOCIAL**
CAMPAGNA META
ESEMPI DI POST

CONTENT BERE NATURALE
FOTO ETICHETTA VINO
AUDIENCE 45-54



INTEREST
GIUGNO

INTERCETTARE
NUOVI CLIENTI

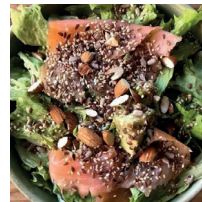
SOCIAL

ACQUISIRE
PIÙ FOLLOWER

KPI DA MONITORARE
LIKE
FOLLOWER
CTR
DATI DEMOGRAFICI
PIATTAFORME

∞ **CAMPAGNA SOCIAL**
CAMPAGNA META
ESEMPI DI POST

CONTENT IL MENU CHE NON TI ASPETTI
CAROSELLO FOTO
AUDIENCE 65+





LA NEWSLETTER

NEWSLETTER BISETTIMANALI

ARGOMENTI

- _ RICETTA DI STAGIONE
- _ LO SAI CHE AL BARTU
- _ FOTO DEI PIATTI E MENU
- _ EVENTUALI EVENTI

CALL TO ACTION PRENOTA DA NOI
ATTERRAGGIO SUL FORM DI PRENOTAZIONE

#1 _ PORTARE GLI UTENTI A SPONSORIZZARE LA NEWSLETTER
CON PORTA UN AMICO DANDO IN CAMBIO UN BUONO CAFFÈ

#2 _ LASCIA UNA RECENSIONE
SCONTO SULL'APERITIVO DEL 20%

**AQUISITION
SETTEMBRE**

AUMENTARE
CLIENTI LA SERA

NEWSLETTER
GOOGLE ADV

MONITORARE
FEEDBACK E NUOVI
CLIENTI

KPI DA MONITORARE
NEWSLETTER APERTE
BUONI UTILIZZATI
NUOVI CLIENTI AL BAR
NUOVI FEEDBACK
VISITE AL SITO



LA NEWSLETTER

ARGOMENTI

- _ RICETTA DI STAGIONE
- _ LO SAI CHE AL BARTU
- _ FOTO DEI PIATTI E MENU
- _ EVENTUALI EVENTI

**CALL TO ACTION LASCIACI IL TUO FEEDBACK
CON ATERRAGGIO SULLE RECENSIONI DI GOOGLE**

**#3 _ PORTARE GLI UTENTI A SCRIVERE RECENSIONI
DANDO IN CAMBIO UNO SCONTO DEL 20% SULLA CENA
PRESENTANDOSI AL LOCALE CON LA MAIL DI GOOGLE
DI INSERZIONE APPROVATA**

AQUISITION
SETTEMBRE

AUMENTARE
CLIENTI LA SERA

NEWSLETTER
GOOGLE ADV

MONITORARE
FEEDBACK E NUOVI
CLIENTI

KPI DA MONITORARE
NEWSLETTER APERTE
BUONI UTILIZZATI
NUOVI CLIENTI AL BAR
NUOVI FEEDBACK
VISITE AL SITO



KEYWORDS
DOVE CENARE A TORINO

INVESTIMENTO
1.150 EURO PER UN CTR DEL 3%

	VOLUME	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
dove cenare a torino	590	€0,65	12	45



THANK YOU

