

# Social Media Campaign Proposal

❖ ROIELLO DI  
PRADAMANO

## Presentazione

Università degli Studi di Udine

30/04/2024

## Presentato da

Angela Rosa Bernardins (163474)

Naike Marena (161582)

Alice Moret (162396)

Giulia Pavan (162400)



# A chi ci riferiamo?

Comitato degli amici del Roiello di Pradamano

Pro Loco

Comuni limitrofi



REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA

La proposta di campagna evidenzia l'uso dei nostri canali digitali e sottolinea l'importanza di mantenere una voce uniforme del progetto “Roiello di Pradamano” su tutte le piattaforme di social media marketing e la creazione di un sistema di feedback.

## Punti chiave

come creare una campagna social efficace e funzionale.

- 01 Naviga verso il Successo
- 02 Conquistare il Pubblico
- 03 Pianificazione delle Risorse
- 04 Piattaforme Vincenti
- 05 I Segreti della Cattura
- 06 Esplorando Nuovi Orizzonti

# Naviga verso il Successo:

Definiamo la nostra avventura.



Immaginando di iniziare un viaggio nel marketing, prima di tutto bisogna definire quali saranno i Focus e gli obiettivi della campagna.

Si è individuato la necessità di:

- 1)** Studiare e costruire accuratamente una solida brand image e brand identity, così da poter diffondere con più efficacia la consapevolezza sull'importanza del progetto.
- 2)** Individuare e studiare nuove idee che promuovino ciò che si vuole andare a vendere.
- 3)** Trovare il modo di mettersi in luce sia all'interno della propria regione, che all'esterno (con possibili contatti al di fuori dell'ambito Nazionale).

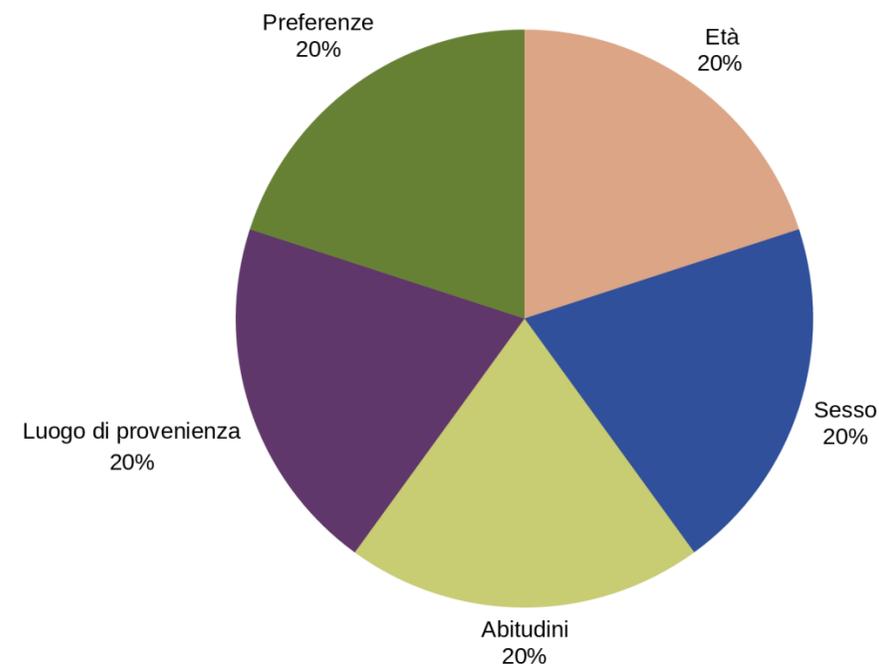
# Conquistare il pubblico

L'importanza delle informazioni.

Attraverso l'acquisizione dei dati statistici a nostra disposizione (età, sesso, preferenze, abitudini, luogo di provenienza ecc.), sarà possibile ricavare la tipologia di target potenzialmente interessato, a cui rivolgere i nostri servizi.

La pubblicità verrà creata in base a tutte le informazioni acquisite.

## TARGET/GOAL



# Pianificazione delle risorse:



1

Decidere quanto e come spendere il proprio budget per la promozione.

2

Monitorare il proprio dispendio per ottimizzare al meglio i risultati.

# Piattaforme vincenti

Creare messaggi semplici, ma intuitivi.

Ricerche hanno dimostrato che l'impatto visivo delle immagini è più forte rispetto a quello dato dalle parole, questo significa che la presenza dei social media è essenziale per la campagna di un brand.

Instagram  
post e reel





**Roiello di Pradamano**

Sponsorizzato

Like Page

Scopri con noi i segreti del Roiello di Pradamano: il millenario corso d'acqua artificiale dei territori di Udine e di Pradamano.



**Vieni e unisciti a noi.**

È gratis iniziare. Iscriviti oggi!

ROIELLO DI PRADAMANO.COM

Sign Up

# Piattaforme vincenti

**Creare messaggi semplici, ma intuitivi.**

Grazie ad uno studio accurato delle preferenze personali delle tipologie di Social Network, si potranno creare su misura, dei contenuti che rispecchiano le molteplici sfaccettature del pubblico, toccando a ognuno le proprie corde.

Post  
Facebook

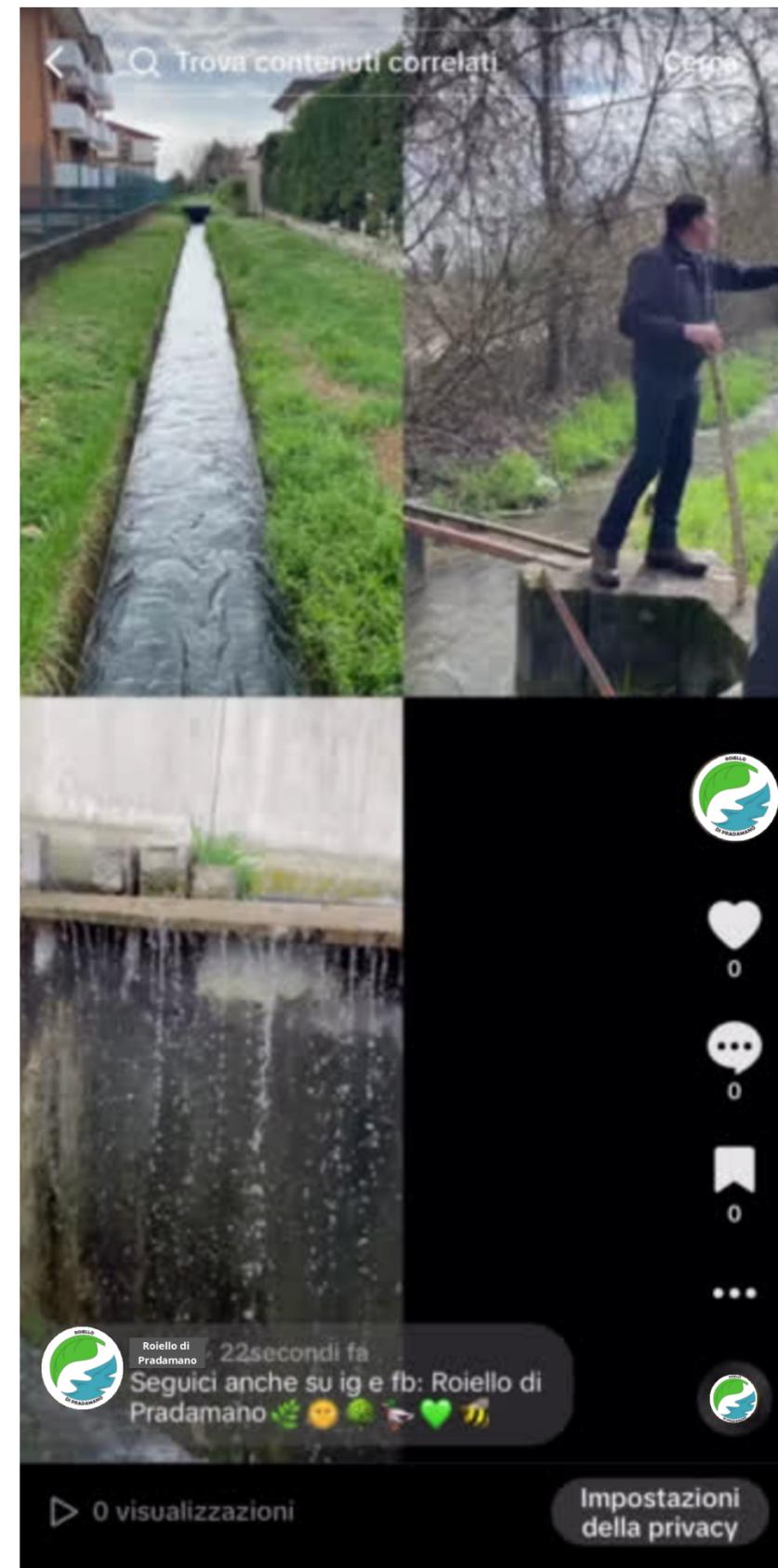
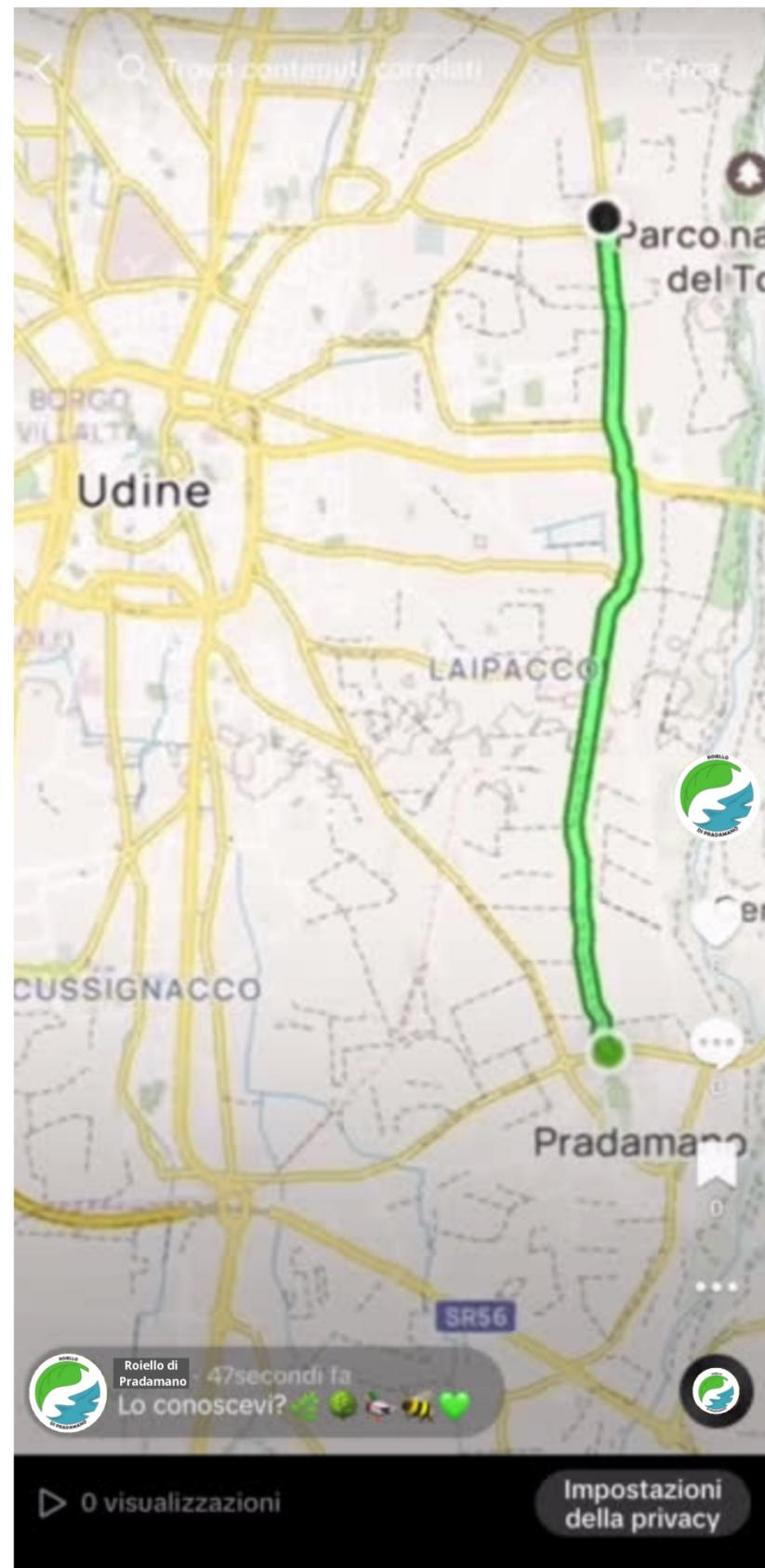
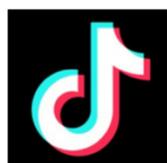


# Piattaforme vincenti

Creare messaggi semplici, ma intuitivi.

La scelta delle piattaforme online sulle quali verrà trasmesso il messaggio principale, è un passaggio di fondamentale importanza.

Tik Tok



# I segreti della cattura:

Creare contenuti coinvolgenti da sogno.



"TRA PROMOZIONE E  
VALORIZZAZIONE...IL ROIELLO DI  
PRADAMANO"

Cc Gruppo 6

## Colori accattivanti (color coding)

Colori ben riconoscibili a vista d'occhio e che rispecchino l'identità del luogo.



## Onestà dei contenuti

Comunicare sempre la verità al pubblico, sia bella che brutta.  
*"La fiducia, come l'arte, non viene mai dall'aver tutte le risposte, ma dall'essere aperta a tutte le domande".*

## Annunci e slogan

Sperimentare nuove strategie di comunicazione:  
Banner pubblicitari e slogan accattivanti.  
Attivano l'interesse e l'attenzione  
dello spettatore (anche tramite l'ausilio di Font)

**Buongiornissimo  
Roiello!**

# Esplorando nuovi orizzonti:

Testare nuove idee e strategie.

## “IL MISTERO DELL’ACQUA CHE NON C’ERA”

Cc Gruppo 2

Coinvolgere menti creative che promuovano tramite la loro fantasia un’immaginario estetico fruibile a target affini nelle diverse piattaforme social.



## “IL ROIELLO PER TUTTI”

Cc Gruppo 7

Esplorare ed introdurre nel proprio pubblico target più nascosti.

Mettere in luce percorsi speciali per persone diversamente abili, sordomuti, non vedenti ecc.



## “ROIENTEERING”

Cc Gruppo 13

Il camminare oggi è diventato un tipo di vacanza.

Incentivare la creazione di attività che coinvolgano questo piccolo centro abitato.



### SCHEDA ORIENTEERING ROIELLO 📍

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

# Conclusioni

La campagna pubblicitaria di successo non è solo una questione di annunci pagati bensì un'opportunità per:

---

*Far crescere la community e il loro interesse*

Testare nuove strategie e idee