



PIANO MARKETING PER I SOCIAL MEDIA

Annie

MI PRESENTO

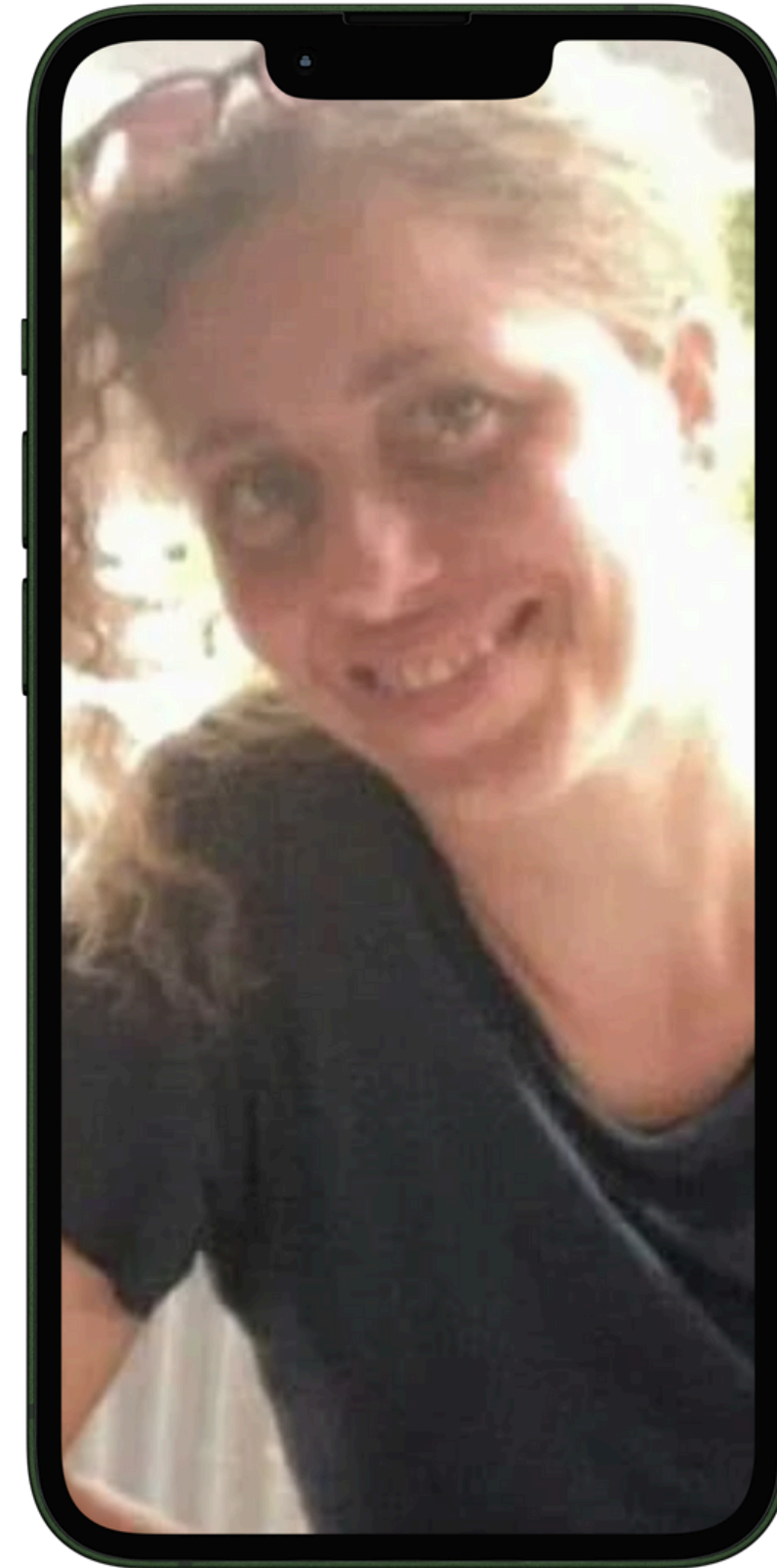
Ciao! Mi chiamo Anna

(sui social mi trovi come Annie_digitaltravelbeauty)

**Ho creato questa guida gratuita per aiutare
i B&B come il TUO.**

**Troverai consigli rapidi da mettere subito in pratica
per attirare più clienti e migliorare la gestione delle
TUE prenotazioni.**

**Ho gestito un Negozio di Abbigliamento per quattro anni
e so cosa significa fare tutto da sola o con poco personale,
sono molto appassionata di marketing e cerco
sempre di stare aggiornata con tutte le sue novità!**



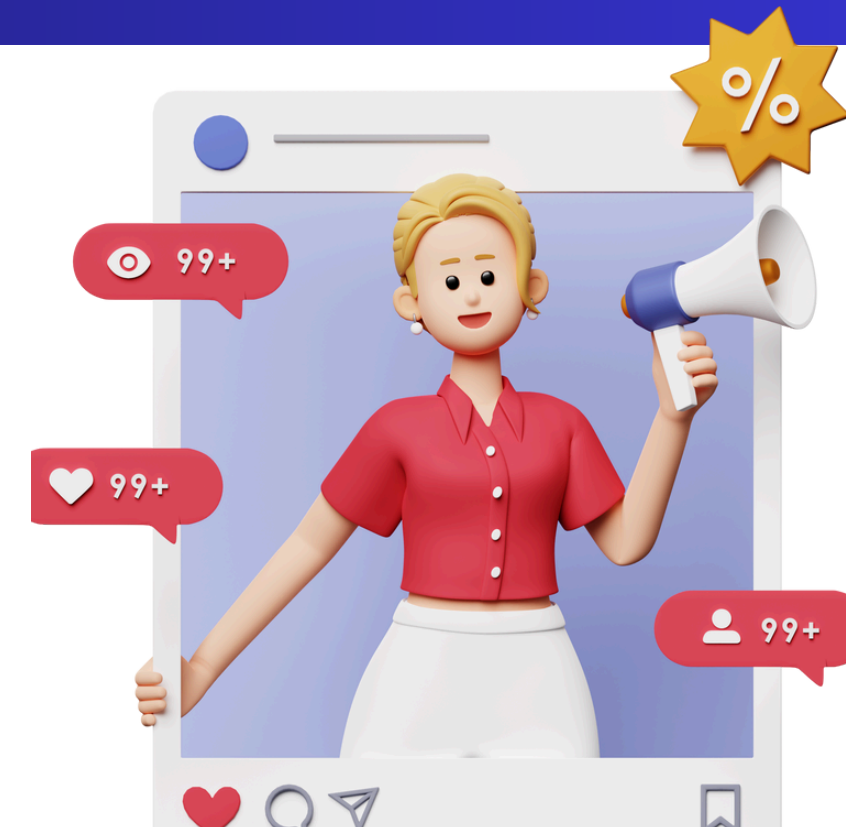
ESEMPIO DI B&B AL MARE

L'ESEMPIO DEL B&B AL MARE È SOLO UN **ASSAGGIO**
DI COME LE **STRATEGIE DI MARKETING**
POSSONO ESSERE PERSONALIZZATE
PER IL TUO SPECIFICO B&B, CHE SIA AL MARE,
IN MONTAGNA O AL LAGO.

QUESTO TI DARÀ UN'IDEA DI **COSA POSSIAMO FARE INSIEME!**

CONTATTAMI

E SARO' LIETA DI **COLLABORARE GRATUITAMENTE**
PER RENDERE LA **TUA STRUTTURA UNICA E ATTRAENTE.**





AGENDA

- **OBIETTIVI**
- **UTILIZZO DEI GIUSTI TOOLS**
- **ANALISI DEL PUBBLICO**
- **PIATTAFORME**
- **STRATEGIE**

- **PIANO EDITORIALE**
- **CALENDARIO EDITORIALE**
- **KPI**
- **CONCLUSIONE E CONTATTI**

OBIETTIVI A BREVE/ MEDIO TERMINE

del Marketing per i Social Media



1

AUMENTARE LA
BRAND AWARENESS
DEL 30% NEI
PROSSIMI 6 MESI

2

INCREMENTARE IL
TASSO DI
ENGAGEMENT DEL
30% ENTRO LA FINE
DELL'ANNO

3

GENERARE IL 15%
IN PIÙ DI LEAD
QUALIFICATI
ATTRAVERSO I
SOCIAL MEDIA

4

MIGLIORARE IL
CUSTOMER CARE E
LE INTERAZIONI
SUI SOCIAL MEDIA

UTILIZZO DEI GIUSTI TOOL



L'utilizzo dei **giusti tool** ti permetterà sia di **velocizzare che migliorare il TUO Lavoro.**

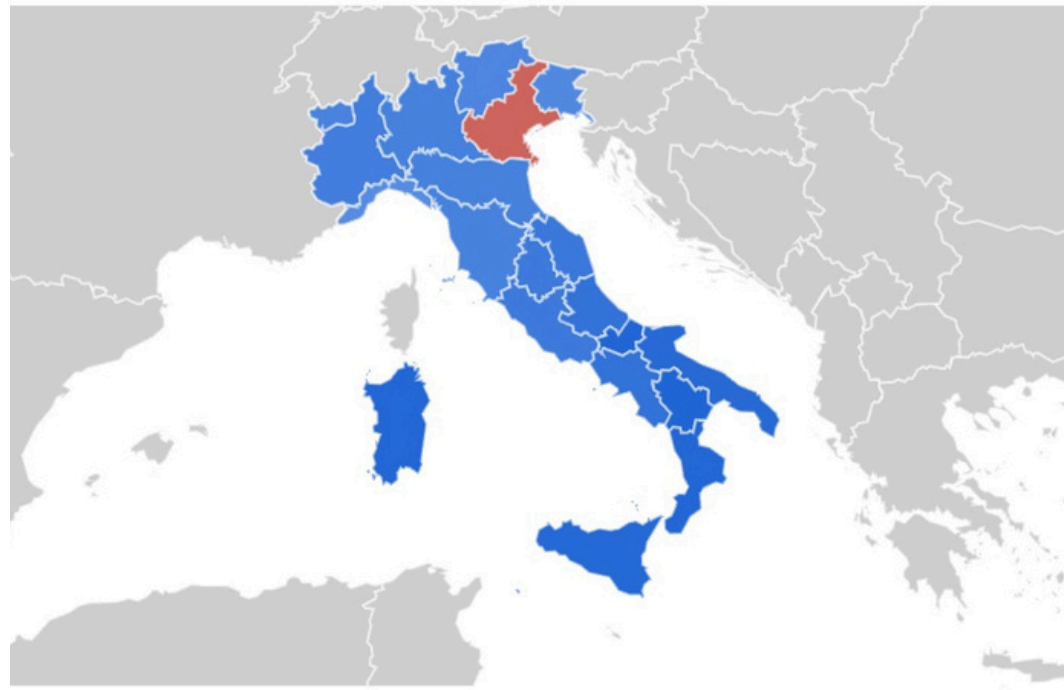
Da questo esempio abbiamo capito che ad Ottobre 2024 ci sono più ricerche di B&b che alberghi in Italia. Gli alberghi sono cercati soprattutto da persone che abitano nel nord Italia mentre i B&b da persone che abitano nel sud.

Quindi non vogliamo sottovalutare l'analisi dei dati nelle nostre Strategie

ESEMPIO DI UNA RICERCA FATTA CON GOOGLE TRENDS

Il colore scuro rappresenta la percentuale di ricerca

[ULTERIORI INFORMAZIONI](#)



Ordina: Interesse per B&b ▼

Basilicata

86%
14%



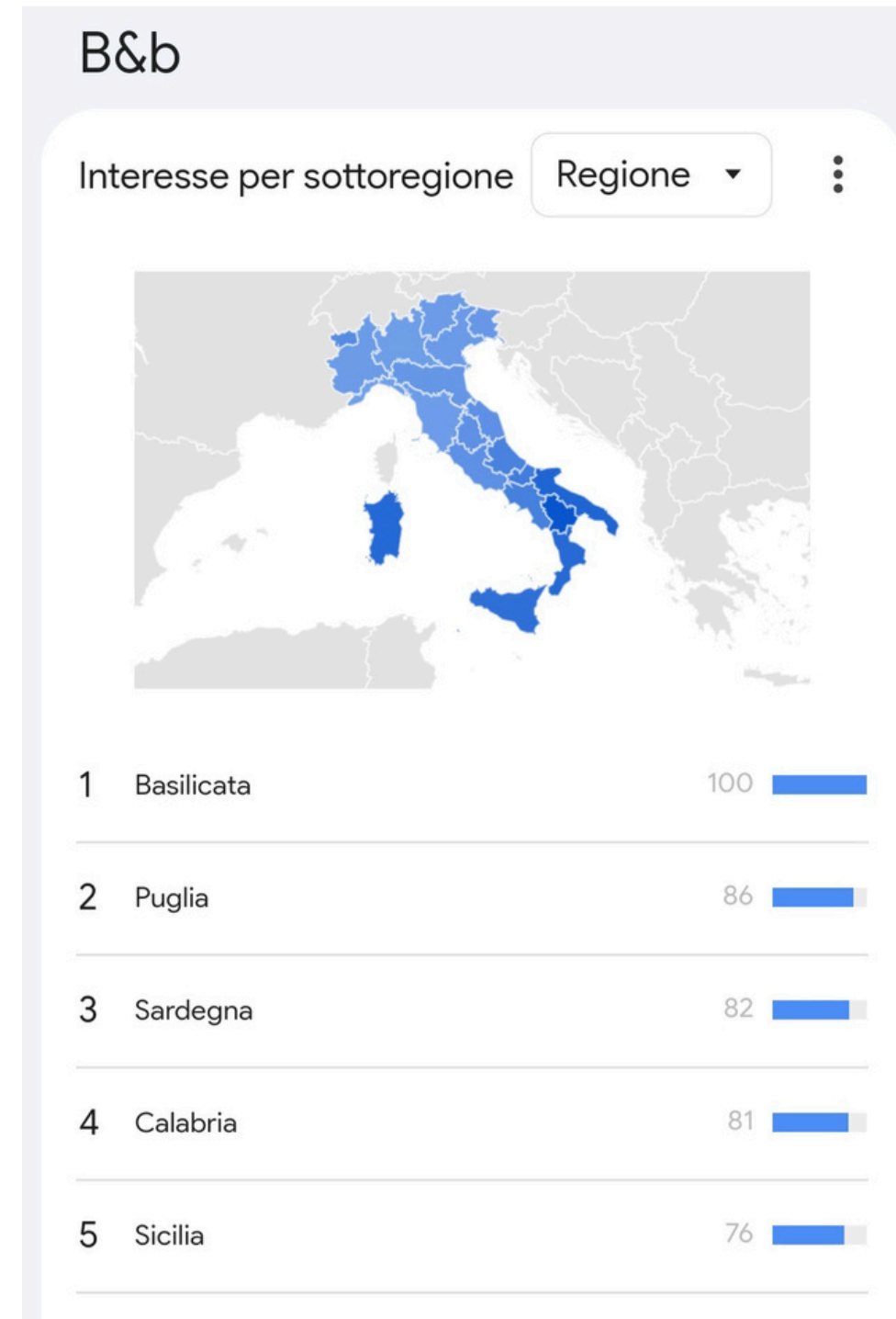
Molise

85%
15%



Sardegna

84%
16%



ANALISI DEL PUBBLICO

Identificare e comprendere il pubblico target è fondamentale per una strategia di social media efficace.



Target 1: Famiglie con figli

- **Età:** 25-35 anni
- **Interessi:** Amanti della cultura, dei divertimenti con figli piccoli, buona cucina e rispetto per ambiente.
- **Piattaforme preferite:** Tripadvisor per recensioni sulle strutture. IG e FB per seguire travel bloggers per consigli e idee.
- **Comportamento di acquisto:** Buon equilibrio qualità - prezzo. Cerca promozioni e pacchetti famiglia.



Target 2: Business man

- **Età:** 35-55 anni
- **Interessi:** Buona cucina, cultura e public relations.
- **Piattaforme preferite:** LinkedIn e Facebook
- **Comportamento di acquisto:** Cerca un ambiente confortevole, con collegamento internet, in posizione centrale, vicino ai mezzi di trasporto e ai ristoranti.

PIATTAFORME



PIATTAFORMA 1

Instagram

- Utilizziamo **video e immagini accattivanti** per mostrare il lato romantico del nostro B&B vicino al mare.
- **Condividiamo stories e foto di famiglie felici** che soggiornano nel nostro B&B.
- **Utilizziamo stories e post per mostrare attività e servizi** per bambini.

PIATTAFORMA 2

Facebook

- Creiamo sulla nostra Pagina Facebook **eventi speciali per soggiorni romantici**.
- Utilizziamo facebook ads per promuovere le **offerte speciali sia alle coppie che alle famiglie**.
- **Creiamo gruppi o eventi** dedicati alle famiglie.

PIATTAFORMA 3

Linkedin

- Creiamo una Pagina aziendale con **contenuti mirati per Professionisti che viaggiano per lavoro**.
- Pubblichiamo articoli e aggiornamenti sulla **comodità del nostro B&B per i viaggi di lavoro**.

PIATTAFORMA 4

Sito Web

- Assicuriamoci che il **nostro Sito web sia ottimizzato per la SEO e mobile friendly**.
- Offriamo un **servizio di prenotazione online semplice e sicuro**.

STRATEGIE

di contenuto



CONTENUTO VISIVO

Immagini di alta qualità, infografiche e video.



STORIE E POST E VIDEO

Per creare interazioni in tempo reale con il pubblico.



POST E STORIE DI COLLABORAZIONI CON PRODUTTORI E ATTIVITA' LOCALI

Possiamo collaborare con bar e ristoranti locali per ampliare la gamma di servizi che offriamo ai clienti.

CALENDARIO EDITORIALE (Esempio basato sul nostro Piano Editoriale di Settembre)

LUNEDI:

Foto di un tramonto sul mare

MARTEDI:

MERCOLEDI:

GIOVEDI:

Foto di una Coppia in spiaggia

VENERDI

SABATO

Video di una famiglia felice in escursione

DOMENICA

LUNEDI:

Foto del Teatro Margherita

MARTEDI:

MERCOLEDI:

GIOVEDI:

Video recensione dei nostri clienti

VENERDI

SABATO

DOMENICA

LUNEDI:

Foto di un Manager che lavora nel B&B

MARTEDI:

MERCOLEDI:

GIOVEDI:

VENERDI

SABATO

Foto della spiaggia di Bari

DOMENICA

LUNEDI:

Quiz nelle stories sulle tradizioni culinarie pugliesi

MARTEDI:

MERCOLEDI:

GIOVEDI:

VENERDI

SABATO

Foto del team del B&B

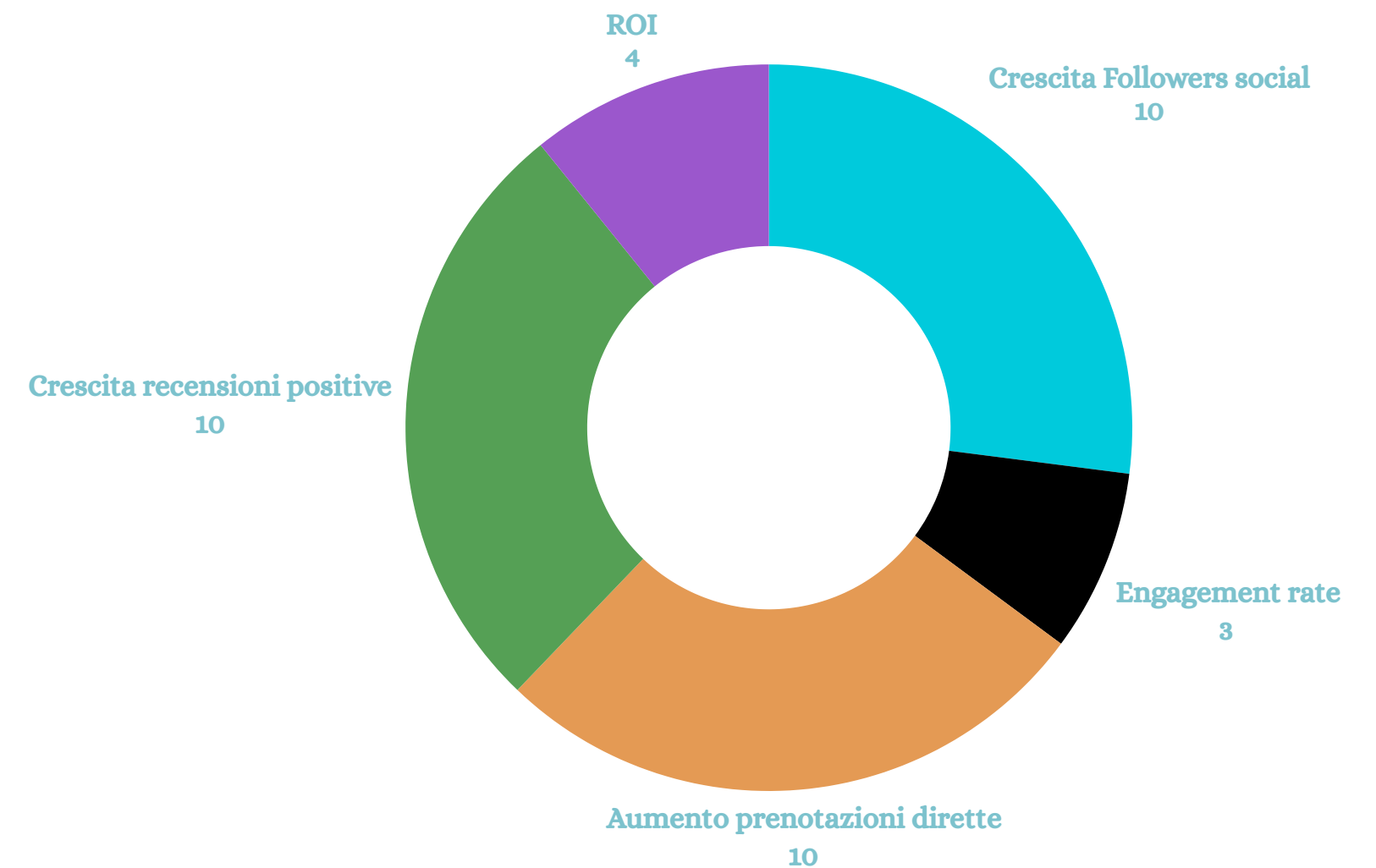
DOMENICA

KPI A BREVE TERMINE

(Che vorremmo raggiungere con
il Nostro PED)



- **Crescita follower social** : 10- 15% al mese
- **Engagement Rate** : 3-5% su ogni post
- **Aumento prenotazioni dirette** : 10- 20%
- **Crescita nelle recensioni positive** : 10- 15%
- **ROI campagne pubblicitarie** : 4-5 x



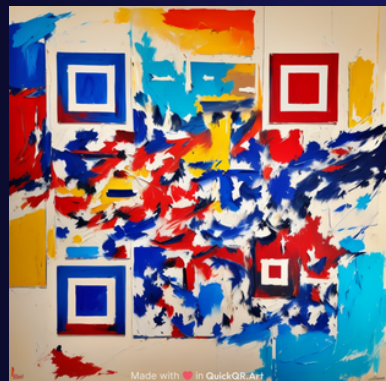
CONTATTI:



Scannerizza questo Qr code
per connetterti con il mio
Profilo IG



Se Preferisci mandami un E-mail
a: ma5789195@gmail.com



Scannerizza questo Qr code
per connetterti con il mio
Profilo FB

A circular inset image showing a coastal city scene. In the foreground, there's a paved walkway with benches and a street lamp. In the background, there's a harbor with boats, buildings, and a church spire under a clear blue sky. The word "GRAZIE" is written in large, orange, hand-drawn letters across the bottom of the circle.

GRAZIE