

CASE STUDY

Evento estivo

Ecco un case study relativo ad un evento estivo di food.

Obiettivo: Portare più persone possibili ad un evento di 3 giorni

FB Ads

Tutto obiettivo interazione.

- Siamo partiti 40 gg prima dell'evento con due cose:
- Video di presentazione 2 minuti, abbiamo raccontato una piccola storia di una nonna che sta cucinando e i nipotini rubano del cibo, finendo con una famiglia che guarda il tramonto dalla splendida location, 180€ fb ads broad 18+ 20km,
- Locandina principale 100€ pubblico 18+ 20km broad

20 giorni dall'evento:

Ora dovevamo stringere, l'evento era per tutti ma abbiamo creato aspettative per 4 tipologie di pubblico :

- Famiglie
- Fidanzati
- Ragazzi
- celiaci

Famiglie

Per le famiglie abbiamo puntato sul video, 20€ 25+ pubblico sposato

Fidanzati

Abbiamo scattato una foto con una ragazza girata di spalle e una parmigiana di melanzane dietro, il copy era questo : E tu dove la porti il prossimo fine settimana? Perché quando una ragazza sta bene ha sempre fame!

commenta taggando la tua anima gemella e puoi vincere una cena all'evento. (post con emoji gay-friendly, per accontentare tutti!)

20€ 18-40 pubblico: situazione sentimentale fidanzato, impegnato ecc 2
Circa 130 commenti.

Ragazzi

Post festa di fine evento con dj set,
30€ pubblico broad 18-40 Celiaci
Post per promuovere un piatto per celiaci durante la
manifestazione, 15€ pubblico definito celiaci

10 giorni dall'evento:

Ho fatto fare le foto di tutti i 12 piatti offerti alla manifestazione,
pubblicandone 2 al giorno (con descrizione degna di un ristorante 5
stelle).

La mattina del secondo giorno

Video di 30 sec. tutto incentrato sul cibo molto foodporn
riassumendo la prima serata, 35€ di ads durata 32 ore su pubblico
che ha avuto interazione con la pagina negli ultimi 40 giorni.

Risultati:

Circa **7000** presenze

Su un sondaggio fatto fare all'info point dell'evento su un campione
di 600 persone il 60% era venuto a conoscenza della
manifestazione tramite Facebook.