



SACRA FAMIGLIA



UNIONE EUROPEA  
Fondo sociale europeo



Regione  
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

# Case Study

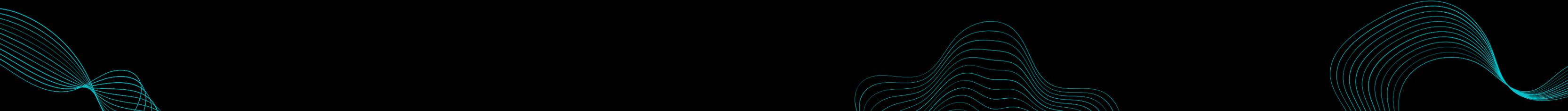
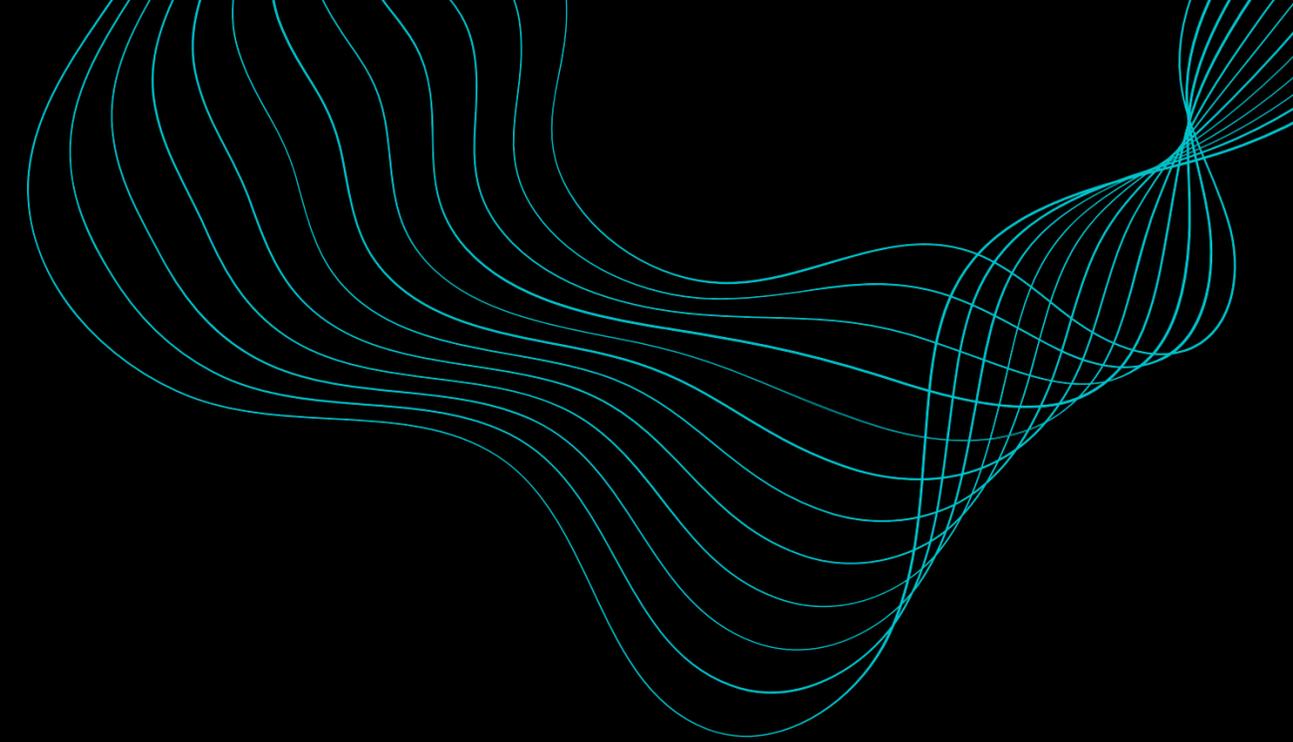
---

**Ambrosini Carni -  
Creazione di un piano  
editoriale**

**Gestione dei social e della community**

# Summary

1. Azienda di riferimento
2. Profilo professionale LinkedIn
3. Mansioni svolte in azienda
4. Identificazione del problema
5. Digital strategy
6. Modello di Gantt



## Azienda di riferimento

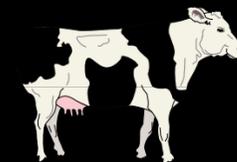
Ambrosini Holding è un gruppo formato da cinque aziende che da oltre 70 anni lavorano nel settore alimentare. Da una piccola realtà locale, Ambrosini Holding è diventata una società leader a livello nazionale. Oggi la gestione è affidata alla terza generazione Ambrosini.

Le cinque aziende che formano il Gruppo sono: Società Agricola Santa Lucia, Panì, Ambrosini Carni, Pastificio d'Avena e Ambrosini Freschi.

Con il presente caso di studio prenderò in esame l'azienda Ambrosini Carni.

# Gruppo Alimentare AMBROSINI

HOLDING



# Profilo professionale LinkedIn





## Alessia Barbetta

Studente presso Efp Sacrafamiglia  
Bergamo, Lombardia, Italia · [Informazioni di contatto](#)

5 collegamenti

[Disponibile per](#) [Aggiungi sezione del profilo](#) [Altro](#)

[Disponibile a lavorare](#)  
Ruoli di Tecnico commerciale e Consulente marketing digitale  
[Vedi tutti i dettagli](#)

 Ambrosini Holding

 Efp Sacra Famiglia

## Esperienza

-  **Specialista di applicazioni web e multimedia**  
Ambrosini Holding · Stage  
gen 2022 - Presente · 6 mesi  
Brusaporto, Lombardia, Italia
- Competenze:** Competenze analitiche · Problem solving · Content Marketing
-  **Receptionist**  
Ambrosini Holding · Stage  
feb 2021 - giu 2021 · 5 mesi  
Brusaporto, Lombardia, Italia
- Gestione e archivio documenti, accoglienza
-  **Segretaria organizzativa**  
W&H Sterilization s.r.l. · Stage  
set 2019 - feb 2020 · 6 mesi  
Brusaporto, Lombardia, Italia
- Accoglienza, segreteria, supporto Team
-  **Segretaria, receptionist**  
W&H Sterilization s.r.l. · Stage  
gen 2019 - mar 2019 · 3 mesi  
Brusaporto, Lombardia, Italia
- Accoglienza, gestione visite, inserimento dati commerciali

# Profilo professionale LinkedIn

← **Formazione** 

 **Efp Sacra Famiglia**  
IFTS Digital Marketing, Produzione contenuti, branding, marketing internazionale, gestione dati  
ott 2021 - giu 2022

 **Efp Sacra Famiglia**  
Certificate of sales assistent, Marketing, economia, comunicazione  
2017 - 2020  
Votazione: 100

 **Efp Sacra Famiglia**  
Commercial Technical Diploma, Marketing, Economia, Comunicazione  
Votazione: 100

**Competenze analitiche**

 Specialista di applicazioni web e multimedia presso Ambrosini Holding

**Problem solving**

 Specialista di applicazioni web e multimedia presso Ambrosini Holding

**Content Marketing**

 Specialista di applicazioni web e multimedia presso Ambrosini Holding

**Comunicazione**

 4 esperienze across Ambrosini Holding e un'altra azienda

**Digitazione**

 Specialista di applicazioni web e multimedia presso Ambrosini Holding

**Presentazioni**

 Segretaria, receptionist presso W&H Sterilization s.r.l.

**Lavoro di squadra**

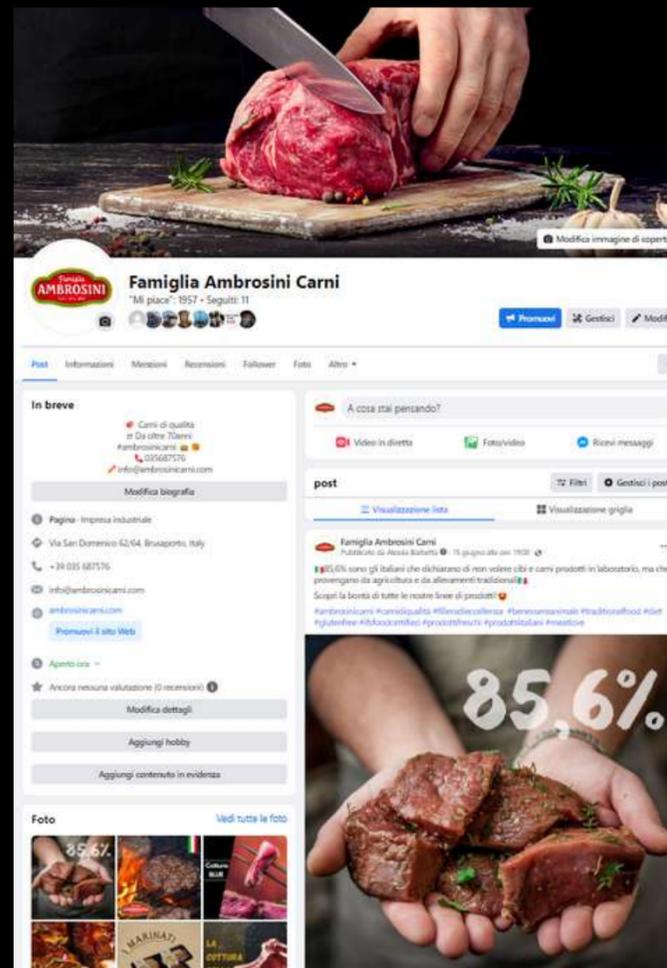
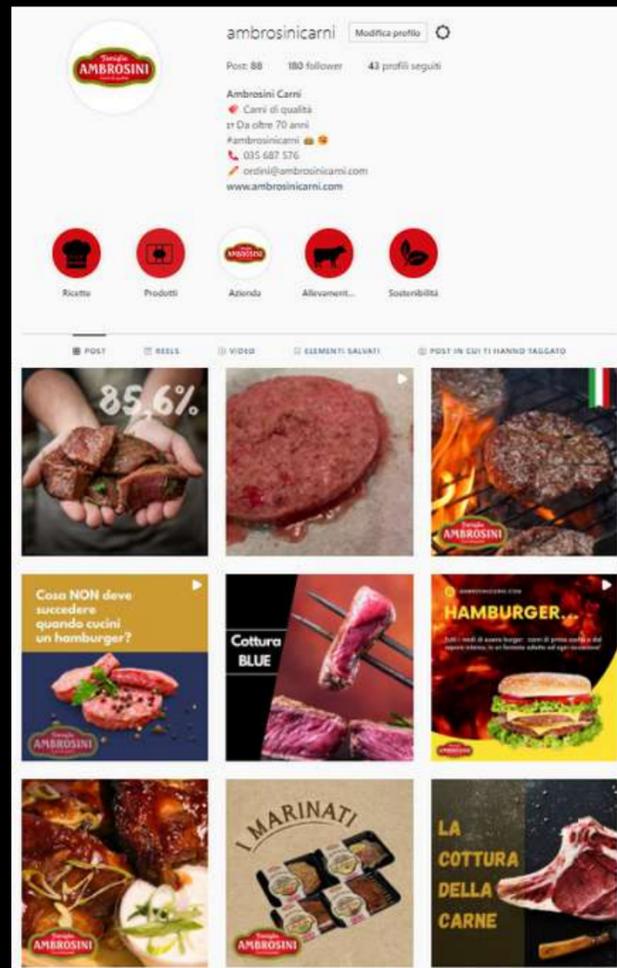
 Segretaria organizzativa presso W&H Sterilization s.r.l.

**Competenze interpersonali**

 2 esperienze across Ambrosini Holding e un'altra azienda

# Mansioni svolte in azienda

- Gestione degli account dei profili Instagram e delle pagine Facebook di Ambrosini Carni e Ambrosini Freschi.



## Topics:

1. Ricette - blog food (es. Giallo Zafferano, Gambero rosso)
2. Curiosità
3. Consigli
4. Notizie/dati di settore
5. Valori aziendali
6. Azienda



Blog carne (es. Carni sostenibili, boncà)  
Riviste food (Eurocarne, iMeat)

# Mansioni svolte in azienda

- Creazione e coordinazione dei contenuti

Visual

Immagine/video



Prodotti internamente



Formato immagine  
1080x1080 px



Formato video 1080 x 1080 px  
1080 x 1920 px



Stock



Free licence



FreePick  
Pexels  
Pixabay  
Shutterstock

Post grafico



Formato  
1080x1080 px



Software grafici



Canva  
Phopea  
Remuve bg  
Colors

# Mansioni svolte in azienda

- Creazione e coordinazione dei contenuti

Visual

Story



Formato  
1080 x 1920 px

Reel



Formato  
1080 x 1920 px

# Mansioni svolte in azienda

- Creazione dei contenuti per i social network: copy, visual, hashtag

Data: 7/06/2022

Obiettivo: Far conoscere il suono unico dei nostri hamburger

Prodotto: Hamburger Wagyu

**Copy:** ambrosinicorni 📢 Sound on 📢  
Oggi vi tentiamo con il suono dei nostri hamburger 🍔  
C'è a chi piace sentire il rumore della pioggia e c'è chi  
come noi starebbe ore ed ore a sentire la carne che  
sfrigola in padella! 😊😊

**#:** #ambrosinicorni #carnidiqualità #filieradieccellenza  
#grill #bbq #hamburger #foodblogger #eat #meat #food

**Visual:**

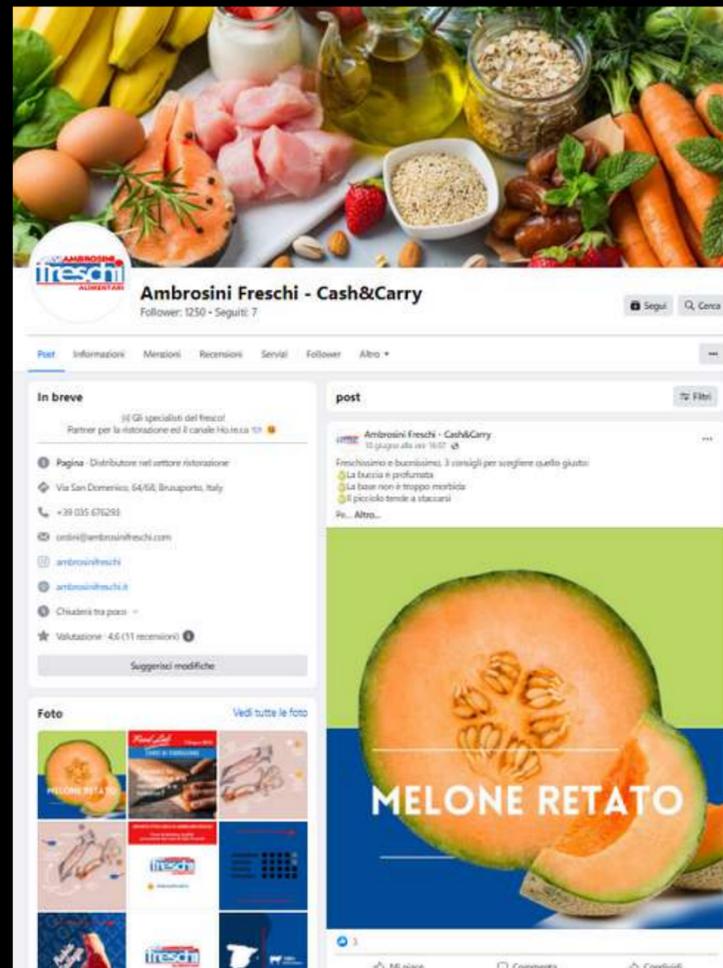
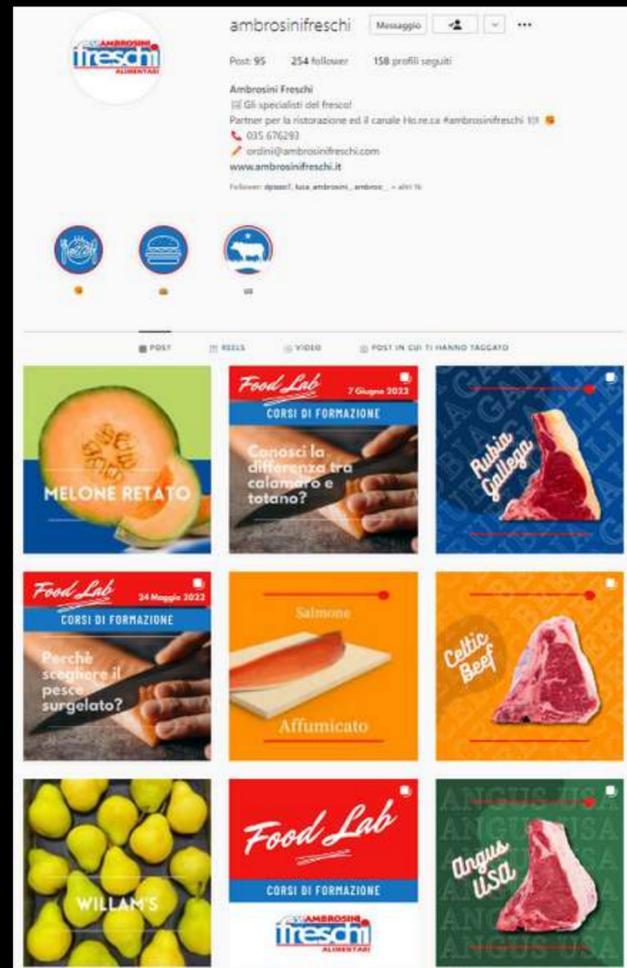


↙  
#TagsFinder



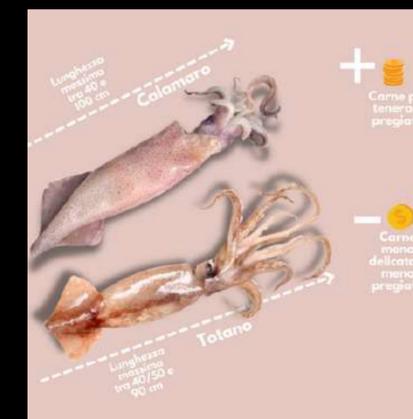
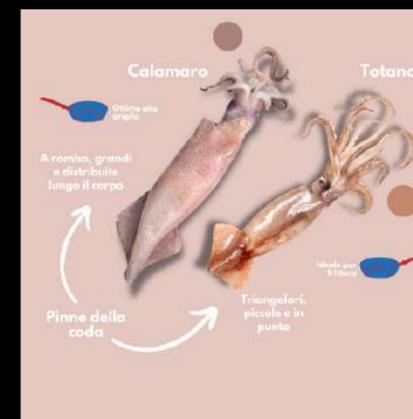
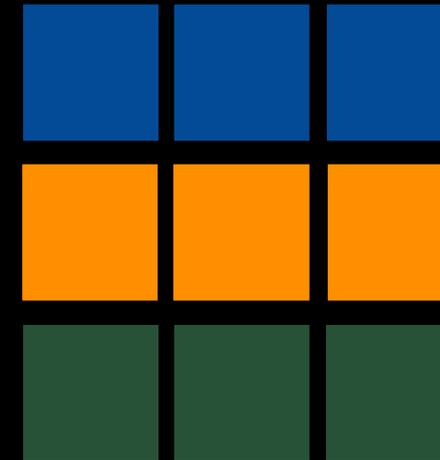
# Mansioni svolte in azienda

- Gestione degli account dei profili Instagram e delle pagine Facebook di Ambrosini Carni e Ambrosini Freschi.



## Topics:

1. Prodotti in promozione
2. Nuovi prodotti
3. Prodotti stagionali
4. Lombate
5. Food Lab



# Mansioni svolte in azienda

- Creazione dei contenuti per i social network: copy, visual, hashtag

Data: 18/03/2022

Obiettivo: Far conoscere le nostre lombate

Prodotto: Rubia Gallega

**Copy:** ambrosinifreschi 🍖 Pura, macellata da adulta, il lungo periodo di allevamento consente di accumulare grasso negli anni e non in modo intensivo, unita ad una indispensabile frollatura le dona un sapore unico 🍖.

🛒 Lo sai che da noi puoi prenotare una frollatura? 🛒  
Vieni, scegli il pezzo e insieme decidiamo quanti giorni far frollare la tua carne!

**#:** #ambrosinifreschi #ristorazione #horeca #lombata #rubia #gallega

**Visual:**



# Mansioni svolte in azienda

- Direct Mail - MailChimp



MailChimp è una piattaforma di email marketing con la funzione di inviare newsletter ed e-mail automatizzate.

Ho creato il mio modulo di contatti con gli indirizzi mail dei nostri clienti ristoratori e di quelli degli utenti registrati al sito web.

☆ Ambrosini Freschi Posta in arrivo **Il segreto della nostra carne? Il riposo...** - Come per una bottiglia di ottimo vino 17 giu



IL NOSTRO BLOG È ONLINE!



IL SEGRETO DELLA NOSTRA CARNE?  
IL RIPOSO...

Proprio come per una bottiglia di ottimo vino, la frollatura, cioè la "stagionatura" delle nostre carni, avviene all'interno di una **CELLA DI FROLLATURA DRY AGED**. Tutto questo permette di ottenere una carne più morbida e gustosa!

[Guarda il video](#)



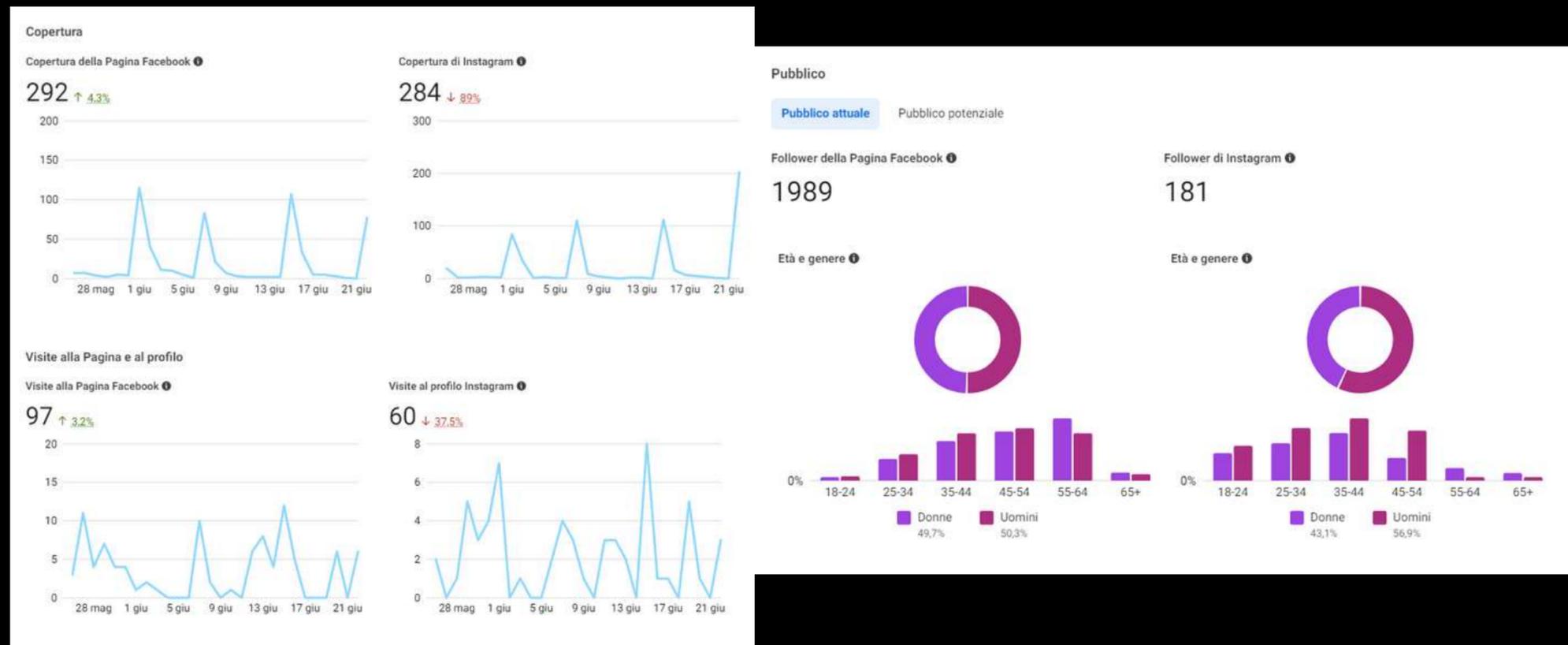
Copyright © Ambrosini Freschi 2022. All rights reserved.  
Our mailing address is:  
[helena.vigano@ambrosiniholding.com](mailto:helena.vigano@ambrosiniholding.com)  
Want to change how you receive these emails?  
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).

# Mansioni svolte in azienda

- Monitorare le performances, redigere analisi e report periodici

## Sistemi di performance management

Sono strumenti di supporto alle decisioni aziendali, che consentono di favorire e monitorare la gestione dei risultati, diventano strategiche le funzioni di pianificazione, controllo e reporting come strumenti di analisi anche dei fattori critici di successo e determinazione degli indicatori chiave.



# Identificazione del problema

Dalle analisi dei report e delle performance, ho identificato quale fosse il problema:

1. Un basso numero di interazioni e un alto numero di visite delle pagine: gli utenti sono interessati ma bisogna trovare il modo di coinvolgerli maggiormente attraverso i contenuti.

Dopo un brief con il CEO dove sono stati definiti i suoi obiettivi, ho elaborato la mia strategia.

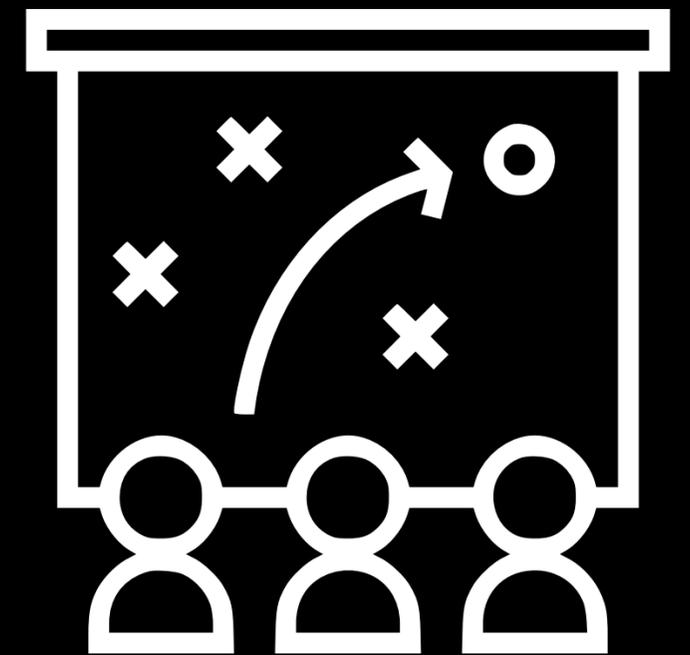


- INTERACTION + IMPRESSION

**SOCIAL MEDIA**

**STRATEGY**

**PROGETTO CONTENT MARKETING**





---

# LA CULTURA DELLA CARNE

---

Obiettivo: Brand Awareness

**Conoscere la cultura della carne significa:**

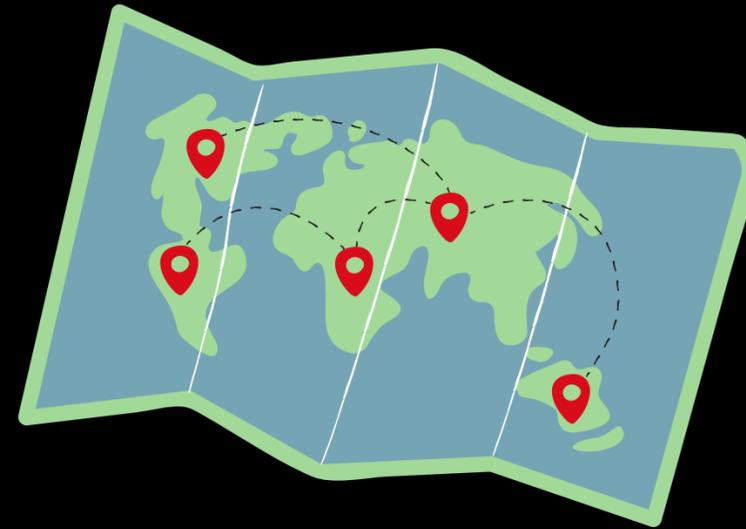
**Sapere da dove derivano le carni**

Dove vengono lavorate, come e da chi

Distinzione fra carni

Regole e consigli di cottura

Consumo di carni



**In che condizioni vivono gli animali**

La loro alimentazione

Il loro benessere

# Moodboard

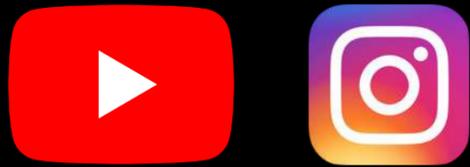


# #FOODPORN



## Goal setting

Creare brand Awareness della mia azienda attraverso un piano editoriale social e un canale Youtube con contenuti di video-ricette, video tutorial, interviste e immagini che offrano valore agli utenti.



## Mappatura della audience

Il pubblico specifico della campagna sono persone

- Alla ricerca di ricette semplice e veloci a causa di una vita frenetica
- Amanti della carne
- Ristoratori



# Buyer personas



## Giulia Lanza

 40

 Milano

 Insegnante

 Sposata, 3 figli

### Bio

A causa della frenetica vita quotidiana il tempo per cucinare non esiste.

Tutta la famiglia a pranzo mangia fuori: il marito nella mensa del lavoro, i figli a scuola e lei mangia ogni giorno nel bar del chiosco vicina alla scuola dove insegna.

La sera va al corso di fitness in palestra, per cena sempre qualcosa di veloce o pasta o Mc per tutti.

Le piacerebbe cucinare ricette veloci e semplici e possano piacere a tutta la famiglia.

### Alimentazione

Carne ● ●

Pesce

Carboidrati ● ● ●

Fast Food ● ● ● ●

### Brand preferiti

dyson



ZARA

### Bisogni

Video-ricette veloci

Prodotti di qualità

# Buyer personas



## Lorenzo Mutti

 30

 Bergamo

 Impiegato

 Single

### Bio

Vive da solo in un bilocale dove si è trasferito da poco, adora il suo lavoro, durante la pausa pranzo torna a casa dei suoi per mangiare.

Il suo weekend inizia il giovedì sera dopo la partita di calcio a 7, la domenica ama le grigliare con i suoi amici in posti tranquilli e freschi.

Mangia solo prodotti genuini, gli piace cucinare e sperimentare nuove ricette.

### Alimentazione

Carne ● ● ● ●

Pesce ●

Carboidrati ●

Fast Food

### Brand preferiti



naturasi

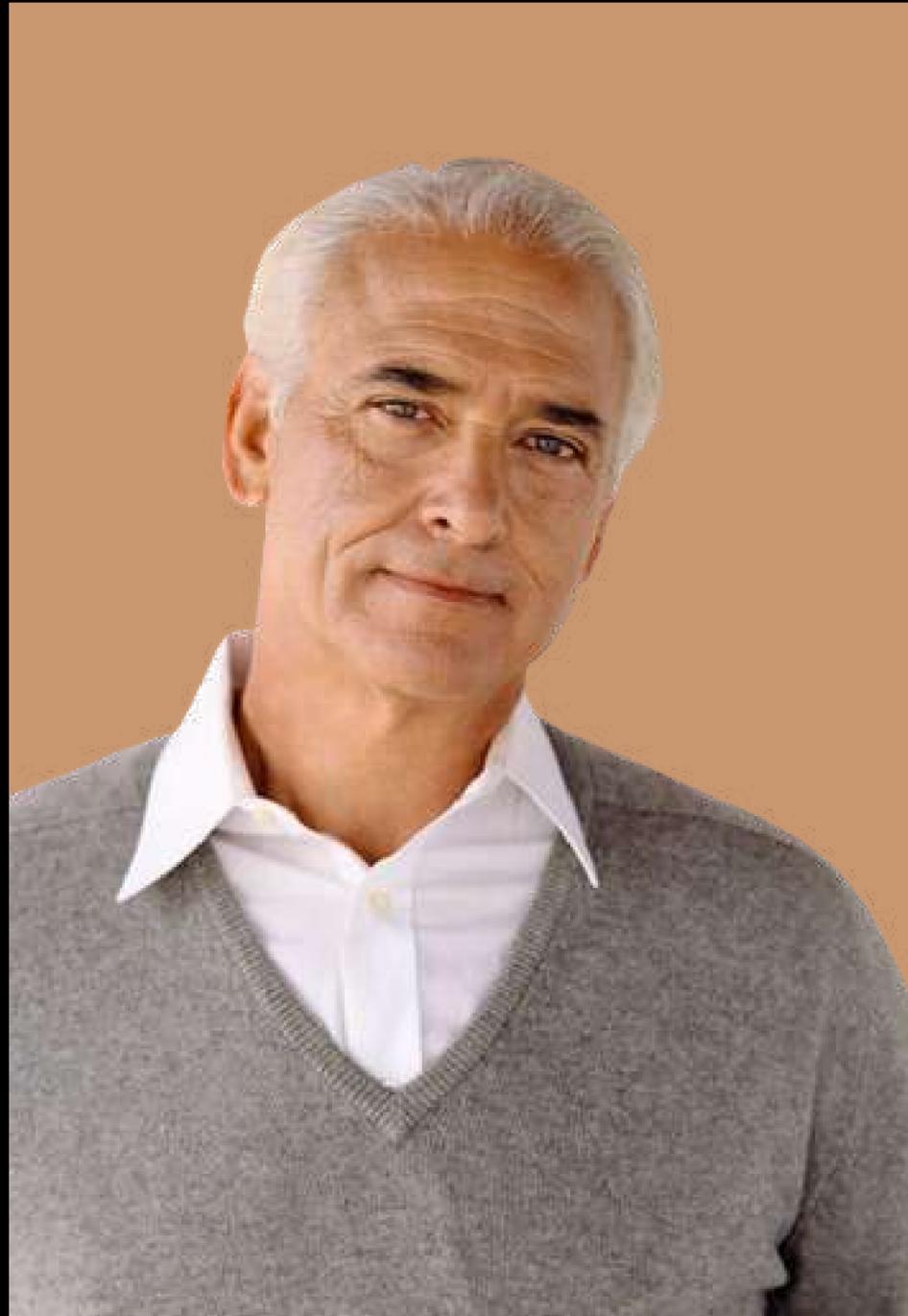


### Bisogni

Prodotti genuini

Carne di qualità

# Buyer personas



## Giovanni Festa

 63

 Brescia

 Pensionato

 Sposato, 2 figli, 4 nipoti

### Bio

Nonno a tempo pieno, in pensione da pochissimo tempo, trascorre le sue giornate con i nipoti più piccoli.

Per lui è importantissimo trascorrere le festività tutti assieme in famiglia. Adora cucinare lui per tutti quanti.

La domenica giornata fissa a casa sua con grigliata e piscina.

Nel poco tempo libero che a gioca a tennis con i suoi vecchi compagni di squadra.

### Alimentazione

Carne ● ●

Pesce ● ●

Carboidrati ● ●

Fast Food

### Brand preferiti



### Bisogni

Stare in famiglia

Carne per tutti

# Ideazione e pianificazione dei contenuti

## Formato 1



Reel con durata massima di 90 secondi: ricette cucinate con la nostra carne realizzate dagli chef dei ristoranti che riforniamo.



Creazione di un canale Youtube dove pubblicare la ricetta completa

## Formato 2

Reel con durata massima di 90 secondi: intervista a una figura aziendale diversa per ogni video in cui si affronta il tema della cultura della carne. La struttura dell'intervista è precedentemente preparata da noi.

Sul canale youtube a sarà pubblicata l'intervista integrale.

## Formato 3

Post con immagine o breve video grafico in cui una volta al mese viene svelata una piccola curiosità sul mondo della carne.



## GRIGLIATA DI CARNE MARINATA

La fantastica ricetta della carne marinata dello Chef Gabriel del ristorante "LA LUNA"

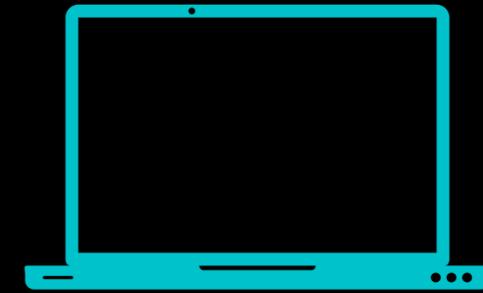
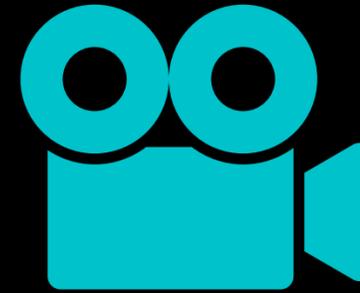


## I SEGRETI DELLA CARNE ALLA GRIGLIA

Solo in pochi li conoscono, Ambra ci rivela i segreti della carne alla griglia!

## Creazione dei contenuti

Per quanto riguarda la realizzazione dei contenuti del formato 1 e 2, quindi reel ricette e interviste, ci affidiamo ad un'agenzia di comunicazione. Per quanto riguarda invece le curiosità il contenuto verrà realizzato internamente dall'azienda.



## Distribuzione dei contenuti

I canali utilizzati sono Instagram e Youtube.

Ho scelto di utilizzare questi canali perchè sono i più usati per quanto riguarda i contenuti video. In particolare il formato Reel è di tendenza nell'ultimo periodo e consente un elevato numero di visualizzazioni.



# Amplificazione dei contenuti

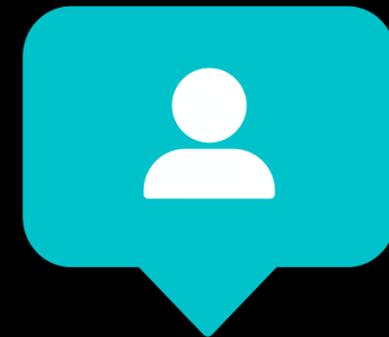
I contenuti relativi alle ricette verranno sponsorizzati per raggiungere un elevato numero di utenti.

L'amplificazione dei contenuti passerà anche attraverso contenuti in partnership con chef influencer e blog di ricette (es. Giallo Zafferano).



# Valutazione

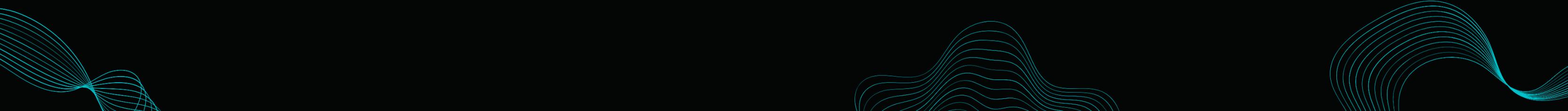
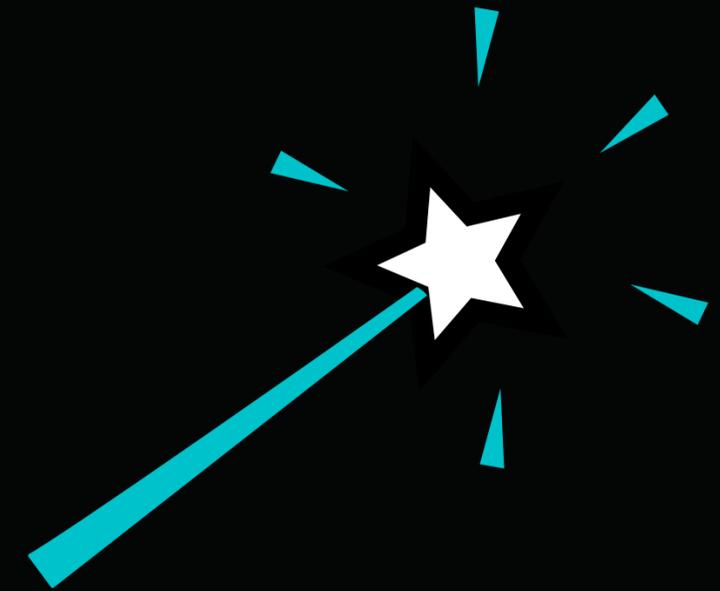
I risultati attesi sono una maggiore interazione degli utenti, una crescita in termine di follower e un incremento delle vendite dei nostri prodotti.



# Ottimizzazione

Attraverso analisi statistiche con programmi specifici, verranno considerati i contenuti con meno interazioni e si cercherà di migliorare attraverso altre strategie.

Ipotesi: le interviste hanno avuto meno impatto sul pubblico, si può pensare di cambiare il canale di condivisione e trasmetterle su LinkedIn, social più istituzionale, e sponsorizzarle.



# Modello di Gantt

Un diagramma di Gantt contiene:

1. La data di inizio e di fine progetto;
2. Le attività e le micro attività compongono il progetto
3. Le scadenze previste;
4. Una stima delle tempistiche;
5. Gli attori coinvolti nel progetto;
6. Un'illustrazione di come le attività si sovrappongono e si intersecano tra di loro;
7. L'andamento esatto del progetto.

I vantaggi

- Gestione del tempo
- Chiarezza
- Comunicazione

# ATTIVITÀ + A RISCHIO

# ATTIVITÀ - A RISCHIO

Ricerca Topic, analisi Serp e competitor  
1/06/22-6/06/22



Riprese video  
7/06/22-11/06/22



Montaggio video  
14/06/22-21/06/22



17/06/22-21/06/22  
Grafica



19/06/22-21/06/22  
Copy



Reel Ricette  
7/07/22



Sponsorizzazione  
7/07/22 - 21/7/22



Reel Intervista  
16/07/22



Post  
21/07/22



Report  
28/07/22 - 1/08/22



Giugno 2022 Week 1 2 3 4 5 6 7 8 Settembre 2022

= SEO

= Copy

= Montaggio

= Reel ricette

= Reel Interviste

= Post

= Fotografo/Riprese

= Grafica

= Sponsorizzazione

= Report

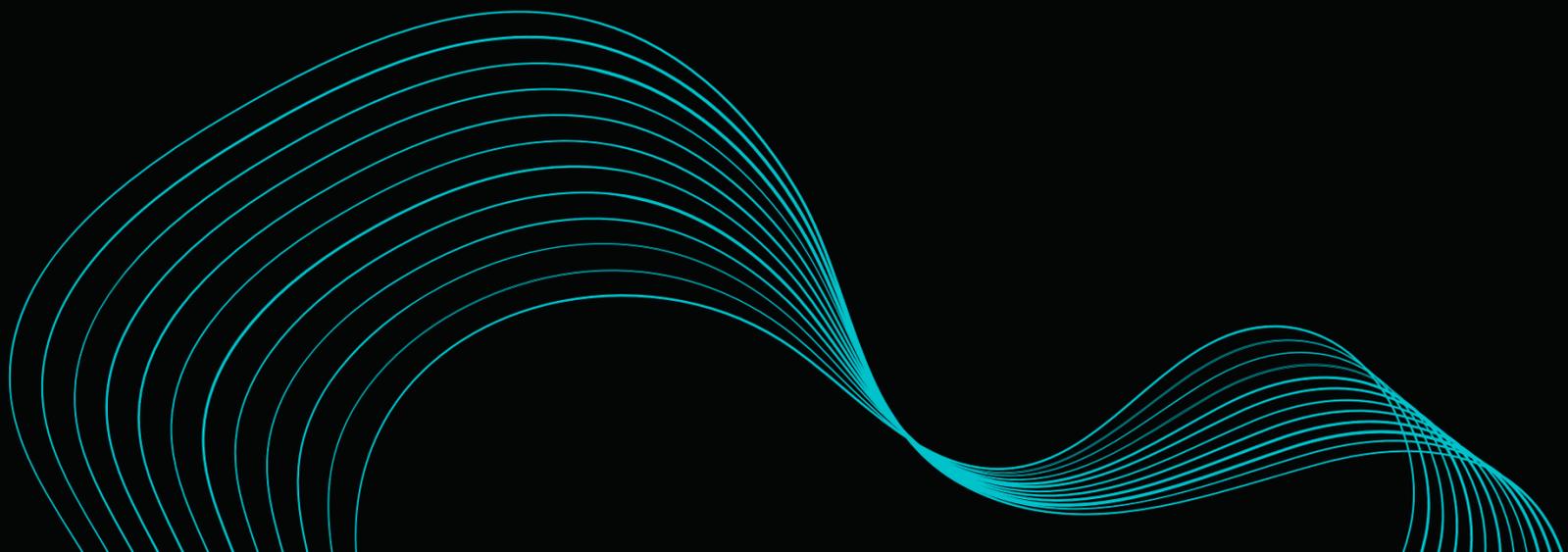


Questo elaborato si è focalizzato sulla creazione di un vero e proprio piano editoriale, già presentato in azienda, con l'obiettivo di creare Brand Awareness per Ambrosini Carni e quello di creare una community attiva.

L'esperienza di alternanza scuola - lavoro svolta in azienda mi ha stimolato nel mettere in campo le mie competenze acquisite durante il corso coinvolgendo e confrontandomi con il mio team di lavoro.

Durante questi sei mesi sono stata coinvolta in progetti che ho visto nascere e sviluppare dall'inizio alla fine.

**IDEE - PROGETTAZIONE - SVILUPPO - RISULTATO FINALE**



**Alessia Barbeta**