

# PIANO PER L'AUMENTO DELLA FASE D'ACQUISTO E DI SOSTEGNO

---





## Risultati ottenuti

*Attraverso una ricerca effettuata sui nostri consumatori, abbiamo avuto 100 visite sul nostro sito e ben 60 persone ricordano il nostro brand e hanno effettuato l'iscrizione alla newsletter. Di queste 60 persone, 10 hanno effettuato un acquisto. Abbiamo quindi un tasso del 17% di persone che acquistano i nostri prodotti dopo aver conosciuto il nostro brand.*

# CONTROMISURE PER L'AUMENTO DEL MARGINE SULLE SPESE DI ADVERTISING

Per aumentare la percentuale delle persone che acquistano i nostri prodotti, e di conseguenza aumentare il profitto, possiamo effettuare varie mosse per aumentare la fase di acquisto e riacquisto e soprattutto la fase di sostegno e passaparola. Di seguito presentiamo varie manovre effettuabili per poter aumentare il PAR (Purchase Action Ratio) ovvero la capacità di un'azienda di trasformare la brand awareness (conoscenza del brand) in acquisto e il BAR (Brand Advocacy Ratio) che è la capacità di trasformare la brand awareness in brand advocacy (indicatore di fedeltà al brand). L'aumento del tasso di PAR e BAR sarà ciò che farà migliorare il nostro fatturato diretto e indiretto.



# AUMENTO DELLA FASE DI ACQUISTO



Pubblicizzare il prodotto assicurando i clienti sul rispetto dei vari punti citati nella scorsa presentazione (rispetto della pelle e dei tessuti, sudorazione ridotta, ecc.), per evitare i dubbi sull'acquisto



Sconti per l'acquisto di set, ciò aumenterà anche il tasso di AOV, ovvero il valore medio di un ordine.



Campioncino gratuito inserito in ogni confezione, consentirà al cliente di rendere il prodotto senza doverlo aprire, se non sarà soddisfatto.



Spedizione gratuita sopra i 15 euro, anche questo per migliorare il tasso di AOV, ma per offrire al cliente un servizio di cui non potrà fare a meno.





## AUMENTO DELLA FASE DI SOSTEGNO



Email marketing basato sul remarketing (leads già ottenute)



Piano di punti per ogni amico portato all'acquisto sul nostro sito (Club DEOROD)



Comunicazione attiva tramite social con i nostri clienti, con contenuti stimolanti



Codici sconto offerti tramite collaborazione con influencer


# Esempio di Email Marketing



CREMA DEODORANTE BIO

## Sconto del 30% solo oggi

La nostra crema deodorante è prodotta con ingredienti 100% naturali, non ha profumazione, è vegana e rispetta sia la tua pelle, sia i tuoi vestiti. Non avrai più problemi di sudorazione e cattivo odore. Approfittane subito, per le prossime 24 ore abbiamo abbassato il prezzo, la crema andrà sold-out a breve!

 Ottieni ora →

# RISULTATI OTTENIBILI TRAMITE LA STRATEGIA

Con il corretto svolgimento della strategia per aumentare la fase di acquisto (e riacquisto) otterremo nuovi clienti e non solo, avremo dei clienti che effettueranno più acquisti, avvicinandoci all'obiettivo di ottenere clienti fidelizzati. Ciò ci consentirà di ottenere un profitto netto, senza dover spendere ulteriori fondi sull'advertising. Il passo successivo per fidelizzare i clienti sarà lo svolgimento della strategia di sostegno (e passaparola) che ci consentirà di farci pubblicizzare dai clienti stessi, offrendo in cambio sconti tramite il nostro piano fedeltà 'Club DEOROD'.



# GRAZIE!

---



*Alessandro Matta*

