



STRATEGIA BRAND AWARENESS DEOROD

Alessandro Matta

AGENDA

- Introduzione
- Obiettivi principali
- Punti chiave per il lancio del prodotto
- Requisiti essenziali per il corretto svolgimento della strategia
- Requisiti essenziali per il rispetto delle 5°
- Passaggi da eseguire per pubblicizzare il prodotto e il brand
- Riepilogo

INTRODUZIONE

Noi di Epicode, consentiamo alle aziende di promuovere sia il loro brand, sia i nuovi prodotti, grazie a strategie di marketing al passo coi tempi e che si sviluppano su vari canali.



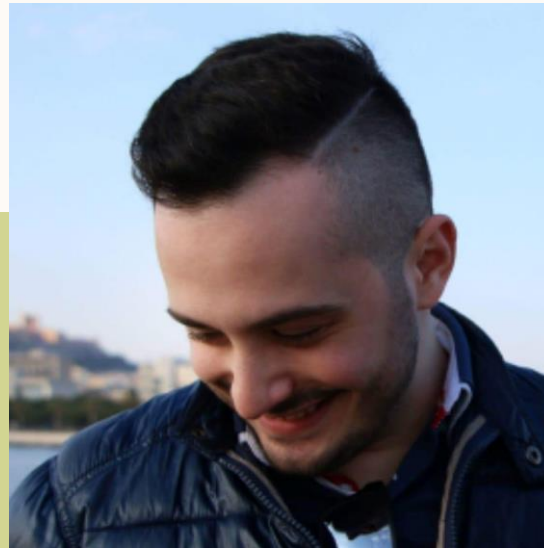
OBIETTIVI PRINCIPALI

Far conoscere il brand e il nuovo prodotto

“ L'OBIETTIVO DEL MARKETING È CONOSCERE
E COMPRENDERE IL CLIENTE, IN MANIERA
COSÌ EFFICACE, CHE IL PRODOTTO O
SERVIZIO SI VENDA DA SOLO. ”

Peter Drucker

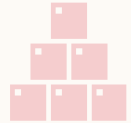
TI PRESENTIAMO IL NOSTRO TEAM



ALESSANDRO MATTA

Full Stack Marketer

PUNTI CHIAVE PER IL LANCIO DEL PRODOTTO



PRODOTTO

Elemento di
un'esperienza
complessiva



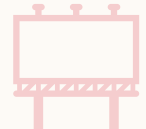
PREZZO

Il prezzo fisso non
esiste più



DISTRIBUZIONE

Negozi fisici e digitali



PROMOZIONE

Marketing diretto,
pubblicità, vendita
individuale,
promozione alle
vendite,
informazione

REQUISITI ESSENZIALI PER IL CORRETTO SVOLGIMENTO DELLA STRATEGIA

CUSTOMER JOURNEY

- Provocare domande latenti e consapevoli tramite la promozione del prodotto sui vari social e Google Ads
- Ridefinire il ruolo dell'attività all'interno di un percorso d'acquisto più flessibile e digitalizzato, in modo da offrire omnicanalità
- Creare i presupposti per far esprimere il bisogno di domanda alle persone che entrano in contatto con il nuovo prodotto
- Sviluppare un funnel efficace

RISPETTARE LE "5A" DELL'ERA DELLA CONNETTIVITÀ

- Aware (Scoperta)
- Appeal (Attrazione)
- Ask (Ricerca)
- Act (Acquisto)
- Advocacy (Passaparola)

REQUISITI ESSENZIALI PER IL RISPETTO DELLE 5A

- Umanizzare il brand presentandosi con caratteristiche simili alle persone, per essere in grado di interagire trattando le persone come amiche e familiari
- Stimolare curiosità spingendo le persone ad attivarsi verso i nostri contenuti e ad iniziare il percorso verso l'acquisto (content marketing)
- Offrire l'esperienza multicanale per assicurare copertura in tutti i punti di contatto (marketing omnichannel)
- Spingere le persone al riacquisto offrendo esperienze che superino le aspettative degli utenti (customer lifetime value)

PASSAGGI DA ESEGUIRE PER PUBBLICIZZARE IL PRODOTTO E IL BRAND

- Effettuare campagne di lead generation, puntando su call to action che invitano i possibili clienti a fornire i loro contatti
- Targetizzare le persone vicine alla zona dello shop fisico e per quanto riguarda il target online, targetizzare in particolar modo persone interessate allo sport o alla palestra
- Lavorare sulle Keywords per ottenere buoni risultati SEO e far apparire il proprio Ad tra i primi, al momento di una ricerca, soprattutto per arrivare davanti ai competitor

RIEPILOGO

Noi di Epicode diamo ai nostri clienti il 110%. Con le nostre strategie dedicate, puntiamo all'ottenimento e fidelizzazione dei clienti, in modo tale da avere una clientela fissa, che pubblicizza il prodotto e il brand al nostro posto.



GRAZIE

Alessandro Matta

alexmatta4@gmail.com