



# **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**

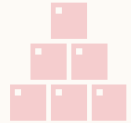
Far conoscere il brand e il nuovo prodotto



**“ 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

# PUNTI CHIAVE PER IL LANCIO DEL PRODOTTO



## PRODOTTO

Elemento di  
un'esperienza  
complessiva



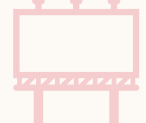
## PREZZO

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](mailto:alexmatta4@gmail.com)