



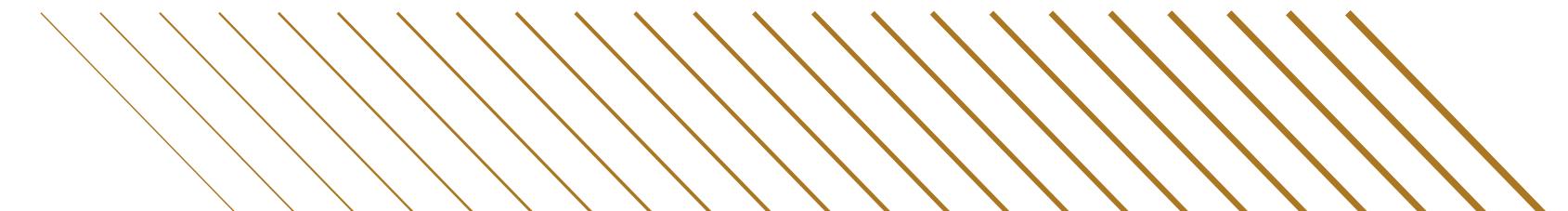
Epicode Marketing Agency for Reraise



RERAISE

La vita e' una mano vincente

ANALISI E STRATEGIA DI MARKETING



STRUTTURA DOCUMENTO

Di seguito i punti salienti di questo documento di analisi

- **Reraise - Profilo Aziendale**
- Mercato di riferimento
- Punti di Forza
- Punti Critici
- Analisi dei Competitor
- Esigenze della azienda
- Cliente tipo
- Strategia Consigliata



PROFILO AZIENDALE

Reraise è un brand di abbigliamento (vendita di t-shirt e felpe) che si impegna a offrire ai professionisti dei giochi di carte un modo unico per esprimere la propria passione e la propria professionalità attraverso il loro stile personale.



RERAISE

La vita e' una mano vincente

MERCATO DI RIFERIMENTO

Reraise si muove nel mercato dei giochi di carte dal 1981. Specializzata principalmente in abbigliamento per professionisti del settore come Crupier, Giudici di gara, Assistenti alle sale da gioco, lancia oggi una **nuova linea** di prodotti destinati al mercato dei giocatori appassionati e dei semiprofessionisti nel settore.



LA NUOVA LINEA

Reraise si presenta al pubblico con una nuova linea di prodotti donna/uomo destinati agli appassionati del settore, con un Tone of Voice allegro e divertente ma mai ignorante o volgare e con una forte carica di energia vincente.



PUNTI DI FORZA DEL BRAND

La **nuova linea** di prodotti esprime al massimo i punti di forza del brand **Reraise**.



- 1 Design Creativo e Originale**
Ogni capo d'abbigliamento è progettato con **attenzione ai dettagli** per catturare l'essenza delle carte in modo innovativo e accattivante.
- 2 Qualità e Comfort Eccellenti**
Utilizza solo **materiali di alta qualità** per garantire che i prodotti siano confortevoli da indossare e durevoli nel tempo. Ogni capo è realizzato con cura per offrire una vestibilità impeccabile e una **sensazione di lusso**.
- 3 Community**
Reraise una comunità di veri appassionati dei giochi di carte. Offriamo un ambiente inclusivo e coinvolgente dove i nostri clienti possono connettersi, condividere e celebrare la loro passione comune per i giochi di carte.



PUNTI CRITICI DA MIGLIORARE

Nella nostra analisi abbiamo rilevato alcune **criticità** che necessitano di attenzione ai fini di un corretto e proficuo posizionamento del brand sul mercato.

- **Sito Web**

Il sito web, si presenta molto bene, con stile e di ottimo livello, ma orientato solo al mercato professionistico aziendale (Casino e sale da gioco). Necessita di una nuova parte interamente dedicata al mercato consumer.

- **Rapporto qualità prezzo**

E' necessario esprimere una comunicazione molto attenta perche' il prodotto non venga recepito come troppo caro, ma come un prodotto di alta qualità al giusto prezzo

- **Sponsorizzazioni**

Assenza di visibilita' del marchio in eventi per appassionati come tornei e fiere per non professionisti

- **Assenza dai canali Social**

Il marchio e' attualmente poco presente o del tutto assente dalle piu' conosciute piattaforme social

I COMPETITOR DI RERAISE

Dal nostro studio di settore abbiamo potuto definire solo 4 sostanziali competitors che propongono una offerta simile a **Reraise**. Possiamo intravedere un vantaggio per l'azienda richiedente in quanto essere l'unica completamente verticale su tema, con una offerta varia e di alta qualita'.

- **Amazon**

Popolare e-commerce a livello globale offre una proposta economica e poco varia

- **Shein**

Offerta molto limitata e di basso prezzo

- **Temu**

E-commerce cinese con offerta di bassissima qualita' e basso prezzo

- **Spreadshirt**

e-commerce di notevoli dimensioni specializzato in capi di abbigliamento personalizzati che copre tutto il territorio europeo, Offre una ampiissima scelta di prodotti simili e di discreta qualita' ma non e' verticale sul tema e l'offerta e' invariata da molto tempo

ESIGENZE DEL CLIENTE

Il Brand **Reraise** necessita di una **strategia** che porti visibilità al marchio sui Social Network al fine di presentarsi al pubblico e incrementare rapidamente le vendite della nuova linea di prodotti.

Necessita inoltre di una strategia di contenuti di **domanda latente** per stimolare l'attenzione delle persone che risponda a queste domande:

1

Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

2

Come si informa e decide di acquistare?

3

Quali sono i dubbi e i timori che potrebbero bloccare l'acquisto?

4

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

LE BUYERS PERSONAS

La nostra **indagine di mercato** ha individuato tre differenti profili di buyers personas che andremo ad elencare rapidamente per poi analizzarli approfonditamente in seguito:



1

Il giocatore esperto

Appassionato giocatore con molta esperienza

2

La giocatrice sociale

Una giocatrice dilettante che ama passare il tempo con gli amici giocando a carte

3

Il novizio curioso

Un giovane giocatore senza esperienza che si avvicina al mondo del gioco con le carte

BUYER PERSONA 1

IL GIOCATORE ESPERTO - ALESSANDRO (28 ANNI)



Alessandro è un appassionato giocatore di poker con una vasta esperienza nel mondo dei giochi di carte.

Ha una personalità sicura e ama partecipare a tornei locali e online. Cerca sempre di migliorare le sue abilità e di distinguersi dagli altri giocatori.

Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in modo sottile e elegante.

BUYER PERSONA 2



LA GIOCATRICE SOCIALE - MARTINA (24 ANNI)

Martina ama trascorrere il suo tempo libero giocando a burraco e scala 40 con gli amici.

È alla ricerca di abbigliamento casual e confortevole che possa indossare durante le serate di gioco a casa o in occasioni informali con gli amici.

È interessata a capi che siano divertenti e alla moda, ma si chiede se ci siano opzioni disponibili per le donne che non siano solo t-shirt oversize o felpe senza forma.

BUYER PERSONA 3

IL NOVIZIO CURIOSO - LUCA (22 ANNI)



Luca è nuovo al mondo dei giochi di carte, ma è molto incuriosito. Ha appena iniziato a giocare a bridge con alcuni amici e vuole esplorare ulteriormente questo hobby. È alla ricerca di abbigliamento che possa indossare durante le sue prime partite, che possa aiutarlo a sentirsi parte della comunità dei giocatori di carte. Tuttavia, ha dubbi su quali siano i motivi o i simboli più appropriati da cercare sui capi d'abbigliamento, e se sia meglio optare per un look più tradizionale o più moderno.

LA STRATEGIA

Allo scopo di massimizzare la diffusione della nuova linea di prodotto, pur mantenendo in controllo i costi, consigliamo una strategia unica che possa incontrare tutte le buyer personas prese in considerazione nella analisi.

Secondo la nostra agenzia la strategia dovrebbe impostarsi secondo i seguenti punti cardine:

1

Il sito Web dell'azienda:

Pubblicazione di un nuovo sito web (o implementazione dell' esistente) per creare un ambiente atto ad accogliere utenti consumer con la possibilita' di acquistare il prodotto direttamente presso l'azienda

Ottimizzare i contenuti per la SEO

2

Creare contenuti di alta qualità:

- Articoli informativi su giochi di carte, strategie, consigli, eventi e tornei.
- Guide all'acquisto per t-shirt e felpe a tema.
- Recensioni di prodotti Reraise e dei competitor.
- Interviste a giocatori professionisti, influencer e designer.

3

Pubblicare sui canali giusti:

- Blog di Reraise.
- Social media (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok).
- Forum e community dedicate ai giochi di carte.
- Collaborare con influencer e siti web del settore.

4

Misurazione dei risultati:

- Monitorare il traffico sul sito web e sui social media.
- Analizzare le conversioni e il tasso di click.
- Richiedere feedback agli utenti per migliorare i contenuti.

CONCLUSIONI

Reraise e' leader nel suo settore, e' una azienda forte e dinamica pronta per affrontare nuove sfide di mercato, con la strategia consigliata stimiamo il raggiungimento di buoni risultati in tempi relativamente brevi.

La nostra agenzia rimane a Vostra disposizione per qualsiasi chiarimento e/o approfondimento e ci auguriamo di continuare a collaborare con Reraise.