

Bijoux

STRATEGIA DI MARKETING

A cura di Alice Conti

Bijoux

L'arte che incontra la natura

Bijoux è una realtà multietnica dal 2023 che realizza gioielli di alta qualità.

Ogni prodotto è realizzato con cura, amore e dedizione dai nostri orfèvres di fiducia.

Che si tratti di anelli, orecchini, collane o bracciali, ogni gioiello è realizzato a mano con materiali che rispettano l'ambiente.

Ciascuna creazione intende essere un omaggio alla bellezza e all'ingegno umano. Ci impegniamo ogni giorno ad offrirvi un'esperienza di lusso unica, etica, sostenibile ed evocativa. Lasciatevi incantare dalle nostre creazioni.

Il target

Il target di riferimento di Bijoux segue gli stessi interessi e valori dell'azienda.

I clienti sono in linea con la visione dell'impresa.

Il pubblico ha un'età compresa tra i 30-50 anni con una buona stabilità economica.

I prezzi medi dei prodotti si aggirano intorno ai 200-1000 euro.

I potenziali clienti si informano attraverso le seguenti piattaforme social:

- Instagram
- Facebook
- Tiktok

Prima di acquistare un prodotto, i potenziali clienti cercano attivamente recensioni sui prodotti, informazioni inerenti all'azienda sui motori di ricerca e s'informano sui social attraverso gli influencers.

Il target

PROFILO 1

- Nome: Elena Franceschini;
- Sesso: Donna;
- Età: 30 anni;
- Professione: Interior Designer;
- Reddito: Medio-Alto;
- Passioni: Moda, Architettura, Arte moderna;
- Valori: Crede nella sostenibilità, nell'etica e nel rispetto altrui;
- Obiettivi: È una sognatrice, desidera andare fuori dagli schemi con accessori esclusivi e di lusso.



PROFILO 2

- Nome: Annalisa Privitera;
- Sesso: Donna;
- Età: 50 anni;
- Professione: Imprenditrice;
- Reddito: Alto;
- Valori: Crede nell'inclusività e nel rispetto dell'ambiente;
- Obiettivi: Vuole acquistare gioielli di alta qualità e rispettosi dell'ambiente che la circondano.



Dubbi dei potenziali clienti

QUALITÀ DEI PRODOTTI

- I materiali sono di alta qualità e rispettano davvero l'ambiente?
- I prodotti sono di ottima fattura e resistenti agli urti?

PACKAGING

- Il prodotto sarà accuratamente confezionato?
- Il suo packaging potrò riutilizzarlo per altri scopi?

FEDELITÀ

- I prodotti rispecchiano le caratteristiche effettive del prodotto?

Principali Competitors

SWAROVSKI

Swarovski è un'azienda austriaca che realizza gioielli con cristalli di alta qualità, accessori e oggetti decorativi.

Principali Competitors

PUNTI DI FORZA

- È un brand inclusivo, di fatto ogni gioiello è pensato per soddisfare i gusti di ogni cliente;
- Prodotti iconici;
- Impegno per la sostenibilità: vogliono creare un futuro che rispetti le persone e il pianeta;
- Un chiaro esempio di inclusività, equità e rispetto per le diversità.

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Spedizione lenta;
- Assenza all'interno del packaging del certificato di garanzia e autenticità del prodotto;
- I prodotti sono fragili, si usurano a distanza di un anno e le pietre si staccano facilmente;
- Assistenza clienti poco preparata;
- I prodotti non rispecchiano la descrizione fornita dall'azienda.

Principali Competitors

PANDORA

Pandora è un brand danese che realizza gioielli altamente personalizzabili pensati per le donne che vogliono osare ed esprimere la loro personalità.

Principali Competitors

PUNTI DI FORZA

- Gioielli altamente personalizzabili;
- Prodotti iconici e distintivi con collezioni uniche;
- Marchio unico e subito riconoscibile con una brand identity forte;
- Impegno e ricerca per la creazione di prodotti innovativi;
- Rispetta l'ambiente: vogliono essere leader nel settore della sostenibilità abbassando le emissioni di carbonio e realizzano i loro gioielli con materiali riciclati;
- Un esempio di inclusività, equità e rispetto per le diversità.

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Packaging del prodotto scarno e di scarsa qualità: la confezione del prodotto è poco resistente;
- Prodotti che non rispecchiano la descrizione fornita dell'azienda: i gioielli non sono abbastanza luminosi e le foto dei gioielli non rispecchiano la realtà;

Strategia Di Marketing

Il brand Bijoux deve attuare due differenti strategie:

- Una strategia rivolta alla **domanda latente** suscitando curiosità nell'utente attraverso uno storytelling accattivante, capace di far vivere un'esperienza sensoriale ed emozionale unica;
- Una strategia orientata alla **domanda diretta** finalizzata all'acquisto presentando i punti di forza del prodotto che lo rendono unico sul mercato rispetto ai competitors.

Strategia Di Marketing

Copy per la domanda latente

Titolo: Bijoux: creazioni che ti toccano il cuore.

Descrizione: Immagina di indossare un gioiello capace di esprimere tutta la tua personalità. I gioielli Bijoux raccontano la tua storia, le tue passioni e le tue ambizioni. Ogni pezzo è un'opera d'arte intagliata dai nostri artigiani di fiducia. Vivi un'esperienza sensoriale unica e scopri il fascino nascosto in ogni dettaglio.

Call to action: Scopri i nostri prodotti iconici

Strategia Di Marketing

Copy per la domanda diretta

Titolo: Bijoux: l'arte che incontra l'innovazione.

Descrizione: Scopri i gioielli Bijoux, facili da indossare e incredibilmente comodi. Realizzati con materiali di alta qualità, non si ossidano e sono resistenti agli urti, garantendo una durata eccezionale. Ogni pezzo è fedele alle caratteristiche presentate. Prova i nostri gioielli con la realtà aumentata. Solo per te uno sconto del 10% sul primo acquisto, cliccando il pulsante che trovi qui sotto.

Call to action: Acquista ora