

EPISODE

PIANO MARKETING TIK TOK RERAISE

Presented by: Antonio Probo



OVERVIEW

01

Progetto Reraise

02

Scelta fase del funnel

03

Contenuti

04

Obiettivo

05

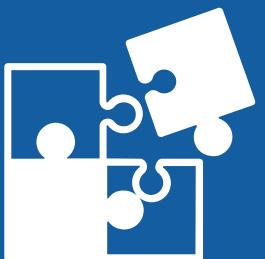
Distribuzione

06

Retargeting



PROGETTO RERAISE



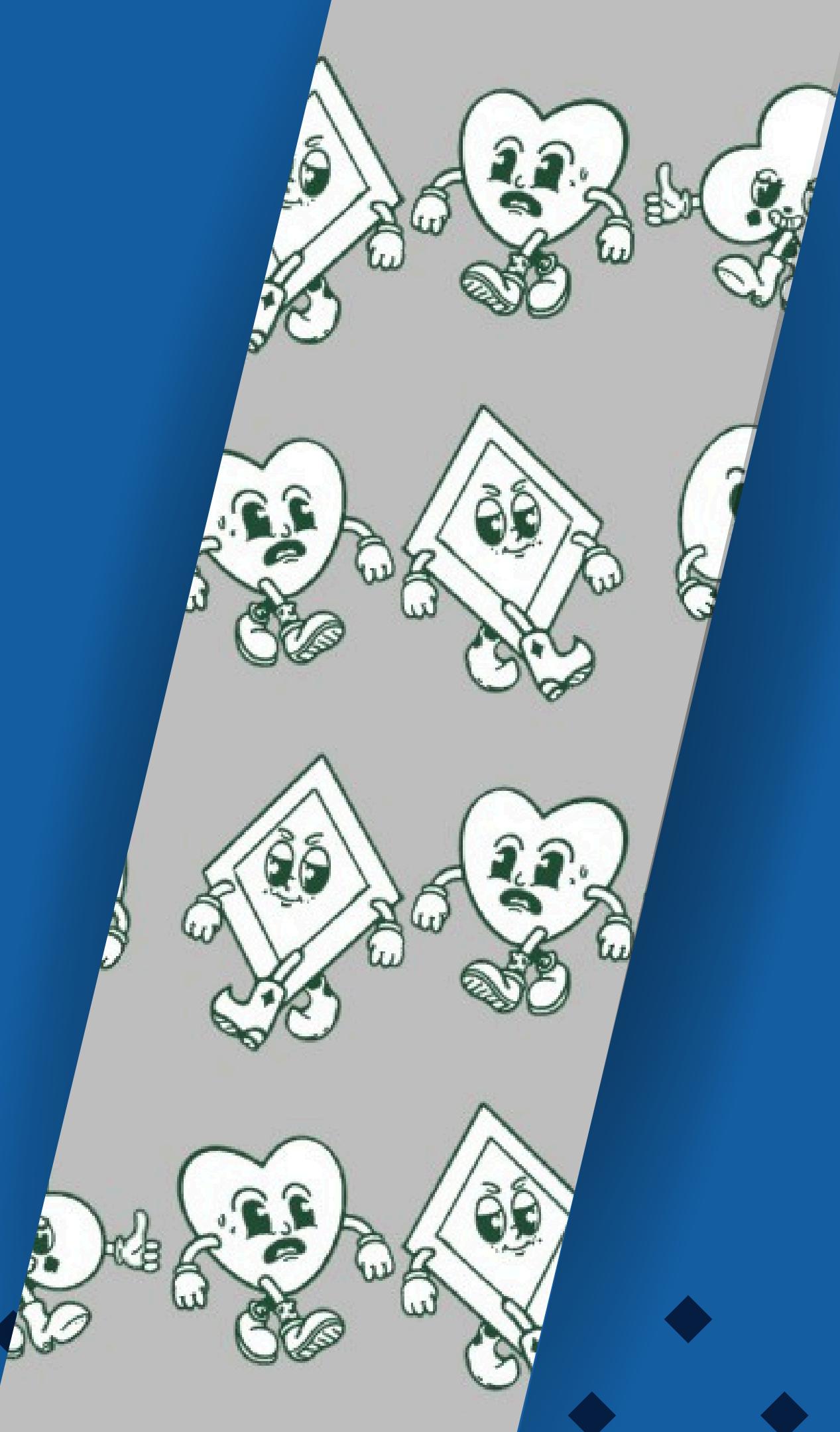
COS'È RERAISE

Reraise è un brand di abbigliamento (vendita di t-shirt e felpe) che si impegna a offrire ai veri appassionati dei giochi di carte un modo unico per esprimere la propria passione attraverso il loro stile personale. E' un brand nuovo, che mira ad espandersi il più velocemente possibile.



E TIKTOK?

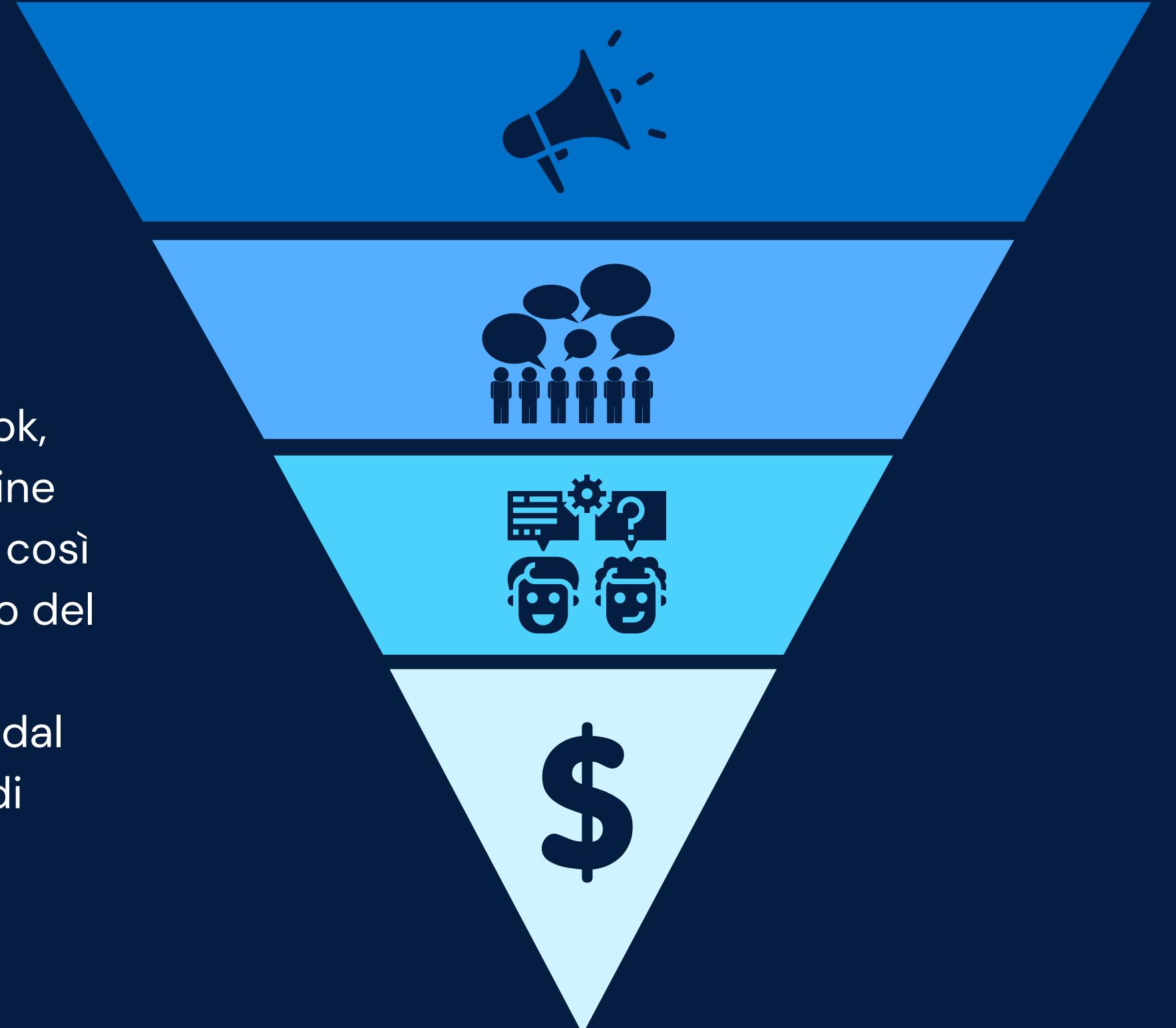
TikTok può fare al caso Reraise? Certamente sì: essendo un progetto in fase di lancio, le potenzialità del social possono essere sfruttate appieno, in quanto, proprio per via dei suoi fruitori, risulta ideale per scopi di brand awarness.



SCELTA FASE DEL FUNNEL

In quale funnel Reraise può essere presente?

E' necessario insistere, per quanto concerne TikTok, sulla fase di Brand Awareness, importantissima al fine instaurare una *brand image* positiva e aumentare così le probabilità che il *brand* venga inserito all'interno del *consideration set* dei consumatori, cioè in quell'insieme di marche tenute in considerazione dal consumatore quando deve compiere una scelta di acquisto tra diversi brand.





CONTENUTI

Obiettivi

Generare awarness, raggiungere quante più persone possibile

Tipologia

Creazione di video divertenti e creativi volti a mettere in risalto la personalità del marchio, il pubblico deve sentirsi connesso a livello emotivo e deve potersi riconoscere.



DISTRIBUZIONE

Chi colpire? Quali persone vogliamo raggiungere?

Il brand Reraise si presta per un pubblico giovane, idealmente over e under 40.

In che modo raggiungerlo?

- Utilizzare umorismo e meme: il pubblico giovane su TikTok apprezza l'umorismo e i meme. Creare contenuti divertenti e ironici che si riferiscono al mondo e allo stile di vita dei giocatori di carte.
- Organizzare concorsi e sfide: lancio di concorsi e sfide che incoraggiano i follower a creare e condividere contenuti utilizzando i tuoi prodotti.
- Identificare e collaborare con influencer popolari su TikTok che hanno un pubblico simile al nostro target. Avviare collaborazioni per creare contenuti di valore: video promozionali, recensioni di prodotti o contenuti di lifestyle.

RETARGETING

È il caso di fare retargeting? In che modo?

Sì, il retargeting su TikTok può essere un'ottima strategia per Reraise, brand di abbigliamento per giocatori di carte. Permette di raggiungere un pubblico che ha già mostrato interesse per i suoi prodotti o per il marchio, aumentando le probabilità di conversioni e vendite. Possiamo fare retargeting su TikTok utilizzando il CRM di Shopify:

Se hai raccolto le email dei tuoi clienti nel tuo CRM Shopify, puoi caricarle su TikTok Ads per creare audience personalizzate. In questo modo, puoi creare campagne di retargeting su TikTok per gli utenti che hanno fornito il loro indirizzo email.

è importante assicurarsi di rispettare le normative sulla privacy e di ottenere il consenso degli utenti prima di utilizzare i loro dati per il retargeting.



Puoi installare il pixel di TikTok sul tuo sito web Shopify per monitorare le conversioni e creare audience personalizzate. In questo modo, puoi creare campagne di retargeting su TikTok per gli utenti che hanno visitato il tuo sito web, aggiunto prodotti al carrello o effettuato un acquisto.

Puoi utilizzare gli ID cliente Shopify per creare audience personalizzate su TikTok Ads. In questo modo, puoi creare campagne di retargeting su TikTok per i clienti che hanno già effettuato un acquisto nel tuo negozio Shopify.

Episode

Grazie per l'attenzione!

Antonio Probo

Esercizio di fine modulo 3
Digital Marketing Technology

