



# EPICODE MARTECH PROJECT 3

NICCOLI DONATO

# CALCOLO PAR & BAR

## PREMESSA

In un mercato composto da 100 persone Deorod è ricordato spontaneamente da 60 persone. Di quelle 60 persone solo 10 persone decidono di comprarlo, 5 persone decidono di promuoverlo.

Quindi avremo:

- PAR 0,16 (10 PERSONE CHE AQUISTANO/60 PERSONE DA CUI E' RICORDATO SPONTANEAMENTE)
- BAR 0,08 (5 PERSONE CHE LO PROMUOVONO/60 PERSONE DA CUI E' RICORDATO SPONTANEAMENTE)
- BRAND AWARENESS 0,60

# BRAND ATTRACTION

## AZIONI:

- Raccogliere dati da recensioni su acquisti e feedback dai Social (commenti FB e IG) relativi al proprio prodotto o similari dei competitor
- Determinare possibile pubblico di riferimento sviluppando campagne Facebook Ads e Google Ads (anche con l'obiettivo di raccogliere mail)
- Generare fiducia nel cliente, trasmettendo informazioni utili e veritiere, e costruendo relazioni basate su customer service efficiente.
- Email di conferma ordine e ringraziamento per l'acquisto, sottolineando i vantaggi di Deorod rispetto a prodotti similari. ES:
  1. Rapido assorbimento
  2. Impatto ambientale 0 (Prodotto Vegan)
  3. Praticità di utilizzo

# BRAND REPUTATION

## AZIONI:

- Follow-up delle conversazioni: Utile a capire come viene percepito Deorod
- Newsletter su promozioni personalizzate e sondaggi sulla soddisfazione nell'utilizzo di Deorod
- Campagne periodiche su social per mantenere costante la presenza del prodotto e valorizzare in maniera più approfondita le caratteristiche del prodotto (utili anche a determinare il pubblico di riferimento)
- Pianificazione delle parole chiave (con lo scopo di aumentare l'efficienza della ricerca organica e limitare l'utilizzo di troppe kwd)

# AUMENTARE LA FASE DI ACQUISTO

- Calendario di campagne advertising con utilizzo di keyword specifiche e ricerca di pubblico target
- Post o reel informativi del prodotto Deorod (in cui si spiegano i vantaggi di utilizzo e le caratteristiche naturali, o anche l'attenzione nel packaging a basso impatto ambientale)
- Sconti o promozioni per il 1° acquisto + sconto su acquisto successivo
- Utilizzo di tool per ottimizzazione keywords (Ubersuggest o Google Trends) e per raccolta dati (Google Analytics)

# AUMENTARE LA FASE DI SOSTEGNO

- Sconti o promozioni personalizzate
- Feedback acquisto e commenti social
- Monitoraggio del traffico web
- Newsletter su aggiornamenti e promo