



# Deorod

Epicode martech project 1  
Niccoli Donato



The background of the slide is a top-down photograph of various fresh flowers, including purple, yellow, and white blooms, scattered on a light pink surface. Several white cosmetic bottles and containers are also visible, some lying horizontally and others vertically. A large white circle is positioned on the left side of the slide, containing the title. A small orange circle is located at the bottom left of this white circle. On the right side of the slide, there is a list of bullet points. A blue dashed line is drawn in the upper right corner of the slide.

## Presentazione

- Fondata nel 2006, siamo appassionati ed esperti di cosmetici etici e sostenibili. Rispettiamo il nostro pianeta, ogni creatura, grande o piccola che sia, e lavoriamo duramente per offrire prodotti vegani e sostenibili. Prendiamo questi valori molto seriamente e lottiamo in modo proattivo per questi principi in tutto ciò che facciamo.

## Prodotto

- La nostra crema deodorante senza profumi, sostanze chimiche e alcool è l'alternativa perfetta al deodorante tradizionale, risparmiando sull'inquinamento dell'acqua e sui rifiuti di plastica. Non secca la pelle ed è efficace anche nelle giornate più attive. Basta strofinare un po' di crema sotto le ascelle e sei a posto!
- La nostra crema deodorante è morbida, facile da applicare e delicata sulla pelle e contiene solo gli ingredienti necessari.
- nessun ingrediente di origine animale e cruelty free, tutti gli ingredienti sono 100% vegani!
- Prendiamo molto sul serio il packaging, in particolare l'impatto che ha sul pianeta. Pertanto ci assumiamo la responsabilità del nostro imballaggio e lavoriamo molto duramente per assicurarci di trovare il giusto equilibrio.







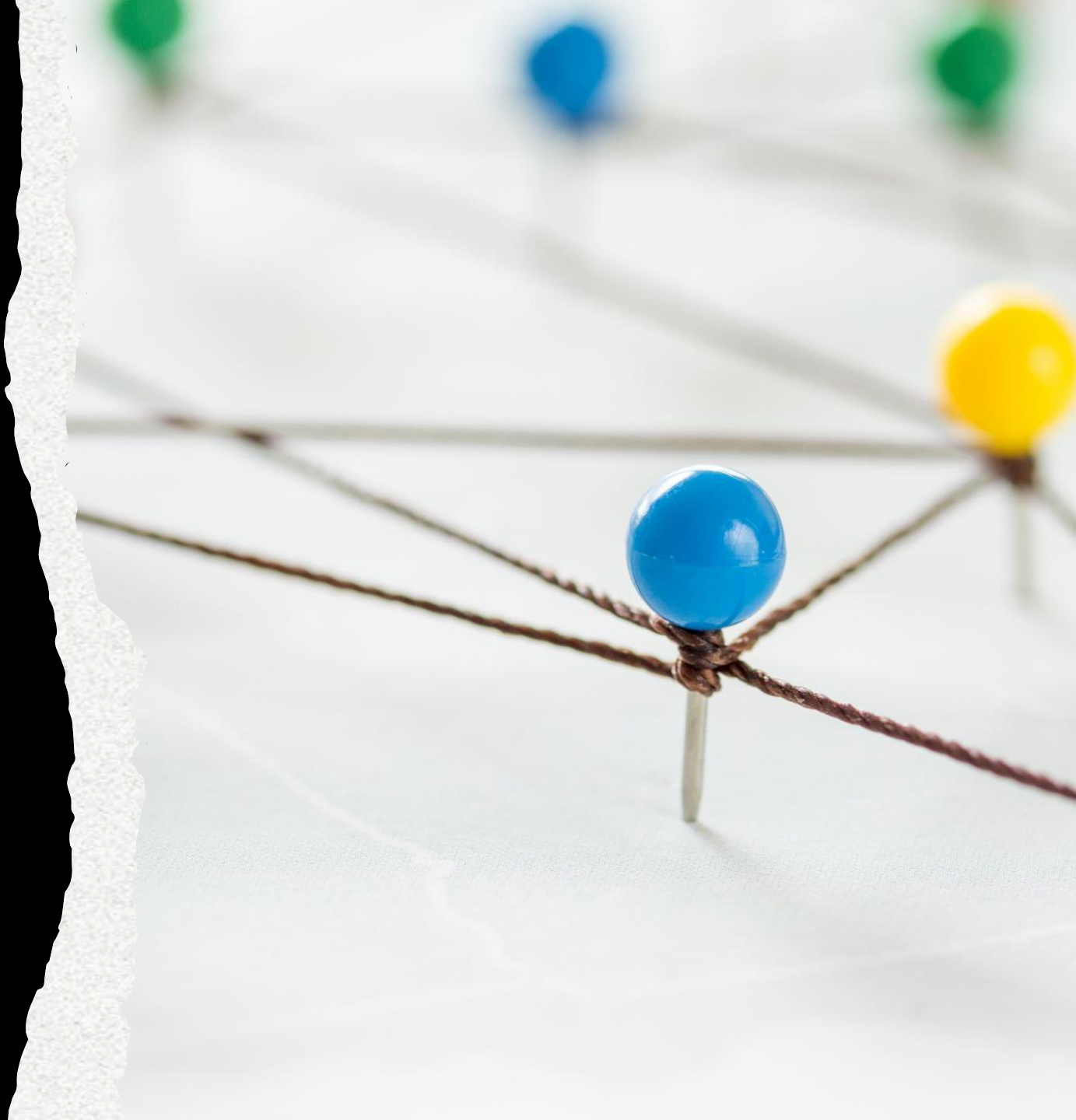
## Prezzo

- Prezzi competitivi e accessibili a chiunque
- Spedizione gratuita per acquisti superiori a € 50,00
- Sconti dedicati a nuovi clienti e personalizzati per clienti fidelity

## Distribuzione

Promozione e vendita online tramite i seguenti canali:

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- Influencer
- Newsletter
- Google Ads







## Promozione

- Valorizzazione del prodotto tramite marketing incentrato su basso impatto ambientale
- Sconti personalizzati per nuovi clienti e clienti fidelizzati
- Sottolineare vantaggi prodotto rispetto a prodotti equivalenti





# Strategia vendita

- Comunicazione lancio su tutti i maggiori canali social
- Visibilità costante del prodotto e delle promozioni
- Fidelizzazione del cliente con sconti e promo personalizzate
- Pubblicazione di contenuti atti a sensibilizzare il cliente e valorizzare il basso impatto ambientale del prodotto, i vantaggi pratici dell'utilizzo e le sue caratteristiche.
- Favorire il passaparola ed il feedback.
- Customer service.



## Domanda Latente e Domanda diretta

- Il cliente ideale: dai 14 anni in su, sportivo e/o viaggiatore (può sfruttare meglio i vantaggi della crema rispetto al deodorante classico)
- Si informa dal web e/o da riviste specializzate
- Vuole conoscere i vantaggi pratici rispetto al classico deodorante, è molto attento all'impatto ambientale
- I competitor puntano maggiormente sulla freschezza ed il profumo del proprio prodotto, oltre che sulla durata: è opportuno sottolineare la composizione naturale del prodotto e la praticità di utilizzo