W12D4 – LINK SITO: <https://85e86c-2.myshopify.com/>

NICCOLI DONATO

**1 - Generazione di consapevolezza**

Obiettivo: Attirare l'attenzione degli appassionati di skateboard e generare interesse per “**SKATEFIELD**”.

**Social Media Advertising:**

Pubblicità su Instagram e Facebook mostrando immagini e video dei prodotti.

Utilizzare hashtag pertinenti.

**Influencer Marketing:**

Collaborare con vari skateboarder per recensioni e dimostrazioni sull’utilizzo dei prodotti.

**2 - Interesse e considerazione**

Obiettivo: Coinvolgere potenziali clienti e far sì che esplorino i prodotti più approfonditamente.

**Contenuto del Blog:**

Pubblicare articoli informativi sulla scelta della tavola giusta, manutenzione e trucchi di skateboard.

Incorporare collegamenti diretti ai prodotti nel blog.

**E-mail Marketing:**

Offrire incentivi come sconti o spedizione gratuita in cambio dell'iscrizione alla newsletter.

Inviare newsletter regolari con informazioni sui nuovi arrivi, promozioni o eventi legati allo skateboarding.

**3 - Decisione e Acquisto**

Obiettivo: Convincere i clienti interessati ad acquistare i prodotti

**Pagina prodotto ottimizzata:**

Descrizioni dettagliate dei prodotti, immagini di alta qualità e recensioni dei clienti.

Chiarire le caratteristiche tecniche, le dimensioni, i materiali e i dettagli dei componenti.

**Offerte Speciali:**

Creare pacchetti speciali o offerte per l'acquisto di skateboard completi con accessori inclusi.

**Live Chat:**

Offrire assistenza in tempo reale attraverso una live chat per rispondere alle domande dei clienti.

**4 - Post-Vendita**

Obiettivo: Mantenere la soddisfazione del cliente e incoraggiare acquisti futuri.

**Programma di Fidelizzazione:**

Creare un programma fedeltà con sconti o omaggi per gli acquisti ripetuti.

E-mail di ringraziamento post-acquisto con offerte esclusive.

**Raccolta Recensioni:**

Chiedere ai clienti di lasciare recensioni sui prodotti acquistati per aumentare la fiducia degli acquirenti futuri.

**Social Media Engagement:**

Condividere foto e storie dei clienti che utilizzano i prodotti acquistati.

Coinvolgere attivamente i clienti attraverso i social media.