

## Esercitazione 2

Divina BLK

**AAARRR:** Per business digitali e startup che puntano sulla fidelizzazione

Il funnel adottato da **Divina BLK** segue il modello **AAARRR**, un framework strategico particolarmente efficace per i business digitali focalizzati sulla crescita e sulla fidelizzazione dei clienti.

Nato come brand online, **Divina BLK** ha mantenuto una solida presenza nella rivendita, combinando le strategie digitali con un approccio omnicanale. Il modello **AAARRR** (Awareness, Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral) è perfettamente in linea con la visione del brand, poiché consente di attrarre nuovi clienti, attivarli efficacemente e incentivare il passaparola.

Tra le tattiche chiave adottate dal brand troviamo:

- **Newsletter personalizzate:** comunicazioni mirate per coinvolgere i clienti con offerte esclusive e contenuti rilevanti. (Sconti su prodotti o promozioni)
- **Integrazione delle fasi post-acquisto:** particolare attenzione a **Retention, Revenue e Referral**, attraverso strategie che incentivano il riacquisto, migliorano l'esperienza cliente e stimolano la condivisione del brand.

### FASE 2: Strategia Multicanale e Omnicanale

La strategia adottata è **omnicanale**, garantendo una comunicazione immersiva attraverso i seguenti canali social:

- **Instagram:** Reel tutorial, post con promozioni e consigli giornalieri.
- **TikTok:** Video tutorial per uno stile definito e riconoscibile.
- **Facebook:** Video e post per coinvolgere la community.

Questa strategia assicura un messaggio **coerente e coinvolgente** per il cliente, creando un'esperienza di comunicazione immersiva.

Il **tono di voce** è **fresco, caloroso e vicino al pubblico giovane**, ideale per chi desidera ricci definiti e curati.

Per aumentare la **domanda diretta**, verranno utilizzate keyword mirate come *riccio, prodotti per capelli ricci, riccio definito*, ottimizzando la comunicazione e la visibilità online.

### Ottimizzazione e acquisizione clienti

1. **Migliorare il posizionamento del sito** per aumentare la visibilità organica.

## 2. **E-mail marketing e campagne sponsorizzate con influencer** per attrarre nuovi clienti.

- **E-mail marketing:** Offerte personalizzate, sconti e promozioni su misura per fidelizzare i clienti.
- **Collaborazioni con influencer:** Contenuti di qualità, come Reel accattivanti, per mostrare il prodotto in azione e aumentarne l'appeal.

### **Automazione e Personalizzazione**

L'automazione è essenziale per inviare messaggi di **email marketing personalizzati**, come sconti per il compleanno del consumatore, notifiche e comunicazioni mirate. Questi strumenti accompagnano il lead o il cliente lungo il percorso di acquisto, offrendo contenuti rilevanti e su misura.

L'implementazione di un **chatbot interattivo** migliorerà l'esperienza utente, guidando i clienti nella scelta dei prodotti. Il chatbot sarà personalizzato per suggerire soluzioni in base alla tipologia di capelli e alle esigenze specifiche del consumatore, fornendo consigli utili in tempo reale.

### **Touchpoint Digitali e Retargeting**

Per ottimizzare la conversione, verranno sfruttati diversi touchpoint digitali:

- **Carrelli abbandonati:** Email di promemoria e strategie di **remarketing** (tramite email o social) per riattivare gli utenti che non hanno completato l'acquisto.
- **Interazioni social:** Il tracciamento dei **like e delle interazioni sui post** aiuta a comprendere il comportamento degli utenti e i loro percorsi informativi, facilitando la trasformazione da visitatore a cliente.
- **Visite al sito e a Instagram:** Monitorando l'accettazione dei **cookie** e la navigazione sulle pagine web, è possibile intercettare i bisogni del consumatore e attivare email/messaggi mirati per incentivare il ritorno sui nostri canali.

L'uso di strumenti avanzati di tracciamento permetterà di ottimizzare ogni fase del funnel, migliorando l'engagement e la conversione.

Gi strumenti utilizzati saranno:

**Cookie e Pixel di Tracciamento** – Strumenti (es. Facebook Pixel, Google Tag Manager) che monitorano le azioni degli utenti su siti web e annunci.

**Email Tracking** – Sistemi che monitorano l'apertura, il clic e l'engagement nelle campagne di email marketing.

**Google Analytics & GA4** – Strumento per analizzare il traffico web, conversioni e comportamento degli utenti.