

Esercitazione 3

Divina BLK

Costruzione del funnel di marketing

Awareness (Far conoscere il brand)

Per aumentare la visibilità di Divina BLK, utilizzeremo una strategia multicanale basata su

- **Video tutorial:** Creazione di contenuti su come utilizzare i nostri prodotti
- **Influencer Marketing:** Collaborazioni con influencer specializzate nella cura dei capelli ricci, aumentando la visibilità del prodotto.
- **Annunci Youtube:** Video pubblicitari prima, durante e dopo i contenuti
- **Post coinvolgenti sui social:** Carrellata di post con la spiegazione del valore dei nostri prodotti.

Un Esempio di campagna awareness: Un set di reel affidanti a un'influencer che mostra, passo dopo passo, il processo di cura dei ricci utilizzando i prodotti Divina e mostrando la corretta applicazione del prodotto. Il brand verrà rappresentato da influencer che rispecchino i valori del brand, quali l'utilizzo di ingredienti naturali, privi di solfati, parabeni e oli minerali, per garantire la salute e la bellezza dei capelli ricci. Il brand, quindi si concentrerà su influencer che rispecchino tali caratteristiche. Oltre a collaborare con influencer affermati, il brand coinvolgerà anche piccoli content creator emergenti appassionati di haircare, che, attraverso post, reel e TikTok, supportano la loro community nel recupero e nella definizione dei ricci. I prodotti Divina saranno quindi presentati come alleati essenziali per la rigenerazione e la cura del capello, enfatizzando il loro ruolo nel ripristinare la naturale vitalità dei ricci.

Interest (Generare interesse)

- **Video tutorial con influencer:** che mostrano gli step per definire i ricci
- **E-mail Marketing:** Invio di contenuti mirati per approfondire il valore del brand, sconti applicabile sul primo acquisto e promo personalizzate
- **Retargeting ads:** re-intercettare le persone che hanno avuto un contatto con noi, riproponendo sconti a tempo su nostri prodotti

Proposta di strategia di contenuti:

- **Blog&Video:** Guide dettagliate sulla cura dei capelli ricci
- **User-generated content:** Incentivare i consumatori a condividere le proprie esperienze risultati attraverso un **#divinablkcurailtuoriccio** di condivisione reel

Consideration (stimolare l'intenzione di acquisto)

- **Testimonianze e recensioni:** Testimonianza di influencer e clienti che provano il prodotto, mostrando la qualità e i risultati ottenuti grazie all'utilizzo dei prodotti Divina Blk.
- **Dimostrare che il prodotto aiuta le clienti** a migliorare la qualità del capello, ottenendo capelli più sani che non si spezzano

Idee per eliminare i dubbi degli utenti: Reel in cui l'influencer prova dei prodotti in azione, attraverso reel in cui l'influencer testa il gel proteico Divina BLK, mostrando ricci definiti a fine asciugatura.

Action (Finalizzazione dell'acquisto)

Per semplificare il processo di acquisto e aumentare le conversioni, implementeremo:

- Call to action chiari e ben visibili
 - *"Clicca qui"* → Accedi alla promo "girl power" con countdown della scadenza
 - *"Approfittane ora"* → Link diretto per accedere alla promo
 - *"Procedi all'acquisto"* → Checkout semplificato per velocizzare l'acquisto
- Semplificazione del checkout con la possibilità di pagare con PayPal, Apple Pay e Google Pay

Strategia di conversione: Sconti a tempo limitato: countdown a termine oppure promo valide fino a tot giorno.

Loyalty (Fidelizzazione dei clienti)

Per trasformare gli acquirenti in clienti fedeli utilizzeremo:

- **Programmi fedeltà:** sconti Vip per i clienti che effettuano più acquisti
- **E-mail post-acquisto:** Suggerimenti per migliorare la cura dei nostri ricci

Proposta: Inviare un'e-mail post-acquisto con un codice sconto VIP per il prossimo acquisto e consigli sulla cura dei ricci come "CAPELLI RICCI stressati e spenti dall'inverno. Scopri la ROUTINE IDRATANTE e DETOX"

Advocacy (trasformare i clienti in ambasciatori del nostro brand)

Far sentire i clienti speciali e unici, proponendo:

- **Referral program:** sconti speciali e promo *“inviata un amico”*
- **User Generated content:** condivisione sui social di recensioni e foto delle clienti

Esempio di strategia Advocacy:

- Creazione dell’hashtag **#DivinaBLKExperience** per raccogliere e condividere i contenuti delle clienti.