
DEOROD

Domanda Latente e Diretta, Copy, Titolo e Snippet

Contents

1 Il caso: Deodorant

2 Buyer Persona 1 & 2

3 Competitors: Nivea

4 Post 1,2,3

5 Google Ad

Il caso: Deorod

Deorod tratta prodotti per il benessere del corpo e sta per lanciare il suo nuovissimo prodotto che consiste in una crema deodorante senza profumi, sostanze chimiche ed alcool.

Per andare ad effettuare un lancio del nuovo prodotto efficace andremo a creare una strategia di contenuti che tocchi sia la domanda latente che la domanda diretta dell'utente.

Per questo prima andremo a creare una buyer persona che rappresenti il nostro cliente tipo, capiremo come agisce e come ragiona, infine studieremo i nostri competitors.

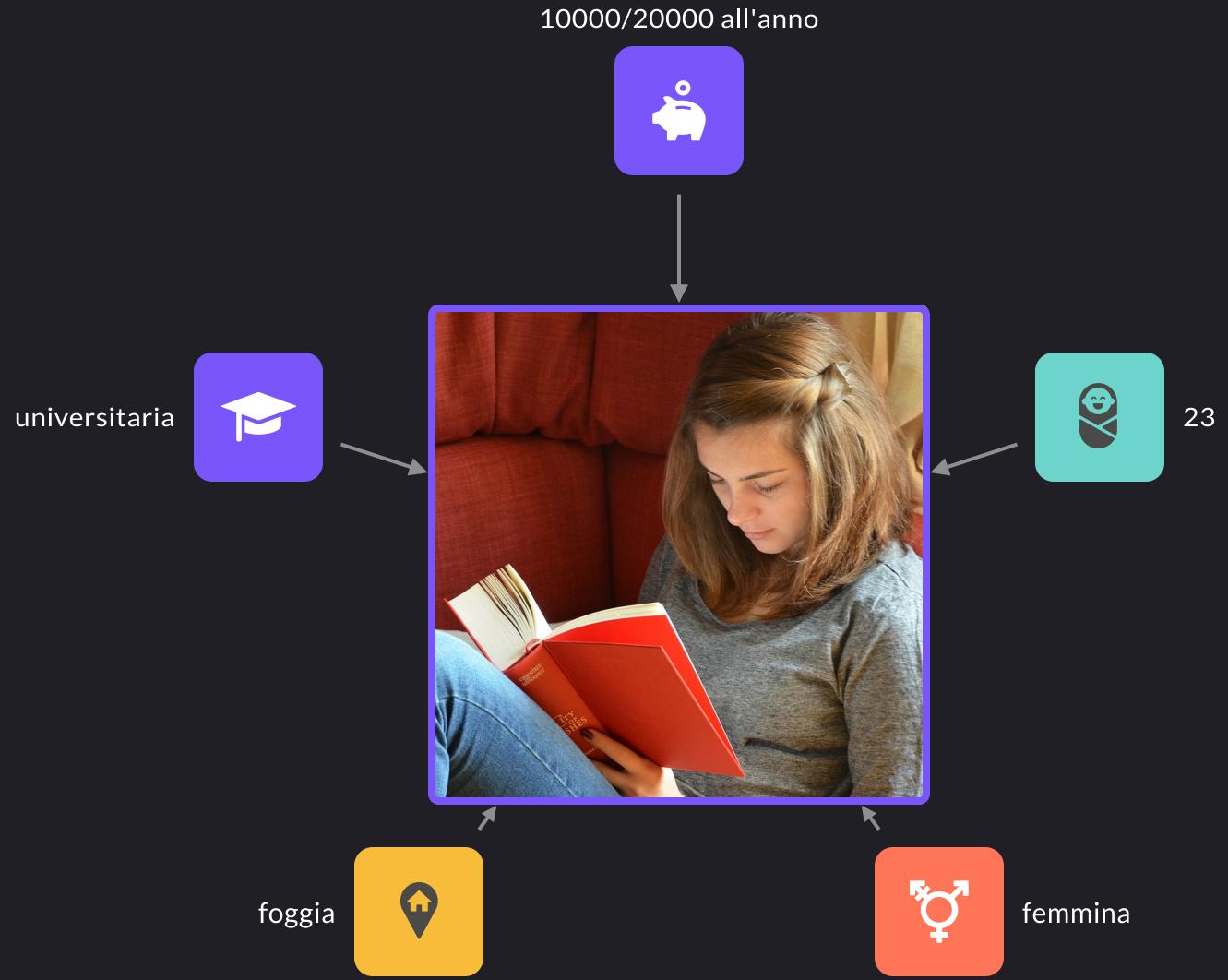


Target audience

Persona #1

Chiara studia economia presso l'università di Foggia, ha 23 anni, non ha un grande budget a disposizione dato che lo studio gli occupa molto tempo e lavora part time in un negozio di vestiti.

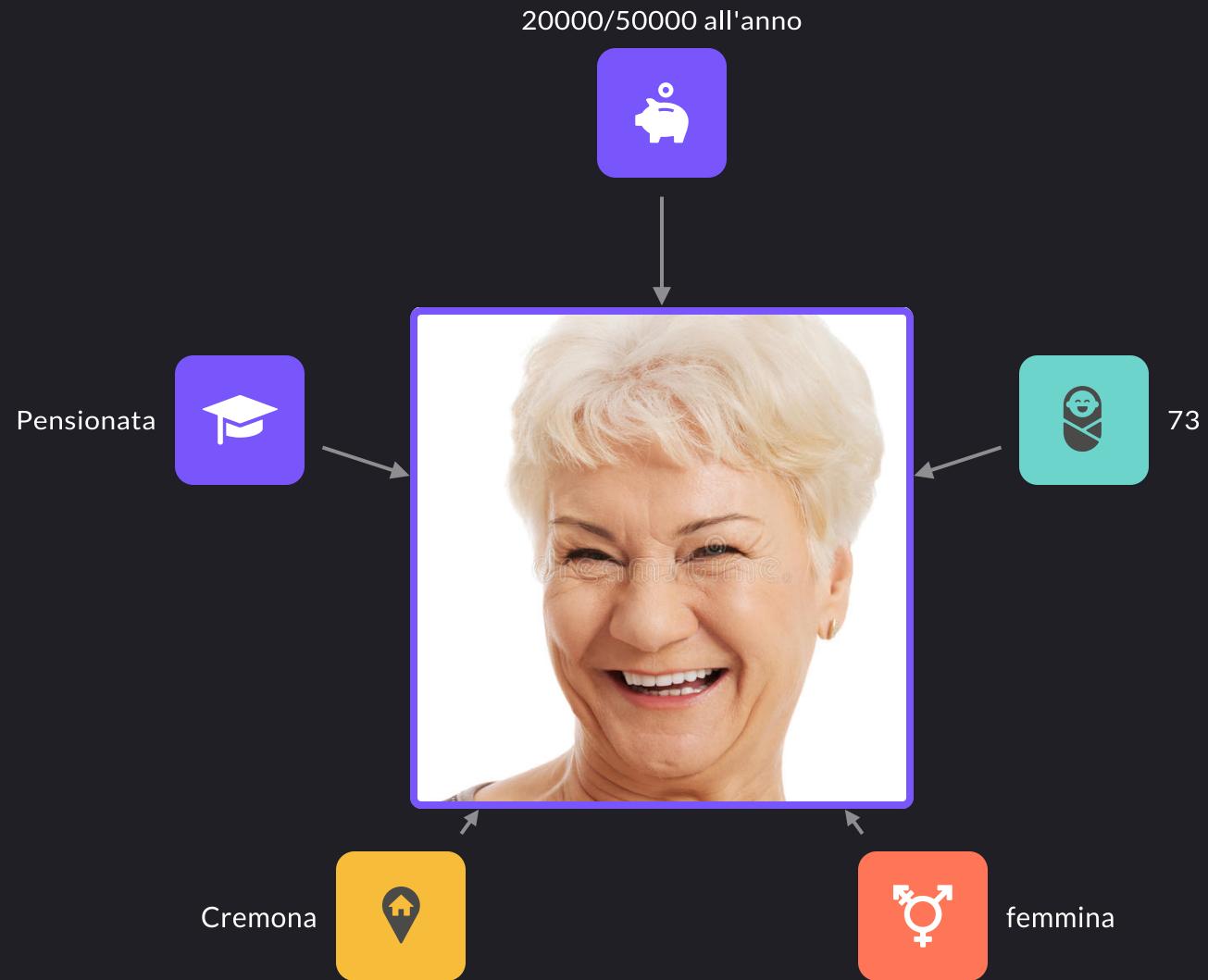
Chiara tiene molto all'ambiente e alla visione "green" del mondo. Per questo per il suo benessere personale si affida solo a creme e profumi naturali che non hanno prodotti chimici al loro interno.



Target audience

Persona #2

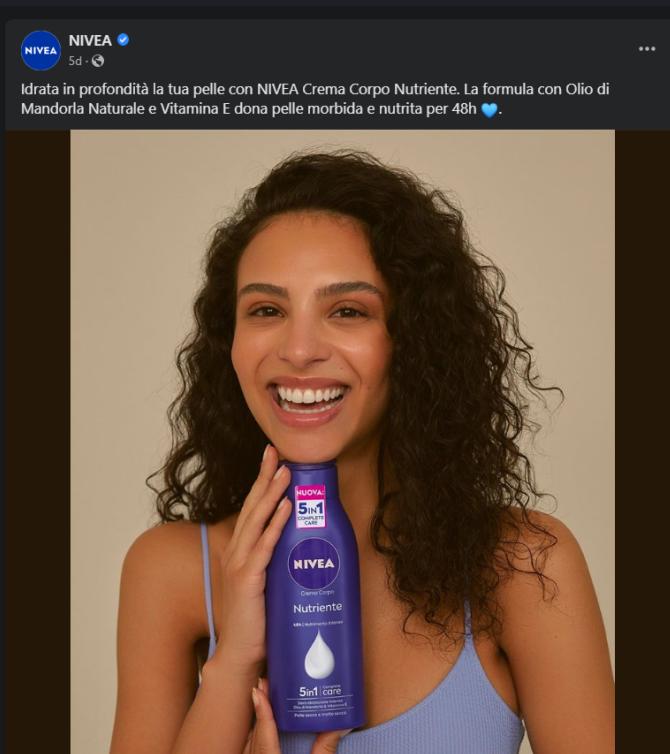
Marianna ha 73 anni ed abita a Cremona. Attualmente è in pensione dopo aver lavorato per anni in banca. Per la sua cura della persona deve stare sempre estremamente attenta, dato che non può utilizzare creme o profumi che contengono Alcool o contenuti chimici perché la sua pelle anziana è molto sensibile e rischia che così la sua pelle si rovini.



COMPETITORS: NIVEA

Uno dei maggiori competitors di Deorod è Nivea, una delle big italiane per ciò che riguarda la cura del corpo. Studiando a fondo i loro social possiamo notare come sfruttino il fatto di riuscire a risolvere un problema(come occhiaie, pelle secca etc) in buona parte dei loro post, affianco al quale vengono date svariate informazioni sull'utilizzo e l'efficacia dei loro prodotti.

Investono molto dal punto di vista social dato che hanno molte inserzioni attive che presentano sconti e definiscono le capacità dei prodotti che offrono, preferiscono utilizzare foto piuttosto che video(dato che vengono usati circa 1 ogni 5 post) per comunicare con il loro pubblico.



POST 1



- **Elencare i pregi**
Per attirare al meglio l'attenzione del nostro target utilizzeremo una foto molto semplice e pulita che rappresenta la semplicità del brand e nella bio andremo ad elencare i pregi del prodotto

POST 2



- **Differenziare il prodotto**

Utilizzeremo una foto che attiri l'attenzione del utente rappresentando una donna con evidenti problemi alle ascelle, dopo nella bio spiegheremo che cos'è che differenzia il nostro prodotto dagli altri e faremo si che si crei un senso di diffidenza nell'utente nei confronti dei prodotti tradizionali diversi dal nostro.

POST 3



● Offerta

Per attirare l'utente creeremo un post pubblicitario che crea urgency nell'utente grazie alla promo all'interno di esso a scadenza.

Sfrutteremo il fatto che sia un nuovo prodotto per creare un senso di sorpresa nell'utente e fare uno promo al lancio.

GOOGLE AD

Title & Snippet

Ad · mediamodifier.com

Deorod | Il benessere del tuo corpo

Nasce la nuova linea di creme deodoranti naturali per il tuo corpo. Creato da essenze naturali senza l'utilizzo di agenti chimici o alcool.

Ad · mediamodifier.com

Deorod | Quale deodorante scegliere?

Affidati a un deodorante naturale ed evita arrossamenti e il rischio di trattenere tossine all'interno del tuo corpo. Un deodorante green per la cura del tuo corpo.

Ad · mediamodifier.com

Deorod | Deodorante Naturale Senza Alluminio

Prenditi cura del tuo corpo grazie alla nuova linea deorod, creme deodoranti naturali senza alluminio o agenti chimici.

Per la crezione delle ads di Google abbiamo sfruttato "Answer The Public" che ci permette di vedere le domande solite che fa l'utente cercando creme deodoranti e cose relative a essi, infatti nella seconda e nella terza ad abbiamo usato proprio queste in modo da sfruttare la domanda diretta dell'utente. Nello Snippet abbiamo preso uno parte di ciò che è scritto sul sito di riferimento per interessare il pubblico e invogliarlo a cliccare sul link.



FRANCESCO PELLIS

Grazie mille per l'attenzione.