



manta⁵



L'AZIENDA: MANTA5

L'innovativa Manta 5 è un' azienda specializzata in vendita di bici d'acqua elettriche.

Il brand vende già in tutto il mondo, i paesi in cui ha maggiore fama sono Stati Uniti, Messico e Turchia.

Da poco il business ha deciso di entrare nel mercato italiano e per questo andremo a studiare una strategia per far sì che possa ottenere un buon risultato in questo.

Manta 5 è posizionata bene sui social, infatti ogni piattaforma è ben coperta con contenuti interessanti che mostrano la bellezza del prodotto e invogliano l'utente a vivere una vera e propria avventura grazie all'utilizzo della bici d'acqua, il brand posta pure video su youtube che mostrano delle esperienze con SL3.

Il prodotto è ottimo, presenta un design innovativo, il modello SL3 è quello venduto attualmente e a breve verrà aggiunto un nuovo modello chiamato Hydrofoiler XE-1.

Le bici possono essere acquistate tramite dei rivenditori autorizzati posti in varie parti del mondo che possono essere visionati e contattati direttamente dal sito dell'azienda.



ANALISI DI MERCATO

In Italia il mercato sportivo è sempre più in voga: ben 35 milioni di italiani seguono con interesse uno o più sport, e 15,5 milioni praticano regolarmente uno sport. Di conseguenza, le opportunità di business legate a questo settore sono in continua crescita.

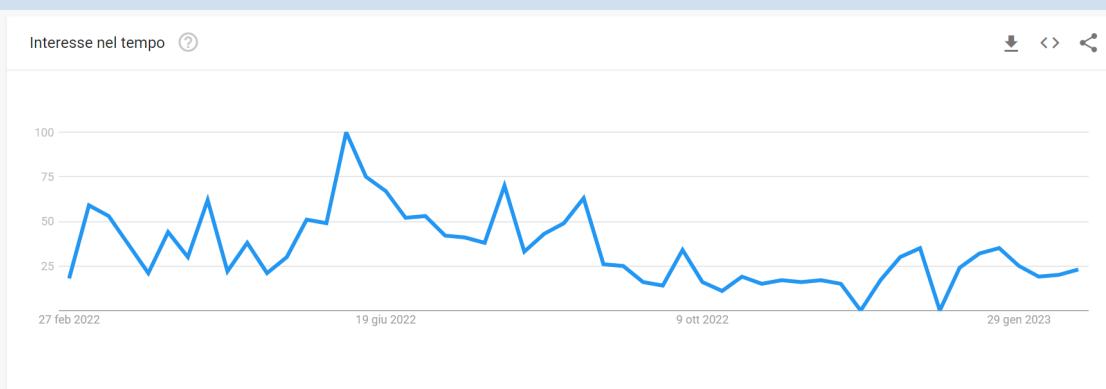
In ultimi anni, in relazione agli sport acquatici, abbiamo assistito ad un trend in crescita, dovuto al maggiore interesse che la popolazione mostra verso di essi. Infatti la pratica di attività acquatiche sta diventando sempre più diffusa e popolare, dando luogo ad un vero e proprio aumento della loro pratica.

Nonostante ciò l'interesse per questo settore è ancora basso in confronto

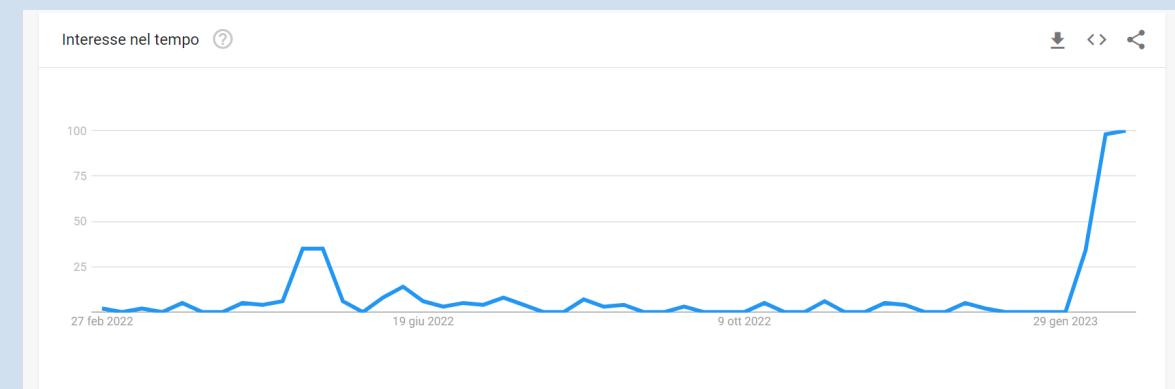
I prodotti di cui stiamo parlando sono ovviamente più ricercati in estate, in quanto possono essere utilizzati in molti modi diversi durante questo periodo dell'anno.

Essi saranno più facilmente vendibili in zone di mare o comunque in zone che hanno la presenza di laghi per il loro utilizzo.

Waterbike



Sport Acquatici



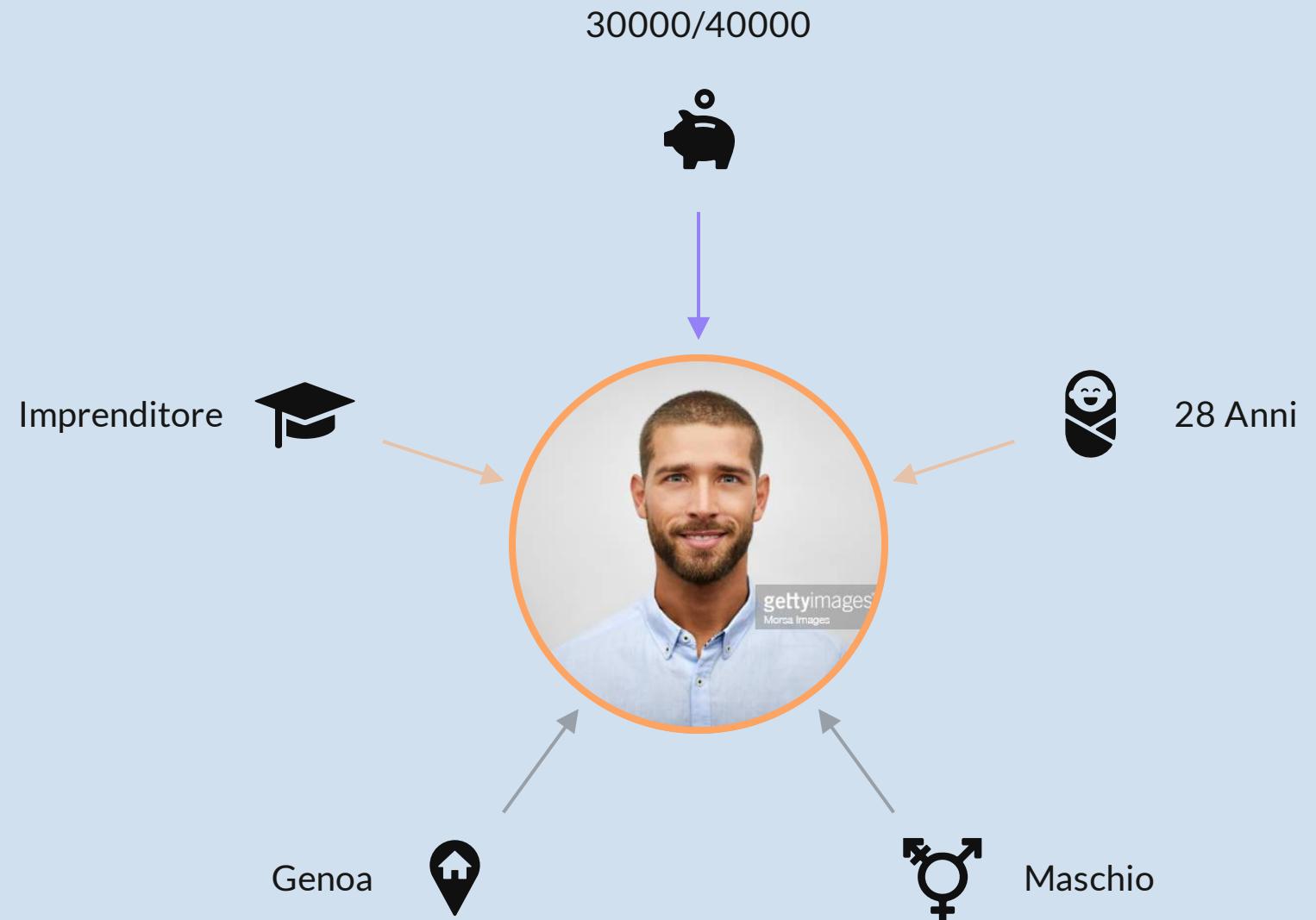
Target audience

Persona #1

Marco ha 24 anni, abita a Genoa, ed è un giovane imprenditore, infatti da non molto ha aperto una startup che sta andando bene.

Marco adora viaggiare, infatti assieme al suo gruppo di amici fa spesso viaggi, le sue mete preferite sono località di mare, dato che gli ricordano la sua terra natale. I suoi interessi principali sono la tecnologia e gli sport acquatici, infatti Marco ha provato diversi di questi come Surf, Kitesurf etc..

E' sempre alla ricerca di nuove emozioni e nuove attività da fare nel suo tempo libero.



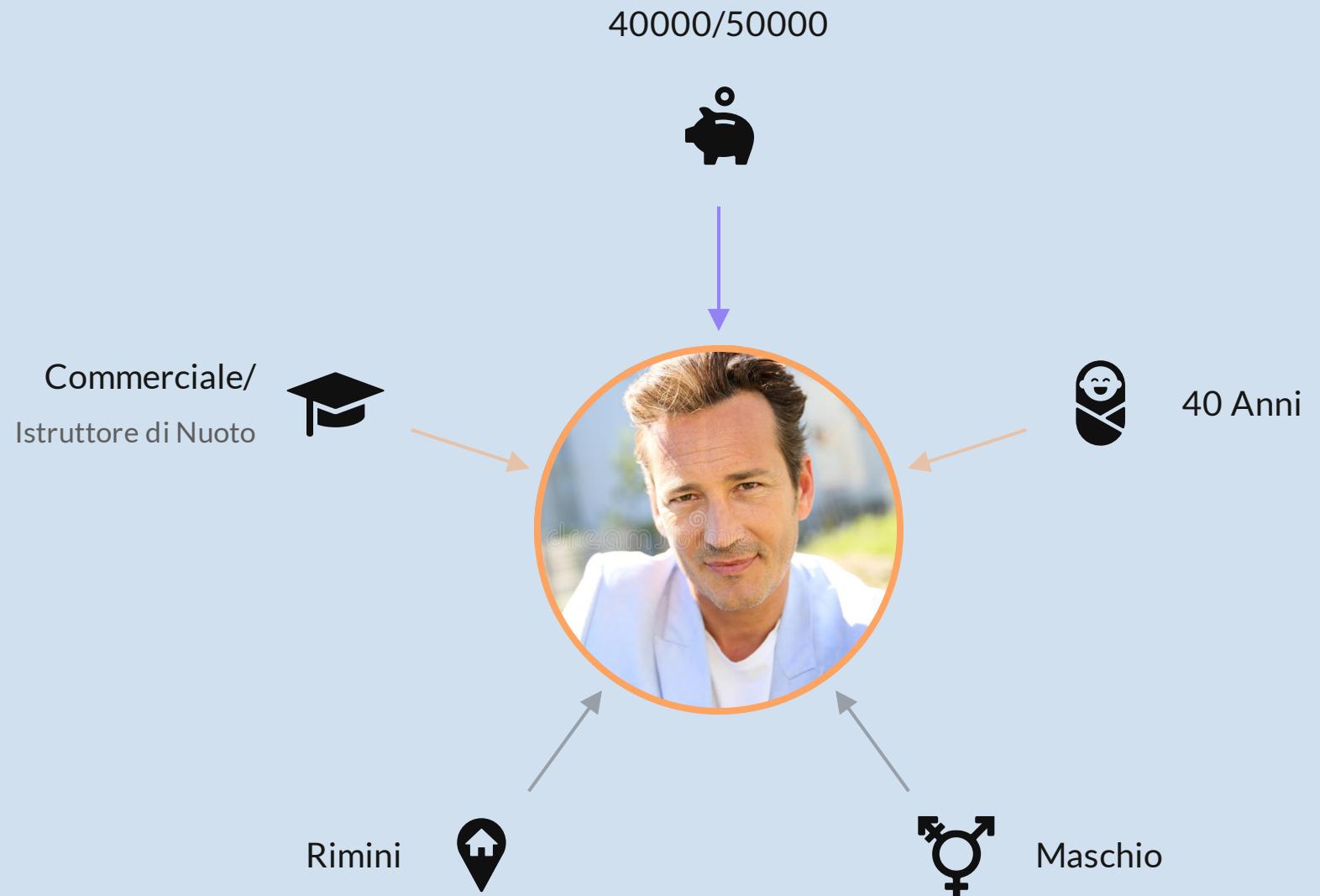
Target audience

Persona #2

Carlo a 40 anni e abita a Rimini. Lavora come commerciale per una banca della sua zona, però nel tempo libero fa l'istruttore di nuoto per una scuola vicino casa sua.

Carlo è un amante dell'acqua infatti possiede una barca e spesso noleggia anche dei motoscafi per passare il tempo in famiglia.

Infatti è sposato con due figli ai quali sta provando a passare la passione per il mare, anche se per ora non gli sta riuscendo troppo e le bici d'acqua potrebbero essere la soluzione ai suoi problemi.



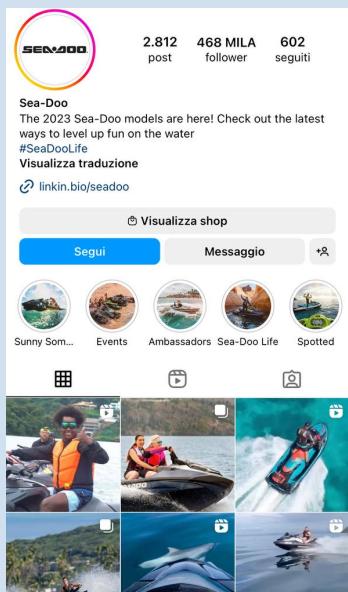
COMPETITORS



SeaDoo rappresenta uno dei competitors più importanti di Manta5, il brand è specializzato nella vendita di diversi modelli di motoscafi, i quali sono pure personalizzabili in base alle preferenze del cliente e vende in tutto il mondo, compresa l'Italia (nonostante questo non sia uno dei paesi in cui ha più successo). Il sito dell'azienda è ottimo, mostra i diversi modelli di moto d'acqua acquistabili, mostra esperienze vivibili grazie a esse e contiene un collegamento a tutti i social di SeaDoo.

Sta facendo un ottimo lavoro omnicanale, infatti il traffico sul suo sito è portato da diverse fonti, spiccano ricerca organica e Direct. La pagina Instagram è ottima, il brand è anche verificato e ha un buon seguito. Attualmente stanno svolgendo svariate campagne su facebook con ad specifiche a seconda del paese scelto come target.

La cosa in cui sta riuscendo meglio il brand è vendere un'emozione, un'avventura, oltre alla moto d'acqua in se.



A screenshot of a Facebook ad from Sea-Doo. The ad is labeled "Sponsored" and has the status "Active". It was started running on February 1, 2023, and is targeting the United States. The ad copy reads: "Don't want to miss your shot at a 2022 Sea-Doo? It's your lucky day; get very low financing options on a 2022 Sea-Doo now!". The ad includes a photo of a person riding a Sea-Doo jet ski on the water. A callout text overlay says "At very low interest rates!".

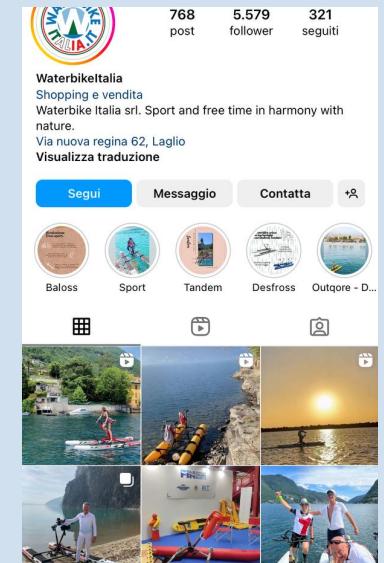
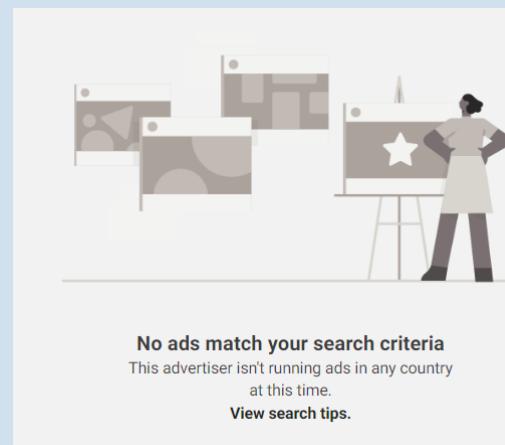
COMPETITORS



WaterBikitalia è un brand totalmente italiano specializzato nella vendita di bici d'acqua di diversi modelli in Italia.

L'azienda oltre alla vendita offre anche il noleggio che permette a chi ha minor disponibilità economica di poter utilizzare comunque il prodotto. Il sito è ben dettagliato anche se confrontandolo a quello di Manta5 peccà un po' dal punto di vista del design e dalle possibilità offerte. La pagina instagram ha un buon seguito per essere un qualcosa di nicchia, i post sono di alta qualità e interessano l'utente al brand. Attualmente non stanno facendo alcun tipo di campagna pubblicitaria su facebook.

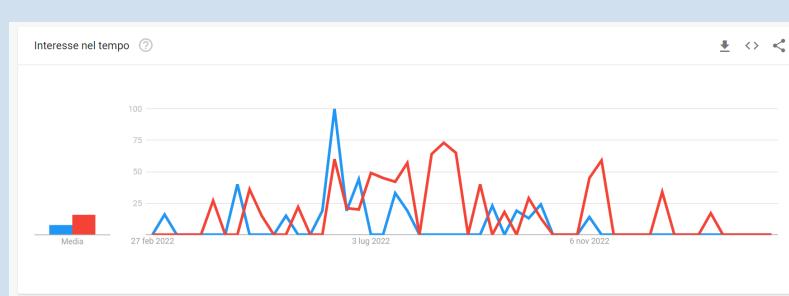
Il punto di forte di questa azienda è il Made in Italy, dato che è un prodotto creato in Italia per l'Italia.



Principali Prodotti Venduti

I prodotti più venduti in questo settore sono le moto d'acqua e le bici d'acqua. Analizzando questi prodotti possiamo notare come quelli che vanno per la maggiore siano le moto ad acqua, però vedendo i costi di noleggio e vendita, le bici d'acqua sono più economiche, il che attira sicuramente più utenti. Inoltre il pubblico ai cui mirano è leggermente diverso, dato che utilizzando un modello, ad esempio, di Manta5 si va a fare maggiore sforzo fisico quindi il targhet di esse sarà più mirato verso chi vuole fare uno sport acquatico completo.

Analizzando i trend dei due prodotti su Google possiamo notare come ovviamente sono prodotti che vengono cercati maggiormente in estate, tra i due però quello più ricercato sono le moto d'acqua essendo un prodotto conosciuto da più persone.



Moto d'acqua

Bici acquatica

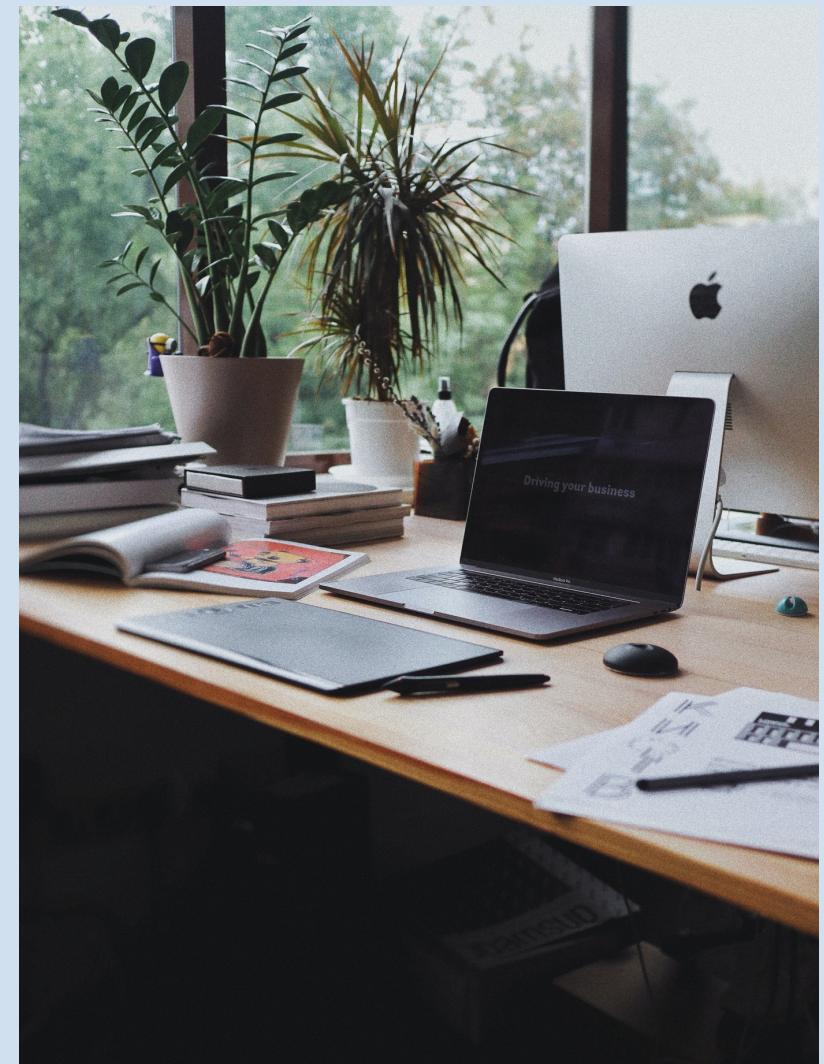


LA PROMOZIONE

Per promuovere Manta5 in Italia, utilizzeremo sia Facebook Ads che Google Ads. Per quanto riguarda Facebook Ads, eseguiremo test diversi su campagne con interessi e fasce d'età specifiche, focalizzandoci sulle fasce d'età "18-24", "25-34" e "35-44", mirando su interessi connessi a sport acquatici e attività all'aria aperta. Inoltre, punteremo su una cold audience prima di avviare il retargeting per tutte le persone che sono state interessate.

Con Google Ads, saremo in grado di raggiungere i clienti direttamente interessati all'acquisto o al noleggio di queste bici da acqua intercettando le loro ricerche dirette.

Dato che Manta5 rappresenta un prodotto relativamente nuovo in Italia, l'azienda potrebbe fare affidamento su club e gruppi specializzati nello sport aquatics delle zone italiane costiere come Rimini, Lignano Sabbiadoro, Genova ecc., fornendo modelli di prova a loro uso e in questo modo creare attenzione verso la Manta5 e il suo marchio che così verrà visto più in giro.



La Promozione: Le Campagne

Per ottenere nuovi clienti



Google Ads

Per quanto riguarda le campagne su Google andremo a sfruttare delle keyword tipiche sia per la ricerca di viaggi verso mete costiere italiane, in modo da trovare un pubblico che potrebbe essere interessato. Inoltre sfrutteremo la ricerca diretta di chi vuole acquistare o noleggiare bici d'acqua o moto d'acqua.



Facebook Ads

Per quel che riguarda le campagne Fb, le svolgeremo sia su Facebook che Instagram, in modalità di post e storia.

Creeremo diverse ad di test dove segmenteremo il pubblico in "Maschio" "Femmina" (sappiamo che il 60% dei clienti sono maschi).

Come interessi targhetizzeremo sport acquatici, bicicletta, surf, nuoto e escursioni marine in modo da prendere un parte di pubblico possibilmente interessata al nostro prodotto, testeremo questi interessi singolarmente e terremo quelli che hanno performato meglio.

Partiremo da un pubblico molto più broad con una campagna per Awareness per poi andare a restringerlo facendo una successiva campagna di retargeting verso chi ha fatto click sul link.

Collegamento 4P

- Product

- Place

- Price

- Promotion

Per Creare un Marketing Mix efficace è necessario andare a creare una strategia coerente con l'azienda.

Per questo prima di andare a modificare il lato social del business e ad attivare le ad è bene sfruttare gli attuali clienti per poter ottenere delle informazioni utili da sfruttare successivamente.

Per questo andremo ad avviare una campagna via mail, in cui invieremo a tutti gli indirizzi collezionati dall'azienda fino ad ora, un sondaggio in cui chiederemo una recensione su

-Come si sono trovati con i nostri prodotti

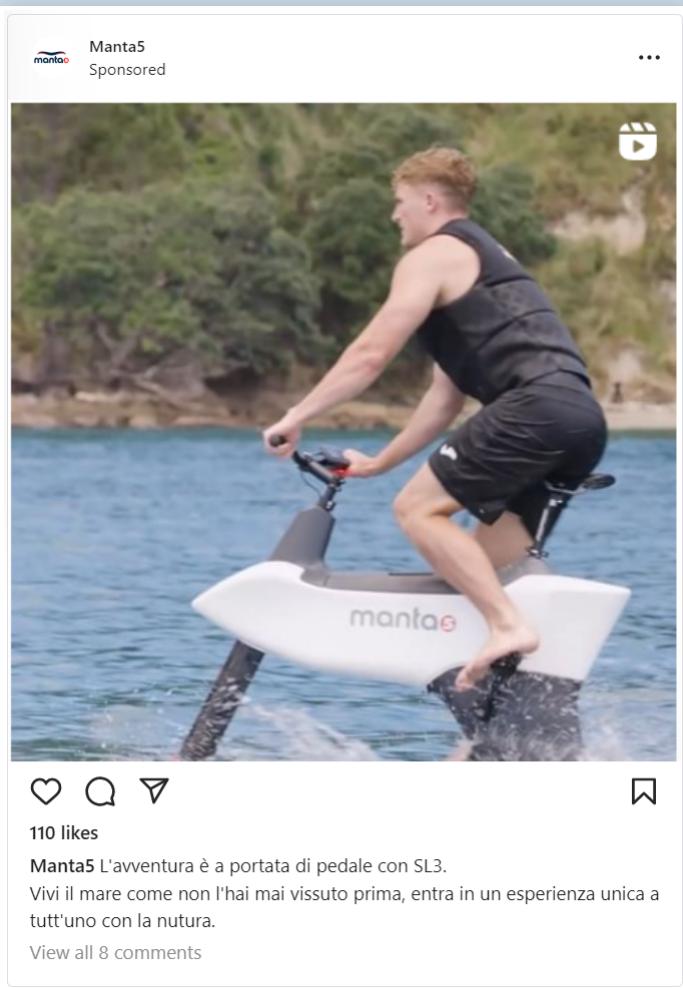
-Cosa gli è piaciuto

-Cosa non gli è piaciuto

-Come ci hanno conosciuto

Infine andremo a creare un gruppo per tutti gli amanti dell'avventura con Manta5 dove potranno incontrarsi amanti degli sport acquatici per darsi consigli e condividere esperienze.

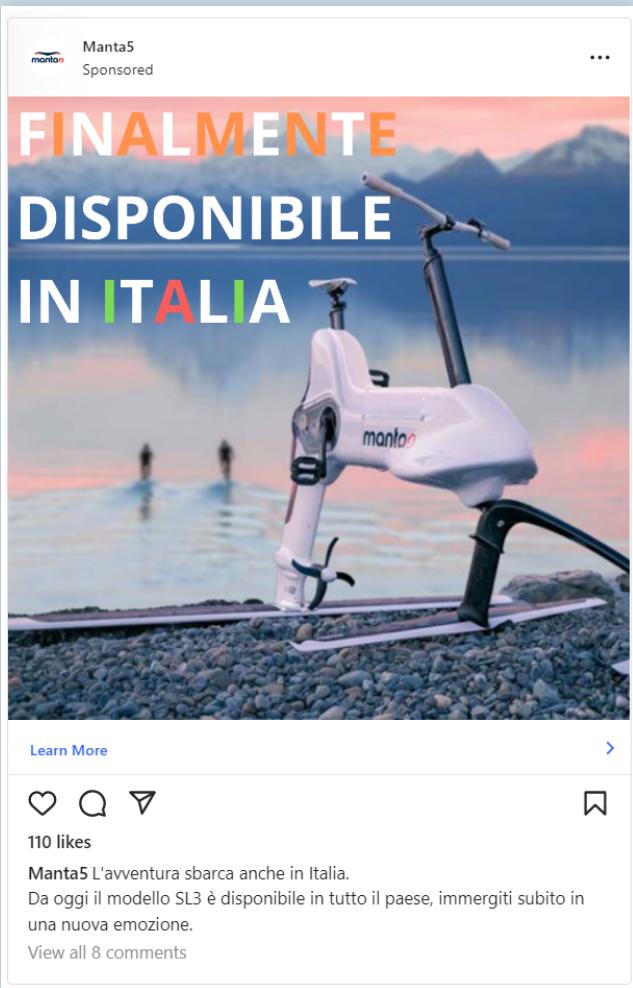
POST 1



- **Far Immergere il Cliente**

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 2



- **Informare la clientela**

Il brand è appena arrivato anche in Italia ed è giusto farlo sapere agli utenti, che vedendo che l'azienda è internazionale possono cominciare già a guardarla con degli altri occhi, questa ad è specificatamente per l'awerness.

Il copy vuole sempre offrire quell'avventura che viene assieme all'acquisto di SL3.

POST 3



● Attirare l'occhio

Il post qui realizzato volge ad attirare l'attenzione dell'utente prima sull'immagine "scherzosa" del ragazzo in una bici normale in acqua che ovviamente sarebbe impossibile, per poi portarla nell'impossibile diventato possibile grazie al nostro brand.

GOOGLE AD

Title e Snippet

Ad · mediamodifier.com

Manta5| Pedala sull'Acqua!

Bici d'acqua all'avanguardia, pedala come non hai mai fatto prima, esplora il mondo da un'altra prospettiva.

Ad · mediamodifier.com

Manta5| Quale Waterbike Scegliere?

Waterbike SL3, il nuovo modello made in Manta5, offre diverse colorazioni, lunga durata della batteria e molto altro, finalmente anche in Italia.

Ad · mediamodifier.com

Manta5| Il Futuro a Portata di Pedale

Le innovative SL3, bici acquisite elettroniche con un marcia in più!

Ad · mediamodifier.com

Manta5| Acquista o Noleggia WaterBike

Acquista o Noleggio subito la tua Waterbike marcata Manta5 e parti all'avventura

Per la creazione dei copy per Google Ad abbiamo sfruttato "Answer the Public" che ci ha mostrato quali sono le domande solite che si pone l'utente in merito all'argomento Waterbike. Abbiamo usato giochi di parole per attirare l'attenzione all'occhio dell'utente e abbiamo creato anche un copy per rispondere direttamente alla domanda diretta dell'utente che vuole acquistare o noleggiare una bici d'acqua.

ATTRATTIVITA' E CURIOSITA'

Attrattività



Per migliorare l'attrattività di Manta 5, come detto in precedenza offriremo dei modelli di prova a gruppi e club di sport acquatici, inoltre recluteremo degli addetti alla realizzazione di vere e proprie escursioni in mare da mostrare in diretta su Instagram.

Curiosità



Per aumentare la curiosità nei confronti del brand andremo a fare un content marketing più specifico in cui vengono mostrate tutte le diverse funzionalità che la bici d'acqua ha e aggiungeremo delle video recensioni di chi ha già acquistato il prodotto in cui parla di come si trova con esso.

IMPEGNO E AFFINITÀ

Impegno



Per aumentare l'impegno nei confronti di Manta5 andremo a migliorare i suoi diversi canali di traffico, più specificatamente cominceremo a fare delle live settimanali su Instagram e Tik Tok, sul sito invece andremo ad aggiungere una live chat dove chiunque abbia dubbi o abbia bisogno di consigli possa trovare risposta tramite il bot o l'operatore.

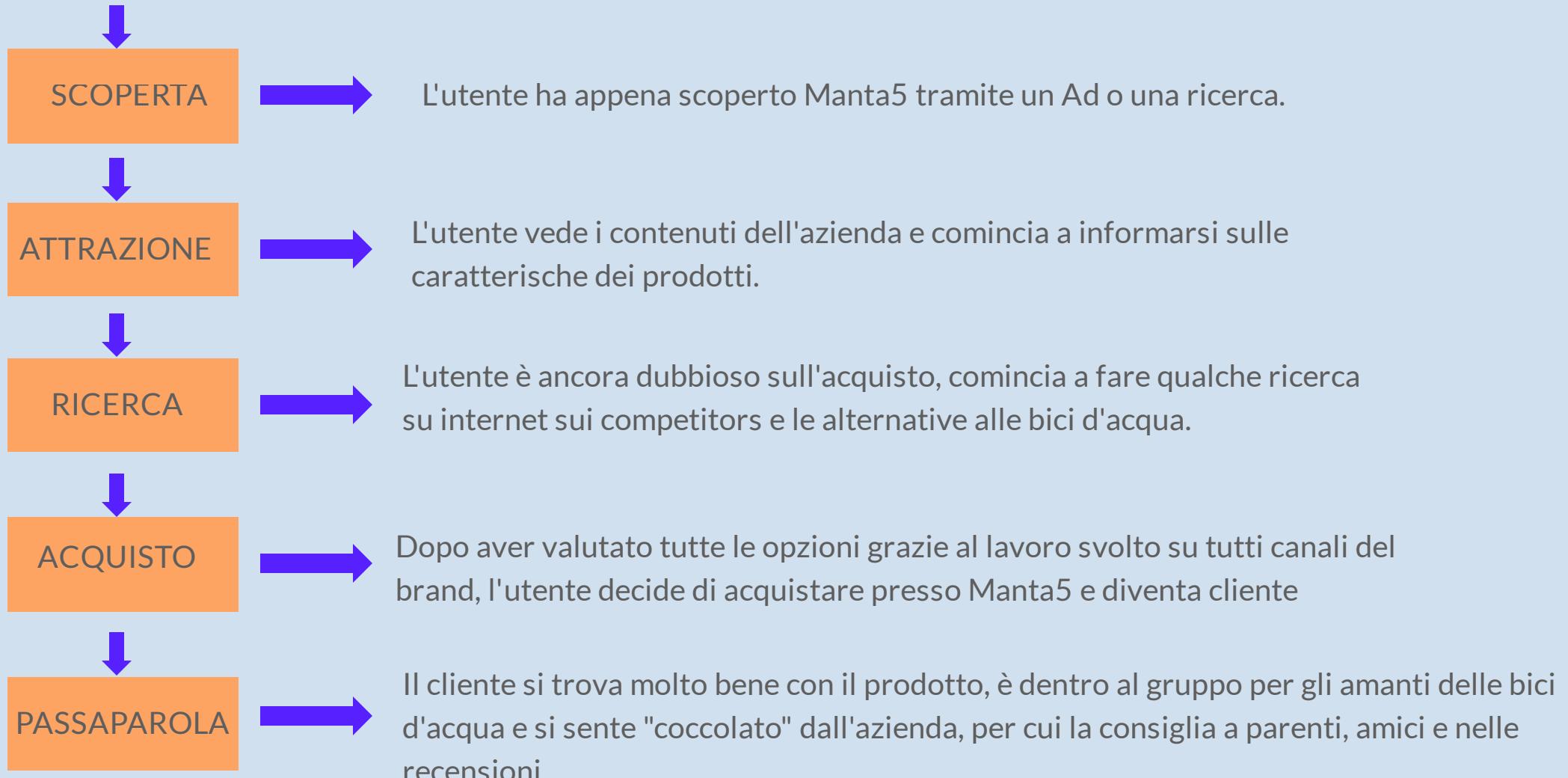
Affinità



Per migliorare l'affinità dei nostri clienti andremo a migliorare la qualità della newsletter portando contenuti più informativi per ciò che riguarda l'uso di SL3 e aggiungeremo delle mete consigliate dove poter usare la bici d'acqua.

Aggiungeremo degli eventi per i possessori di bici Manta5 e invieremo via mail un questionario sull'azienda a chi ha acquistato.

IL FUNNEL



FRANCESCO PELLIS

Grazie mille per l'attenzione.