



DEOROD

Il profumo di te

Crema deodorante senza profumi
sostanze chimiche ed alcool



L'ORGANIZZAZIONE

LA STORIA

Start-up innovativa che nasce dalla collaborazione tra 2 sorelle: Rossella ricercatrice in ambito biomedicale e Debora campionessa di ginnastica ritmica che oggi gestisce la propria palestra.

D



4

L'AZIENDA

L'azienda ha un laboratorio immerso nella natura, collabora con le aziende agricole locali che decidono di coltivare con metodi biologici le piante e le erbe necessarie per la produzione di una serie di prodotti beauty. Si tratta di una piccola azienda che mira ad espandersi in Italia e all'estero grazie ai finanziamenti ottenuti per la componente innovativa del proprio business.

MISSION

L'azienda ha l'obiettivo creare una linea di prodotti legati all'igiene e alla cura del corpo che siano efficaci, rispettosi dell'ambiente e della cute dei propri clienti.

PRODOTTO



SOSTENIBILE

Il prodotto naturale secondo processi di lavorazione a basso impatto ambientale, inoltre le materie prime arrivano da agricoltura biologica locale.



ALTA QUALITÀ

La crema è composta da materie prime di prima qualità, il prodotto è dermatologicamente testato ma non ipoallergenico.



LA STORIA

- Imprenditoria femminile (self made women)
- Economia circolare e partner locali (agricolura BIO)
- Made in Italy



EFFICACE

La crema è frutto di una formula innovativa creata da Rossella e testata da Debora durante la sua attività agonistica.



VEGAN

La crema non utilizza sostanze chimiche e di origine animale, può essere considerata a tutti gli effetti vegan.

"a natural, sustainable connotation, had a strong impact on the cosmetics market in Italy, accounting for 25% of total cosmetics consumption, being equal to over €2,890 million"

Il prezzo è in linea con i competitors che mettono in atto le medesime attività promozionali e che commercializzano un prodotto che possiede qualità simili. il posizionamento è su un segmento di mercato medio alto per un prodotto di consumo di questa tipologia.



PREZZO
15 EURO 50ML

Il prezzo è ad ogni modo variabile in base al canale di distribuzione e a promozioni:

- primo acquisto (registrandosi si ha uno sconto del 20% sul primo acquisto)
- quantità (acquistando 3 confezioni avrai la 4° in omaggio)
- codice sconto Influencer marketing.
- costo minore nella vendita diretta tramite e-commerce proprietario

DISTRIBUZIONE



STORE ONLINE

La crema sarà lanciata e venduta online attraverso una sezione del **sito proprietario** dal quale effettuare l'ordine e sui principali e-commerce.

personal hygiene products represent the third group for the share of purchasers (15.7% of the share of online purchasers at the end of 2022)

COSMETICA - ITALIA - ANNUAL - REPORT - 2023



NEGOZI FISICI DI PARTI TERZE

prodotto destinato ad essere venduto in farmacie, erboristerie, centri sportivi luxury, spa, centri benessere e negozi di cosmesmetica.

The new consumer choices and purchasing habits that generate new types of distribution as alternatives to traditional channels, including online sales, and to digital communication strategies struggling to integrate with more traditional channels, was confirmed.

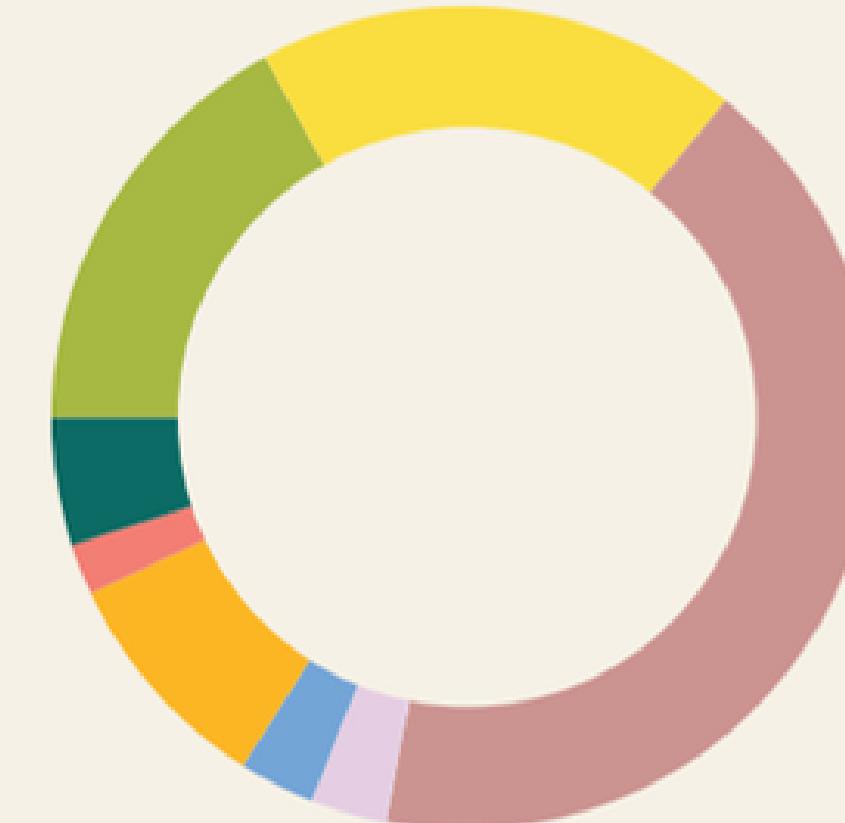
COSMETICA - ITALIA - ANNUAL - REPORT - 2023

DISTRIBUZIONE

Breakdown of consumption by distribution channel in 2022

Values %

- Mass market and other channels* 42.1%
- Beauty stores 19.3%
- Pharmacies 17%
- E-commerce 8.6%
- Hairdressing salons 4.9%
- Herbalist stores 3.3%
- Direct sales: door-to-door and mail-order sales 3.0%
- Beauty salons 1.7%



Mass market retail and other channels

35.9%	33.6%	18.3%	9.2%
Supermarkets - hypermarkets	SSS-Drug	Single-brand stores	Other products

(*) includes single brand stores

COSMETICA-ITALIA-ANNUAL-REPORT-2023

La strategia di distribuzione risulta compatibile con la dimensione aziendale e con l'intento di attribuire valore alle caratteristiche del prodotto attraverso canali specializzati.

INFORMAZIONE

Saranno contattate le riviste e i blog specializzate nel settore che si occupano di **beauty e sostenibilità**. Oltre al prodotto, e all'azienda, anche la storia delle fondatrici sarà oggetto di curiosità, quale esempio di **imprenditoria femminile**.

LA PROMOZIONE

SCONTI E PROMOZIONI

Saranno attivati vari sconti e promozioni a seconda del **canale di distribuzione**.

PUBBLICITÀ

Il prodotto sarà pubblicizzato tramite diversi canali:

- Social media (influencer marketing, campagne advertising)
- Search Engine (SEO, SEM e Campagne display in modo da migliorare il posizionamento del sito sui motori di ricerca)

SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA CERTIFICATA

il riconoscimento di importanti marchi di qualità in tema di sostenibilità e sicurezza saranno un elemento di fiducia per i consumatori. Allo stesso modo l'azienda dovrà ottenere un certificato per la sostenibilità, un focus sempre più importante sul mercato dei cosmetici.

E-MAIL MARKETING CAMPAIGN

Diversificata in base al canale di distribuzione e in base al comportamento di consumo. La campagna B2C sarà avviata per mezzo dei **social media e influencer marketing**. Mentre la **campagna B2B** sarà avviata in una fase successiva tramite contatto diretto di un gruppo selezionato di **negozi fisici terzi** per un test gratuito del prodotto. In entrambe le azioni l'obiettivo base è ottenere contatti in modo da avviare la campagna di mail marketing, per poi stimolare l'acquisto tramite sconti e promozioni.

TARGET

*Chi è e come individuo il mio cliente ideale?
Come si informa e decide di acquistare?*

Cosmetica Italia, l'associazione di produttori di cosmetici ha tracciato un preciso identikit del consumatore italiano di cosmetici naturali: è **donna**, ha **tra i 25 e i 50 anni**, ha un **livello di istruzione medio-alto** ed **abita in un grande centro**, anche se, come ha sottolineato la stessa associazione, questo target di riferimento si va progressivamente allargando.

COSMETICA ITALIA 4 OTTOBRE 2019

Si tratta di un target in espansione per il quale l'attività sportiva, il benessere e la sostenibilità, sono parte dello stesso orizzonte di valori.

Data l'età e il livello di istruzione si presume si informino su internet consultando blog specializzati, e tramite l'utilizzo dei social media.

IL MERCATO

Le ricerche suggerite da queste piattaforme ci aiutano a comprendere cosa carcano gli utenti rispetto ai termini **DEODORANTE DEODORANTE NATURALE DEODORANTE**

 X

- Q deodorante fai da te
- Q deodorante e accendino
- Q deodorante wild
- Q deodorante per ambienti fai da te
- Q deodorante naturale per ascelle fai da te
- Q deodorante
- Q deodorante uomo
- Q deodorante fatto in casa
- Q deodorante auto
- Q deodorante allume di rocca
- Q deodorante wc come si mette
- Q deodorante wild recensioni
- Q deodorante naturale
- Q deodorante solido fai da te



Suggested searches for 'deodorante ipoallergenico':
deodorante ipoallergenico
deodorante ipoallergenico - Ricerca Google
deodorante ipoallergenico farmacia

Suggested searches for 'deodorante naturale':
deodorante naturale
deodorante naturale - Ricerca Google
deodorante naturale per ascelle
deodorante naturale pietra
deodorante naturale ascelle
deodorante naturale bambini
deodorante naturale bicarbonato
deodorante naturale efficace
deodorante naturale migliore
deodorante naturale per cani
deodorante naturale per armadi

Suggested searches for 'deodorante ascelle':
deodorante ascelle
deodorante ascelle - Ricerca Google
deodorante ascelle naturale
deodorante ascelle efficace
deodorante ascelle farmacia
deodorante ascelle per pelli sensibili
deodorante ascelle per bambini
deodorante ascelle vichy
deodorante ascelle senza alluminio
deodorante ascelle senza profumo
deodorante ascelle menopausa

Suggested searches for 'deodorante':
deodorante
deodorante - Ricerca Google
deodorante - Riprendi la navigazione
deodorante vichy - Ricerca Google
deodorante dove
deodorante intimo
deodorante spray
deodorante borotalco
deodorante per bambini

Suggested searches for 'deodorante naturale':
deodorante naturale
deodorante naturale - Ricerca Google
deodorante naturale uomo
deodorante naturale roll on
deodorante naturale per bambini a...
deodorante naturale donna
deodorante naturale ascelle bambini
deodorante naturale senza alluminio
deodorante naturale bambini
deodorante naturale spray
deodorante naturale crema



- deodorante naturale |
- deodorante naturale **ascelle**
- deodorante naturale **uomo**
- deodorante naturale **roll on**
- deodorante naturale **per bambini** a...
- deodorante naturale **donna**
- deodorante naturale **ascelle bambini**
- deodorante naturale **senza alluminio**
- deodorante naturale **bambini**
- deodorante naturale **spray**
- deodorante naturale **crema**

- deodorante ascelle
- deodorante ascelle
- deodorante ascelle **uomo**
- deodorante ascelle **sudorazione forte**
- deodorante ascelle **donna**
- deodorante ascelle **dove**
- deodorante ascelle **bambini**
- deodorante ascelle **nivea**
- deodorante ascelle **neutro roberts**
- deodorante ascelle **borotalco**
- deodorante ascelle **naturale**
- deodorante **uomo**
- deodorante **donna**
- deodorante **scarpe**
- deodorante **ambiente**
- deodorante **auto**
- deodorante **dove**
- deodorante **borotalco**
- deodorante **spray**
- deodorante **piedi**
- deodorante **dove spray**

IL MERCATO

Dalle ricerche emerge rispetto a termini di ricerca consequenziali e a coda progressivamente più lunga abbiamo attenzionato i seguenti termini:

YOUTUBE

- Deodorante: **naturale, fai da te, uomo, wild**

Google

- Deodorante: **per bambini**
- Deodorante ascelle: **naturale, efficace**, farmacia, **per bambini, pelli sensibili, senza alluminio, senza profumo, menopausa.**
- Deodorante **naturale**: ascelle, **bambini, efficace, migliore**
- Deodorante ipoallergenico: farmacia

Amazon

- Deodorante: **uomo, donna**
- Deodorante ascelle: **uomo, sudorazione forte**, donna, **bambini, naturale**
- Deodorante naturale: ascelle, **uomo, per bambini, donna, senza alluminio**

Novità: gli uomini sono un target sensibile al tema deodorante e deodorante naturale, inoltre anche i bambini sono oggetto di ricerche, come le donne in menopausa, in quanto soggetti preda di scompensi ormonali. Il termine ipoallergenico è associato alla farmacia, una caratteristica molto particolare che tuttavia Certificazioni

Climate Pledge Friendly di Amazon per prodotti con certificazione ambientale di parti terze riconosciute. WILD competitor molto attivo attraverso una campagna di influencer marketing.

Conferme: il prodotto deve essere efficace, senza profumo, naturale, senza alluminio e per le donne.

BENCHMARK

RICERCA GOOGLE: "miglior deodorante naturale"

Attraverso questa semplice ricerca abbiamo come primi 2 risultati organici, dei blog che confrontano i deodoranti naturali e ne identifica alcuni sul mercato, si segnala BIODEO LA SAPONARIA e DEODORANTE RADICI TOSCANE che compaiono in entrambi i blog, questo influenza positivamente il cliente nel suo processo di acquisto, per cui è una buona strategia da integrare.

[HTTPS://WWW.MYNONSOLOBIO.COM/DEODORANTE-BUON-INCI/](https://www.my-non-solo-bio.com/deodorante-buon-inci/)

- **DEODORANTE BIODEO LA SAPONARIA**
- DEOMILLA ALKEMILLA
- DEODORANTE BIO FITOCOSE (PER SUDORAZIONE FORTE)
- ALLUME DI POTASSIO CARONE SNC
- DEODORANTE ROLLER AVRIL
- CREMA FLUIDA VERDESATIVA
- **DEODORANTE RADICI TOSCANE**
- DEODORANTE GREEN NATURAL
- DEODORANTE BEMA COSMETICI
- DEODORANTI LAVERA
- BIOPHA – DEODORANTE CON ALOE VERA
- BEMA COSMETICI – DEODORANTE VAPO

[HTTPS://ECOCENTRICA.IT/I-MIGLIORI-DEODORANTI-BIOLOGICI-E-NATURALI-AL-100/](https://ecocentrica.it/i-migliori-deodoranti-biologici-e-naturali-al-100/)

- HANDS ON VEGGIES – STAY FRESH DEODORANTE BIO-CARCIOFO E ROSA (€ 12,99 / 150 ML)
- FARFALLA – DEO ROLL-ON FRANGIPANI (€ 9,89 / 50 ML)(2 STELLE)
- I PROVENZALI ARGAN – DEO ROLL-ON BIOLOGICO (€ 3,50 / 50 ML)(2 STELLE)
- DEOLY – DEODORANTI NATURALI (€ 19,00 / 25 ML X 4)(3 STELLE)
- LA SAPONARIA – BIODEO FRESH (€ 6,40 / 50 ML)(3 STELLE)
- LE HERBARIE – DEOCREMA 24 (€ 11,90 / 30 ML)(3 STELLE)
- RADICI TOSCANE – DEO PEREGRINO (€ 8,70 / 50 ML)(3 STELLE)

BENCHMARK

	PREZZO	QUANTITÀ	SOCIAL MEDIA	CARATTERE DOMINANTE
HELLO SIMPLE	9,95	50 g	IG 16K FB 3K	SOSTENIBILE
FAIR SQUARED	16,99	50g	IG 6K FB 3K	NATURALE
JOIK	17,09	50 g	IG 10K FB 34K	BEAUTY
nuicosmetics	24,99	30g	IG 48K FB 4K	BEAUTY
<u>BÔ Stick</u>	18,99	45 g	IG 4K FB 1K	SOSTENIBILE
Radici Toscane	8,70	50ml	IG 2K FB 2K	NATURALE
WILD	7,00	40 g	IG 368K FB 55K	TRENDY

Il terzo risultato di ricerca è stato un e-commerce specializzato in prodotti naturali ECCO-VERDE-it, abbiamo filtrato i risultati a seconda delle caratteristiche del nostro prodotto (ASSENZA DI ALCOOL, PROFUMI E SOSTANZE CHIMICHE e con un PREZZO superiore ai 15 Euro e ottenuto i seguenti competitor: **HELLO SIMPLE, FAIR SQUARED, JOIK, nuicosmetics e BÔ Stick**

Per il precedente gruppo di ricerca escludiamo **Biodeo La Saponaria** in quanto consultando il sito internet contiene alcool, mentre **Radici Toscane** può essere annoverato tra i possibili competitor, insieme a **WILD** che avevamo intercettato analizzando le ricerche degli utenti. Per cui, andiamo a confrontare questi prodotti comparando varie caratteristiche:

BENCHMARK

La platea di competitor è molto vasta, ognuno punta su caratteristiche differenti del prodotto in modo da distinguersi. Abbiamo definito un competitive set e la caratteristica distintiva di ogni prodotto/azienda che ne identifica la comunicazione. Ci sono dei tratti ricorrenti comuni ad ogni prodotto (sostenibilità, ingredienti naturali, packaging, dermatologicamente testati e marchi di qualità) ma ogni azienda ha deciso di impostare la comunicazione su un tratto specifico del prodotto.

Date le caratteristiche del nostro prodotto e avendo analizzato alcuni esempi sul mercato, il carattere dominante sul quale impostare la comunicazione del prodotto è l'essere **NATURALE** con un accezione **BEAUTY**, il mercato più remunerativo.

COLLI DI BOTTLGLIA

Quali sono i *Dubbi e i timori che potrebbero bloccare L'acquisto?*

**L'ASSENZA DI PROFUMI
È UN PROBLEMA?**

**GLI INGREDIENTI SONO
REALMENTE NATURALI?**

**LA SPEDIZIONE È
AFFIDABILE?**

**PERDE EFFICACIA NEL
TEMPO?**

**SARÀ REALMENTE
EFFICACE?**

**SI PUÒ UTILIZZARE DOPO
LA RASATURA?**

**MACCHIA
I VESTITI?**

**SARÀ REALMENTE ADATTO
PER CHI HA ALLERGIE O
PELLE SENSIBILE?**

**REALI POLITICHE DI
SOSTENIBILITÀ?**

**È FACILE DA APPILCARE?
(CONSISTENZA
PACKAGING FORMATO)**

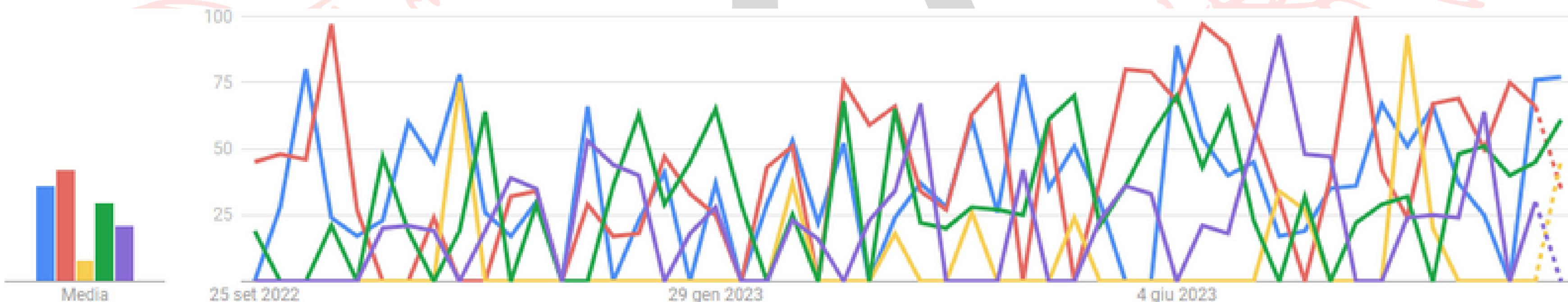
**CI SONO DIFFICOLTÀ NELLA
PROCEDURA DI ACQUISTO?**

**É ADATTO A CHI FA
SPORTIVA INTENSA?**

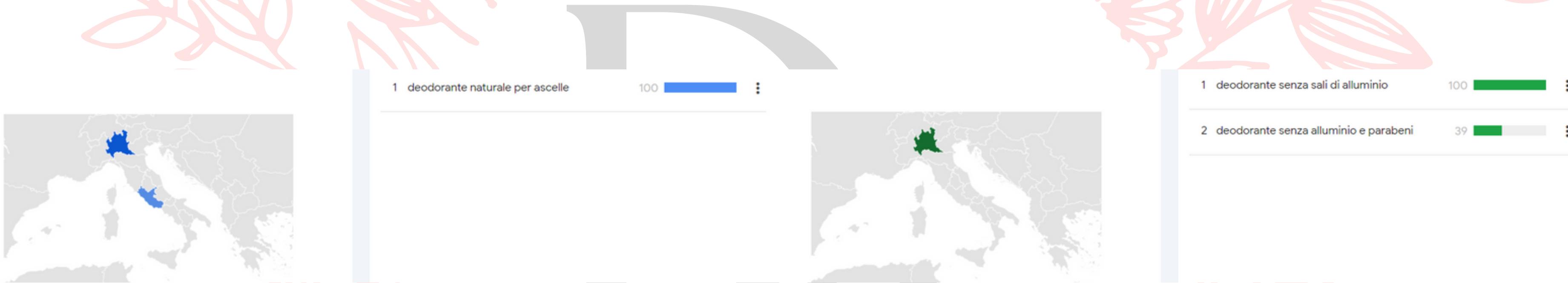
Analizzando le recensioni dei competitor abbiamo individuato le problematiche più comuni che i clienti riscontrano, ovvero le paure e i timori che potrebbero inibire all'acquisto:

GOOGLE TRENDS

- deodorante naturale ● deodorante per ascelle
- deodorante naturale per ascelle ● deodorante senza alluminio
- deodorante bicarbonato



GOOGLE TRENS



Dall'analisi di Google Trends emerge che l'interesse in Italia per i deodoranti e per quelli naturali è diffuso specialmente in **SICILIA CAMPANIA LAZIO LOMBARDIA e VENETO** e l'attenzione per i deodoranti naturali è diffuso soprattutto in **LOMBARDIA e LAZIO**. Per cui la localizzazione delle sponsorizzazioni sarà improntata su queste regioni e sui grandi centri italiani.

DOMANDA LATENTE



COMUNICAZIONE AZIENDALE & INFLUENCER MARKETING

La storia e l'evoluzione dell'azienda, il prodotto e le sue caratteristiche saranno raccontate tramite contenuti prodotti dalla stesse fondatrici. Per far crescere la fanbase dei **canali ufficiali** saranno messe in atto collaborazioni di **influencer marketing** specializzati in cosmetica in linea con il nostro target di riferimento. I contenuti saranno associati ad una serie di scontistiche in modo da far registrare gli utenti (**email Marketing & LTV**) ed incentivare l'acquisto. Saranno create delle **sponsorizzate** sui **FB** e **IG** associate al target di riferimento. I social saranno integrati all'interno di una **strategia multicanale**.

SOCIAL MEDIA ADV

LANCIO CAMPAGNE ADV SOCIAL MEDIA

Sulla base del target di riferimento andremo a impostare 4 gruppi di pubblico:

Target 1 = DONNE - 25-50 Anni - LAZIO LOMBARDIA - Istruzione medio alta - interessi NATURALE BEAUTY SOSTENIBILITÁ SPORT

Target 2 = DONNE e UOMINI - 18-65 Anni - LAZIO LOMBARDIA VENETO SICILIA CAMPANIA - NATURALE BEAUTY SOSTENIBILTÁ SPORT

Target 3 = DONNE - 25-50 Anni - ITA grandi centri - Istruzione medio alta - interessi NATURALE BEAUTY SOSTENIBILITÁ SPORT

Target 4 = DONNE e UOMINI - 18-65 Anni - ITA - NATURALE BEAUTY SOSTENIBILTÁ SPORT

Target 5 = farmacie, erboristerie e negozi di cosmesmetica - ITA grandi centri

La strategia dei target tiene in considerazione TARGET di partenza, TERRITORIO e CANALI di distribuzione e INTERESSI riscontrati nelle varie ricerche.

SOCIAL MEDIA ADV

La domanda latente verrà stimolata attraverso sponsorizzazioni sui social media che tengano in considerazione i potenziali colli di bottiglia individuati ne individueremo 3, per target 12 e 5

DeoRod è il deodorante naturale che profuma di te! La sua formula senza sali di alluminio, senza alcool, senza profumi è davvero efficace. Rispetta la pelle, lasciandola libera di respirare. Fantastico dopo la rasatura!



Provalo subito
per te uno sconto del 20 % sul primo
acquisto”

DeoRod è il deodorante efficace tutto il giorno adatto agli sportivi. La formula 100% naturale non macchia i vestiti, ed nel formato crema è pratico e dal rapido assorbimento.



Prova subito
per te uno sconto del 30 % sul primo
acquisto”

DeoRod è il deodorante naturale che profuma di te! La sua formula senza sali di alluminio, senza alcool, senza profumi è davvero efficace. Dermatologicamente testato, e sicuro. Proponi solo il meglio ai tuoi clienti.



Scopri di più
Visita il nostro sito e scopri come
ottenere un campione in omaggio

DOMANDA LATENTE

l'**influencer marketing** è molto utile in quanto a seconda dell' influencer che prova il prodotto possiamo andare a trattare una specifica barriera all'acquisto o collo di bottiglia, ad esempio:

- Far testare il prodotto ad un influencer che ha problemi di **allergie cutanee o pelle sensibile**.
- **Mostrare le fasi per ordinare il prodotto** in modo da rassicurare i potenziali clienti riguardo a pagamenti e consegna.
- Mostrare che **non macchia** i vestiti e che è facile da applicare e pratico da utilizzare

Tramite i **canali social ufficiali** è importante comunicare la storia delle fondatrici, la cultura aziendale e le caratteristiche tecniche del prodotto. Una serie di tematiche da trattare realizzando contenuti dedicati, ad esempio:

- **Ingredienti naturali**, per cui un video in cui si mostra l'azienda e i partner che la riforniscono di materie prime naturali.
- **La formula innovativa**, per cui un'intervista a Rossella che racconta cosa rende unica la formula del prodotto attraverso le domande degli utenti;
- **L'efficacia**, tramite il racconto di Debora sua vita da sportiva ha testato in prima persona l'efficacia

IN DEFINITIVA BISOGNA RASSICURARE IL CLIENTE RISPETTO AI POSSIBILI DUBBI VERSO L'ACQUISTO

DOMANDA DIRETTA

IL SITO INTERNET

il sito web dovrà raccontare l'azienda, il prodotto e le relative caratteristiche, ma dovrà avere un valore informativo, ovvero informare rispetto alle ragioni per le quali sono state prese determinate decisioni, ad esempio:
“Deorod è naturale: sostiene le piccole aziende agricole Bio italiane (...”
“Deorod rispetta la tua pelle: una formulazione, senza alcool e senza profumi (...”

SEO/SEM

Risulta fondamentale apparire tra i primi risultati dei motori di ricerca, in modo da essere facilmente individuabili, tuttavia la scelta delle parole chiave deve essere univoca e diretta ad identificare il nostro prodotto, per cui:
“Deodorante Alcool free, Deodorante senza profumo, Deodorante made in italy, Deodorante naturale, Deodorante naturale pelle sensibile, Deodorante anallergico ecc.”

BLOG SPECIALIZZATI

Far parlare di sè esperti del settore è fondamentale per acquisire notorità e credibilità sul mercato, per cui è possibile acquistare uno spazio nelle riviste specializzate in cosmesi o in blog specializzati in prodotti green. Ideale sarebbe ottenere un'intervista o un articolo che racconti la storia delle fondatrici e di conseguenza il prodotto.

COMPARATORI

Molto spesso prodotti simili sono messi a confronto all'interno di articoli e blog, (IL MIGLIOR DEODORANTE NATURALE) con classifiche che comparano i punti di forza e di debolezza di ogni prodotto, (2° DEOROD - un deodorante naturale, made in italy e adatto ad ogni tipologia di pelle, tuttavia è inodore) un modo semplice ed efficace per attrarre il target giusto.

SEO & KEY-WORDS

deodorante efficace per ascelle	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	140	€0.38	100	39	led	tf
deodorante in crema per ascelle	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	50	€0.25	100	36	3 mesi	tf
deodorante naturale per ascelle bicarbonato	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	10	€0.00	100	36	3 mesi	tf
il miglior deodorante per ascelle donna	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	40	€0.31	100	36	3 mesi	tf
miglior deodorante per ascelle uomo	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	90	€0.40	100	36	3 mesi	tf
deodorante delicato per ascelle irritate	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	20	€0.00	100	36	3 mesi	tf
deodoranti naturali per ascelle senza alluminio	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	90	€0.42	100	36	3 mesi	tf
deodorante biologico per ascelle	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	70	€0.45	99	35	3 mesi	tf
oli essenziali per deodorante ascelle	FQ ✓	Genera Contenuti Con L'AI	30	€0.00	97	35	3 mesi	tf

come fare un deodorante naturale per ascelle

deodorante per ascelle naturale

deodorante naturale per ascelle

SEO OPTIMIZATION

IL SITO INTERNET

i copy all'interno del sito saranno ottimizzati secondo le parole chiave digitate dagli utenti nelle loro ricerche in modo da essere visibili tra i primi risultati di ricerca su Google. Ad esempio:

DEOROD IL DEODORANTE SENZA ALLUMINIO EFFICACE E COMPLETAMENTE NATURALE

Stanco di deodoranti fai da te che macchiano i vestiti e che perdono efficacia nel tempo? Deorod è la soluzione.

SAI PERCHÉ DEORODE È IL MIGLIORE DEODORANTE NATURALE?

la sua formula dermatologicamente testata è adatta sia per uomini che per donne, dimentica oli essenziali o bicarbonato, il segreto è nella natura. Piante coltivate da agricoltura biologica garantiscono l'equilibrio della tua pelle, nutrendola ed evitando spiacevoli irritazioni.

COME FARE UN DEODORANTE NATURALE PER ASCELLE?

Ce lo spiega Rossella, che dopo molte ricerche ha trovato la formula naturale ed efficace per la sudorazione eccessiva. Un prodotto dermatologicamente testato, certificato da molti enti indipendenti e riconosciuti.