

**R U            S T**

vintage archive



**Funnel del Marketing**





## Fondamenti di Marketing e Comunicazione

### Introduzione al Marketing: definizione, obiettivi, e funzioni

#### Costruzione del Funnel di Marketing

Descrivi le strategie da utilizzare in ogni fase del funnel.

##### Awareness (Far conoscere il brand)

- Quali strumenti utilizzerai per aumentare la visibilità?
  - SEO, social media, ADV, influencer marketing, PR.
- Esempio di campagna di awareness.

##### Interest (Generare interesse)

- Quali contenuti utilizzerai per attirare e coinvolgere il target?
  - Webinar, email marketing, retargeting ads, contenuti educativi.
- Proposta di una strategia di contenuti.

##### Consideration (Influenzare la decisione)

- Come dimostrerai che il tuo prodotto è la scelta migliore?
  - Testimonianze, recensioni, studi di caso, comparazioni con competitor.
- Idee per eliminare i dubbi degli utenti.

##### Action (Facilitare l'acquisto)

- Come renderai il processo d'acquisto semplice e fluido?
  - Checkout ottimizzato, offerte a tempo, call-to-action chiare, assistenza in tempo reale.

<#>

- Definizione di una strategia di conversione.

### CONTINUAZIONE DELL'ESERCITAZIONE 2

#### Loyalty (Fidelizzazione e riacquisto)

- Come manterrai il cliente attivo dopo l'acquisto?
  - Programmi fedeltà, email post-vendita, contenuti esclusivi.
- Proposta di un'azione di customer retention.

#### Advocacy (Passaparola e promozione)

- Come trasformerai i clienti soddisfatti in ambassador del brand?
  - Referral program, user-generated content, community engagement.
- Creazione di un piano di incentivazione al passaparola.



# Awareness – Far conoscere il brand



Per aumentare la visibilità del brand, utilizzeremo una combinazione di strategie organiche e a pagamento:

- **Instagram come canale principale**, con post di qualità su capi vintage, restock esclusivi e dietro le quinte per mostrare il processo di selezione, costanza di post settimanali.
- **Collaborazioni con micro-influencer e pagine vintage su Instagram**, per aumentare la portata ed ottenere credibilità.
- **SEO di base su Shopify**, ottimizzando le pagine prodotto con parole chiave come “Vintage Workwear”, “Carhartt Vintage”, “Dickies Vintage”, ecc. L'utilizzo di **Google merchant e Google my business**
- **Meta Ads per campagne di awareness con focus su Reel e Storie Instagram** per intercettare nuovi utenti appassionati di moda vintage. **Ads always on** su meta e instagram.
- **Chatbot per primo contatto con gli utenti**: chi visita il sito riceve un messaggio automatico con il benvenuto e una FAQ dinamica (es: “Scopri la nostra guida alle taglie” “Come posso aiutarti”)

## Esempio di campagna:

Campagna su Instagram con un **giveaway di un capo vintage esclusivo**, in cui per partecipare gli utenti devono seguire il profilo e taggare un amico. Questo genera engagement e aumenta la visibilità del brand.



# Interest – Generare interesse e coinvolgere il target



Qui il focus è trasformare la curiosità in engagement attivo, portando gli utenti a interagire e iscriversi alla mailing list.

- **Welcome email con incentivo all'iscrizione:** 10% di sconto per chi si iscrive alla newsletter, con una selezione di prodotti in evidenza.
- **Contenuti interattivi su Instagram:** quiz su “Qual è il tuo stile vintage?”, live Q&A su come selezioniamo i capi, sondaggi sulle preferenze di prodotto.
- **Retargeting Ads:** annunci specifici per chi ha visitato il sito senza acquistare, ricordando loro le novità o promozioni in corso.
- **Video Ads con dietro le quinte:** Mostriamo il processo di selezione e restauro dei capi, per creare curiosità e senso di esclusività.
- **Chatbot su Instagram e Shopify per engagement:** Risposte automatiche ai commenti (es: “Dove posso trovare questa giacca?”), con invito a scoprire la collezione. **Notifiche Push** per cosa sta comprando altra gente.

## Proposta strategica:

**Behind the scenes** dove mostriamo il processo di selezione e restauro dei capi vintage o anche **Reel di outfit vintage** ispirati agli anni '90 e '00 dove mostriamo i capi in azione per creare desiderabilità.



# Consideration – Influenzare la decisione d'acquisto

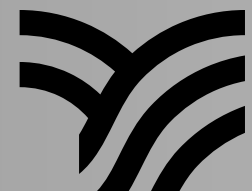


A questo punto, dobbiamo eliminare i dubbi dell'utente e convincerlo che Rust Vintage Archive è la scelta giusta:

- **Recensioni e testimonianze** dei clienti in evidenza su Instagram e nel sito per esempio creando una sezione "Dicono di noi".
- **Reel e post comparando capi originali vintage e repliche moderne**, per mostrare la qualità autentica del prodotto o paragonarli ad un fast fashion.
- **Chatbot attivo per assistenza pre-acquisto**: risponde in tempo reale a dubbi su taglie, materiali e spedizioni, riducendo l'incertezza.
- **Garanzia di rimborso** per dare fiducia, con banner chiaro sul sito, con una politica di reso trasparente con 15 giorni o 30 giorni di reso.
- **Story Highlights su Instagram** con recensioni verificate e UGC ( user generated content ) dei clienti.

**Esempio di incentivo alla conversione:**

**Email retargeting** per esempio "Il tuo articolo preferito è ancora disponibile, ma per poco!" o **notifiche push** per esempio, "Solo 2 pezzi rimasti in stock!"





# Action/Conversion

## Facilitare l'acquisto e la conversione



Ora che l'utente è convinto, dobbiamo rendere l'acquisto il più fluido possibile:

- **Checkout ottimizzato su Shopify** con pagamento rapido con Apple Pay, Google Pay, Klarna per pagamenti a rate.
- **Automazione mail per carrelli abbandonati** con immagine del prodotto lasciato nel carrello e un codice sconto limitato nel tempo.
- **Live chat e chatbot per assistenza in tempo reale:** il chatbot aiuta a concludere l'acquisto con risposte rapide su spedizione e disponibilità.
- **Notifiche push via email** per il restock di prodotti visti dall'utente.
- **Offerte a tempo su capi selezionati**, per spingere all'acquisto immediato.
- **Call-to-action chiare** su Instagram e nelle email: "Compra ora", "Aggiungi al carrello", "Ultimi pezzi disponibili!".

### Strategia di conversione:

Offerta speciale limitata (es. "10% di sconto per le prossime 24h" dopo l'iscrizione alla newsletter) per aumentare la spinta all'acquisto.



# Loyalty Fidelizzazione ed Acquisto

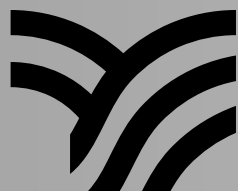


Dopo il primo acquisto, l'obiettivo è far tornare il cliente:

- **Programma fedeltà** con punti accumulabili per ogni acquisto, convertibili in sconti futuri.
- **Email post-vendita personalizzate**, con suggerimenti di capi simili a quelli acquistati.
- **Contenuti esclusivi per chi ha già comprato** con anteprime di nuovi arrivi, accesso anticipato ai restock.
- **Sondaggi post-acquisto** per migliorare l'esperienza e raccogliere feedback autentici.
- **Chatbot post-vendita** per follow-up, offrendo suggerimenti su cura del capo e risponde a eventuali problemi con l'ordine.

## Azione di retention:

Creare una serie di email automatizzate dopo l'acquisto, con, conferma ordine + racconto della storia del capo acquistato, guida alla manutenzione del prodotto, sconto personalizzato per il secondo acquisto.



# Advocacy

## Passaprola e promozione



L'ultimo step è trasformare i clienti soddisfatti in ambasciatori del brand:

- **Referral program:** sconto per chi porta un amico a comprare.
- **Incentivare UGC (User Generated Content):** chi posta una foto con un capo di Rust Vintage Archive e tagga il profilo può ricevere un codice sconto.
- **Community engagement su Instagram:** sondaggi, Q&A, contest per far sentire gli utenti parte del brand.
- **Chatbot per engagement continuo:** invia reminder sui referral e suggerisce nuovi prodotti in base agli acquisti passati.

**Piano di incentivazione al passaparola:**

**Premi extra per i referral**, più amici un cliente porta, più aumenta lo sconto e la **creazione di una community chiusa per i migliori clienti** con accesso anticipato ai nuovi drop e contenuti esclusivi.



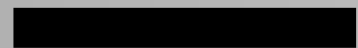


In conclusione, **Rust Vintage Archive** accompagna il cliente in ogni fase del funnel, partendo **dall'Awareness**, dove il brand cattura l'attenzione attraverso contenuti di valore, collaborazioni e campagne mirate.

Quando l'utente entra nel **Messy Middle**, il momento di esplorazione e valutazione, trova conferme attraverso **recensioni, contenuti UGC, chatbot e retargeting**, che riducono l'incertezza e rafforzano la fiducia nel brand.

Una volta completato l'acquisto, il percorso non si interrompe, ma evolve nella fase di **Advocacy**, dove strategie di **fidelizzazione, referral e community engagement** trasformano i clienti soddisfatti in ambasciatori del brand. Questo ciclo continuo permette a Rust Vintage Archive di crescere in modo sostenibile, riducendo i costi di acquisizione e costruendo una base solida di clienti fedeli e attivi.





Thank  
You!

