


PED strategico e operativo



BRAND: ORIGEN INTEGRATORI NATURALI
PERSONAIZZATI

100% Vegetali



1. Tensioni Informative (del pubblico target)

Poco tempo per
informarsi

Confusione tra
prodotti naturali
e non naturali

Scetticismo
sull'efficacia
degli integratori

Preoccupazioni
su
controindicazioni
ed effetti
collaterali

Difficoltà nel
trovare soluzioni
semplici e
personalizzate



2. Obiettivi del Brand (ORIGEN)

Aumentare la
brand
awareness
(notorietà del
marchio)

Educare il
pubblico ai
benefici degli
integratori
naturali

Generare
traffico verso
il sito e
ottenere
iscrizioni (lead
generation)

Favorire
l'acquisto
consapevole e
ricorrente
(conversione e
retention)

3. Tipologie di Pubblico (Buyer Personas)

Persona 1: Laura

Età: 35 anni

Professione:
project
manager

Dove vive:
Milano

Fase del funnel:
Awareness
(scoperta)

Bisogni:
energia,
concentrazione,
benessere in
città

Persona 2: Marco

Età: 42 anni

Professione:
consulente
freelance

Dove vive:
Torino

Fase del
funnel:
Consideration
(valutazione)

Bisogni: gestire
lo stress,
migliorare il
sonno, cercare
affidabilità



4. Contenuti Strategici per accompagnare il percorso

Per Laura (Awareness):

Post social informativi

Reel educativi sulle piante adattogene

Mini-video su abitudini di benessere urbano

Per Marco (Consideration):

Articoli blog con confronto tra soluzioni naturali

Recensioni di clienti soddisfatti

Newsletter con approfondimenti e inviti a
webinar

Matrice + Tabella PED

MATRICE Utente / Formato / Fase del funnel

Persona	Formato contenuto	Fase del funnel
Laura	Reel Instagram, mini-video informativi	Awareness
Marco	Blog post comparativi, newsletter, review	Consideration

TABELLA PED – Piattaforma / Tone of Voice / Formato / Obiettivo / Frequenza

Piattaforma	Tone of Voice	Formato dominante	Obiettivo	Frequenza sostenibile
Instagram	Empatico, motivante	Reel + Stories	Brand awareness	3 reel/settimana, stories daily
Blog	Competente, rassicurante	Articoli guida + comparativi	Educazione + Consideration	2 post/settimana
Newsletter	Amichevole, educativo	Email editoriali e promozionali	Lead nurturing + Retention	1 invio/settimana
YouTube	Semplice, autorevole	Video educativi (2–4 minuti)	Awareness + Fiducia esperta	2 video/mese