

Reraise X



TIKTOK ADV STRATEGY

0. Indice

1. Fase del Funnel

2. Obiettivo

3. Contenuti

4. Distribuzione

5. Retargeting

1. Fase del Funnel: Awareness

Ragioni per concentrarsi su questa fase:

- **Brand Building:** Reraise è un marchio emergente che necessita di costruire riconoscimento e familiarità tra il pubblico. La fase di awareness aiuta a posizionare il brand nella mente dei consumatori come punto di riferimento per abbigliamento e accessori legati ai giochi di carte.
- **Ampio Target:** Considerando la nicchia particolare e creativa del brand, è essenziale attirare l'interesse di un vasto pubblico che potrebbe non essere ancora consapevole dell'esistenza di Reraise.
- **Valorizzazione del Design e dell'Unicità:** Promuovere l'unicità dei design e la cultura che Reraise rappresenta richiede una fase iniziale dove il focus è sul mostrare e descrivere, piuttosto che sul vendere direttamente.

2. Obiettivo: Aumento dell'Awareness

Cosa fare per raggiungere l'obiettivo:

- **Visual Engagement:** Implementare una serie di contenuti visivi stimolanti su TikTok che catturino l'attenzione grazie alla loro originalità e qualità estetica. Utilizzare formati dinamici che sono naturalmente più condivisibili e in grado di generare buzz.
- **Messaggi di Valore:** Comunicare efficacemente il valore aggiunto di Reraise, non solo come prodotto, ma anche come parte di un impegno più ampio verso la sostenibilità e la cultura. Questo aiuta a costruire una connessione emotiva con il pubblico.
- **Invito alla Community:** Stimolare l'interesse verso la partecipazione attiva nella community Reraise, enfatizzando l'esclusività e i benefici di farne parte. Questo può aumentare il desiderio di scoprire di più e di condividere l'esperienza con altri.

3.1 Contenuti

Esempi di contenuti per raggiungere l'obiettivo:

- **Video del Design dei Prodotti:** Creare un video dinamico che mostra diverse persone che indossano gli articoli di abbigliamento di Reraise mentre giocano a carte o partecipano a eventi sociali, con una breve introduzione visiva alle illustrazioni uniche.



3.2 Contenuti

Esempi di contenuti per raggiungere l'obiettivo:

- **Storie di Sostenibilità:** Utilizzare immagini e clip per raccontare come ogni pezzo di abbigliamento contribuisce a un futuro più sostenibile, evidenziando materiali eco-friendly e pratiche etiche.



3.3 Contenuti

Esempi di contenuti per raggiungere l'obiettivo:

- **Invito alla Community:** Realizzare un video che invita gli utenti a unirsi alla community di Reraise, mostrando momenti di incontri, eventi e interazioni tra membri, sottolineando il senso di appartenenza e la passione condivisa.



4. Distribuzione

Selezione del Target:

- **Interessi Specifici:** Mirare specificatamente gli utenti di TikTok che mostrano un marcato interesse per i giochi di carte, la moda innovativa e l'impegno nella sostenibilità ambientale.
- **Demografia:** Concentrarsi su un target demografico di giovani adulti, dai 18 ai 35 anni, che rappresentano il segmento più attivo su TikTok e sono naturalmente inclini a esplorare nuove tendenze di moda e comunità di interesse specifico.
- **Geolocalizzazione:** Direzionare la campagna prevalentemente nei mercati urbani, dove si rileva una maggiore concentrazione di appassionati di giochi di carte e moda, per ottimizzare l'impatto e la risonanza del messaggio.

5. Retargeting

Strategie per passare alle fasi di Consideration e Conversion:

- **Memo di Eventi e Lanci:** Dopo la visualizzazione dei contenuti, mostrare ad specifici che ricordano agli utenti gli eventi o i lanci imminenti di nuovi prodotti, per mantenere l'interesse vivo.
- **Promozioni Speciali:** Per gli utenti che hanno interagito ma non hanno acquistato, offrire promozioni limitate per incentivare una visita al sito o l'acquisto.
- **Storie di Successo della Community:** Mostrare testimonianze e storie di successo di membri della community per rafforzare la fiducia nel brand e stimolare il desiderio di farne parte.