

ESERCITAZIONE 2

“Monica Turco”

Fase 1: Scelta del funnel di conversione

Scelgo il metodo AAARRR perché sarebbe più indicato per il mio brand dato che aiuta la fedelizzazione ed è più controllabile in ogni sua fase.

Fase 2: Strategia Multicanale e Omnicanale

1. Social Media Strategy:

Ho individuato quattro target diversi:

- Famiglie
- Adulti che vanno in montagna o arrampicano ma non sono esperti
- Esperti
- Giovani adulti e teenager

Questi quattro target hanno diverse leve e paure, quindi le pubblicità dovranno adattarsi, sia pensando alla piattaforma che pensando a cosa mostrare e che emozioni suscitare nell'utente.

Per le famiglie mixerei pubblicità sulle piattaforme social e volantini o altri tipi di pubblicità analogica.

Cercherei di suscitare emozioni rilassanti e felici perché soprattutto le famiglie con figli piccoli possono essere stressati dal caos che questi creano, quindi far passare il messaggio che la montagna è un ambiente rilassante e che fa bene alla salute.

Un'emozione simile dovrebbe essere suscitata negli adulti meno esperti che puntano ad andare in montagna per rilassarsi e non per faticare.

Per gli adulti più esperti punterei su emozioni forti, che richi amino la sfida che può dare la montagna e il senso di libertà che gli sport di montagna trasmettono.

Per i giovani adulti e teenager farei contenuti che richi amino sempre al senso di sfida e di libertà ma anche che suscitino in loro la voglia di socializzare e di conoscere gente. Quindi creare una pubblicità che crei emozioni relative sia al loro lato più ribelle e attivo (sfida e libertà) che il loro lato più sociale.

Ogni target ha una piattaforma che tende a prediligere:

- Famiglie, metterei poster e volantini nei posti frequentati dalle famiglie (es. parchi, fuori dalle scuole elementari, teatri, cinema, ecc...)
- Per gli adulti userei televisione, Facebook e youtube per farmi conoscere.

- Per i ragazzi userei Instagram e Youtube.

Cercherei poi tracciare chi è arrivato sul mio sito e su quale link e pubblicità in modo da capire come regolarsi e se dover fare pubblicità più mirate per un target specifico o postare contenuti migliori.

Su Instagram e Facebook posterei informazioni utili per chi va in montagna (ad esempio riguardo alla tecnica di arrampicata o dei benefici per la salute) così da farmi conoscere dal mio target. Su Instagram terrei presente che il pubblico a cui mi riferisco ha la necessità di contenuti molto più dinamici che su Facebook.

Su queste piattaforme mi concentrerei sui valori che voglio trasmettere col brand, per mostrare il motivo per cui dovrebbero scegliere i miei prodotti al posto di altri.

Su Youtube farei pubblicità molto visuali e dinamiche in modo da cogliere la maggior percentuale di pubblico dato che tutti i target a cui faccio riferimento col brand la usano come piattaforma. Su Youtube potrei aprirmi e fare delle collaborazioni con guide alpine che parlano della montagna e dell'arrampicata, esperti che parlano del settore e mostrare il lavoro che ci sta dietro una calzatura o un capo d'abbigliamento, facendo vedere l'importanza che diamo verso l'ambiente.

Tono di voce: Sarà informale, dinamico e userà un linguaggio comprensibile facendo comunque capire la competenza che ci sta dietro.

Per creare engagement userei contenuti diversi a seconda della piattaforma che vado ad utilizzare dato che il pubblico di riferimento cambia: Per i volantini e i poster farei vedere la montagna come un luogo tranquillo e salutare, dove le famiglie possono vivere momenti felici circondati dal verde (dato che il target per i volantini e i poster sono le famiglie). Sui poster e i volantini metterei un qr-code per poter vedere subito l'e-commerce.

Per le pubblicità in tv farei una cosa molto simile. Userei ambienti rilassanti nel verde dove persone arrampicano o camminano. Mostrerei anche un ambiente ampio per far attivare emozioni di libertà.

Su Facebook e Instagram farei dei post dinamici dove parlerei di montagna e dell'arrampicata sportiva. Metterei curiosità e informazioni utili. Farei anche post con persone famose nel mondo dell'arrampicata e della montagna in generale (es. Adam Ondra).

Su LinkedIn mostrerei i miei prodotti in modo più formale e tecnico, dando più importanza a degli aspetti tecnici mantenendo comunque un linguaggio semplice.

2.SEO & Search Engine Marketing:

Le keyword che userei per la domanda diretta sarebbero: #Trekking #Scarpette #Scarponi #Montagna #LaSportiva #Natura

Per ottimizzare il sito in modo da migliorare il posizionamento del brand ottimizzerei le keywords; renderei i contenuti postati più rilevanti possibile al mio brand e al valore che voglio trasmettere. Tramite le analisi dei dati cercherei di capire come migliorare i miei contenuti e renderli più inerenti a quello che voglio trasmettere e all'interesse del pubblico che voglio attirare. Ottimizzerei anche il sito web e l'e-commerce per essere più fluido possibile e adatto ad essere visualizzato da tutti i dispositivi (cellulare, Ipad, computer).

Implementerei una strategia di Google Ads perché è importante posizionarsi nelle prime posizioni in ottica di domanda diretta.

Le keywords sarebbero: montagna, arrampicata, camminata, scarponi, scarpette, abbigliamento tecnico

3.Email Marketing & Chatbot:

Per acquisire clienti analizzerei il target a cui mi riferisco, spingendo per i feedback e le recensioni in modo che, per chi si avvicina per la prima volta al mio brand, capisca il valore del mio prodotto. Ottimizzerei le pubblicità per attivare le risposte inconscie del target a cui faccio riferimento e ottimizzerei i post sui Social Media per migliorare la qualità e far conoscere i valori che voglio promuovere.

Per mantenere i clienti userei le offerte, la newsletter e le applicazioni. Offrirei la possibilità di risuolare nei negozi fisici del “La Sportiva” e di rivendere le scarpe usate sempre nei negozi del “La Sportiva” in modo da acquisire anche clienti interessati all'ambiente perché spingo sull'evitare gli sprechi. Infatti cercherei di riutilizzare più materiale possibile dalle scarpe usate. In questo modo, oltre a mostrarmi contro gli sprechi e un'azienda che aiuta l'ambiente, porterei le persone a visitare il negozio più spesso, aumentando la possibilità che comprino.

Nelle newsletter cercherei di riattivare gli utenti, mandandogli consigli sulla montagna e sull'arrampicata.

Per le applicazioni si potrebbe pensare a una raccolta punti dove dopo un certo numero di punti si ha un'offerta molto buona o addirittura un prodotto gratis e magari si potrebbe pensare ad un'applicazione che ti mostra le vie della tua zona con consigli sull'attrezzatura e sul grado.

Creerei anche una community su discord dove le persone possono sia mettere recensioni dei prodotti che parlare e conoscere altre persone amanti della montagna.

Utilizzerei le sequenze di nurturing per mostrare il valore del mio brand. La userei per mostrargli i valori che voglio trasmettere con i miei prodotti e che il mio brand si cura dell'ambiente. Lo farei usando un linguaggio semplice e dinamico in modo da mantenere l'attenzione.

Utilizzerei i chatbot per fargli risolvere i problemi degli utenti e dei clienti, dando sempre la possibilità di parlare con un essere umano. Userei i chatbot anche nel caso di domande dei clienti in modo che tutte le loro domande siano risolte in poco tempo.

4. Remarketing & Retargeting:

Attiverei campagne di remarketing verso un cliente o un utente non più attivo mandandogli newsletter o avvisi con offerte imperdibili. Attiverei campagne di remarketing anche verso chi ha già comprato ed è diventato promotore del mio prodotto. A questo tipo di cliente darei la possibilità di ricevere degli sconti tramite le sue sponsorizzate.

Traccerei il link dal quale sono arrivati sul mio sito in modo da riuscire a capire quale post e annuncio ha funzionato di più e poterne studiare il motivo. Traccerei anche come si muovono gli utenti sul mio sito per capire cos'è di più di loro interesse o comunque per riuscire a comprendere che elemento migliorare del mio e-commerce.