

## Parte 5 – Strategie di creazione di contenuti

### Breve descrizione

BeetlEat è un ecommerce che commercia prodotti alimentari a base di insetto, come ad esempio snack, farine, patatine, ed insetti pronti al consumo veri e propri. All'interno della piattaforma è possibile trovare tutte le tipologie d'insetto che sono state "approvate" per il consumo dall'Unione Europea.

**Settore del brand:** Food

## ANALISI DEL PUBBLICO E DEFINIZIONE DEL MAIN TOPIC

### Tabella Main Topic, Sub Topic e Pain Points

Main topic	Subtopic	Pain points
Alimentazione sana ed ecologica	Ottimi valori nutrizionali Es: Proteine ricopre il 70% dei valori nutrizionali	Resistenza culturale e disgusto.  Perchè devo consumare esseri ripugnanti come gli insetti?
	Allevamento a basso costo ecologico. Es: Rispetto ad allevamenti tradizionali c'è un grosso risparmio di acqua, spazio ed emissioni.	Prezzo elevato  Perchè devo spendere tali cifre per consumare questo prodotto?
	Normative e sicurezza alimentare.	Mancanza di informazioni  Chi mi garantisce se sono consumabili o meno?
	Innovativo e integrativo	Dubbi su preparazione ed utilizzo  Come mangio/come preparo/come abbino in un piatto gli insetti?

## Soluzioni e risposte ai Pain Points

### 1. Resistenza culturale e disgusto

#### **Risposta: Educazione e normalizzazione**

La percezione degli insetti come cibo sta cambiando. In molte culture sono già consumati abitualmente, e con il giusto approccio educativo (ricette appetitose, packaging accattivante, storytelling sui benefici), le persone possono superare la diffidenza. Inoltre, le aziende stanno sviluppando formati più familiari, come barrette proteiche e farine, per rendere il passaggio più semplice.

### 2. Mancanza di informazione

#### **Risposta: Divulgazione e trasparenza**

Lo staff di BeetlEat offre contenuti educativi attraverso blog, social media e video informativi può chiarire i benefici nutrizionali e le normative di sicurezza. Collaborare con nutrizionisti e chef aiuta a rafforzare la credibilità del prodotto. La trasparenza sull'origine e sulla qualità degli ingredienti può aumentare la fiducia dei consumatori.

### 3. Prezzo elevato rispetto agli snack tradizionali

#### **Risposta: Valore aggiunto e trend di mercato**

Gli alimenti a base di insetti offrono un valore nutrizionale superiore rispetto agli snack tradizionali e sono più sostenibili a lungo termine. Con l'aumento della domanda, i costi di produzione diminuiranno, rendendo questi prodotti più accessibili. Inoltre, i consumatori che cercano cibi innovativi e salutari sono spesso disposti a pagare di più per qualità e benefici, come i consumatori amanti del green per via del grande risparmio di risorse ed emissioni.

### 4. Preparazione e utilizzo

#### **Risposta: Ricette facili e prodotti versatili**

Creare contenuti con ricette semplici, tutorial e consigli di utilizzo aiuta i consumatori a sentirsi più a loro agio. Le farine di insetti, ad esempio, possono essere usate in prodotti da forno, frullati proteici e impasti, rendendo l'integrazione molto naturale. Collaborare con food influencer e chef può dare ulteriore spinta alla diffusione del prodotto. Inoltre la cucina a base di insetto è integrabile alla nostra alimentazione abituale ed il che può essere solo che un vantaggio sia a livello nutrizionale che innovativo per cambiare gusti e abitudini.

Quindi oltre che al classico servizio di distribuzione, bisogna implementare anche un servizio di informazioni volto a guidare l'utente alla scoperta di questo mondo e come implementarlo nella vita quotidiana. Servizio che verrà approfondito nella seconda parte di questa esercitazione.

## CREAZIONE DI CONTENUTI ADATTI AL FUNNEL DI MARKETING

Fase	Obiettivo	Canale distribuzione	Contenuto
<i>Awareness</i>	Farsi conoscere e rendere noto le potenzialità di questo tipo di alimentazione	Social e Influencer Marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>TikTok &amp; Reels</b> Video virali che mostrano prodotti e ricette in modo coinvolgente.</li><li>• <b>YouTube (Ads + Organic)</b> Video educativi e collaborazioni con food influencer.</li><li>• <b>Food Blogger &amp; Nutrizionisti</b> Creazione di contenuti e recensioni sui benefici dei prodotti.</li></ul>
<i>Consideration</i>	Educare gli utenti ed abbattere le barriere culturali	Youtube, blog	<ul style="list-style-type: none"><li>• Casi studio</li><li>• Esperimenti</li><li>• Articoli e video argomentativi es: “Scopri i benefici della farina di grillo” o “5 falsi miti del consumare insetti”</li></ul>
<i>Conversion</i>	Incentivare l’acquisto con sconti e gadget di benvenuto	Email marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>• Email con codice sconto di benvenuto</li><li>• Email Garanzia Soddisfatti o rimborsati</li><li>• Testimonianza con call to action per l’acquisto</li></ul>

<i>Loyalty</i>	Creare e mantenere il rapporto con programmi fedeltà	Email e Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contest “condividi la tua ricetta” la migliore vince lo sconto</li> <li>Programma fedeltà</li> </ul>
<i>Advocacy</i>	Incrementare il referral marketing	Email	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programma referral: ogni nuovo cliente un determinato numero di punti fedeltà</li> <li>Video testimonianza: crea un video testimonianza e otterrai un determinato numero di punti fedeltà</li> </ul>

## Piano di Retargeting per BeetlEat

### Obiettivo:

Riportare gli utenti che hanno visitato il sito, interagito con i contenuti o abbandonato il carrello, spingendoli alla conversione attraverso messaggi personalizzati e contenuti mirati.

## Segmentazione del Pubblico

Dividiamo il pubblico in 3 gruppi principali per ottimizzare il retargeting:

- Visitatori del sito senza acquisto
- Utenti con carrello abbandonato
- Clienti passati

## Contenuti per Coinvolgere gli Utenti

Target	Piattaforma	Contenuto
Visitatori del sito senza acquisto	Instagram	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Video dimostrativo</b> dei benefici nutrizionali e ambientali dei prodotti a base di insetti.</li> <li><b>Post sui social: "5 falsi miti sugli insetti commestibili"</b> Smonta i pregiudizi con informazioni chiare e divertenti.</li> </ol>
Utenti con carrello abbandonato	Email, social Meta, Sito	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Email di follow-up con sconto temporaneo</b> Offerta esclusiva del <b>10% di sconto valido per 48 ore.</b></li> <li><b>Recensioni di clienti soddisfatti</b> Testimonianze video o scritte per rassicurare gli utenti sulla qualità dei prodotti.</li> <li><b>Comparazione con snack tradizionali</b> – Infografica che mostra perché gli snack di insetti sono più proteici e sostenibili rispetto alle alternative.</li> </ol>
Clienti passati	Email, sito	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Programma fedeltà "BeetlEat Lovers"</b> – Punti accumulabili per ogni acquisto, riscattabili per sconti o prodotti gratuiti.</li> <li><b>Sfida social: "Crea la tua ricetta con insetti!"</b> – Contest con premi per chi condivide la migliore ricetta con i prodotti BeetlEat.</li> </ol>

# Messaggi per Spingere alla Conversione

Ogni contenuto deve essere accompagnato da una **call to action forte**.

## A. Visitatori del sito senza acquisto

1. "Sei pronto a provare il cibo del futuro? Ottieni il 10% di sconto sul tuo primo ordine!"
2. "Sapevi che mangiare insetti riduce del 90% le emissioni di CO<sub>2</sub> rispetto alla carne? Prova ora!"
3. "Non fidarti solo delle parole: scopri cosa dicono i nostri clienti!" [Link alle recensioni]

## B. Utenti con Carrello Abbandonato

1. "Il tuo carrello ti aspetta! Completa l'ordine entro 48h e ottieni la spedizione gratuita!"
2. "Hai quasi fatto il primo passo verso un'alimentazione sana e sostenibile. Torna ora e ricevi uno sconto esclusivo!"
3. "Non sai se ti piaceranno? Soddisfatti o rimborsati. Provali senza rischi!"

## C. Clienti Passati

1. "Ti è piaciuto il tuo primo ordine? Abbiamo qualcosa di speciale per te! Scopri le nostre novità."
2. "Accumula punti e ottieni snack gratis! Unisciti al programma BeetlEat Lovers."
3. "Hai provato le nostre patatine di insetti? Ora puoi vincere un anno di snack gratis! Partecipa al nostro contest."