

Parte 3 – Costruzione del funnel di marketing

Awareness

Per far conoscere il brand de BeetlEat come già detto in precedenza punterei più su una domanda latente, quindi utilizzerei i social media, influencer marketing, poi ovviamente utilizzo anche un po' il SEO.

Un esempio per ogni mezzo citato:

- **Social media:** un mix tra post pubblicitari ed informativi, quindi pubblicherei post con foto contenenti slogan per la cura verso l'ambiente e cura dell'alimentazione con caratteri ben visibili e un layout che attiri l'attenzione, mentre i post formativi li potrei creare mettendo a confronto i valori nutrizionali di un insetto con la carne normale, lo stesso farò per l'ambiente mettendo a confronto la produzione di CO² ed altri argomenti tema ecologico.
- **Influencer marketing:** Stringo collaborazioni con influencer a tema food, creando video su Youtube o live su Twitch dove si fanno delle challenge come per esempio: Mangiare delle portate sproporzionate a base di insetti oppure avere un'alimentazione a base di insetti per 30 giorni e vedere i benefici. Esempio di creator Thomas Hungry
- **SEO:** Inserisco come keyword carne di insetto o insetto/insetti commestibili.

Interest

Per generare interesse utilizzerei dei Webinar Educativi e contenuti educativi registrati sia lunghi (Youtube) sia corti reels Instagram e TikTok. Questo perché bisogna abbattere le barriere culturali.

- **Webinar:** per informare il pubblico sui benefici alimentari e ambientali e posizionando il brand come esperto del settore. Utilizzando un titolo accattivante esempio: "Il cibo del futuro: perché gli insetti fanno bene" integrando come ospiti esperti nutrizionisti e chef, mostrare qualche ricetta a base di insetti e mettendo anche dentro le testimonianze di clienti che hanno già provato e apprezzato.
- **Contenuti informativi:** da suddividere in contenuti più lunghi e più corti, i contenuti più lunghi da pubblicare su Youtube dove vengono illustrati casi studio, benefici, esempi culturali di altre nazioni che consumano già insetti e varie curiosità. Contenuti più corti Tiktok e Meta dove si illustrano ricette veloci, estratti di assaggi al pubblico, immagini che illustrino i benefici del consumo di insetti sia a livello alimentare che ecologico.

Consideration

Per influenzare la decisione utilizzerei principalmente i casi studio, per far vedere scientificamente e con i dati dei benefici del prodotto, poi le testimonianze di consumatori alla prima esperienza per far risaltare la sorpresa che ha al primo impatto e abituali per mettere in evidenza i benefici di una alimentazione a base di insetti.

Action

Per semplificare il processo di acquisto utilizzerei un checkout semplificato in una sola pagina e la possibilità di acquistare anche come guest (ma non avere poi i vantaggi di essere un utente registrato) con un autocompletamento dei dati per inserire i dati personali e di pagamento e l'utilizzo di metodi di pagamento rapidi come Apple Pay e Google Pay. Mettere poi sotto i campi da compilare con i dati con un bottone di un colore fatiscante (es. Arancio) con all'interno una call to action con scritto ACQUISTA ORA.

Loyalty

Per fidelizzare con l'utente utilizzerei i seguenti mezzi:

- **Email post acquisto:** comunicazione dell'esito dell'acquisto e punti del programma fedeltà guadagnati (ottenibili superando una certa somma) con ringraziamenti annessi.
- **Programma fedeltà:** una tessera digitale univoca che al suo interno raccoglie i punti fedeltà che sono spendibili in sconti ed in gadget.

Advocacy

Per trasformare clienti in ambassador utilizzerei principalmente un Referral program che funzionerebbe in questo modo: Fai registrare un utente tramite un link tuo univoco, l'ambassador ottiene una determinata somma di punti fedeltà l'utente nuovo un piccolo sconto di benvenuto, se il cliente nuovo fa anche un acquisto l'ambassador otterrà altri punti fedeltà.

Creerei anche una community nei vari social dove condivido materiali informativi, ricette, meme e indagini per sollecitare la conversazione tra utenti.