

Progetto MARE PAOLA EVELIN

Amalfi Coast
IL PROFUMO CHE SA DI VITA



Amalfi coast



**AMALFI COAST: PIÙ DI UN PROFUMO, UN VIAGGIO
NELL'ANIMA DEL MEDITERRANEO.**

Amalfi Coast : più di un profumo, un viaggio nell'anima del Mediterraneo.

Dalla base marina che cattura la freschezza delle onde, al cuore floreale e fresco, ispirato ai profumi dei fiori costieri, con un tocco dolce, accenti aromatici e speziati, e un fondo legnoso che richiama la solidità della terra. Ogni goccia evoca la magia delle terre amalfitane bagnate dal mare, tra limoni dorati e tramonti infiniti.

Amalfi Coast non è solo un profumo, è un ricordo, una promessa di bellezza, un invito a portare con te l'essenza di Amalfi ovunque tu vada.

(Con un prezzo accessibile di soli 50€ per 100 ml, vogliamo offrire a chiunque la possibilità di comprarlo.)



Settore del brand

IL SETTORE DEL MIO BRAND SARÀ LA COSMETICA,
CON UN FOCUS PARTICOLARE SUL BENESSERE.

Il Main topic

IL MAIN TOPIC DEL MIO BRAND SARÀ IL BENESSERE SENSORIALE, POICHÉ IL PROFUMO HA IL POTERE DI TRASFORMARE L'UMORE, EVOCARE RICORDI PIACEVOLI E GENERARE UNA PROFONDA SENSAZIONE DI ARMONIA INTERIORE ENTRANDO NELLA SFERA PIÙ EMOTIVA DEL CONSUMATORE.



Subtopics

- Connessione tra fragranze ed emozioni
- Sostenibilità e composizione
- Legame culturale
- Ingredienti
- Connessione con la natura
- Scelta dei colori
- Dove si ispira
- Stagionalità perfetta
- Colore e simbolismo



Pain point

COSA FRENEREBBE UN CLIENTE E I SUOI IPOTETICI DUBBI

- *La paura che il profumo sia banale e già sentito.*
- *Non avere la possibilità di testarlo.*
- *La durata del profumo*
- *Il packaging*
- *Preoccupazioni ambientali*
- *Se sia un profumo troppo dolce o troppo fresco*
- *Se sia adatto a tutte le occasioni*



Amalfi Coast

IL PROFUMO CHE SA DI VITA



Tabella dimostrativa

Main topic CATEGORIA	Subtopics SOTTO-CATEGORIE	Pain point DUBBI CLIENTE
<ul style="list-style-type: none">• Benessere sensoriale• Cosmetica	<ul style="list-style-type: none">• Connessione tra fragranze ed emozioni• Sostenibilità e composizione• Legame culturale• Ingredienti• Connessione con la natura• Scelta dei colori• Dove si ispira• Stagionalità perfetta• Colore e simbolismo	<ul style="list-style-type: none">• La paura che il profumo sia banale e già sentito.• Non avere la possibilità di testarlo.• La durata del profumo II packaging• Preoccupazioni ambientali• Se sia un profumo troppo dolce o troppo fresco• Se sia adatto a tutte le occasioni

Contenuti Awareness

La strategia di funnel awareness che intendo applicare si basa sul coinvolgimento di tutte le piattaforme digitali, con l'obiettivo di attirare il maggior numero possibile di lead.

Questo sarà possibile attraverso la sponsorizzazione del mio profumo, accompagnata da campagne che offriranno, a chi fornirà il proprio indirizzo email e postale, l'opportunità di testarlo tramite un campioncino.

In questo modo, potrò integrare anche una strategia di email marketing per consolidare ulteriormente il rapporto con i potenziali clienti.



Consideration

In questa fase, oltre a effettuare confronti con i miei competitor (e usufruirò anche di altre strategie), metterò in risalto le recensioni dei miei clienti. Questo servirà sia per incoraggiare i lead a diventare clienti, sia per favorire un passaparola autentico ed efficace tra la mia clientela.

Amalfi Coast
IL PROFUMO CHE SA DI VITA

RECENSIONI



Margherita



Questo profumo è semplicemente irresistibile! Ha una combinazione perfetta di toni caldi e avvolgenti, ma con un tocco di freschezza che lo rende unico. Mi è stato regalato e me ne sono subito innamorata, tanto che, una volta finito, non ho potuto fare a meno di ricomprarlo. È diventato il mio preferito in assoluto, lo adoro!



Sabrina



Un profumo che incarna la versatilità in modo impeccabile, rivelandosi adatto a qualsiasi occasione. Le sue note si intrecciano con una precisione straordinaria, mantenendo pienamente ciò che promette. Perfetto nella sua essenza, riesce a lasciare un'impressione duratura senza mai risultare eccessivo. Una scelta eccellente per chi cerca eleganza e armonia in un'unica fragranza.

Conversion

"Nella fase di conversione, oltre a ottimizzare la landing page, pro porrò offerte speciali per incentivare l'acquisto concreto del prodotto.

Una delle promozioni che pro porrò sarà quella di regalare un telo mare in omaggio a tutti i clienti che acquisteranno il mio prodotto in profumeria. Un'iniziativa perfetta per celebrare l'essenza del profumo, ispirato alla meravigliosa Costa Amalfitana.



Loyalty

In questa fase, tra le diverse strategie, utilizzerò la newsletter per inviare sconti, notizie, opportunità di partecipare alle nostre campagne pubblicitarie, la possibilità di testare nuovi prodotti e molto altro. L'obiettivo è non solo costruire un rapporto solido, ma anche offrire un'occasione unica ai nostri clienti.



Advocacy

Utilizzerò ampiamente il referral program attraverso concorsi dedicati.

Ad esempio, i clienti che acquistano un profumo, caricano lo scontrino sul nostro sito e invitano un amico a iscriversi alle nostre pagine social, parteciperanno a un'estrazione. In palio ci saranno un set da 2 profumi, gadget esclusivi e, come premio speciale, uno straordinario viaggio sulla splendida Costa Amalfitana. Un'occasione unica per premiare i nostri clienti più affezionati con esperienze indimenticabili!



Canali di distribuzione

- Social Media: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter e Pinterest per raggiungere diverse tipologie di pubblico.
- Sito Web e Landing Page: Per presentare il prodotto e raccogliere dati dai lead.
- Newsletter: Per comunicazioni dirette, promozioni e fidelizzazione.
- Pubblicità Online: Campagne su Google Ads e Social Ads per aumentare la visibilità.
- Pubblicità Televisiva: Per ampliare la copertura e raggiungere un pubblico più ampio e diversificato.
- Collaborazioni: Partnership con influencer e blogger nel settore beauty e lifestyle.
- LinkedIn: Per connessioni professionali e per promuovere il marchio tra un pubblico più orientato al business.
- Eventi Locali e Promozioni: Per creare un contatto più diretto con i clienti.
- Referral Program: Per coinvolgere i clienti esistenti e attirarne di nuovi.
- Recensioni e User-Generated Content: Per costruire fiducia e autenticità.

Quali contenuti userei per coinvolgere nuovamente i clienti:

Utilizzerei: contenuti educativi, sconti personalizzati, promozioni a tempo limitato, eventi speciali, concorsi con possibilità di vincere un viaggio sulla costa amalfitana, tutorial o consigli, collaborazioni con influencer, immagini evocative e molto altro ancora.

Quale messaggio userei per spingerli alla conversione:

Userei:

Porta l'essenza della Costiera Amalfitana a casa tua: immergiti nei profumi di limoni, brezza marina e fiori selvatici. Crea momenti indimenticabili, ogni giorno.

Un profumo che ogni goccia racconta una storia di bellezza e serenità.

