

Memorable Beauty
Dove i sogni incontrano la perfezione

CREMA VISO
ADATTO A TUTTI
I TIPI DI PELLE

200 ML

Memorable Beauty

Progetto di



Mare Paola Evelin

Memorable Beauty
Dove i sogni incontrano la perfezione

CREMA VISO
ADATTO A TUTTI
I TIPI DI PELLE

150 ML

Beauty
a perfezione

SO
UTTI
LE

CREMA VISO
GIORNO

100 ML

Fase 1

ANALISI MERCATO E TARGET

Cos'è Memorable Beauty?

Memorable Beauty è un brand emergente nel mondo della cosmetica, con un focus specifico sulla skincare. La sua offerta si rivolge a un target di fascia medio-alta, proponendo prodotti rigorosamente sottoposti a test dermatologici.

Target

Memorable Beauty si rivolge a una fascia d'età ampia, dai 17 agli 80 anni, con l'obiettivo di essere un brand inclusivo e accessibile a tutti i generi.

Tuttavia, è probabile che abbia una maggiore risonanza nel settore femminile (pur mantenendo un approccio universale).

Quali bisogni voglio intercettare:

Voglio rispondere alla necessità di chi cerca prodotti che uniscano qualità, efficacia e sostenibilità, creando soluzioni adatte a tutti, senza alcuna distinzione di genere o tipologia di pelle.



Competitor:

Avendo una vasta gamma di competitor, è complicato identificarne uno in particolare, soprattutto perché ormai ci sono tantissimi brand emergenti simili al mio.

Ma se proprio dovessi indicarne uno tra tanti, sicuramente penserei a brand come Garnier, Yepoda, Clinique, CeraVe e molti altri ancora.

Analisi Swot

I loro punti di forza

- Hanno una base solida di clienti abituali e fidelizzati.
- Conoscono meglio le strategie e l'andamento del mercato.
- Possiedono una maggiore padronanza delle competenze specifiche del settore.

I loro punti di debolezza

- Hanno accumulato molti ex clienti insoddisfatti.
- La loro notorietà li rende prevedibili e monotoni.
- Usano ingredienti potenzialmente dannosi.
- I loro prezzi sono decisamente elevati.

Memorable Beauty
Dove i sogni incontrano la perfezione

Mi differenzierò:

Posso distinguermi offrendo prodotti unici, ecosostenibili e di qualità superiore, pensati per ogni tipo di pelle e per tutti i generi. Con un tocco autentico e un approccio inclusivo, voglio creare un'esperienza diversa, in grado di ispirare fiducia e soddisfare le esigenze reali dei miei clienti.

I miei punti di forza

- Essendo nuova sul mercato, posso suscitare maggiori aspettative nei miei lead e futuri clienti.
- Offrirò prodotti ecosostenibili, realizzati con ingredienti naturali.
- Renderò i miei prodotti accessibili a tutti, grazie alla varietà pensata per ogni tipo di pelle.
- Tutti i miei prodotti saranno testati dermatologicamente.

I miei punti di debolezza

- All'inizio, il mio brand sarà poco conosciuto, rischiando di sembrare comune come tanti altri.
- La forte concorrenza potrebbe inizialmente offuscare la visibilità del brand.



Definizione target:

Profilo demografico giovanile

Età: 17-30 anni

Genere: unisex (anche se ci sarà più affluenza femminile)

Interessi: Qualità del prodotto, sostenibilità del brand, versatilità dei cosmetici, efficacia delle creme, creme per pelle acneica, .

Abitudini di acquisto dei miei futuri clienti:

1. Preferiscono acquistare online su siti o app, spesso attratti da offerte e sconti

Sogni e desideri del target:

Prodotti efficaci per pelli acneiche, soluzioni rapide, packaging accattivante



Definizione target:

Profilo demografico adulto

Età: 30-80 anni

Genere: unisex (anche se ci sarà più affluenza femminile)

Interessi: Qualità del prodotto, sostenibilità del brand, versatilità dei cosmetici, efficacia delle creme, inclusività e unicità del prodotto.

Abitudini di acquisto dei miei futuri clienti:

1. Prediligono brand di fiducia, disposti a spendere di più per qualità premium
2. Mix di acquisti online e in negozio, attenti a recensioni e consigli da influencer

Sogni e desideri del target:

Desideri e bisogni:

- Prodotti naturali e sostenibili, routine semplici ma complete, qualità certificata
- Prodotti mirati per specifici problemi, esperienze di lusso, risultati visibili



Definizione target:

Profilo demografico generico

Età: 17-80 anni

Genere: unisex (anche se ci sarà più affluenza femminile)

Interessi: Qualità del prodotto, sostenibilità del brand, versatilità dei cosmetici, efficacia delle creme, inclusività e unicità del prodotto.

Abitudini di acquisto dei miei futuri clienti:

1. I miei clienti cercano prodotti di qualità e sostenibili.
2. Si informano online e confrontano le opinioni.
3. Apprezzano formule naturali e cruelty-free.
4. Sono fedeli a brand che soddisfano le loro esigenze.
5. Comprano sia online che in negozio.
6. Preferiscono marchi con valori autentici.

Sogni e desideri del target:

Desideri e bisogni:

- 1 Vogliono prodotti di qualità, efficaci e sicuri.
- 2 Cercano soluzioni adatte a tutti i tipi di pelle e generi.
- 3 Apprezzano ingredienti naturali e sostenibili.
- 4 Desiderano un brand autentico, con valori in cui potersi riconoscere.
- 5 Vogliono un'esperienza che unisca cura della pelle e un tocco di esclusività.

Touchpoint digitale del mio target:

I touchpoint digitali che utilizzeranno i miei clienti saranno i social media, il sito web, le email aziendali e i motori di ricerca.

Tabella Analisi Mercato

Competitor

Garnier
Yepoda
Clinique
CeraVe
La Roche Posay
CeraVe
e.l.f Cosmetic and Skincare
Caudalie
Nivea
ecc...

Pubblico Target generico

Età: 17-80 anni
Genere: unisex (anche se ci sarà più affluenza femminile)
Interessi: Qualità del prodotto, sostenibilità del brand, versatilità dei cosmetici, efficacia delle creme, inclusività e unicità del prodotto.
Desideri e bisogni:
1 Vogliono prodotti di qualità, efficaci e sicuri.
2 Cercano soluzioni adatte a tutti i tipi di pelle e generi.
3 Apprezzano ingredienti naturali e sostenibili.
4 Desiderano un brand autentico, con valori in cui potersi riconoscere.
5 Vogliono un'esperienza che unisca cura della pelle e un tocco di esclusività.

Touchpoint Chiave

Social Media
Motori di Ricerca
Sito Web
Sito Blog
Email Marketing Aziendali

The background of the slide features a soft-focus image of pink cosmetic products. On the left, a tube of cream is partially visible with the text 'Beauty' and 'a perfezione'. In the top right corner, a jar of 'CREMA VISO GIORNO' is shown with a pink lip print logo and '100 ML' printed below it. At the bottom right, the top of another pink tube is visible. The overall color palette is a mix of light and dark pink tones.

Fase 2

COSTRUZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY E DEL FUNNEL MARKETING

Funnel Awareness

Per far conoscere il mio brand farò:

- pubblicità online e offline sui social, Google ADS, Spot pubblicitari sia in radio e sia in tv .
- Seo e Content Marketing con blog, podcast, guide gratuite e video educativi indirizzati al nostro target.
- Punterò tanto su delle collaborazioni e campagne pubblicitarie.



Awareness esempio

Userò i social, in particolare Instagram, per invogliare il lead a esplorare il nostro sito. L'obiettivo è catturare la sua attenzione con un post dedicato alla pelle radiosa, giocando sul concetto di "segreto" per stimolare curiosità e interesse.

Call-to-action: visita il sito

Concetto chiave: Segreto per una pelle radiosa



Interest

Per suscitare più interesse:

- Pubblicherò contenuti accattivanti sui social per attirare l'attenzione.
- Coinvolgerò gli utenti con domande e sondaggi per stimolare interesse.
- Collaborerò con micro-influencer per far scoprire il brand.
- Invierò email con consigli utili per incuriosire e creare connessione.



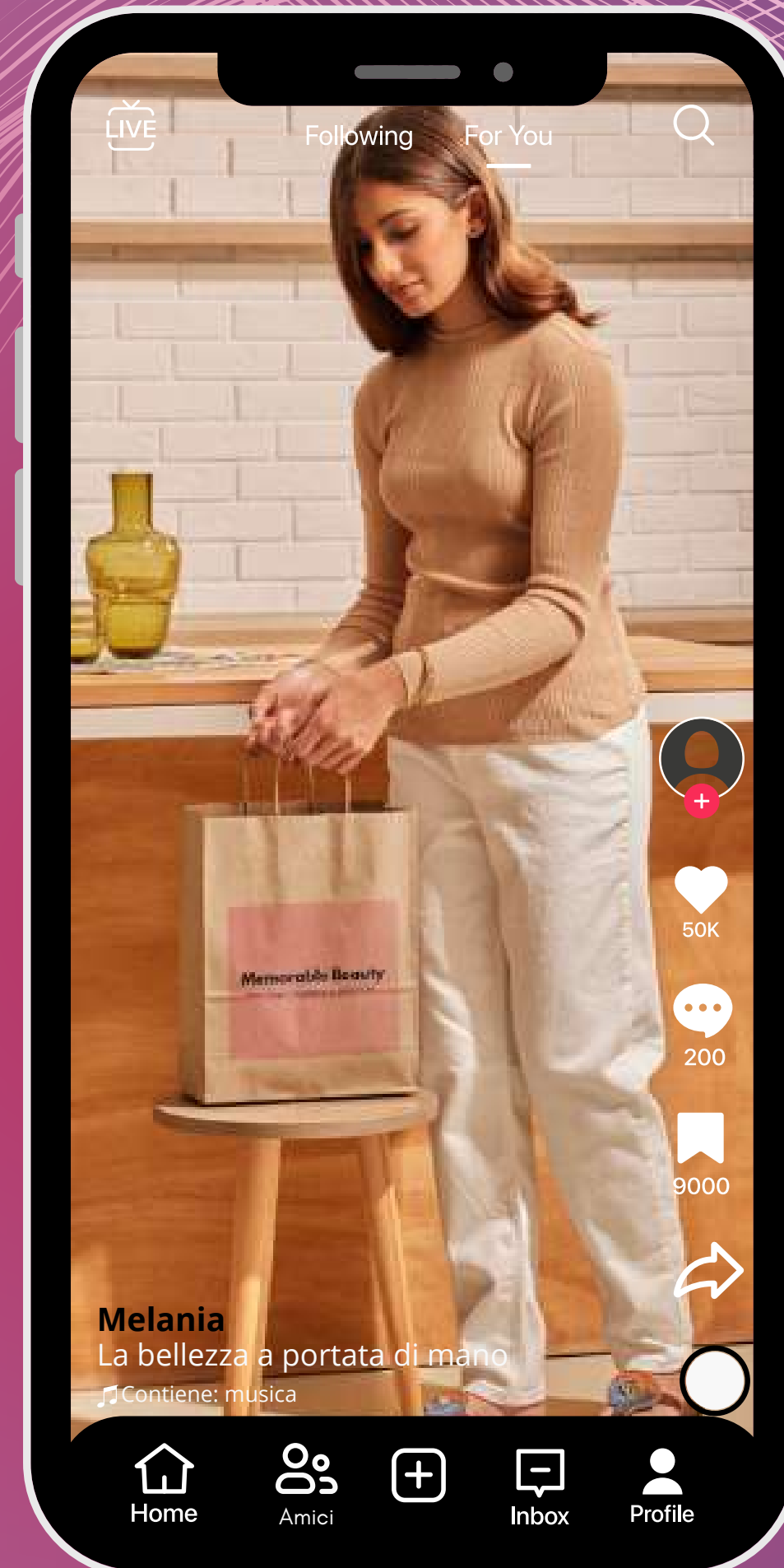
Interest

Esempio:

Per attirare maggiore interesse, collaborerò con influencer specializzati nel settore, evitando chi non ha una reale competenza.

Benefici:

- Collaborare con esperti aumenta la credibilità del brand.
- Permette di raggiungere un pubblico realmente interessato.
- Rafforza l'immagine di un marchio professionale e autentico.
- Riduce il rischio di comunicazioni poco efficaci o fuori target.



Consideration

Quali strumenti userei per superare i dubbi dei miei lead:

Per superare le obiezioni dei miei lead e favorire la conversione, utilizzerò testimonianze, recensioni e confronti mirati.

esempio effettivo:



Marie ★★★★★

Ho sempre cercato una crema che fosse davvero adatta alla mia pelle, ma nessuna mi aveva mai soddisfatta completamente... fino a quando ho provato questo prodotto. È leggera, efficace e lascia la mia pelle luminosa e idratata come mai prima d'ora. Finalmente ho trovato la crema perfetta!



Luigi ★★★★★

Ho sempre avuto difficoltà a trovare una crema che facesse davvero la

Memorable Beauty

Dove i sogni incontrano la perfezione

CREMA VISO

ADATTO A TUTTI

I TIPI DI PELLE

Action

Per rendere il processo di acquisto più semplice, implementerò un checkout veloce, offrirò una maggiore varietà di metodi di pagamento, proporrò offerte speciali e assicurerò un'assistenza professionale e dedicata.

Esempio offerta a tempo:

**SUL TUO PRIMO ORDINE
OTTERRAI IL**

20%
di sconto

**NON PERDERE QUESTA
OCCASIONE**

**ACQUISTA ENTRO OGGI
E OTTERRAI IL**

50%
di sconto

AFFRETTATI

**SOLO PER OGGI LE
SPESE DI SPEDIZIONE
SONO**

GRATIS

SCADE DOMANI

Loyalty

Quali strumenti userei per coinvolgere i clienti:

Per mantenere alta l'attenzione e fidelizzare i clienti, utilizzerò l'email marketing con offerte speciali e sondaggi sull'esperienza. Organizzerò campagne che permettano di vincere premi del brand, creerò programmi fedeltà e offrirò inviti esclusivi per partecipare a eventi importanti, dove i vincitori potranno rappresentarci al nostro fianco.

Esempio:

Inserisci le credenziali del tuo account: se sei un nostro cliente abituale, potresti vincere un esclusivo invito per partecipare alla Milano Fashion Week al nostro fianco!

Username

Password

COMPLIMENTI!

Complimenti! Sei tra i vincitori !

Ciao Aurora ,

Siamo entusiasti di annunciarti che sei stato selezionato come vincitore del nostro esclusivo invito per partecipare alla Milano Fashion Week insieme a noi!

Preparati a vivere un'esperienza unica, immerso nel cuore



Advocacy

Quali strategie userei per trasformare i nostri clienti in ambassador del brand:

- **Offrirò programmi fedeltà con vantaggi esclusivi per i clienti più affezionati.**
- **Organizzerò eventi unici e inviti speciali per farli sentire parte del brand.**
- **Li coinvolgerò chiedendo di condividere le loro esperienze con i prodotti.**
- **Proporrò collaborazioni attive con prodotti gratuiti o scontati da recensire.**
- **Incoraggerò la creazione di contenuti da parte loro, riconoscendoli ufficialmente come ambassador.**



Advocacy

Esempio:

Proporrò collaborazioni attive con prodotti gratuiti o scontati da recensire, dedicandole ai clienti più fidelizzati per rafforzare ancora di più il legame con il brand.



Obiettivi smart in 6 mesi:

Awareness: Raggiungere 50.000 visualizzazioni sui contenuti social entro tre mesi per aumentare la conoscenza del brand.

Interest: Generare almeno 10.000 interazioni sui post e ottenere 5.000 click verso il sito entro quattro mesi.

Consideration: Fare in modo che il 25% dei visitatori del sito lasci una mail per ricevere aggiornamenti o promozioni entro cinque mesi.

Action: Convertire almeno il 10% dei lead in clienti effettivi attraverso campagne mirate entro sei mesi.

Loyalty: Creare un programma fedeltà e raggiungere il 20% di iscritti tra i clienti entro sei mesi, mantenendo un tasso di soddisfazione alto.

ROI (Return on Investment): Entro sei mesi, prevedo un aumento del ROI del 20-30% grazie a strategie mirate, migliorando conversioni, vendite medie e fidelizzazione.



Memorable_Beauty



Il segreto per una pelle
ti consentel