

01



Your skin, our priority

Chi siamo

Deorod è un brand italiano di prodotti cosmetici che promuove la bellezza naturale e la cura responsabile della propria pelle.

La nostra **missione** è quella di offrire prodotti di alta qualità formulati con ingredienti biologici e sostenibili, contribuendo così a preservare l'ambiente.



Cruelty-Free



100% Naturale

Inclusività

Sostenibilità



PRODOTTO

Deodorante in crema **100% naturale, senza profumi, sostanze chimiche e alcol**, adatto ad ogni tipo di pelle in grado di prevenire e ridurre i cattivi odori, lasciandoti una sensazione di freschezza a lungo.





Il packaging sarà realizzato con carta piantabile

PACKAGING



PREZZO

Medio-Alto

Immaginiamo un prodotto
realizzato in due flaconi:

€ 32,00 30 ml;

€ 45,00 60 ml

DISTRIBUZIONE

- Erboristerie
- Farmacia
- Beauty & Cosmetica
- E-commerce Online

- Rivenditori online:
 - Amicafarmacia.com
 - Efarmà.com
 - Topfarmacia.it



PUNTI DI FORZA

- **Azione batteriostatica.**
- **Azione duratura:** la soluzione ideale per chi soffre di eccessiva sudorazione, per chi indossa tutti i giorni indumenti sintetici (nylon, poliestere, acrilico) e per chi fa sport o attività che portano a sudare maggiormente.
- È **resistente** all'acqua e al sudore.
- Lascia la pelle **sempre morbida e ben idratata.**
- **Totalmente naturale**, non contiene alluminio, sali, propellenti, aromi artificiali e composti chimici, inoltre non irrita e non macchia.





PUNTI DI DEBOLEZZA

- Inodore
- Mercato saturo
- Prodotti simili a prezzi più accessibili

BUYER PERSONAS



- Amanda (30 Anni) - Los Angeles, California.
- Laureata in Comunicazione Digitale.
- Social Media Manager per Azienda di lusso. Stipendio €2.000,00 al mese.
- Fidanzata.
- Hobby: Tennis e palestra per tenersi in forma.
- Le piace passare il tempo libero tra gala, cocktail e feste esclusive.
- È una donna poetica quanto grintosa, sofisticata quanto sensuale.
- I suoi abiti sono firmati capaci di esaltare la sua silhouette. Vuole apparire unica ma soprattutto riconoscibile.



- Valentina (35 Anni) - Milano, Italia.
- Laureata in Graphic Design.
- Graphic Designer per Azienda di lusso. Stipendio €2.500,00 al mese.
- Single.
- Hobby & Passioni: Palestra per tenersi in forma. La sua più grande passione è l'arte.
- Le piace passare il tempo libero tra mostre ed eventi esclusivi.
- È una donna profonda, poetica e sofisticata.
- I suoi abiti sfiorano il minimalismo. Le piace il monocolore e l'attenzione al dettaglio.

TARGET Uomini e donne
Anni 25 ai 60

BUYER PERSONAS

- Nome: Liam
- Età: 37 anni
- Vive a Roma.
- Laureato in architettura
- Convive ma non è sposato.
- Nel tempo libero ama viaggiare e andare in palestra
- Ama acquistare prodotti per la pelle buoni e di alta qualità



OBIETTIVI STRATEGIA

- Comunicare il lancio prodotto
- Aumentare il traffico sul sito web
- Aumentare visibilità sui social
(Instagram, Facebook)
- Raggiungere X vendite del prodotto
- Fidelizzazione dei clienti

CAMPAGNA PUBBLICITARIA





Possibile feed di Instagram

Social:

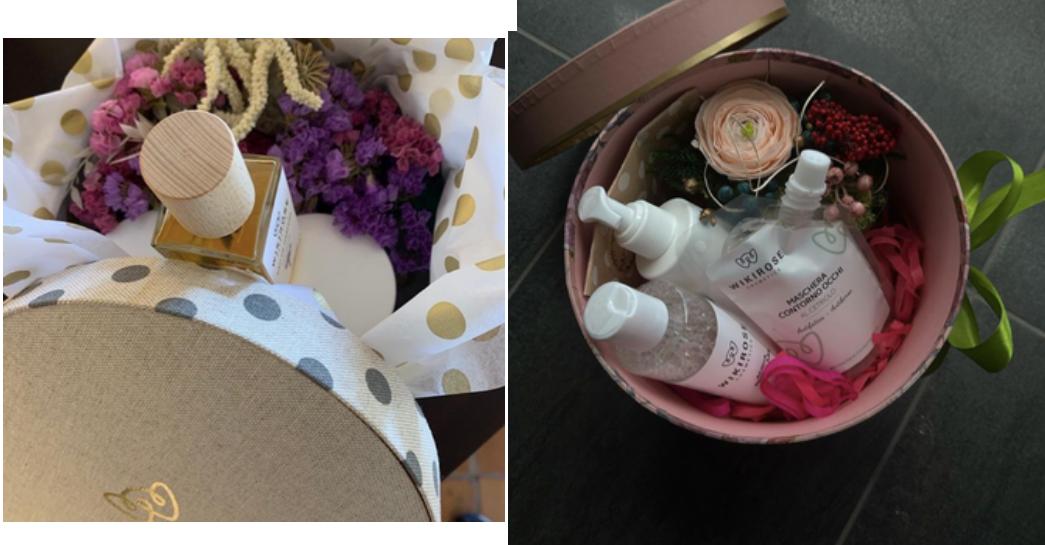
- Prodotto inclusivo: sia per uomini che donne
- Condivisione di teaser prima dell'uscita del prodotto per creare l'interesse del pubblico (countdown)
- Creazione contenuti video e immagini del prodotto
- Pubblicazione storie del prodotto con link diretti al sito web per l'acquisto

Collaborazione con influencer:

- Prima del lancio verranno inviate delle **box** a tre influencer che proveranno il prodotto. Avranno un loro **codice sconto** (da utilizzare sul sito)
- Stories con l'utilizzo del prodotto.

Stories + stories in evidenza con la box:

Le prime 100 persone che **acquisteranno il prodotto e si registreranno alla newsletter** del brand avranno in regalo la box arrivata alle influencer



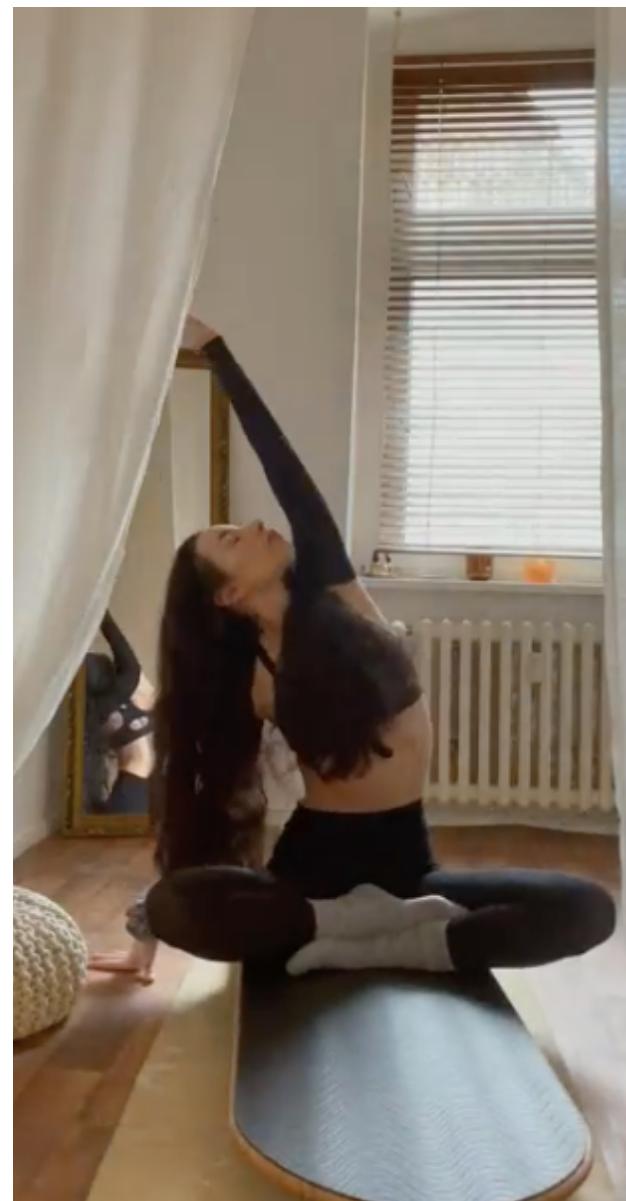
La box avrà all'interno:

- Il nuovo prodotto
- Una crema viso
- Una candela
- Il packaging sarà realizzato con carta piantabile

Per Tik Tok



Esempio 1



Esempio 2

Per Facebook:

- Post descrizione
- Post partecipazioni eventi/fiere

Da oggi fino al 2 ottobre non perderti la @milanobeautyweek, l'evento dedicato alla cultura della bellezza e del benessere, promosso da @associazionecosmeticaitalia.

Ti aspettiamo con tante sorprese nei Punti Vendita L'Erbolario aderenti e – nelle giornate di sabato 30/9, domenica 1/10 e lunedì 2/10 – nel Beauty Village di Palazzo Giureconsulti, a pochi passi dal Duomo di Milano. Vieni a immergerti nel nostro "Giardino profumato"!

Tra le tante iniziative, non perderti Beauty ... Altro...



Pagina ADV all'interno dei magazine con campione del prodotto:

- Marie Claire
- Vogue
- Amica



DISTRIBUZIONE

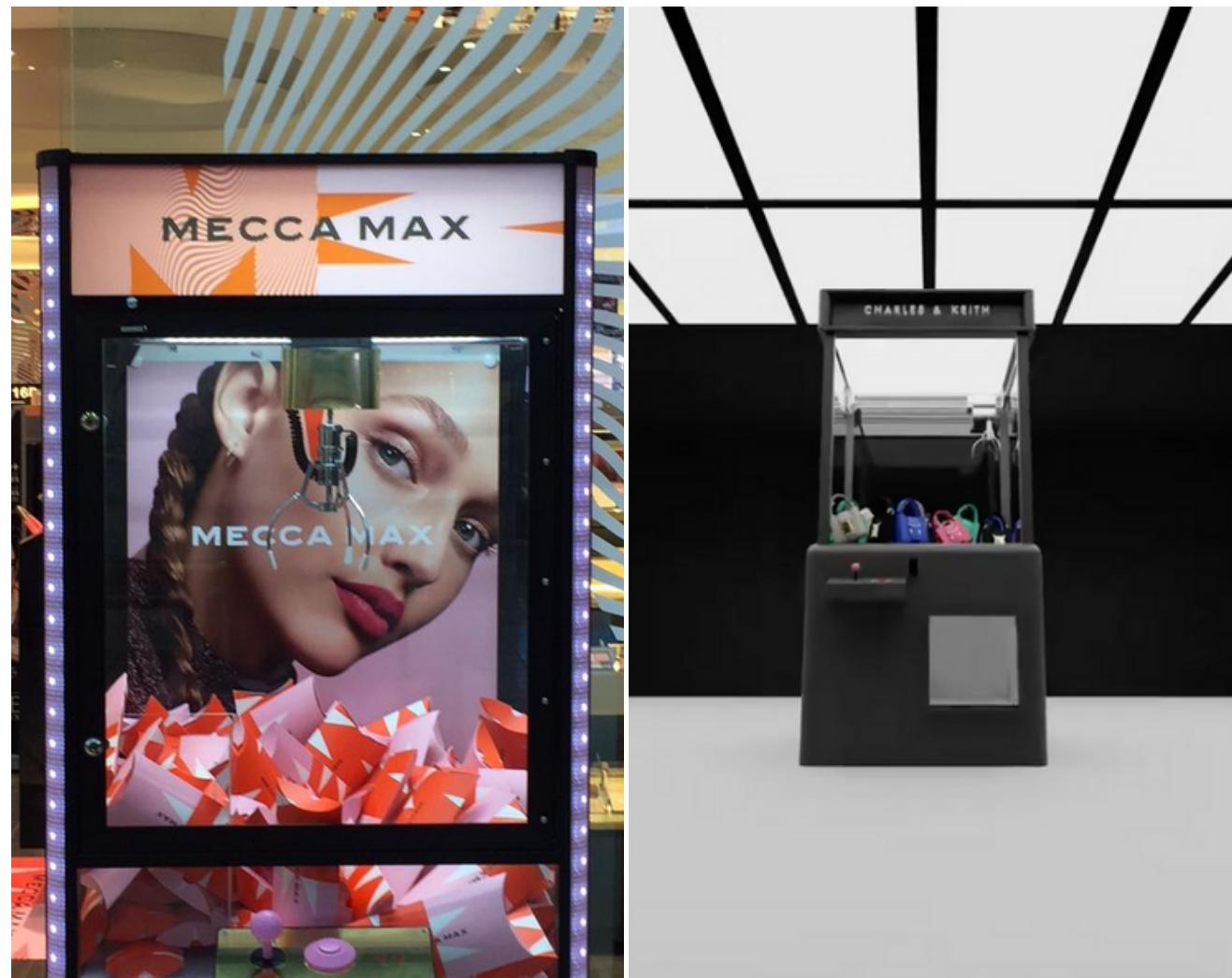
- Corner centri commerciali
- Rivenditori: Sephora, Douglas, erboristerie, farmacie
- E-commerce sito web ufficiale
- Presenza alla Milano Beauty Week: la settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere.

Un'iniziativa di Cosmetica Italia in collaborazione con Cosmoprof ed Esxence. Un progetto ideato per promuovere il valore sociale, scientifico ed economico del cosmetico e mettere in luce le peculiarità della filiera cosmetica italiana.



Guerrilla Marketing

- Posizionare in alcuni negozi delle Crew Machine dove all'interno ci sono mini prodotti dedodoranti del brand.
- Hashtag + tag + ricondivisione



Esempio 1

Per il sito web:

- Home Page dedicata al nuovo prodotto con la campagna pubblicitaria
- Pop up di descrizione del nuovo prodotto + iscrizione alla newsletter



Per la newsletter:

- Ai clienti fidelizzati inviare la mail di arrivo del nuovo prodotto. Possibilità di prenotare in anteprima la box inviata alle influencer
- Ai nuovi iscritti 10% di sconto sul nuovo acquisto. Se acquista la crema deodorante del 15%