

FITNESS BRAND STRATEGY





Fitness

è un'azienda specializzata nella fornitura di attrezzature per il fitness di alta qualità, progettate per permettere di allenarsi comodamente da casa.

Con il supporto dei personal trainer affiliati con l'azienda , aiutano a raggiungere obiettivi di benessere e forma fisica, offrendo un servizio su misura e un'assistenza continua.

Fitness è sinonimo di qualità, professionalità e passione per il benessere.



DEFINIZIONE DEL FUNNEL DI VENDITA



LEAD

Una strategia che mira a convertire i lead iscritti ma non ancora clienti attraverso un percorso strutturato di contenuti rilevanti e offerte mirate.



CLIENTI

Una strategia che mira a mantenere alto l'engagement dei clienti dopo il loro primo acquisto, aumentando la loro fedeltà e il valore medio degli ordini.





STRATEGIA PER LA GESTIONE DEI **LEAD** CHE SI SONO ISCRITTI MA NON HANNO ACQUISTATO

Obiettivo principale

Conversione da lead a cliente.

Obiettivi secondari

Aumento dell'engagement, miglioramento
della conoscenza del prodotto, costruzione
della fiducia.

SEGMENTAZIONE DEL PUBBLICO



01

Segmentazione per interessi: Lead interessati a diversi tipi di attrezzi (manubri, kettlebell, cyclette).

02

Segmentazione per comportamento di navigazione: Lead che hanno visitato specifiche pagine prodotto o hanno aggiunto articoli al carrello senza acquistare.

03

Segmentazione per fonti di iscrizione: Lead provenienti da campagne specifiche (es. social media, email marketing, promozioni sui blog).



CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

Fase di Consapevolezza

Iscrizione alla newsletter: Utilizza una landing page accattivante con un invito all'azione chiaro e un'offerta irresistibile, come uno sconto del 10% sul primo acquisto.

Esempio: "Iscriviti alla nostra newsletter e ricevi subito uno sconto del 10% sul tuo primo acquisto! Non perdere questa occasione per iniziare il tuo percorso di fitness con i migliori attrezzi."

Ricezione del messaggio di benvenuto: Invia un'email di benvenuto immediata che ringrazia l'utente per l'iscrizione, conferma lo sconto e introduce i principali benefici dei vostri prodotti.

Esempio: "Grazie per esserti iscritto! Ecco il tuo sconto del 10% per il primo acquisto. Scopri i nostri attrezzi di alta qualità e inizia oggi stesso il tuo percorso verso una vita più sana e attiva."



CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

Fase di Considerazione

Invio di contenuti educativi: Fornisci informazioni utili e pratiche su come utilizzare i vostri prodotti, con guide, articoli e video tutorial.

Esempio: "Scopri come utilizzare al meglio i nostri manubri regolabili con la nostra guida completa e i video tutorial passo-passo."

Testimonianze: Condividi storie di successo e recensioni positive dei clienti che hanno già beneficiato dei vostri prodotti.

Esempio: "Leggi le testimonianze dei nostri clienti soddisfatti e scopri come i nostri kettlebell li hanno aiutati a raggiungere i loro obiettivi di fitness."



CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

Fase di Decisione

Invio di offerte speciali e promozioni a tempo limitato:

Stimola l'urgenza e l'azione con sconti esclusivi e promozioni che hanno una scadenza.

Esempio: "Solo per questa settimana, approfitta del 15% di sconto sui nostri set di manubri regolabili. Non perdere questa occasione!" completa e i video tutorial passo-passo."

Fase di Conversione

Conversione finale tramite incentivi e follow-up

personalizzati: Offri ulteriori incentivi per spingere alla conversione e invia email di follow-up con contenuti personalizzati per mantenere l'engagement.

Esempio: "Hai bisogno di una spinta finale? Ecco un ulteriore sconto del 10% per il tuo primo acquisto. Inoltre, iscriviti al nostro webinar gratuito per ricevere consigli personalizzati dai nostri esperti di fitness."

PIANO DI INVIO DEI CONTENUTI FREQUENZA E TEMPISTICA

MESSAGGIO DI BENVENUTO



Tempistica

Inviato immediatamente dopo
l'iscrizione.



Esempio

"Benvenuto nella nostra community!
Ecco il tuo **codice sconto del 10%**
per il primo acquisto. Scopri i nostri
attrezzi fitness di alta qualità e inizia
oggi stesso il tuo percorso
benessere."

CONTENUTI EDUCATIVI



Tempistica

Inviati ogni 3 giorni per le prime due settimane

Esempio

- **Giorno 3:** "Guida completa all'uso dei nostri manubri. Scopri come ottenere il massimo dal tuo allenamento con i nostri video tutorial e consigli pratici."
- **Giorno 6:** "Piano di allenamento settimanale per principianti. Ecco come iniziare un programma di allenamento efficace da casa con i nostri attrezzi."
- **Giorno 9:** "Tutto sul kettlebell: benefici e utilizzo. Guarda i nostri video per imparare le tecniche giuste."

CONTENUTI DI PROVA/SOCIAL PROOF



Tempistica

Inviati una volta a settimana a partire dal primo mese.

Esempio

- **Settimana 1:** "Scopri le testimonianze dei nostri clienti. Leggi come i nostri attrezzi hanno trasformato il loro allenamento."
- **Settimana 2:** "Foto prima e dopo di chi ha usato i nostri prodotti. Risultati reali, trasformazioni incredibili!"
- **Settimana 3:** "Guarda le video testimonianze dei nostri clienti soddisfatti. Sentiti ispirato dalle loro storie di successo."

OFFERTE SPECIALI



Tempistica

Inviate 5-7 giorni dopo
l'iscrizione e poi mensilmente.

Esempio

- **Giorno 5:** "Offerta speciale per nuovi iscritti! Sconto del 15% su tutti i prodotti per un tempo limitato."
- **Mese 1:** "Offerta del mese! Sconti esclusivi su kettlebell e manubri. Non perdere l'occasione!"

GESTIONE DEI LEAD NON CONVERTITI

1. ANALISI DEI FEEDBACK
2. OTTIMIZZAZIONE DEI CONTENUTI
3. AZIONI DI FOLLOW-UP

ANALISI DEI FEEDBACK



Monitoraggio delle Risposte

Utilizza strumenti di analisi per monitorare l'apertura delle email, i clic sui link e le risposte.



Esempio

"Abbiamo notato che hai aperto la nostra guida all'uso dei manubri. Ti è stata utile? Cosa vorresti sapere di più?"

ANALISI DEI FEEDBACK



Comportamento dei Lead

Analizza le pagine visitate e i prodotti visualizzati.



Esempio

"Abbiamo visto che hai visitato la pagina delle nostre cyclette. Sei interessato a saperne di più sui benefici dell'allenamento con la cyclette?" (sconto)

OTTIMIZZAZIONE DEI CONTENUTI



Modifiche Basi sui Dati

Aggiorna i contenuti in base al feedback ricevuto e ai comportamenti osservati.



Esempio

"Abbiamo migliorato la nostra guida all'uso dei kettlebell in base ai tuoi suggerimenti. Dai un'occhiata!"

OTTIMIZZAZIONE DEI CONTENUTI

A/B Testing

Testa diverse versioni di email e offerte per identificare quelle più efficaci.

Oggetto: Quale offerta ti interessa di più? Partecipa al nostro sondaggio!

Ciao [Nome],

Vogliamo offrirti il meglio e per farlo abbiamo bisogno del tuo aiuto!

Abbiamo creato due fantastiche offerte pensate per rendere il tuo allenamento da casa ancora più efficace. Dicci quale preferisci:

Opzione 1: Sconto del 20% su tutti i set di manubri

Opzione 2: Sconto del 15% + Spedizione gratuita su tutte le cyclette

Quale di queste due offerte ti entusiasma di più? Fai clic sul pulsante qui sotto per partecipare al nostro breve sondaggio. Ci vorranno solo 2 minuti!

Partecipa al Sondaggio

Grazie per il tuo tempo e il tuo prezioso feedback. Siamo entusiasti di continuare a migliorare la tua esperienza con noi!

Un caro saluto,
Il team di Fitness

Oggetto: Partecipa al nostro sondaggio e scegli la tua offerta preferita!

Ciao [Nome],

Siamo sempre alla ricerca di modi per migliorare la tua esperienza di allenamento da casa. Ecco perché abbiamo bisogno del tuo parere!

Abbiamo due offerte esclusive pronte per te e vorremmo sapere quale preferisci:

Offerta A: Sconto del 20% su tutti i set di manubri

Offerta B: Sconto del 15% + Spedizione gratuita su tutte le cyclette.

Fai clic sul pulsante qui sotto per farci sapere quale offerta ti piace di più.
Ci vorranno solo pochi minuti!

Scegli la tua Offerta

Il tuo feedback è essenziale per noi e ci aiuta a creare promozioni su misura per te.

Grazie per il tuo supporto,
Il team di Fitness

AZIONI DI FOLLOW-UP



Email di Follow-up

Invia ulteriori email con incentivi come webinar gratuiti o consulenze personalizzate.



Esempio

"Non hai ancora approfittato del nostro sconto? Partecipa al nostro webinar gratuito e scopri come ottenere il massimo dai nostri attrezzi."

AZIONI DI FOLLOW-UP



Promozioni Mirate

Offri sconti maggiori o bundle di prodotti per lead non convertiti



Esempio

"Offerta speciale per te! Sconto del 20% su tutti i set di manubri.
Approfittane ora!"

ESEMPIO DI FUNNEL DI VENDITA STRUTTURATO

Fase 1: Iscrizione

Giorno 0: Lead si iscrive alla newsletter e riceve immediatamente l'email di benvenuto con il codice sconto del 10%.

Fase 2: Involgimento

Giorno 1: Email di benvenuto con il codice sconto.

Giorno 3: "Guida all'uso degli attrezzi (manubri, kettlebell, cyclette)" - Include articoli e video tutorial che spiegano i benefici e l'uso corretto di ciascun attrezzo.

Giorno 6: "Programma di allenamento settimanale per principianti" - Consigli su come iniziare un allenamento efficace da casa.

Giorno 9: "Testimonianze e foto prima e dopo di clienti soddisfatti" - Storie di successo per creare fiducia e mostrare risultati reali.

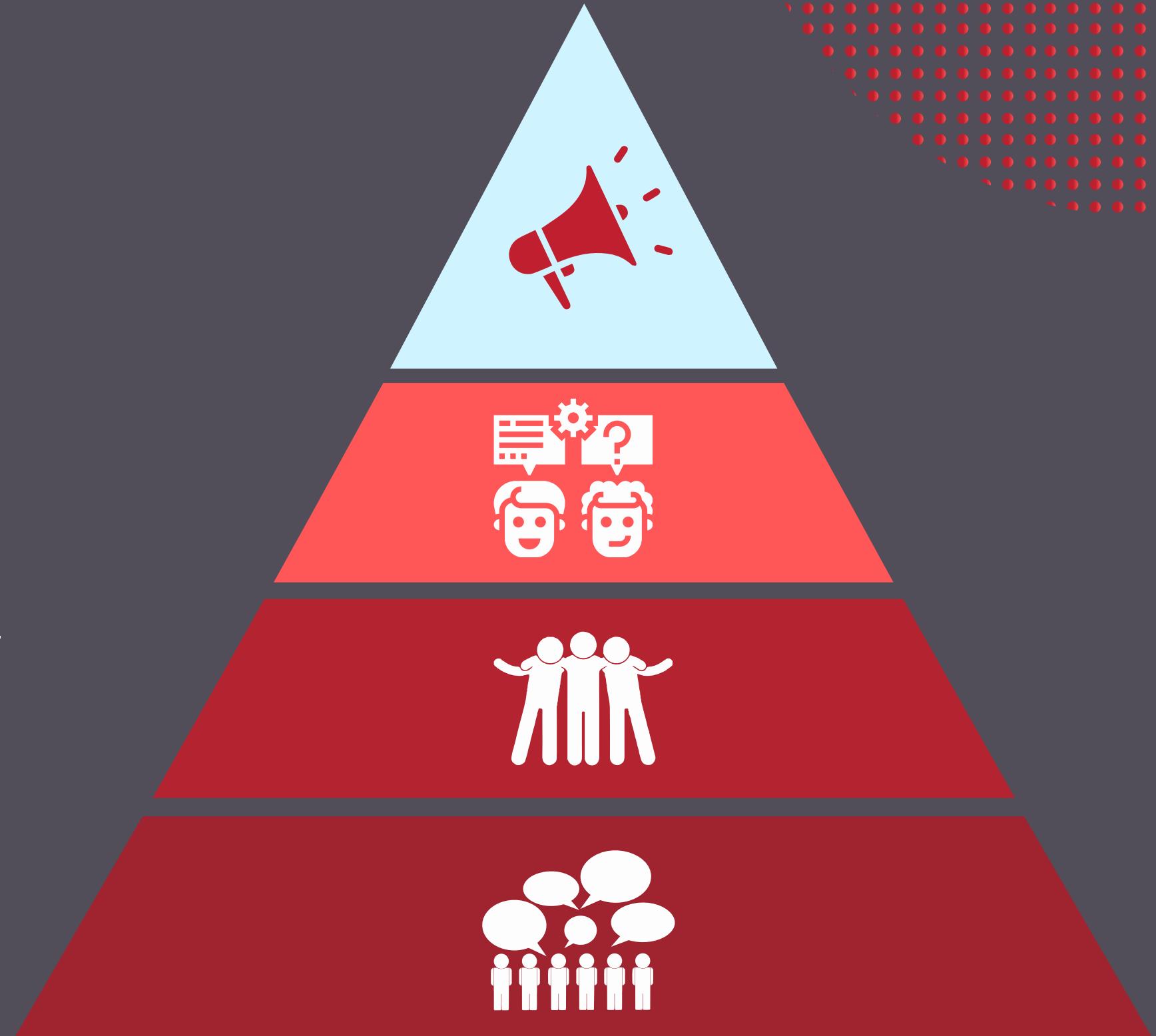
Giorno 12: "Video testimonianze di clienti" - Video brevi e coinvolgenti di clienti che condividono la loro esperienza positiva.

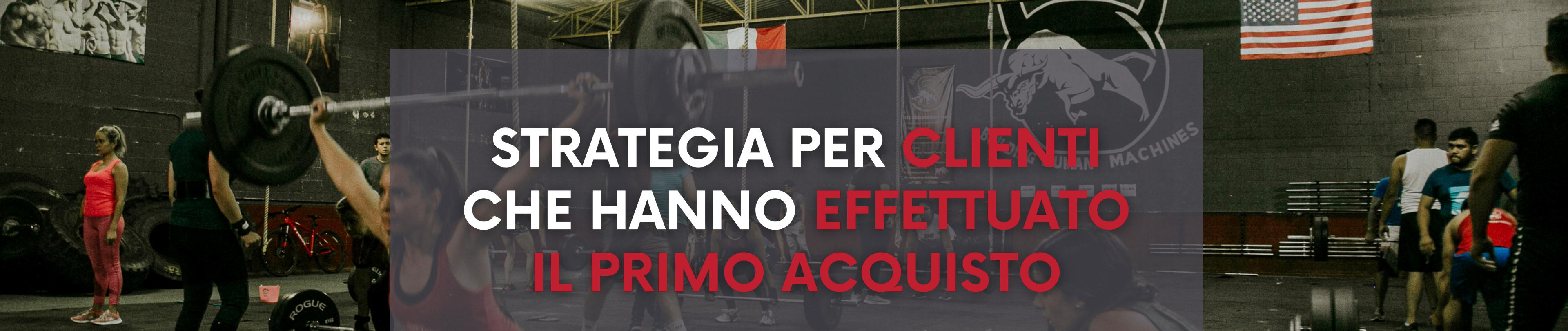
Giorno 14: "Promozione a tempo limitato con sconto aggiuntivo del 15%" - Incentivo per spingere all'acquisto immediato.

Fase 3: Conversione

Giorno 20: "Follow-up email con ulteriori incentivi (webinar, consulenze gratuite)" - Offerta di valore aggiunto per risolvere eventuali dubbi e motivare all'acquisto.

Mese 2: "Email con offerte mensili e promozioni mirate basate sugli interessi e il comportamento di navigazione del lead" - Offerte personalizzate per mantenere alto l'interesse e favorire l'acquisto.





STRATEGIA PER CLIENTI CHE HANNO EFFETTUATO IL PRIMO ACQUISTO

Obiettivo principale

Fidelizzazione dei clienti e aumento del
valore medio dell'ordine (AOV)

Obiettivi secondari

- Incremento della frequenza di acquisto.
 - Miglioramento della soddisfazione del cliente.
 - Creazione di brand ambassadors.
-

SEGMENTAZIONE DEL PUBBLICO



01

Clienti che hanno acquistato solo una volta.

02

Clienti che hanno utilizzato lo sconto del 10% per il primo acquisto.

03

Clienti che hanno acquistato determinati prodotti specifici (es. manubri, kettlebell, cyclette).

04

Clienti che hanno effettuato acquisti multipli.

CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

1

Acquisto iniziale

Invio immediato di un messaggio di ringraziamento con un codice sconto per il prossimo acquisto.



Esempio

"Grazie per il tuo acquisto! Usa il codice NEXT10 per ottenere il 10% di sconto sul prossimo ordine".

CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

2

Onboarding

Invio di guide e tutorial per l'uso ottimale del prodotto acquistato.



Esempio

"Scopri come utilizzare al meglio i tuoi nuovi manubri con il nostro video tutorial".

CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

3

Coinvolgimento

Inviare contenuti di valore aggiunto come consigli di fitness, programmi di allenamento e aggiornamenti sui prodotti.



Esempio

"Ecco un programma di allenamento settimanale per utilizzare al meglio i tuoi kettlebell".

CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

4

Up-sell/Cross-sell

Proporre prodotti complementari o superiori in base all'acquisto iniziale.



Esempio

"Aggiungi questi pesi extra ai tuoi manubri per un allenamento ancora più intenso".

CREAZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY

5

Fidelizzazione

Offrire offerte speciali per clienti fedeli, programmi di ricompensa e sondaggi di soddisfazione.



Esempio

"Partecipa al nostro programma fedeltà e guadagna punti per ogni acquisto".



CREAZIONE DEI CONTENUTI

Contenuti di Ringraziamento

Email di ringraziamento personalizzata con un tocco umano, magari firmata dal fondatore o dal team di supporto, includendo un coupon per il prossimo acquisto come ringraziamento.

Esempio: "Grazie per aver scelto i nostri prodotti! Come segno di gratitudine, ecco un codice sconto per il tuo prossimo ordine: THANKYOU10".

Contenuti di Onboarding

Video tutorial su come utilizzare il prodotto acquistato e un e-book con consigli di allenamento specifici per i prodotti acquistati.

Esempio: "Guarda questo video per scoprire come assemblare e utilizzare la tua nuova cyclette. Inoltre, scarica il nostro e-book gratuito con piani di allenamento personalizzati".



CREAZIONE DEI CONTENUTI

Contenuti di Valore Aggiunto

Articoli sul blog con suggerimenti di fitness, nutrizione e benessere, insieme a newsletter con aggiornamenti sui nuovi prodotti e tendenze nel mondo del fitness.

Esempio: "Leggi il nostro ultimo articolo sul blog per scoprire come integrare l'allenamento con kettlebell nella tua routine quotidiana".

Offerte di Up-sell/Cross-sell

Raccomandazioni di prodotti basate sull'acquisto iniziale (es. pesi aggiuntivi per manubri, accessori per la cyclette) e sconti su prodotti correlati (es. tappetini per allenamento, set di elastici per esercizi).

Esempio: "Hai acquistato una cyclette, completa il tuo set con un tappetino protettivo a un prezzo scontato".

PIANO DI INVIO DEI CONTENUTI FREQUENZA E TEMPISTICA

MESSAGGIO DI RINGRAZIAMENTO



Tempistica

Subito dopo l'acquisto.
(Inviare una email di
ringraziamento entro un'ora
dall'acquisto).



Esempio

"Grazie per il tuo ordine! Siamo
entusiasti di averti come cliente".

CONTENUTI DI ONBOARDING



Tempistica

Invio di email ogni 3 giorni per le prime due settimane.

Prima email con il video tutorial dopo 3 giorni, poi e-book dopo altri 3 giorni, e così via.



Esempio

"Giorno 1: Scopri come utilizzare il tuo nuovo kettlebell."

"Giorno 4: Ecco un e-book con esercizi per il tuo allenamento".

CONTENUTI DI VALORE AGGIUNTO



Tempistica

Due volte al mese.

Inviare la newsletter ogni 15
giorni.



Esempio

"Newsletter di giugno: Nuovi consigli
di fitness e aggiornamenti sui
prodotti".

OFFERTE DI UP-SELL/CROSS-SELL

Esempio

- **Prima offerta:** Offerta di sconto su un set di pesi aggiuntivi.
Es:"Completa il tuo set di manubri con questi pesi extra e ottieni uno sconto del 15%".
- **Seconda offerta:** Promozione di un bundle di prodotti complementari.
Es:"Bundle speciale: Aggiungi questi accessori al tuo kit di allenamento e risparmia il 20%".
- **Terza offerta:** Offerta di un prodotto premium con sconto speciale.
Es:"Upgrade il tuo allenamento con la nostra cyclette premium e ottieni uno sconto esclusivo del 25%".



Tempistica

Prima offerta: 15 giorni dal primo acquisto.

Seconda offerta: 30 giorni dal primo acquisto.

Terza offerta: 60 giorni dal primo acquisto.

AZIONI DI UP-SELL E CROSS-SELL

L'IMPORTANZA DEL TARGET

AZIONI DI UP-SELL E CROSS-SELL



Identificazione del Target

Utilizzare strumenti di CRM per segmentare i clienti in base alle loro **abitudini di acquisto e interessi**, e analizzare i dati di acquisto per identificare clienti con **propensione all'acquisto di prodotti complementari**.



"Analisi dei dati mostra che i clienti che acquistano manubri sono più propensi ad acquistare anche supporti ergonomici".

AZIONI DI UP-SELL E CROSS-SELL



Creazione di Offerte Personalizzate

Offrire sconti su prodotti correlati **basati sugli acquisti precedenti** e proporre bundle a prezzi scontati per **incentivare l'acquisto di più prodotti**.



Esempio

"Basandoci sul tuo acquisto di kettlebell, ti consigliamo questo set di elastici con uno sconto del 20%".

TEMPISTICA DELLE AZIONI

-15 giorni dal primo acquisto:

Inviare una prima offerta di up-sell/cross-sell.

Offrire uno sconto su accessori per il prodotto acquistato.

-30 giorni dal primo acquisto:

Inviare una seconda offerta con sconti aggiuntivi o bundle speciali.

Promuovere un bundle di prodotti a un prezzo scontato.

