

## Azienda DEOROD

– Lancio nuovo prodotto: crema deodorante senza profumi, né sostanze chimiche né alcol.

Strategia di marketing per domanda latente e diretta:

1) Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

Il cliente ideale è una persona attenta alla salute ed al benessere, oltre che alla salvaguardia dell'ambiente. Potrebbe anche avere problemi alla pelle e/o allergie agli ingredienti dei deodoranti comuni.

Per la latenza, lo individuo quando l'utente visita pagine, podcast, profili, blog, video di negozi bio, cosmesi, integratori e rimedi naturali, operatori olistici, guru del benessere;

Per la domanda diretta attraverso parole chiave specifiche sui principali motori di ricerca (google e bing). Useremo anche Bing perché il cliente ideale può rientrare anche in una fascia di età over 60 (dato che questo motore di ricerca viene spesso usato di default da chi è poco tecnologico).

2) Come si informa e decide di acquistare?

Il cliente si informa attraverso articoli su blog, riviste specializzate cartacee e online, video e tutorial youtube, passaparola, eventi dal vivo e online riguardanti il benessere, la medicina integrata, le discipline olistiche, crescita personale, spiritualità.

3) I dubbi e i timori che potrebbero bloccare l'acquisto possono riguardare la brand reputation, piuttosto che dubbi e timori riguardo l'effettiva efficacia del prodotto confrontato con dei deodoranti tradizionali. Soluzioni potranno essere di mettere in risalto le recensioni clienti sui prodotti convenzionali della azienda che già vanno bene, e lanciare una linea di campioni gratuiti nelle rivendite da far provare a potenziali clienti prima del lancio effettivo del prodotto in modo da avere anche già dei feedback da poter mostrare sui canali propri web, con delle brevi video recensioni oltre a feedback scritti.

4) Chi sono e cosa fanno i competitor?

Fare analisi di mercato.

I competitor sono principalmente aziende artigianali, ed hanno una distribuzione dei loro prodotti offline quasi esclusivamente nella loro regione. Meglio posizionati online su e-commerce incentrati sulla vendita di prodotti bio, integratori e rimedi naturali puri; e corsi, videocorsi e libri a tema benessere, prevenzione, tutela ambientale, crescita personale, spiritualità.

Per mettersi in risalto rispetto alla concorrenza, oltre alla certificazione bio che già hanno diverse aziende attualmente, può essere utile ottenere una certificazione Demeter, che è considerata da una buona fetta dei clienti ideali come una garanzia che gli ingredienti naturali stessi del prodotto non sono stati trattati con nessuna sostanza chimica (a differenza della certificazione Bio che consente alcune sostanze chimiche). In più, nella attuale visione di economia circolare, da valutare le certificazioni riguardo l'impronta CO2 e la compensazione delle emissioni prodotte dalla azienda, perché i clienti sono sempre più sensibili a queste tematiche di salvaguardia ambientale e, giocare in anticipo rispetto alla concorrenza può dare una posizione di vantaggio.

Bozze copy Snippet per domanda diretta su Google e Bing:

Es. 1:

**Ad** · deorod.com

### Deorod | Crema Deodorante 100% Naturale Certificata Demeter

Acquista deodoranti di alta qualità senza alcol, profumi e sostanze chimiche.  
Scopri ora le offerte e gli sconti benvenuto!

Es. 2:

**Ad** · deorod.com

### Deorod | Crema Deodorante 100% Naturale Biologica

Acquista i migliori deodoranti bio senza alcol, profumi e sostanze chimiche.  
Scopri le opinioni dei nostri clienti ed accedi ad offerte esclusive!

Bozze copy per Facebook/Instagram per domanda latente:

Es.1:



DEOROD.COM

Scopri cosa pensano gli utenti della nostra nuova crema deodorante!

Watch More

1575 68 Comments

Like Comment Share

Es. 2:





745 likes

**Deorod.com** La Nostra Nuova Crema Deodorante Anallergica - adatta a pelli sensibili: 100% Naturale, senza profumi, alcol né sostanze chimiche.

[View all 28 comments](#)