

MANTA5

Marketing Plan 2023

Prodotto: Biciclette d'acqua a pedalata assistita

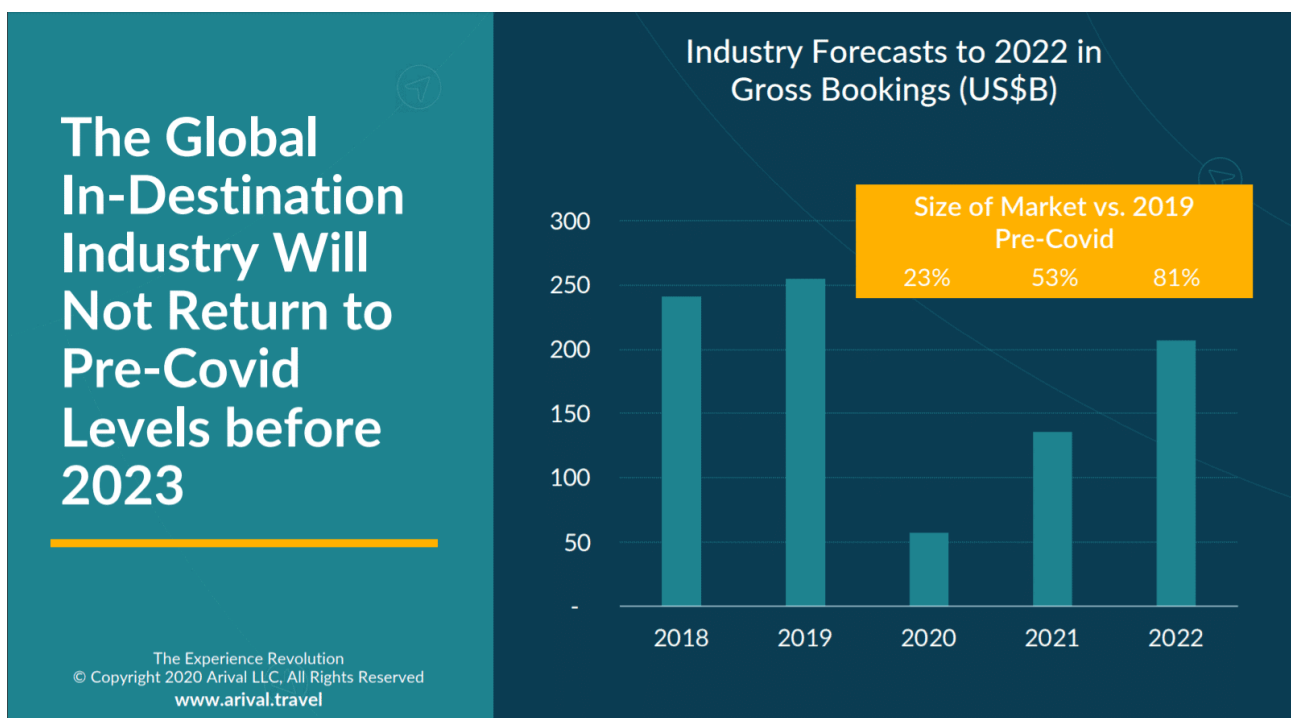
Fascia di prezzo alta: Circa 8000€

Obiettivo: Entrare nel mercato italiano

Analisi di mercato:

- Turismo esperienziale e outdoor: domanda in ripresa post covid:

(<https://www.trendsettimanale.it/cresce-ancora-il-turismo-outdoor-in-italia/>)



- Aumento domanda noleggio yacht dal 2021 con previsione di crescita fino al 2028

(fonti:

<https://www.superyacht24.it/2022/10/11/il-boom-nel-charter-di-lusso-dellestate-del-2022-e-trend-positivo/>

e <https://nonsolonautica.it/30/12/2022/nautica-news/noleggio-di-yacht-settore-in-crescita-le-prospettive-nei-prossimi-anni/>)

Tipologia cliente

- l'utente finale turista esperienziale e/o outdoor in base all'analisi di mercato a livello europeo, è medio-alto spendente, con un buon livello di istruzione e fascia di età 20-40.

Anche il ciclista appassionato che vuole variare la sua esperienza.

Abbiamo inserito il trend sul noleggio yacht essendo il prodotto bicicletta d'acqua rientrante nei gadget di medio-grandi imbarcazioni da diporto (come moto d'acqua, tender, flyboard, ecc.) i cui utenti rientrano in una fascia alto spendente e aperta a provare nuovi prodotti.

- I bisogni della buyer persona sono divertirsi, seguire le tendenze e prestare attenzione alla tutela ambientale.

- Desidera il prodotto perché è una novità, perché ha un lifestyle attivo/pratica sport, amante delle nuove tecnologie, per status.
- Lo acquista online e offline. E lo noleggia presso attività nelle località più rinomate per la pratica degli sport acquatici (Es.: Alto Garda, Riviera Romagnola ecc.).
- Utilizza il prodotto per svago/escursioni/allenamento, nel tempo libero, principalmente in vacanza.

Analisi della concorrenza:

Essendo il prodotto nuovo e brevettato, la concorrenza non è rappresentata in maniera diretta da altre attività, ma da tipologie di prodotto specifiche nel mercato di riferimento quali principalmente:

Prodotto	Punti di forza	Punti deboli
Hydrofoil e-bike	Eco-friendly – Novità – pedalata assistita	Prezzo
Flyboard	Trick eseguibili (altezza raggiungibile 10m) e velocità	Prezzo – Capacità tecniche e Sforzo fisico
Moto d'acqua	Alta velocità – più passeggeri	Prezzo – Età minima e patente - Inquinamento

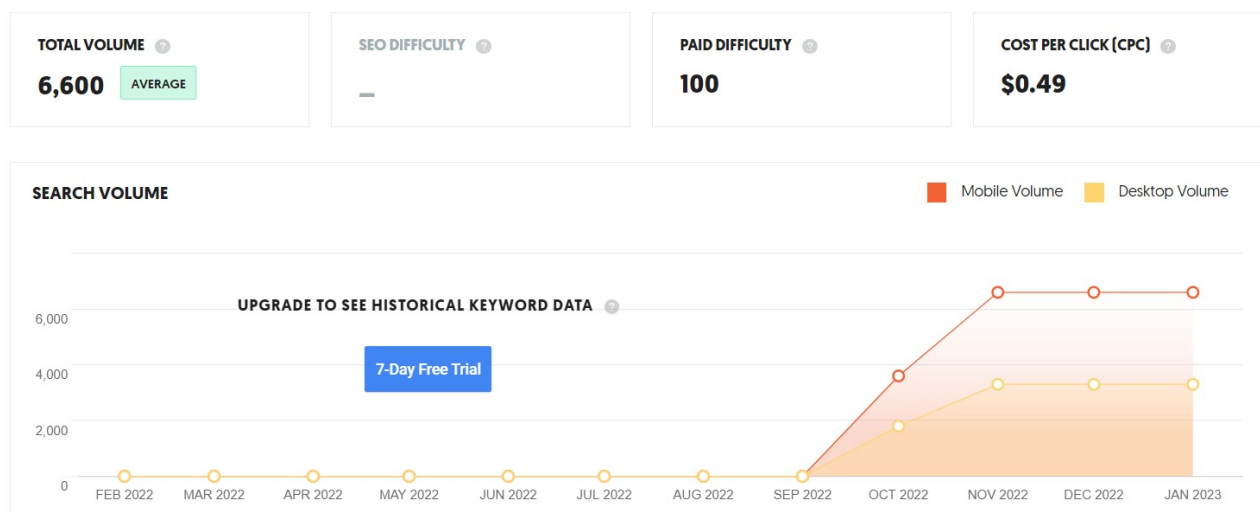
Pedalò	Eco-friendly – Più utenti a bordo - prezzo	Grande dimensione – sforzo fisico
Canoe e kayak	Eco-friendly - prezzo	Capacità tecniche e sforzo fisico
Surf/Windsurf/Kitesurf	Eco-friendly – Prezzo	Capacità tecniche e Sforzo fisico
Bicicletta stradale	Eco-friendly -velocità	Sforzo fisico

Analisi della presenza online di Manta5

- I volumi di ricerca della parola chiave e delle correlate hanno trend in crescita da settembre 2022, principalmente tramite mobile.

Keyword Overview : hydrofoil bike

[ADD TO LIST](#)










KEYWORD IDEAS

SUGGESTIONS

RELATED

QUESTIONS

PREPOSITIONS

KEYWORD ?	TREND ?	TOTAL VOLUME ?	CPC ?	PD ?
hydrofoil for boat		12,100	\$0.81	77
hydrofoil on boat		12,100	\$1.10	91
hydrofoiling bike		5,400	\$0.18	100
manta5 hydrofoil bike		1,600	\$0.18	46
hydrofoil e bike		1,600	\$0.47	100
what is a hydrofoil		880	\$0.57	8
hydrofoil boat for sale		390	\$0.95	100

Fonte: <https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/>

- Dai seguenti dati si evince un traffico proveniente da ricerca organica il 65% delle volte, seguito dal 25% di traffico diretto. Traffico proveniente da social e da altri siti praticamente assente.

manta5.com il suo traffico è aumentato di 470.3% rispetto al mese scorso (Desktop). Fai clic qui sotto per scoprire in che modo manta5.com soddisfa le aspettative dei visitatori e cattura il loro interesse.

📈 La tua classifica del traffico pubblico riflette il tuo successo nel mondo reale

Traffico e coinvolgimento il mese scorso

Visite totali degli ultimi 3 mesi

Visite totali

50.9K

Variazione Mese scorso

470.3% ▲

Durata media della visita

00:01:57

Indice di rimbalzo

53.06%

Pagine per visita

2.80

similarweb

33.0K

8.9K

50.9K

NOV

DIC

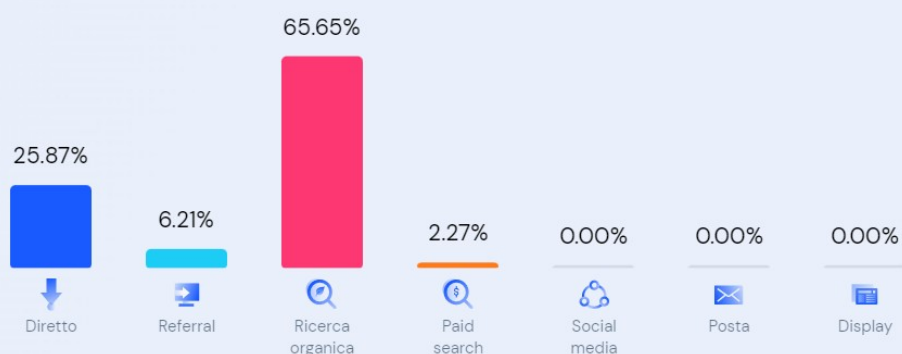
GEN

manta5.comCanali di marketing principali

La fonte di traffico principale verso manta5.com è traffico Ricerca organica, in quanto ha guidato il 65.65% delle visite desktop del mese scorso, e Diretto è al 2° posto con il 25.87% del traffico. Il canale più sottoutilizzato è Social media. Esegui il drill down nei principali driver di traffico di ciascuno dei canali sottostanti

Distribuzione dei marketing channel

similarweb



manta5.comParole chiave principali per quota di traffico

Vedi l'elenco delle parole chiave principali che guidano traffico organico verso manta5.com (Desktop, in tutto il mondo)

Organico vs. a pagamento



similarweb

Keyword più utilizzate

manta5	1.7K
VOL: 2,752	\$0.33
hydrofoil bike	1.4K
VOL: 3,798	\$0.79
manta 5	958
VOL: 2,269	\$0.30
manta water bike	579
VOL: 1,060	\$0.39
manta5 bike	404
VOL: 416	\$0.31
28 Altri	
Leggi di più →	

Parole chiave totali
33



Fonte:

<https://www.similarweb.com/it/website/manta5.com/#traffic-sources>

Strategia:

Product: elemento di una esperienza complessiva (es: escursione in bici d'acqua facente parte di una vacanza organizzata da tour operator/partecipazione ad eventi dal vivo organizzati dal brand o dal distributore)

Price: variabile in base a pacchetti

Place: online tramite apposite strategie e funnel, e offline con possibilità di prova nello showroom o durante eventi specifici

Promotion: comunicazione e content marketing a scopo di lead generation per portare utenti a visionare/provare il prodotto dal vivo

- Chi è il cliente ideale?

È una persona benestante e appassionata di tecnologia in generale.

- Come si informa e decide di acquistare il cliente ideale?

Lo individuo su blog e riviste online a tema tech, green, nuova mobilità, sport acquatici e vacanze esperienziali che

rimandano a contenuti sia video su youtube piuttosto che pagine Fb, instagram e tiktok.

- Quali sono i dubbi e timori che potrebbero bloccare l'acquisto?

Brand poco conosciuto; assistenza tecnica post vendita in caso di problemi e guasti.

Quindi le soluzioni possono essere fare azioni di brand reputation e garantire assistenza post vendita da contratto all'acquisto del prodotto.

Step 1: Aumento della Brand Attraction e Reputation tramite video sui social con anche l'utilizzo di influencer e testimonianze provenienti da utenti che hanno provato il prodotto in eventi dal vivo o presso showroom, attirando l'attenzione degli utenti tramite contenuti di valore.

Step 2: Creazione di un funnel fluido e strutturato rendendo consapevoli gli utenti del valore del nostro prodotto/attività in modo da farli diventare nostri clienti e sostenitori del Brand.


Quindi farci trovare pronti nella loro fase di acquisizione informazioni, valutazione e selezione.

Bozze copy per Social:


1- Instagram



2- Facebook


**Manta5.com/it**
Sponsored

Hai la passione sia per la bici che gli sport acquatici?





MANTA5.COM/IT
Hydrofoiler XE-1 l'ultima frontiera della pedalata assistita per un'esperienza straordinaria sull'acqua!


[Watch More](#)

 1575

68 Comments

 Like

 Comment

 Share

Bozze copy per domanda diretta:

Ad · manta5.com/it

Hydrofoiler XE-1 | La prima E-Bike acquatica al mondo

Hydrofoil E-Bike Acquatica: Green, Fashion, pedalata assistita con Autonomia fino a 4 ore, materiali Top Quality ed assistenza clienti Premium. Scopri di più!

Ad · manta5.com/it

Manta5 Hydrofoiler SL3 | E-Bike acquatica top di gamma

Hydrofoil E-Bike Acquatica SL3: Linee eleganti, trasportabile in auto, batteria con Autonomia spinta oltre le 4 ore, materiali altamente tecnologici ed assistenza clienti Worldwide. Vieni a scoprirla!