

RERAISE BRAND

MARKETING STRATEGY



Presentatione Reraise

RERAISE:

Reraise è un brand di abbigliamento che si impegna a offrire ai veri appassionati dei giochi di carte un modo unico per esprimere la propria passione attraverso il loro stile personale.

- Brand di abbigliamento per amanti dei giochi di carte
- Design originali e di alta qualità
- Materiali comodi e resistenti
- Community di appassionati

MARKETING & AWARENESS



Sebbene il brand sia riconosciuto da una porzione del target di riferimento, un'analisi approfondita evidenzia un notevole potenziale inespresso per accrescere la sua notorietà e rafforzare la sua identità nel mercato.

Presentation marketing & awareness

PUNTI DI FORZA

A

DESIGN CREATIVO E ORIGINALE

ogni capo d'abbigliamento è progettato con attenzione ai dettagli per catturare l'essenza delle carte in modo innovativo e accattivante. Offriamo una vasta gamma di design unici

B

QUALITÀ E COMFORT

utilizzo di materiali di alta qualità per garantire che i prodotti siano confortevoli da indossare e durevoli nel tempo. Ogni capo è realizzato con cura per offrire una vestibilità impeccabile e una sensazione di lusso.

C

COINVOLGE LA SUA COMMUNITY

C'è una comunità di veri appassionati dei giochi di carte. Offrono un ambiente inclusivo e coinvolgente dove i clienti possono connettersi, condividere e celebrare la loro passione per i giochi di carte.

ANALISI DI MERCATO



IL MERCATO DI RIFERIMENTO

L'analisi dimostra che l'abbigliamento per giocatori di carte è un settore in forte crescita con un grande potenziale. Reraise è in una posizione unica per conquistare una quota significativa di questo mercato grazie alla sua offerta completa e di alta qualità.



STATISTICHE

Tasso di crescita annuale del 12% negli ultimi 5 anni.
Valore stimato del mercato a 80.000.000€ nel 2028.



DOMANDA DEL PRODOTTO

I giocatori di carte sono sempre più attenti allo stile e alla qualità dei loro capi.

Desiderano capi che esprimano la loro passione per il gioco in modo



BRAND AWARENESS

Sebbene il brand sia riconosciuto da una parte del target di riferimento, c'è ancora un grande potenziale inespresso per aumentare la sua notorietà e rafforzare la sua identità.



COMPETITORS

La maggior parte dei competitor si concentra su un solo segmento del mercato (es: giocatori professionisti).

Reraise è in una posizione unica per offrire una gamma completa di prodotti per tutti i tipi di giocatori.

ANALISI SWOT

PUNTI DI FORZA

Riconoscimento parziale del brand: Il brand è già riconosciuto da una porzione del target di riferimento, creando una base solida su cui costruire.

Valore intrinseco del brand: Il brand possiede caratteristiche distintive e un valore intrinseco che lo rendono appetibile per il target di riferimento.

Potenziale inespresso: Esiste un grande potenziale per aumentare la notorietà del brand e rafforzare la sua identità nel mercato.

PUNTI DI DEBOLEZZA

Bassa brand awareness: La notorietà del brand è ancora limitata, ostacolando la sua crescita e la sua capacità di attrarre nuovi clienti.

Identità del brand non consolidata: L'identità del brand necessita di essere rafforzata per renderlo più riconoscibile e differenziarlo dai competitors.

Posizionamento nel mercato non chiaro: Il posizionamento del brand nel mercato non è ancora ben definito, creando confusione tra i potenziali clienti.

OPPORTUNITÀ

Espansione del target di riferimento: Aumentare la brand awareness permette di raggiungere un pubblico più ampio e diversificato, incrementando le potenziali vendite. Differenziazione dai competitors: Rafforzare l'identità del brand e il suo posizionamento nel mercato permette di distinguersi dai competitors e conquistare una posizione di rilievo.

Sviluppo di nuovi canali di comunicazione: L'utilizzo di nuovi canali di comunicazione, come i social media e l'influencer marketing, permette di raggiungere un pubblico più ampio e interattivo.

MINACCE

Competizione intensa: Il mercato è altamente competitivo e la concorrenza è molto aggressiva, rendendo difficile emergere e conquistare visibilità. Nuove tecnologie e trend: L'evoluzione delle tecnologie e dei trend del mercato richiede un aggiornamento continuo per rimanere competitivi e rilevanti per il target di riferimento.

Crisi economiche e sociali: Eventi esterni come crisi economiche o sociali possono influenzare negativamente i comportamenti di acquisto dei consumatori e la loro attenzione verso i brand.

AUDIENCE PERSONAS



alessandro



Martina



Luca

STEP
1

STEP
2

STEP
3

STEP
4

AMANTI DEI GIOCHI DI CARTE

ALESSANDRO

Alessandro è un appassionato giocatore di poker con una vasta esperienza nel mondo dei giochi di carte. Ha una personalità sicura e ama partecipare a tornei locali e online. Cerca sempre di migliorare le sue abilità e di distinguersi dagli altri giocatori. Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in

MARTINA

Martina ama trascorrere il suo tempo libero giocando a burraco e scala 40 con gli amici. È alla ricerca di abbigliamento casual e confortevole che possa indossare durante le serate di gioco a casa o in occasioni informali con gli amici. È interessata a capi che siano divertenti e alla moda, ma si chiede se ci siano opzioni disponibili per le donne che non siano solo t-shirt oversize o felpe senza forma.

LUCA

Luca è nuovo al mondo dei giochi di carte, ma è molto incuriosito. Ha appena iniziato a giocare a bridge con alcuni amici e vuole esplorare ulteriormente questo hobby. È alla ricerca di abbigliamento che possa indossare durante le sue prime partite, che possa aiutarlo a sentirsi parte della comunità dei giocatori di carte. Tuttavia, ha dubbi su quali siano i motivi o i simboli più appropriati da cercare sui capi d'abbigliamento, e se sia meglio optare per un look più tradizionale o più moderno.

EMPHATY MAP



alessandro (28 anni)

ALESSANDRO ROSSI

Alessandro Rossi, 28 anni, professionista.
Giocatore di carte esperto, competitivo e amante del lusso.

2. Di cosa ha bisogno?

Nuove sfide e avversari competitivi per migliorare le sue abilità.
Carte da gioco di alta qualità e consigli strategici per perfezionare il suo gioco.
Riconoscimento e ammirazione da parte della comunità di giocatori.

3. Cosa vede?

Un mercato ampio con diverse tipologie di carte da gioco e tornei.
Amici che giocano a carte, club di gioco e eventi di poker.
Articoli di esperti e tutorial online per migliorare le sue strategie.

4. Cosa dice?

Frustrazione per la difficoltà nel trovare avversari di livello.
Desiderio di perfezionare il suo gioco e di essere riconosciuto come esperto.
Orgoglio per le sue abilità e per le sue vittorie.

5. Cosa fa?

Frequenta club di gioco e partecipa a tornei di poker.
Acquista carte da gioco di alta qualità e accessori per il gioco.
Si informa online sulle strategie di gioco e legge libri specializzati.

6. Cosa sente dire?

Riconoscimenti da parte di altri giocatori per le sue abilità.
Consigli strategici da parte di giocatori più esperti.
Incoraggiamento a continuare a migliorarsi e a perseguire i suoi obiettivi.

7. Cosa pensa?

Desiderio di vincere e di essere il migliore.

EMPHATY MAP



Martina (24 anni)

MARTINA BIANCHI

Martina Bianchi, 24 anni, impiegata.
Appassionata di moda casual, creativa e amante del divertimento.

2. Di cosa ha bisogno?

Capi di abbigliamento casual alla moda e di alta qualità.
Ispirazione e consigli di stile per esprimere la sua personalità.
Esperienza di acquisto facile e conveniente.

3. Cosa vede?

Un'ampia varietà di negozi online e offline con diversi stili di moda.
Influencer sui social media che propongono look e tendenze.
Riviste di moda e siti web che offrono consigli di stile.

4. Cosa dice?

Frustrazione per la difficoltà nel trovare capi di abbigliamento originali.
Desiderio di essere al passo con le ultime tendenze e di sentirsi sicura di sé.
Soddisfazione per aver trovato un capo che le piace e che la valorizza.

5. Cosa fa?

Segue influencer sui social media e legge riviste di moda.
Frequenta negozi online e offline per cercare capi di abbigliamento.
Acquista capi che le piacciono e che la fanno sentire a suo agio.

6. Cosa sente dire?

Consigli di stile da parte di amici e influencer.
Complimenti per il suo stile e per il suo senso della moda.
Incoraggiamento a sperimentare e a trovare il suo stile personale.

7. Cosa pensa?

Paura di non essere abbastanza trendy e di non essere accettata.
Desiderio di essere bella e di sentirsi bene con se stessa.
Speranza di trovare capi di abbigliamento che la facciano sentire unica e speciale.

EMPHATY MAP



Luca (22 anni)

LUCA ROSSI

Luca Rossi, 22 anni, studente universitario.
Giovane creativo, appassionato di musica e viaggi.

2. Di cosa ha bisogno?

Nuove esperienze e avventure per arricchire la sua vita.
Musica che lo emoziona e lo fa vibrare.
Modi per connettersi con persone che condividono i suoi interessi.

3. Cosa vede?

Un'ampia gamma di generi musicali e artisti emergenti.
Festival musicali, concerti e eventi in diverse città.
Community online e offline di persone appassionate di musica.

4. Cosa dice?

Frustrazione per la routine quotidiana e la mancanza di novità.
Desiderio di vivere esperienze indimenticabili e di conoscere persone nuove.
Entusiasmo per la scoperta di nuova musica e di artisti talentuosi.

5. Cosa fa?

Ascolta musica online e offline, frequenta concerti e festival.
Viaggia in diverse città per scoprire nuove culture e paesaggi.
Interagisce con persone che condividono i suoi interessi online e offline.

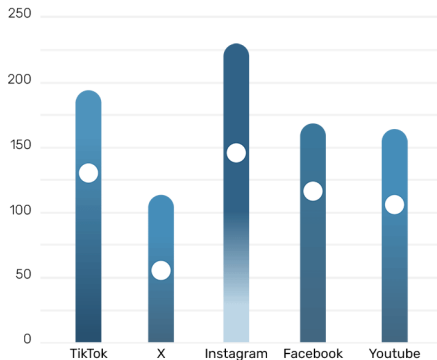
6. Cosa sente dire?

Consigli su nuovi artisti e generi musicali da parte di amici e influencer.
Incoraggiamento a seguire i suoi sogni e a vivere la vita al massimo.
Racconti di esperienze di viaggio e avventure da parte di altri appassionati.

7. Cosa pensa?

Paura di perdersi le occasioni e di non vivere la vita al massimo.
Desiderio di libertà e di avventura.
Speranza di trovare la sua strada e di realizzare i suoi sogni.

STRATEGIA SOCIAL MEDIA RERAISE



Con una strategia social media ben pianificata e implementata, Reraise può aumentare la sua brand awareness, generare traffico verso il suo sito web e aumentare le vendite dei suoi prodotti di abbigliamento.

Obiettivi:

Aumentare la brand awareness di Reraise sui social media.
Generare traffico verso il sito web di Reraise.
Aumentare le vendite dei prodotti di abbigliamento di Reraise.

Target:

Giocatori di carte di tutte le età e livelli di esperienza.
Appassionati di moda casual e streetwear.
Persone che cercano regali unici e originali.

Canali:

Facebook
Instagram
TikTok
X
YouTube

Strategia:

Creare contenuti coinvolgenti e di alta qualità che siano rilevanti per il target di riferimento.
Utilizzare una varietà di formati di contenuto, come video, immagini, infografiche e live streaming.
Pubblicare regolarmente e con coerenza per mantenere vivo l'interesse del pubblico.
Interagire con il pubblico rispondendo ai commenti e ai messaggi.
Utilizzare gli hashtag pertinenti per aumentare la visibilità dei contenuti.
Collaborare con influencer del settore per raggiungere un pubblico più ampio.
Investire in campagne di advertising a pagamento per raggiungere un pubblico mirato.

Tattiche:

Condividere consigli e trucchi per giocare a carte.
Mostrare i prodotti di abbigliamento di Reraise in azione.
Organizzare concorsi e giveaway.
Raccontare le storie dei giocatori di carte e dei loro successi.
Offrire sconti e promozioni esclusive ai follower dei social media.

Misurazione dei risultati:

Monitorare il numero di follower, like, commenti e condivisioni.
Analizzare il traffico verso il sito web di Reraise proveniente dai social media.
Monitorare le vendite dei prodotti di abbigliamento di Reraise.

FINE PROGETTO

Con l'analisi di marketing condotta, abbiamo acquisito una conoscenza approfondita del brand Reraise, dei suoi punti di forza e di debolezza, delle opportunità e delle minacce che si presentano nel mercato di riferimento.

Il futuro di Reraise è ricco di potenzialità: con una solida base di partenza e una pianificazione strategica mirata, il brand è pronto a conquistare nuovi traguardi e a consolidare la sua posizione nel mercato.

Nicola Giammona