

Modulo 1 - Esercitazione 3

Nicola Telloni

MODULO 1: ESERCITAZIONE 3



Fondamenti di Marketing e Comunicazione

Introduzione al Marketing: definizione, obiettivi, e funzioni

Costruzione del Funnel di Marketing

Descrivi le strategie da utilizzare in ogni fase del funnel.

Awareness (Far conoscere il brand)

- Quali strumenti utilizzerai per aumentare la visibilità?
 - SEO, social media, ADV, influencer marketing, PR.
- Esempio di campagna di awareness.

Interest (Generare interesse)

- Quali contenuti utilizzerai per attirare e coinvolgere il target?
 - Webinar, email marketing, retargeting ads, contenuti educativi.
- Proposta di una strategia di contenuti.

Consideration (Influenzare la decisione)

- Come dimostrerai che il tuo prodotto è la scelta migliore?
 - Testimonianze, recensioni, studi di caso, comparazioni con competitor.
- Idee per eliminare i dubbi degli utenti.

Action (Facilitare l'acquisto)

- Come renderai il processo d'acquisto semplice e fluido?
 - Checkout ottimizzato, offerte a tempo, call-to-action chiare, assistenza in tempo reale.
- Definizione di una strategia di conversione.

CONTINUAZIONE DELL'ESERCITAZIONE 2

Loyalty (Fidelizzazione e riacquisto)

- Come manterrai il cliente attivo dopo l'acquisto?
 - Programmi fedeltà, email post-vendita, contenuti esclusivi.
- Proposta di un'azione di customer retention.

Advocacy (Passaparola e promozione)

- Come trasformerai i clienti soddisfatti in ambassador del brand?
 - Referral program, user-generated content, community engagement.
- Creazione di un piano di incentivazione al passaparola.

Fase 1: Awareness

Come spiegato nell'esercitazione 2, **nella fase di Awareness** verranno utilizzate per il **Brand OnList**:

- Social media (Facebook, Instagram e LinkedIn)
- Canali classici Tv, Radio e cartellonistica

La campagna di Awareness verrà così strutturata:

- Tutti i contenuti verranno declinati in modo coerente e fluido nei vari touchpoint, con l'obiettivo di spiegare la **soddisfazione di quale bisogno** risponde il servizio e **su come si struttura il servizio e sul quanto sia facile usarlo** nelle piattaforme disponibili.
- **Verranno creati contenuti con degli influencer di spicco (Cattelan)** che generino curiosità e lascino un ricordo sul nome e servizio dell'app.
- **Importanti saranno le partnership con supermercati e driver partner** come Bolt e Uber per la promozione del servizio, eseguito esclusivamente con auto elettriche.
- **Verrà montato 1 spot televisivo che sarà trasmesso in prima serata nelle reti Rai e Mediaset e nelle Pay Tv come Sky.** Lo spot sarà declinato anche in versione Radio.
- **Sui social verranno creati contenuti divertenti sul risparmio di tempo, informativi** sul tipo e la facilità d'uso del servizio, e di **sponsorship** con personaggi e brand famosi.
- **Verranno inoltre creati delle pubblicità cartellonistiche incentivanti alla call to action**, nelle città italiane più grandi (Milano, Roma, Torino, Napoli, Firenze, Genova e Bologna).



Fase 2: Interest



Nella fase di interest verranno impostate diverse azioni volte a generare interesse verso il Brand:

- **Verranno creati contenuti coinvolgenti** su quanto tempo si risparmia senza andare a fare la spesa al supermercato, quanto influisce utilizzare quel tempo per prendersi cura di se stessi invece di rimanere imbottigliati nel traffico o dover uscire di casa per fare spesa, e quanto sia facile avere tutte le possibilità di scelta attraverso una semplice app.
- **Verrà impostato un Retargeting ads** sulla base delle visite sulle pagine social, app e sito web.
- **Verranno lanciate campagne promo abbonamento e prova gratuita del servizio**, con conseguente Email marketing volta a far conoscere tutti i servizi agli utenti.

Inoltre verranno lanciate campagne di informazioni con le aziende che erogano buoni pasto ai dipendenti, in quanto l'app accetta anche pagamenti con buoni pasto.

Fasi 3 e 4

Consideration

Per battere la concorrenza dei concorrenti che offrono lo stesso servizio, si mette in atto:

- **Contenuti e Email marketing di comparazione con la concorrenza, esaltando i punti di forza di OnList descritti nell'esercitazione 1.**
- Testimonianze e Recensioni di utenti soddisfatti che usano il servizio, inoltre **ai clienti che sono rimasti soddisfatti viene offerto 1 mese di abbonamento gratuito per lasciare una recensione positiva.** (Incentivazione dei feedback positivi)
- **Promo di 2 ordini gratis nei primi 10 giorni d'iscrizione,** e regalo della shop brandizzata OnList contenente fino a 40L.
- **Campagna punti** in base al livello del profilo cliente con grandi premi a fine anno.

Action

Per la fase di conversation si attuano le seguenti strategie:

- **Su tutte le Ads nei social** viene impostato il pulsante scarica l'app.
- All'interno dell'app dopo la semplice registrazione vi e-mail, la prova gratuita non richiede l'inserimento di carta di credito o prepagata, e il processo d'ordine è suddiviso in 4 fasi guidate senza che l'utente debba cercare sezioni.
- La promo di 2 ordini gratis viene offerta nei primi 10 giorni dall'iscrizione. Le offerte promo vengono categorizzate a cadenza settimanale/mensile (anche in base alle festività) e vengono costantemente inviate notifiche push sulle offerte esclusive dei supermercati tramite OnList.
- Assistenza telefonica 13.00-21.00 dal lunedì al venerdì e con Chatbot e segreteria H24 tutti i giorni.

Fasi 5 e 6

Loyalty

Per fidelizzare i clienti si mettono in atto una serie di strategie:

- **Ogni profilo utente avrà un livello punti accumulato in base all'uso e all'esperienza** con OnList. In base al livello si sbloccano vantaggi sul servizio e offerte personalizzate.
- **Per gli abbonati PREMIUM c'è la possibilità di estendere il servizio anche alle farmacie.**
- **Email mensile riepilogativa del tempo risparmiato per ogni "spesa ordinata" e di quanto speso.**
- Raccolta punti digitali per premi di fine anno.
- **Offerte esclusive nelle grandi città:** nell'email post acquisto viene inviato lo scontrino digitale dove c'è un codice a barre convertibile in biglietto metro/autobus.

Advocacy

OnList essendo una start-up nuova nel mercato attua delle strategie volte alla spinta promozione del passaparola:

- **Ai clienti che rimangono soddisfatti del servizio dopo la prova viene offerto di lasciare una recensione positiva in cambio di 1 mese gratis di abbonamento** (include 4 ordini).
- **L'App consente anche la sezione "ShareOnList", dove puoi condividere un link di invito per l'iscrizione all'app. Ogni persona che porti in OnList ricevi un buono spesa spendibile in alcuni supermercati dal valore di 15€.**
- Dopo ogni ordine l'utente ha la possibilità di scrivere un feedback sull'esperienza valutando cosa gli è piaciuto e cosa no, per migliorare costantemente il servizio offerto.