

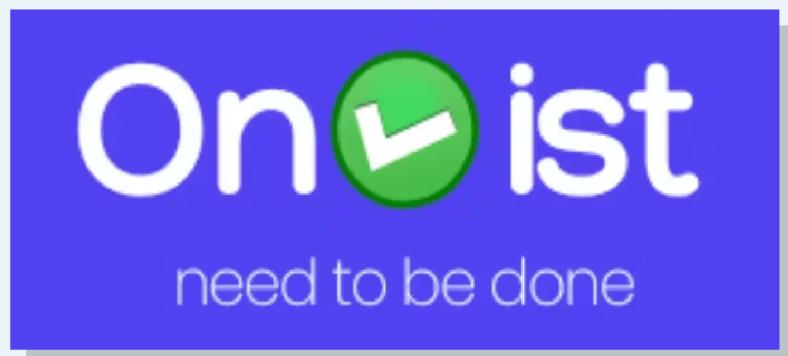
# PROJECT WORK MODULO 1



**Sviluppare una strategia di marketing digitale completa per un brand**

## DEFINIZIONE DEL BRAND

Nome del brand: **OnList**



### PRODOTTO SERVIZIO OFFERTO

IL SERVIZIO TRAMITE APP O PC CHE TI PERMETTE DI ORDINARE LA TUA SPESA IN 10 MINUTI E CHE GARANTISCE LA CONSEGNA IN 1 ORA DALL'ORDINE. IL SERVIZIO VIENE EROGATO DA BUYER-DRIVER CERTIFICATI ONLIST CHE COPRONO UN RAGGIO DI 30 KM DALLA TUA LOCALIZZAZIONE. TRAMITE ONLIST INFATTI PUOI DECIDERE IN QUALE SUPERMERCATO SCEGLIERE LA TUA SPESA NEL RAGGIO DI LOCALIZZAZIONE IMPOSTATO. L'APP NON SOLO OFFRE IL CATALOGO AGGIORNATO DEI PRODOTTI DEI SUPERMERCATI TROVATI NELLE TUE VICINANZE, MA OFFRE UNA VISUALIZZAZIONE SEMPLICE E INTUITIVA, GRAZIE A FILTRI IN BASE A MARCHE, PREZZI, DATE SCADENZA E OFFERTE.

### VALUE PROPOSITION

**ONLIST** AIUTA LE PERSONE AD ORDINARE ED EFFETTUARE LA SPESA DIRETTAMENTE ATTRAVERSO UN'APP O DA PC CHE OFFRE LA POSSIBILITÀ DI SCEGLIERE IL TIPO DI SUPERMERCATO, L'ORARIO DI CONSEGNA CONFRONTANDO PREZZI E ORARI; CONSENTENDO DI RISPARMIARE TEMPO E SOLDI DA DEDICARE AI PROPRI INTERESSI E IMPEGNI.

### MISSION

Ottimizzare le giornate delle persone, facilitando attività necessarie come la spesa, salvaguardando tempo e denaro.

### VISION

Prendersi cura delle persone alleggerendo le attività fondamentali.

### SEGMENTO DI MERCATO

Servizio di spesa a casa tramite App.

### REVENUE PROJECTIONS (IN MILLION)



## PRINCIPALI COMPETITOR DIVISI PER CATEGORIA

### Supermercati con servizio di spesa e consegna a domicilio

- Esselunga a casa
- Coop online
- Conad ordina e ricevi
- Carrefour spesa Online
- Auchan spesa online

### Marketplace e partner supermercati

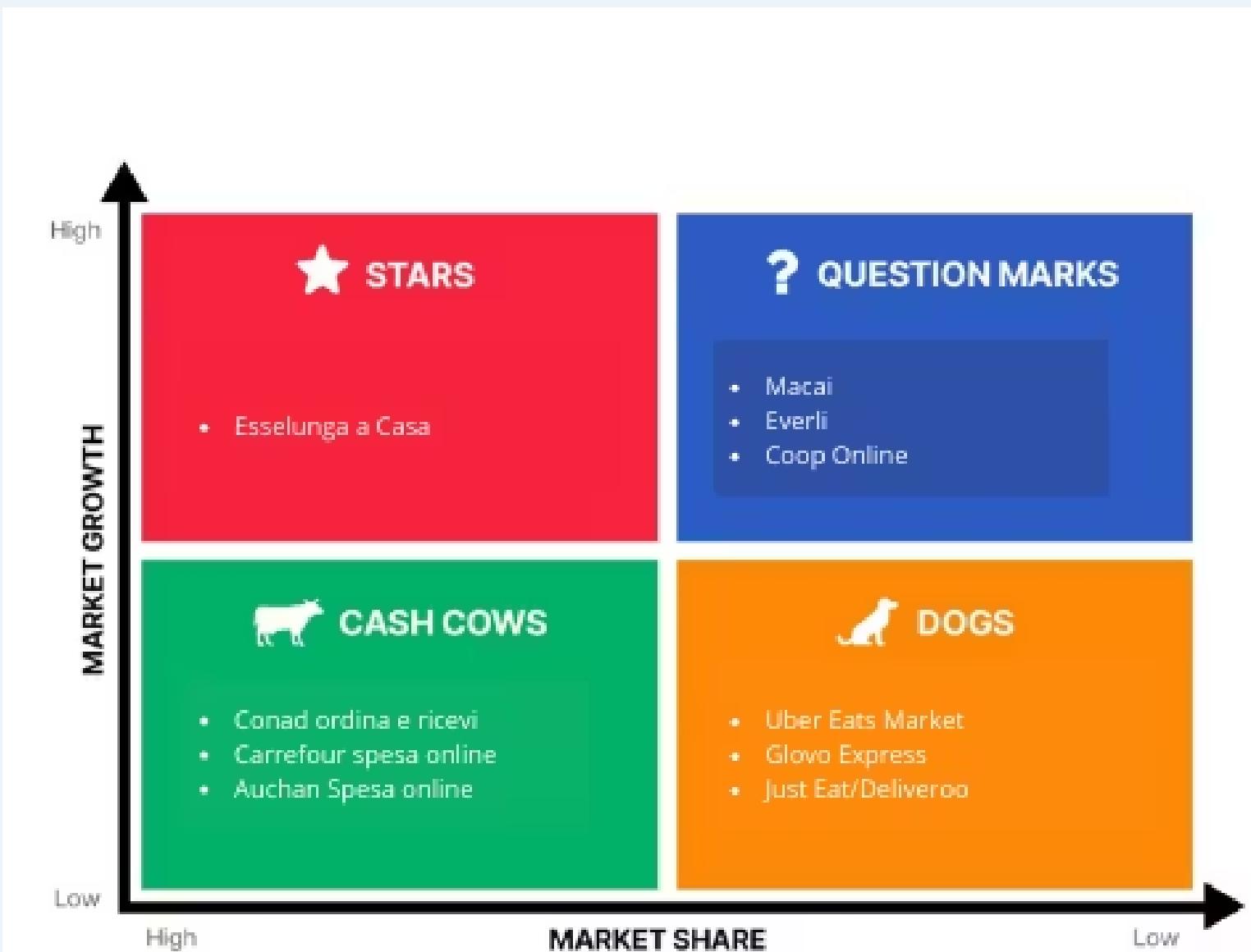
- Everli: Partner di vari supermercati, consegna a domicilio con personal shopper.
- Macai: Startup che offre consegna rapida, con focus sui dark store.

### Retail market e quick-commerce

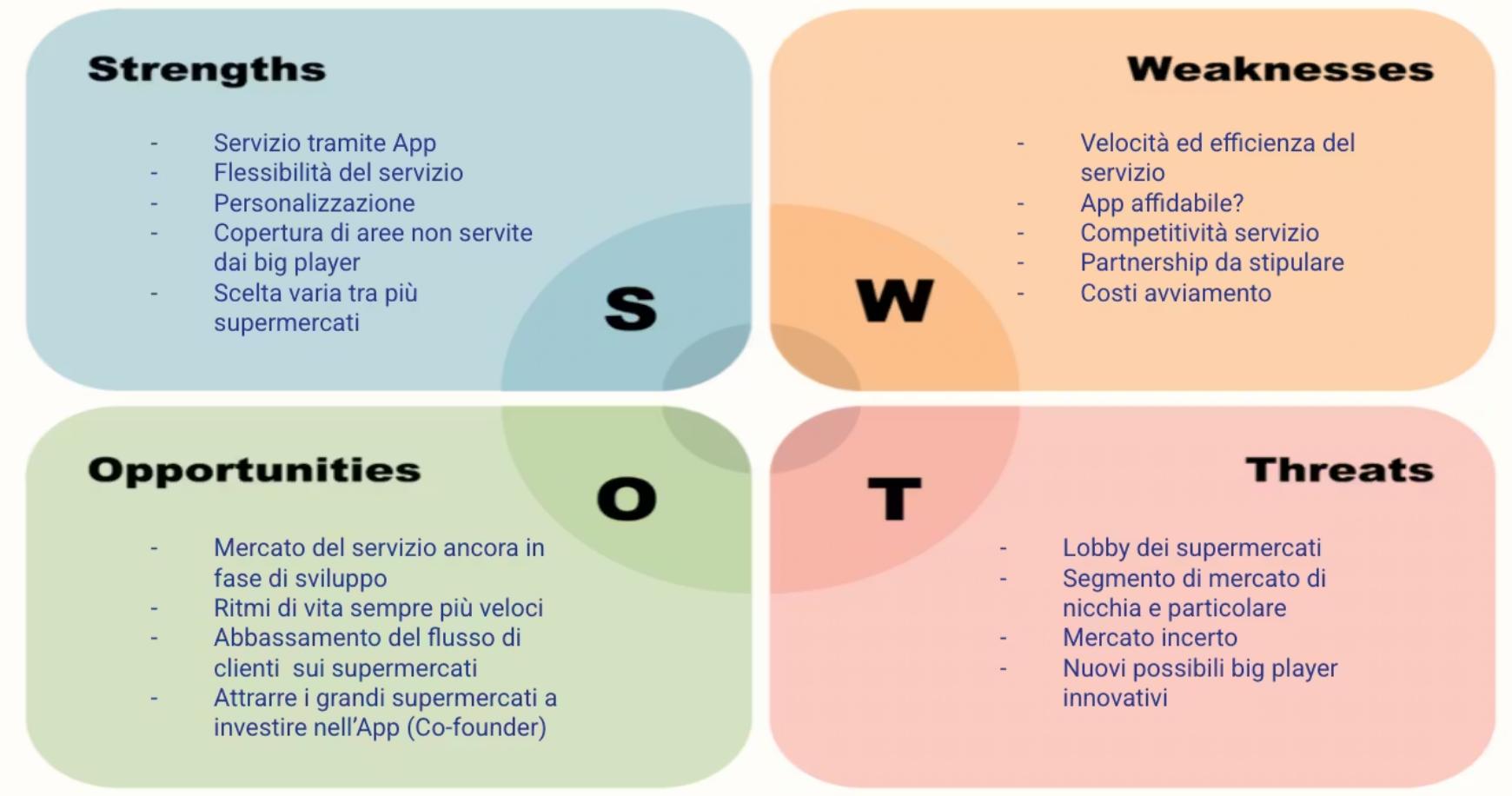
- Glovo Express
- Uber Eats Market
- Just Eat/Deliveroo

Questi competitor, differenziati per categoria, offrono un servizio esclusivo simile a quello proposto da OnList.

Matrice BCG Competitors



## ONLIST SWOT ANALYSIS



## IN CHE MODO CI DIFFERENZIAMO?

Con l'App OnList vogliamo apportare un valore al tempo delle persone.

L'App OnList a differenza delle App dei competitor ti permette di:

- Scegliere il tuo supermercato preferito dove ordinare la tua spesa in base alla localizzazione.
- Sulla base dei prodotti inseriti nella tua Shopping List confrontare i migliori prezzi dei supermercati localizzati.
- Ordinare la tua spesa con pochi click e programmare l'orario di consegna.
- Servizio sempre attivo dalle 9.00 alle 21.00.
- Monitorare lo stato del tuo ordine.
- Possibilità di effettuare più ordini in diversi market.
- Possibilità di pagamento anche attraverso buoni pasto.

Per gli abbonati PREMIUM anche la possibilità di estendere il servizio alle Farmacie.

# MARKETING MIX MODERNO

**OnList** offre un servizio unico perché non solo permette di risparmiare tempo che dovresti dedicare per fare spesa, ma ti permette di scegliere dove ordinarla, in quale giorno e orario confrontando prezzi e promozioni.



L'App prevede una strategia di Prezzo flessibile:

- Costo del servizio a gettone, ovvero il cliente paga il servizio in base alla distanza e al quantitativo di spesa con un range dai 10€ ai 15€.
- Abbonamento mensile, dove con 34,99€ al mese puoi farti recapitare 4 spese a casa. Con l'abbonamento si può usufruire anche del servizio Farmacie.

L'app è scaricabile su tutti i sistemi operativi (IOS, Android ec.).

OnList per offrire un servizio eccellente stipula delle partnership con i supermercati per il cibo e Uber/Bolt per i driver/buyer.

Strumenti di comunicazione Omnicanale:

- Social (Meta e App)
- Influencer e Content creator
- Spot Tv in fasce orarie specifiche (pranzo,cena)
- Sito web referenziale e ben strutturato
- Email Marketing con sconti e coupon prove gratuite del servizio.

## INDIVIDUAZIONE PUBBLICO TARGET

PROFILO DEMOCRATICO	
<b>Età</b>	25-55 anni
<b>Genere</b>	Uomini e donne (leggera prevalenza femminile)
<b>Localizzazione</b>	Aree urbane e suburbane con raggio di 30 km dal servizio
<b>Reddito</b>	Medio-alto (disposti a pagare per la comodità)
<b>Occupazione</b>	Professionisti impegnati, Genitori con bambini piccoli, Anziani o persone con mobilità ridotta, studenti fuori sede

Bisogni	Desideri
<b>Mancaza di tempo:</b> vogliono evitare code e perdite di tempo al supermercato	<b>Esperienza senza stress:</b> vogliono fare la spesa in pochi clic, senza preoccupazioni
<b>Comodità:</b> preferiscono fare la spesa da casa, senza dover uscire	<b>Risparmio di tempo e fatica:</b> vogliono dedicare il loro tempo libero ad altro
<b>Scelta personalizzata:</b> vogliono acquistare dal supermercato di fiducia, non solo da unico store	<b>Vantaggi esclusivi:</b> sono attratti da sconti, offerte personalizzate e programmi fedeltà
<b>Affidabilità e freschezza:</b> temono errori o prodotti di bassa qualità nelle consegne online	<b>Servizio premium:</b> apprezzano un tocco umano, come personal shopper o assistenza rapida
<b>Consegna veloce e affidabile:</b> necessitano di fasce orarie comode e consegne puntuali	

PSICOGRAFIA E COMPORTAMENTI	
<b>Valori chiave</b>	Tempo, comodità, qualità, efficienza
<b>Abitudini di acquisto</b>	Acquistano regolarmente nei supermercati fisici, hanno familiarità con lo shopping online, sono sensibili a promozioni e programmi fedeltà, apprezzano il servizio clienti e fa personalizzazione.

Quale problema vogliamo risolvere?	Il servizio risolve il problema del tempo impiegato per prendere la macchina o i mezzi, recarsi al supermercato e fare la spesa, e non da meno del peso delle buste e del tempo passato nel traffico soprattutto nelle grandi città. Risolve un bisogno fondamentale nella vita di tutti, ma che può portare via tanto tempo: <b>FARE LA SPESA</b> .
Su quali piattaforme consumano contenuti?	<b>Facebook, Instagram, Linkedin , Youtube, Email, Web e App.</b>

## STIMA DOMANDA E OBIETTIVI NUMERICI

La popolazione in Italia conta 58.971.230 abitanti.

Di questi abbiamo ristretto il campo alle città più grandi (Roma, Milano, Firenze, Venezia, Verona, Napoli, Bologna, Genova e

Torino) dove il servizio può crescere più rapidamente.

Queste 9 città contano 17.233.003 abitanti, di cui abbiamo filtrato il 65% di questi che va dai 18 ai 65 anni. Dunque:

- **POPOLAZIONE TARGET** = 11.201.451 abitanti.
- **BUDGET ADV** = 1.000.000€
- **BUDGET GENERALE** = 3.000.000€
- **OBIETTIVO LEAD 40%** = 4.480.580
- **OBIETTIVO CLIENTI 25%** = 1.120.145
- **OBIETTIVO FOLLOWER** (tutte le piattaforme) = 300.000
- **OBIETTIVO DOWNLOAD APP** = 2.000.000

Città	Popolazione	Budget per ADV
Roma	4.225.409	300.000,00 €
Milano	3.245.459	300.000,00 €
Firenze	988.785	50.000,00 €
Bologna	1.017.536	50.000,00 €
Torino	2.204.837	50.000,00 €
Venezia	835.405	50.000,00 €
Genova	817.628	50.000,00 €
Napoli	2.970.974	100.000,00 €
Verona	926.970	50.000,00 €
Totale popolazione	17.233.000	1.000.000,00 €

# TOUCHPOINT

Questi sono i touchpoint dove è declinata la strategia di digital marketing, in coerenza con il target di riferimento.



- Essendo una start-up in fase di lancio, l'obiettivo principale è quello di raggiungere più utenti possibili, facendo provare il servizio e aumentando l'awareness del prodotto.
- Dopodichè l'obiettivo è quello di convertire in clienti soddisfatti almeno il 30-40% del traffico generato nei vari touchpoint, per innescare il passaparola e la fidelizzazione.
- In fase di lancio, dunque gli obiettivi primari sono awareness e acquisizione lead su cui poi impostare strategie di conversione e fidelizzazione.



Social Channels



Facebook



Instagram



X



YouTube



LinkedIn



Mail marketing



Sito Web



App

# COSTRUZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY E DEL FUNNEL DI MARKETING

## FASE 1: AWARENESS

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**.
- **Campagne ADV sui social dove verranno creati contenuti con degli influencer di spicco (Cattelan)** che generino curiosità e lascino un ricordo sul nome e servizio dell'app oltreché a **contenuti divertenti sul risparmio di tempo, informativi** sul tipo e la facilità d'uso del servizio.
- **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 sulle reti Rai e Mediaset e nelle Pay Tv come Sky.** Lo spot sarà declinato anche in versione Radio.
- **Verranno inoltre creati delle pubblicità cartellonistiche incentivanti alla call to action,** nelle città italiane più grandi (Milano, Roma, Torino, Napoli, Firenze, Genova e Bologna).
- **Campagne di branding e spiegazione di come funziona OnList.**
- **Articoli promo** su testate di rilievo nazionale e internazionale economiche e di settore.

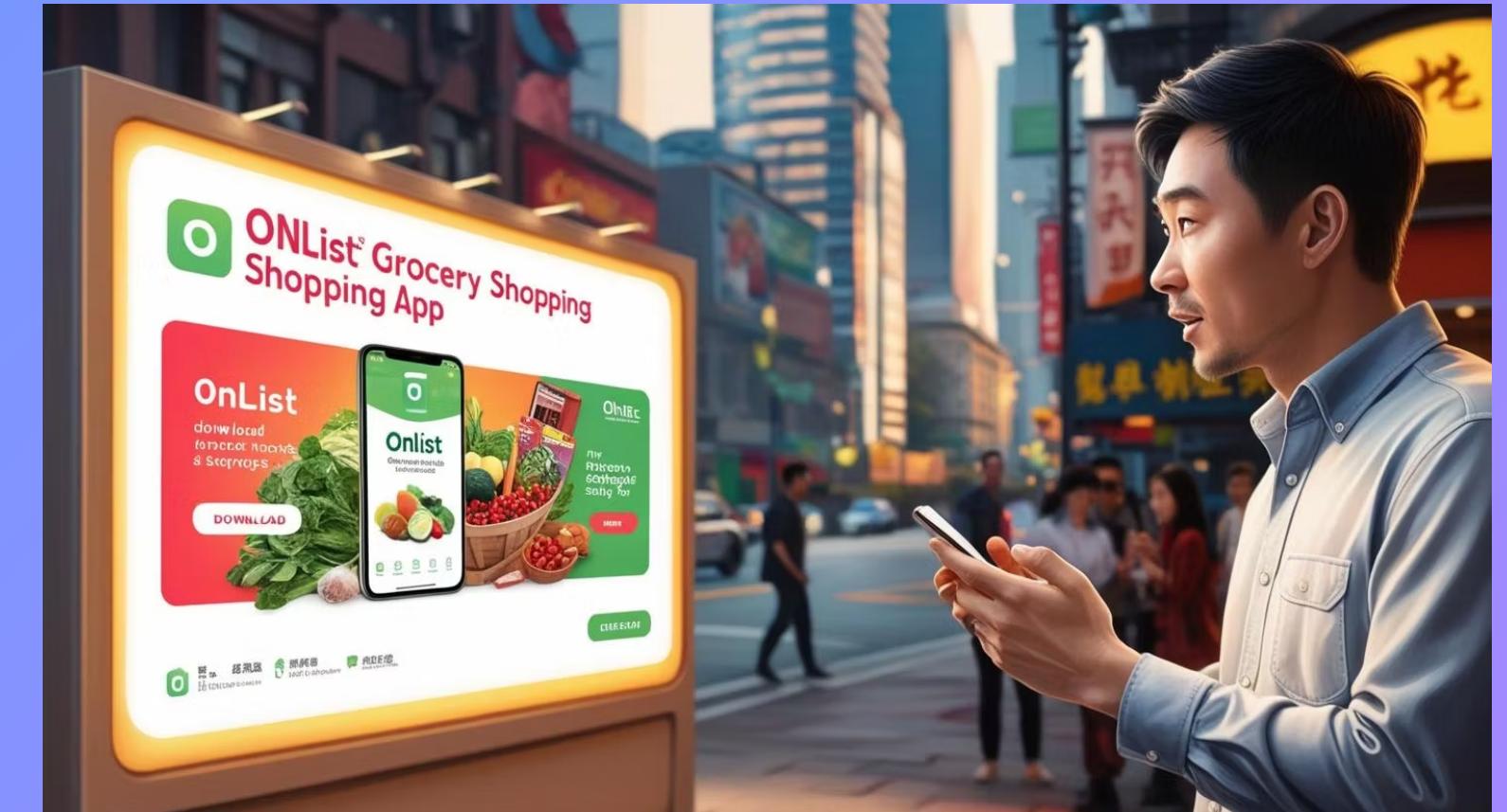


## FASE 2: INTEREST

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

- **Verranno creati contenuti coinvolgenti** (Campagne: "SaveyourTime") 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, anche in funzione della landing page.**
- **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 promo con le aziende che erogano buoni pasto ai dipendenti, in quanto l'app accetta anche pagamenti con buoni pasto.



## FASE 3: CONSIDERATION

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

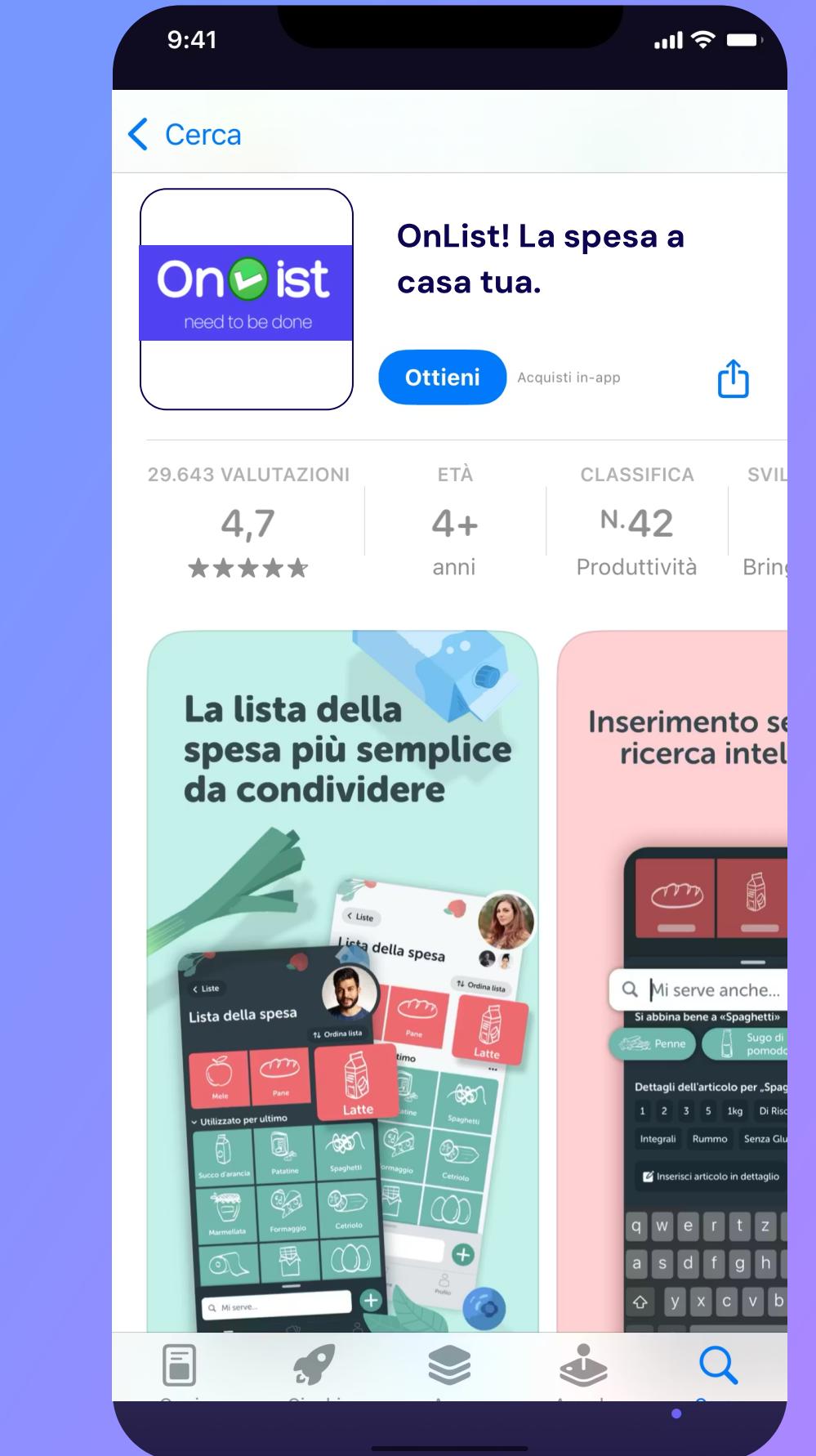
- **Contenuti e Email marketing di comparazione con la concorrenza, esaltando i punti di forza di OnList descritti nell'esercitazione 1.**
- Testimonianze e Recensioni di utenti soddisfatti che usano il servizio, inoltre **ai clienti che sono rimasti soddisfatti viene offerto 1 mese di abbonamento gratuito 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.

## FASE 4: 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.



## FASE 5: 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.



## FASE 6: 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.

## CREAZIONE CONTENUTI ADATTI AL FUNNEL DI MARKETING

Fase Funnel	Contenuto	Canale
Awareness	<p>Short video in cui una Mamma rientra stanca da lavoro, e aprendo il frigo vuoto in cucina si ricorda che deve andare a fare la spesa, e presa dallo sconforto, in tv appare la pubblicità di OnList che gli ricorda come con pochi click puoi ordinare la spesa a casa tua e dal supermercato che preferisci. Con il payoff finale "Facile con OnList".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Post e video di presentazione = Cos'è OnList e come può semplificarti la vita</li> <li>Post con domande e trigger emotivi = Quante volte hai rimandato la spesa per mancanza di tempo?</li> <li>Collaborazioni con Influencer</li> <li>Scopri di più = Link a landing page o blog</li> </ul>	Social media, Tv, Sito web, Stampa e radio
Consideration	<ol style="list-style-type: none"> <li>Video dimostrativi = Come funziona OnList in 3 step</li> <li>Recensioni dei clienti = Post con esperienze reali e feedback positivi</li> <li>Spedizione gratuita = La tua prima consegna? Te la offriamo noi!</li> <li>Caroselli su Instagram e Facebook = Confronta il prima e dopo l'uso di OnList</li> <li>Concorsi e challenge = Incentiva l'interazione con premi legati al servizio</li> </ol>	Social media, Sito web, Blog, App
Conversation	<p>Post sponsorizzati, notifiche App ed Email Marketing dove il contenuto si rivolge all'utente, ponendo la domanda "Hey hai bisogno di fare la spesa ma non hai tempo? Ti mancano gli ingredienti per la cena secondo la tua dieta? Prova OnList e ordina la tua spesa in due click. La prova è gratuita." Call to action chiare e dirette.</p>	App, Landing page, Email marketing, Social media
Loyalty	<p>Cashback o sconti progressivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"Più ordini, più risparmi! Ottieni il 20% di sconto ogni 3 ordini"</li> <li>Punti fedeltà: accumula punti per ogni spesa e riscattali per sconti o consegne gratuite.</li> <li>Abbonamenti PREMIUM: vantaggio extra per clienti VIP, servizio prioritario, sorprese e regali.</li> <li>Promozioni su misura: suggerimenti di acquisti in base agli acquisti precedenti.</li> <li>Ricette personalizzate: Hai comprato questi ingredienti? ecco una ricetta per te!!</li> <li>Reminder: Sta per finire il latte preferito, devi riordinarlo? call to action</li> </ul>	App, Social media, Email marketing, SMS
Advocacy	<p>Referral program:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"Invita un amico e ottieni il 30% di sconto sul prossimo ordine"</li> <li>Incentivo recensioni: Lascia una recensione positiva per sbloccare il premio riservato a te</li> <li>Survey &amp; feedback: chiedere opinioni sui miglioramenti e premiare i clienti per la partecipazione.</li> </ul>	App, Email Marketing, Community, Blog & Sito web