
MANTA 5

SURREAL RIDE EXPERIENCES



<https://manta5.com>

CARATTERISTICHE AZIENDALI

Manta 5 è un'azienda specializzata nella vendita di bici d'acqua. Tecnologie all'avanguardia che stanno spopolando in varie parti del mondo e che prevedono una buona usabilità per un pubblico ampio e variegato. L'azienda vorrebbe inserirsi anche nel mercato italiano.

<https://manta5.com>

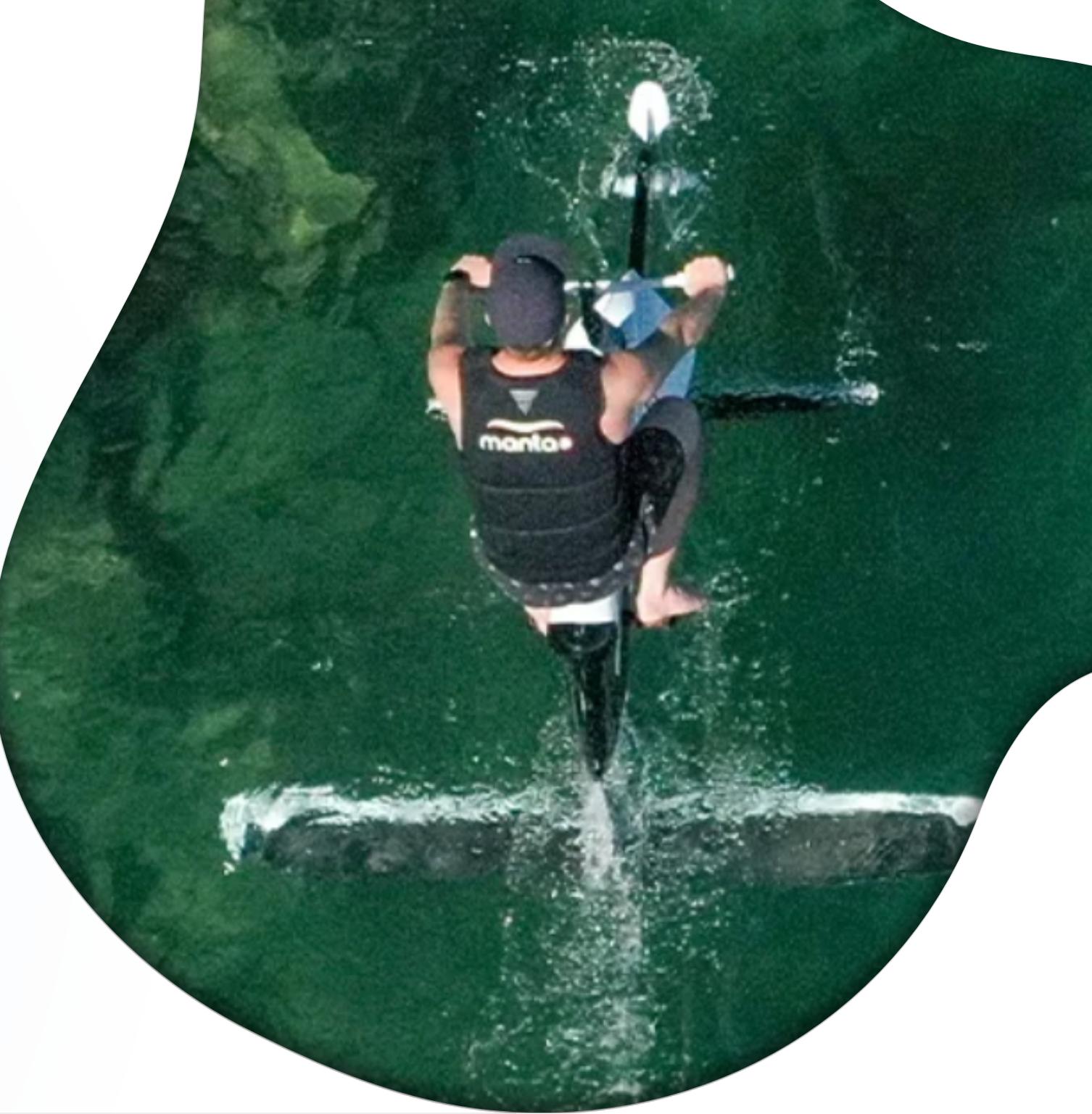


ANALISI MERCATO

Conducendo una ricerca su Google e usando il tool Ubersuggest si può notare che le ricerche mensili relative alla keyword "bici d'acqua" sono molto basse. Probabilmente perchè ancora il prodotto è poco conosciuto in Italia.

 bici d'acqua

Ricerche mensili: 110 | CPC medio: €0,33



ANALISI MERCATO



Il prodotto offerto dall'azienda presenta diverse caratteristiche che lo rendono altamente versatile e adatto a persone di tutte le età.

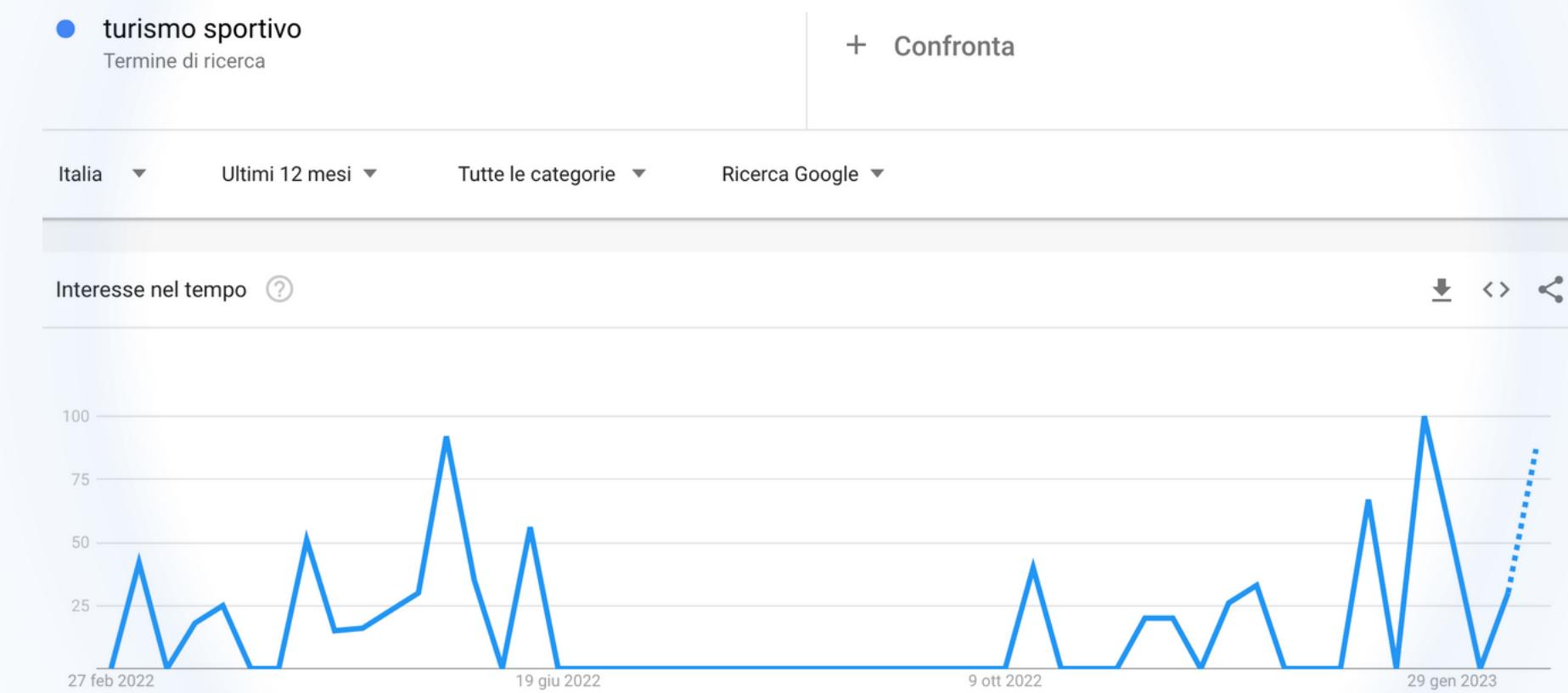
PUNTI DI FORZA DEL PRODOTTO:

- Possibilità di usarlo in vari ambienti acquatici (acqua salata e dolce).
- Possibilità di usarlo per svago, fitness, esplorazione.
- Non richiede alcuna licenza o patentino per essere utilizzato, il che la rende adatto anche a un pubblico più giovane.
- Prodotti ecologico.
- Non richiede grande sforzo fisico, perché sfrutta la pedalata assistita, quindi può essere usato anche da soggetti "più deboli" (anziani).
- Ancora non c'è un mercato in italia, di conseguenza il prodotto rappresenta una novità e la concorrenza è bassa.

ANALISI MERCATO

OPPORTUNITA' PER IL PRODOTTO IN
ITALIA

- Trend in rapido aumento del turismo sportivo.



ANALISI MERCATO

MINACCE

- Le persone potrebbero avere difficoltà a fidarsi di un brand poco conosciuto in Italia. Questo problema si può ovviare attraverso campagne social volte a promuovere la conoscenza del prodotto.





ANALISI MERCATO

CONCLUSIONE:

Dai dati raccolti emerge un trend in crescita per il turismo sportivo, il che fa ben sperare per la popolarità di un prodotto simile tra la popolazione italiana. Tuttavia, il mercato delle bici d'acqua è ancora poco conosciuto in Italia, quindi durante la fase di sviluppo della strategia di marketing si dovrà porre l'accento sulla promozione di questi prodotti e dei loro vantaggi.



ANALISI AZIENDA

- PRODOTTO: bici d'acqua
- PREZZO: alto
- PLACEMENT: negozi online
- PROMOTION: si è pensato di promuovere il prodotto attraverso Google Ads e Facebook Ads.



ANALISI TARGET

Gli esploratori e gli amanti dell'avventura rappresentano un target di riferimento molto importante per il mercato delle bici d'acqua. Questi clienti sono spesso alla ricerca di nuove esperienze e avventure, e le bici d'acqua possono offrire loro un modo unico per esplorare laghi, fiumi e coste.

Le bici d'acqua possono rappresentare un'opzione interessante per i ciclisti o per chi ama praticare sport e mantenersi in forma, in quanto offrono la possibilità di svolgere attività fisica senza il rischio di affaticarsi eccessivamente a causa del caldo, rimanendo freschi e idratati.

Le persone che amano muoversi sull'acqua con mezzi motorizzati come moto d'acqua o barche potrebbero considerare l'utilizzo delle bici d'acqua come una valida alternativa ecologica e silenziosa.

Le persone che vogliono trascorrere una giornata al mare, in modo divertente.

Stabilimenti balneari e strutture alberghiere che potrebbero acquistare il prodotto per noleggiarlo a terzi.

BUYER PERSONA

NOME: Andrea

ETA': 40 anni

DOVE VIVE: Lombardia

LAVORO: direttore di banca

STATO CIVILE: convivente senza figli a carico

INTERESSI: bicicletta

OBIETTIVI: Andrea vuole continuare a praticare la sua passione per la bicicletta durante i mesi estivi, ma senza dover patire il caldo. Cerca un'alternativa valida, sicura e comoda per tenersi in forma.

PREOCCUPAZIONI: è preoccupato di non trovare un'alternativa adeguata alla sua esigenza, in grado di garantirgli la stessa sicurezza e comodità della bicicletta su strada.

BUDGET: è disposto a spendere una somma adeguata per un prodotto di qualità che soddisfi le sue esigenze.

CANALI DI ACQUISTO: preferisce acquistare online tramite siti web affidabili, con commenti e recensioni dei clienti.

QUANDO LO UTILIZZA: d'estate, al lago, per mantenersi in forma.

COMPETITOR

BARCA
GOMMONE
MOTO D'ACQUA
PEDALO'

<https://manta5.com>



PRINCIPALI PRODOTTI VENDUTI

L'azienda MANTA 5 vende due tipologie di prodotti. Il modello più venduto è la SL3+.



SL3+

- Orca White Chassis
- Long range Hydropack 1000 Battery
- 'Learner' Fixed Cord 2.0 (FC2) Rear Foil
- Bestseller
- Long range

STRATEGIA

In una fase iniziale l'utente entra in contatto per la prima volta con il sito del brand.

I canali utilizzati saranno:

- Google Ads,
- Home page del sito web e sezione blog (ottimizzati in ottica SEO),
- Facebook (post organici e ads),
- Instagram (post organici e ads),
- YouTube (video, live streaming e ads).

Per acquisire una conoscenza più approfondita del brand, verranno utilizzati diversi approcci, sia a livello organico che con delle sponsorizzate. Sarà fondamentale prestare attenzione alla cura dei contenuti e all'impatto visivo del sito web e dei social media, in modo da creare contenuti pertinenti legati all'attività del brand. Inoltre, sarà implementato un piano editoriale preciso per organizzare il tutto.

L'attività sui Social Media, inclusi Facebook, Instagram e YouTube, sarà anch'essa organizzata mediante un piano editoriale, con la pubblicazione di circa 3 contenuti a settimana. L'obiettivo sarà quello di informare, educare e attrarre il target di riferimento.



STRATEGIA

Durante questa seconda fase, gli utenti che si sono dimostrati interessati ai contenuti proposti cominceranno ad interagire in modo più attivo con il brand. Utilizzando i nostri canali di comunicazione, come Facebook, Instagram e YouTube, il pubblico verrà indirizzato alla home page del sito web, dove l'obiettivo sarà quello di convertire l'utente generico in lead.

Per raggiungere questo obiettivo, utilizzeremo un pop-up che darà la possibilità di ottenere una guida più approfondita relativa al prodotto.

Per incentivare i lead all'acquisto, saranno inviate e-mail periodiche contenenti informazioni sul prodotti e sul brand. Inoltre, verranno organizzate giornate di prova della bici d'acqua in varie zone d'Italia, dove sono presenti laghi e zone di mare.

Durante questi eventi, verranno mostrate le caratteristiche del mezzo e le sue prestazioni, e i partecipanti potranno provare il prodotto in prima persona.

I partecipanti all'evento verranno incoraggiati a fare storie durante la giornata e a condividere la propria esperienza con il mezzo.



STRATEGIA ACQUISTO SOSTEGNO

Per far sì che l'utente effettui l'acquisto si procederà con azioni di remarketing volte a mostrare nuovamente gli annunci ai visitatori del sito web che hanno mostrato interesse nei prodotti ma non hanno ancora concluso l'acquisto.

Una volta effettuato l'acquisto del mezzo, è fondamentale fornire un eccellente supporto post-vendita, garantendo la possibilità di reso o cambio del prodotto, estendendo la garanzia e offrendo assistenza tecnica per risolvere eventuali problemi che il cliente potrebbe incontrare.

Per mantenere il supporto del cliente anche dopo l'acquisto, è essenziale offrire un'esperienza d'acquisto perfetta in tutte le fasi.

