



DEOROD



PALETTE: ● ● ● ○

COMPETITORS



Wild

- **Recensioni:** 4/5 - protezione 24h+, ricariche riciclabili, MA astuccio complicato da ricaricare e lascia macchie bianche sui vestiti
- **Distribuzione:** supermercati ma solo esteri, catene di vendita al dettaglio e online
- **Costo:** 30€ (tre ricariche)



Biotherm Deo Pure

- **Recensioni:** 4/5 - Buon prodotto, MA si asciuga lentamente e macchia facilmente (estate può fare più fatica ad asciugare)
- **Distribuzione:** supermercati, parafarmacie e online (tramite acquisto periodico come soluzione consigliata)
- **Costo:** 19,60€



Deodorante Solido Lush

- **Recensioni:** 4/5 - “Naked product”, applicazione ruvida e non piacevole irritando la pelle
- **Distribuzione:** punti vendita Lush e sito Lush
- **Costo:** 9,90€

IL PRODOTTO



Sensibile sulla tua pelle, gentile sull'ambiente. Deorod protegge la tua pelle utilizzando solo prodotti naturali ed evita l'uso di alcol, profumi e sostanze chimiche.



Deorod si prende cura di te e dell'ambiente utilizzando solamente plastica riciclata.



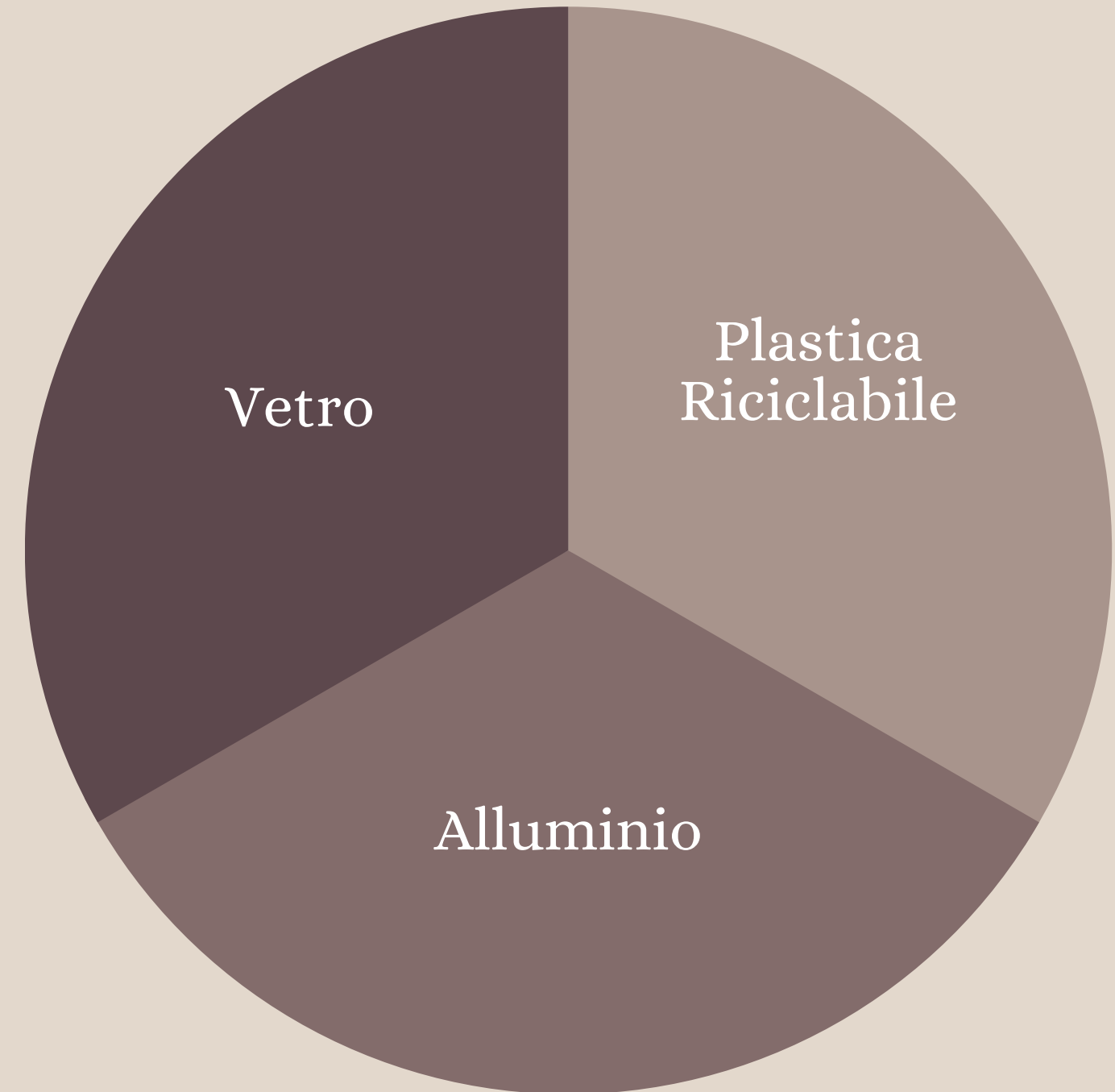
Copertura e protezione per 24 ore. Deorod neutralizza gli odori e garantisce freschezza naturale anche nelle giornate più calde.



PACKAGING

Rendere il prodotto il più attraente possibile tramite i trend del momento:

- Minimal e semplice
- Facile da applicare
- Che rispecchi lo statement “Naturale”



OBIETTIVI

obiettivo n° 1

Creare campagna lancio che crei momentum fino all'uscita del prodotto.

obiettivo n° 2

Creare esperienza per il cliente prima, durante e dopo l'acquisto.

obiettivo n° 3

Collocare il prodotto in punti strategici che siano in armonia con i principi del prodotto.



01

TARGET

- Persone con pelli sensibili
- Con preferenze di prodotti naturali
- Persone con allergie o intolleranze chimiche
- Persone con stile di vita attivo
- Ambientalisti

02

INFORMAZIONE E COLLABORAZIONI

- **Preview** del prodotto tramite campagne teaser
- **Cofanetto regalo formato normale e viaggio** per influencers: Cleo Toms, Dayoung Clementi e dermatologo divulgatore su Tiktok

03


COUNTDOWN

Creare countdown per il lancio della campagna per creare curiosità all'acquisto e fare in modo che il cliente cominci ad informarsi prima del lancio effettivo iniziando il percorso verso l'acquisto.

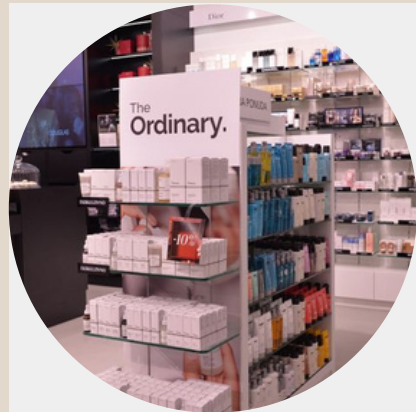
04

SEO

Aumentare il traffico e visibilità tramite **contenuti informativi e di qualità** che rispondano alle esigenze del cliente.



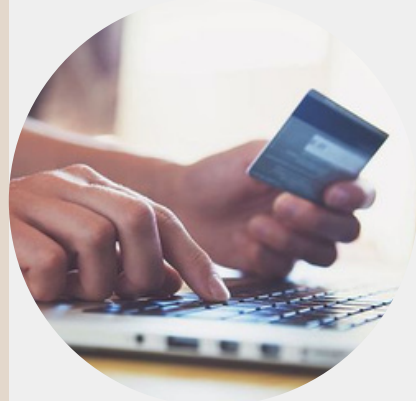
GLI SCAFFALI



Stand con logo visibile posizionato vicino alle casse di negozi di cosmetica.



Farmacie e para farmacie, nella sezione cosmetica e prodotti per la cura della pelle.



Online sul proprio sito, rendendo facile l'acquisto tramite tutti i canali social (Instagram, TikTok, NL, Facebook).



FINE

ROSSELLA CASAFINA