







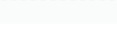
# Azienda Frutta & Verdura

ANALISI PER CREARE  
STRATEGIA DI  
MARKETING DIGITALE



# ANALISI DI MERCATO

- Prodotto: Azienda ortofrutticola, frutta e verdura.
- Area di vendita: nazionale (Italia)
- Obiettivo dell'azienda: spingere il brand nel mercato online attraverso un'analisi delle keywords più ricercate per quanto riguarda la vendita di frutta e verdura.

KEYWORD ?	TREND ?	VOLUME ?	CPC ?	PD ?	SD ?
ingrosso frutta e verdura online 		70	€0,48	99	17
vendita frutta e verdura a km zero online 		70	€1,38	100	36
frutta e verdura bio online 		40	€1,26	100	36
frutta e verdura vendita online 		40	€0,75	100	36
frutta e verdura biologica online 		40	€1,35	100	36
vendita online frutta e verdura 		40	€1,34	96	34
frutta e verdura bio vendita online 		40	€0,75	100	36

# ANALISI TARGET-CLIENTI

- L'azienda è rivolta a un target di clienti molto ampio: famiglie, vegetariani, vegani e celiaci.
- Clienti il cui bisogno o desiderio è quello di seguire una dieta equilibrata, mangiare in modo sano, prodotti che facciano bene alla salute.
- Frutta e verdura fresca → importante la qualità del prodotto
- Frutta e verdura stagionale → per la sostenibilità
- Il cliente punta ad acquistare: negozi fisici e negozi online.
- Bene a largo consumo nel quale la convenienza è al primo posto.

# ANALISI CONCORRENZA

- **Cortiglia, la campagna a casa tua** → il pubblico è 47.94% maschile e 52.06% femminile. Il gruppo maggiore per età ha 25 – 34 anni.
- Punti di forza: e-commerce che seleziona prodotti di qualità e stagionali.
- È possibile gestire le opzioni di consegna. (specificare giorno e fascia oraria)
- Soddisfatti o rimborsati → customer service sempre attivo
- **Babacomarket** → Il pubblico è 48.87% maschile e 51.13% femminile. Il gruppo maggiore per età ha 25 – 34 anni.
- Azienda molto attiva nella sostenibilità.
- Riduce gli sprechi alimentari attraverso la creazione di box personalizzati con frutta di stagione con dei difetti di buccia, deformazioni o in caso di produzione in eccesso.
- Punti di forza : risparmiare e mangiare sano, valorizzare la produzione del territorio

Punto debole della concorrenza → consegna dei prodotti a zona limitata (regione)



# ANALISI DEI PRINCIPALI PRODOTTI VENDUTI

- **Top 5 frutta preferita:**

1. Fragola (40%)
2. Banana (39%)
3. Pesca (34%)
4. Ciliegia (32%), melone (32%) e anguria (32%) a pari merito
5. Mela (29%)

- **Top 5 “verdura” preferita:**

1. Pomodoro (47%)
2. Patata (46%)
3. Zucchine (42%)
4. Insalata (35%)
5. Legumi (26%)

- Secondo la ricerca **BVA-Doxa** commissionata da **Babaco Market** – il delivery 100% made in Italy di frutta e verdura fuori dall’ordinario che combatte lo spreco che si origina dal campo al mercato – conferma che **oltre il 60% degli italiani dichiara di amare la frutta e la verdura fresca, il 66% consuma frutta fresca tutti i giorni.**
- I cliente sono sempre più portati verso una alimentazione bio e più salutare che apporti energie e meno grassi come l’avocado, la papaya, il mango e il cocco.