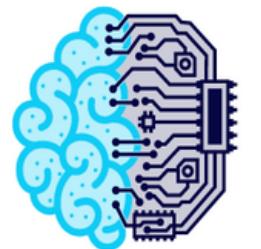


RERAISE

Piano di Marketing



MARKETMINDS
Unlocking Market Potential



L'azienda
COS'È RERAISE

- Reraise è un **marchio di abbigliamento** dedicato agli appassionati dei **giochi di carte**, offrendo una vasta selezione di t-shirt e felpe progettate per esprimere la passione per il poker e altri giochi simili.
- Caratterizzato da **design creativi e originali**, ogni capo d'abbigliamento cattura l'essenza delle carte con un tocco innovativo e accattivante.
- La **qualità e il comfort sono prioritari**, con materiali di alta qualità che garantiscono una vestibilità impeccabile e una durata nel tempo.
- Oltre a offrire stile e comfort, Reraise si impegna a creare un'**esperienza inclusiva e coinvolgente per la sua community**, offrendo un ambiente dove gli appassionati dei giochi di carte possono connettersi, condividere e celebrare la loro passione comune.



COMPETITOR

Attualmente **non disponiamo di informazioni dettagliate sui competitor diretti** di Reraise nel settore dell'abbigliamento dedicato ai giochi di carte.

Tuttavia, possiamo formulare alcune ipotesi preliminari sulla base delle conoscenze del settore.



**MARCHI DI
ABBIGLIAMENTO
LIFESTYLE E
STREETWEAR**



**NEGOZI ONLINE DI
ABBIGLIAMENTO
PERSONALIZZATO**

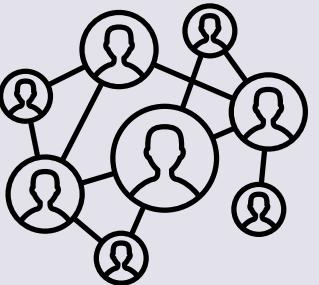


**MARCHI DI
ABBIGLIAMENTO
SPORTIVO E CASUAL**



Target

COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?



Social Network

- Instagram, Facebook, TikTok
- Contenuti coinvolgenti e originali
- Interazione con la community



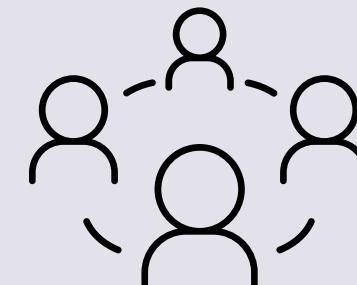
Recensioni

- Altri appassionati dei giochi di carte
- Influencer nella community



Esperienza di acquisto

- Fidelizzazione del cliente
- Qualità dei prodotti
- Servizio clienti adeguato



Community

- Contest
- Discussioni
- Interazioni con altri membri
- Ambiente inclusivo e coinvolgente



Target

QUALI SONO I SUOI DUBBI E TIMORI?

QUALITÀ E DURABILITÀ

- Materiali di alta qualità
- Durevoli nel tempo

VESTIBILITÀ

- Articoli adatti a dimensioni e preferenze del cliente



DESIGN

- Aspettative in termini di design e stile.

ACQUISTI ONLINE

- Sicurezza pagamenti
- Trasparenza politiche spedizione e reso.

SODDISFAZIONE

- Esperienza d'acquisto
- Involgimento nella community



Clienti ideali

CHE COSA S'INTENDE PER AUDIENCE-PERSONA?

Il termine "**audience-persona**", anche conosciuto come "buyer persona" o "cliente ideale", è un **profilo dettagliato** che descrive le **caratteristiche** demografiche, comportamentali, psicografiche e le **esigenze** del cliente a cui un'azienda mira a soddisfare con i suoi prodotti o servizi.

Le audience-persona sono create attraverso **ricerche di mercato, analisi dei dati dei clienti esistenti e intuizioni qualitative** per creare una comprensione approfondita dei bisogni e dei desideri del pubblico target.

Questi profili **aiutano le aziende a orientare le loro strategie di marketing, comunicazione e sviluppo del prodotto** per massimizzare l'attrattiva e la rilevanza per il loro pubblico di riferimento.



Possibili AUDIENCE-PERSONAS



ALESSANDRO (28 ANNI) IL GIOCATORE ESPERTO

Alessandro è un appassionato giocatore di poker con una vasta esperienza nel mondo dei giochi di carte. Ha una personalità sicura e ama partecipare a tornei locali e online. Cerca sempre di migliorare le sue abilità e di distinguersi dagli altri giocatori.

Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in modo sottile e elegante.

Possibili AUDIENCE-PERSONAS



MARTINA (24 ANNI) LA GIOCATRICE SOCIALE

Martina ama trascorrere il suo tempo libero giocando a burraco e scala 40 con gli amici. Durante queste serate di gioco, cerca un abbigliamento che le permetta di sentirsi comoda e a suo agio, senza rinunciare allo stile.

Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in modo sottile e elegante.



Possibili AUDIENCE-PERSONAS



LUCA (22 ANNI)

IL NOVIZIO CURIOSO

Luca è nuovo al mondo dei giochi di carte, ma è molto incuriosito. Ha appena iniziato a giocare a bridge con alcuni amici e vuole esplorare ulteriormente questo hobby.

È alla ricerca di abbigliamento che possa indossare durante le sue prime partite, che possa aiutarlo a sentirsi parte della comunità dei giocatori di carte. Tuttavia, ha dubbi su quali siano i motivi o i simboli più appropriati da cercare sui capi d'abbigliamento, e se sia meglio optare per un look più tradizionale o più moderno.



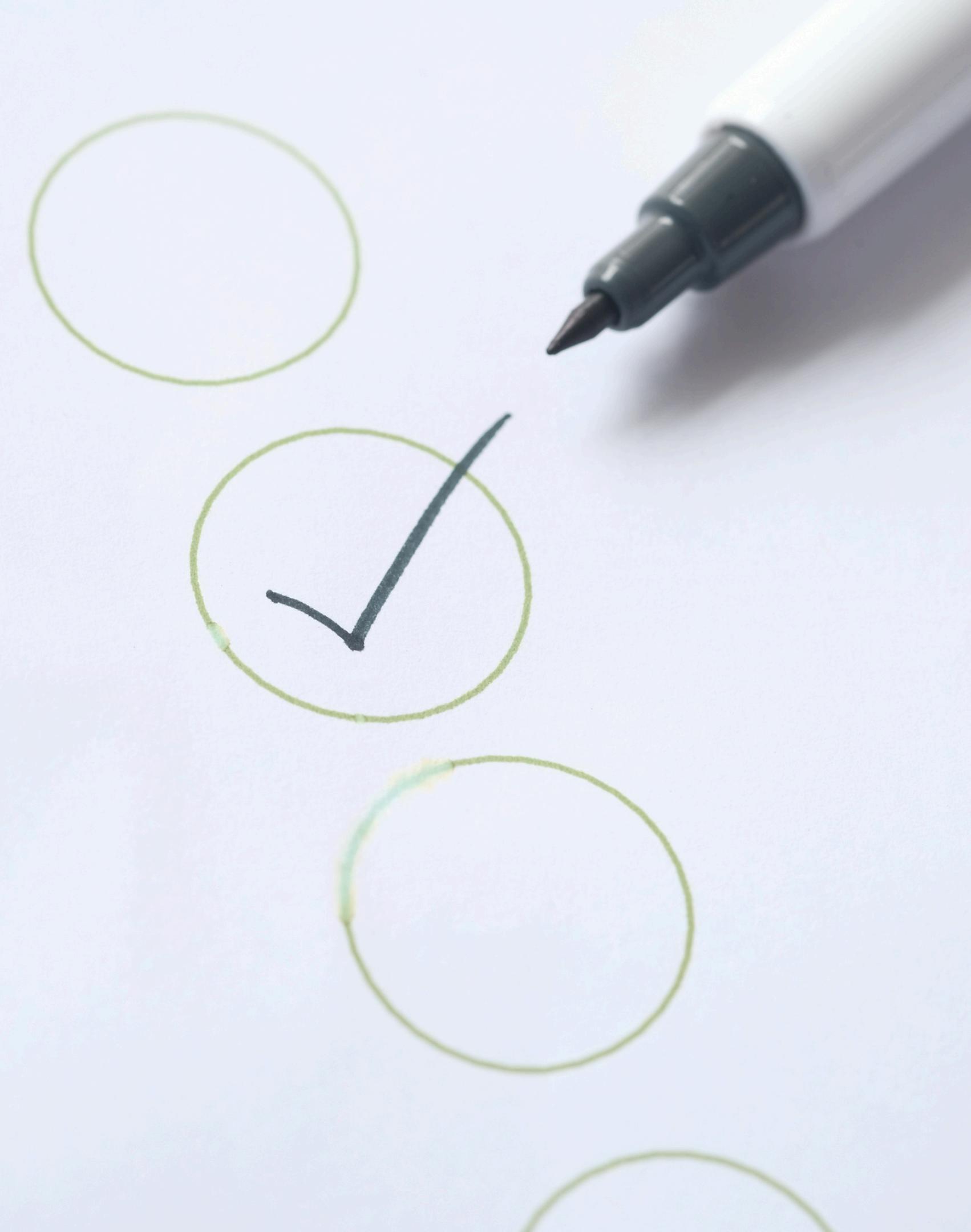
Pre-Acquisto

DOMANDE E DUBBI



QUALITÀ

- Garantire che le t-shirt e le felpe siano realizzate con materiali di alta qualità noti per la loro resistenza e comfort.
- Condurre test di qualità approfonditi sui tessuti per garantire che siano resistenti e durevoli nel tempo, assicurando che siano morbidi sulla pelle e confortevoli durante l'uso prolungato.
- Progettare i capi d'abbigliamento con un focus su un design ergonomico e funzionale.
- Raccogliere feedback costanti dalla clientela e offrire garanzie di soddisfazione del cliente.



DESIGN

- Concentrarsi su design sofisticati ma distintivi, evitando eccessi e garantendo un look elegante.
- Inserire design raffinati con un tocco di femminilità senza essere eccessivamente giocosi.
- Utilizzare tonalità neutre e delicate, per mantenere un'immagine discreta e raffinata.
- Considerare collaborazioni creative con artisti o designer per portare freschezza e originalità alla linea di abbigliamento.
- Raccogliere feedback costanti dalla clientela.



TAGLIE

- Assicurare una vasta gamma di taglie, incluse quelle femminili, per soddisfare le esigenze di diversi tipi di corporature e offrire informazioni sulla vestibilità dei capi d'abbigliamento.
- Fornire una guida alle taglie chiara e dettagliata, con distinzione dei sessi, per aiutare i clienti a trovare la taglia più adatta.
- Garantire politiche di reso flessibili per permettere ai clienti di restituire o cambiare gli articoli se non sono della misura giusta.
- Raccogliere feedback per comprendere meglio le esigenze della clientela.



PREZZO

- Comunicare ed evidenziare la qualità dei materiali e della lavorazione di questi.
- Mettere in evidenza l'originalità del design.
- Offrire promozioni speciali per i nuovi acquirenti.
- Offrire politiche di reso flessibili e di garanzia della qualità per ridurre il rischio per l'acquirente.
- Utilizzare recensioni e testimonianze dei clienti per rassicurare sull'investimento.



Brand Attraction

COME EVITARE I COLLI DI BOTTIGLIA?

- **Identificare e comunicare chiaramente cosa rende il brand unico**, evidenziando i benefici distintivi dei prodotti rispetto alla concorrenza.
- **Investire nella creazione di contenuti di alta qualità** in vari formati (video, immagini e testi)
- **Offrire un'ottima esperienza** in ogni punto di contatto con il brand, sia online che offline.
- **Continuare a sviluppare e innovare i prodotti** per rimanere al passo con le esigenze mutevoli dei consumatori.
- Identificare e **collaborare con influencer o partner** che possano avere un impatto significativo sul pubblico target.



Brand Reputation

COME EVITARE I COLLI DI BOTTIGLIA?

- **Monitorare costantemente le recensioni**, i commenti sui social media e le menzioni online del tuo brand e **rispondere prontamente e in modo appropriato ai feedback** positivi e negativi per dimostrare l'impegno verso i clienti.
- **Essere trasparente** nelle comunicazioni e nelle pratiche aziendali.
- **Comunicare apertamente i valori del brand** e **dimostrare coerenza** tra ciò che si dice e ciò che si fa.
- **Investire nel rapporto con i clienti** e la comunità e cercare attivamente il feedback per migliorare continuamente.



Inserzioni IDEE INSERZIONI META

Reraiseshop.it
Sponsored

Esprimi il tuo stile con Reraise!

STILE
VINCENTE.

RERAISESHOP.IT

Scopri la nostra collezione unica ★
#Reraise #PokerFashion #StileVincente

Shop now

Like Comment Share

Reraiseshop.it
Sponsored

STILE

VINCENTE

Shop Now

89 views

Reraiseshop.it Esprimi il tuo stile con Reraise!

Scopri la nostra collezione unica ispirata al mondo del poker. ★

Trova design originali e sofisticati che parlano della tua passione per il gioco. Visita il nostro sito web per esplorare le ultime novità e aggiungi un tocco di eleganza al tuo guardaroba. 🔥

Non perdere l'opportunità di distinguerti con stile!

Clicca il link per esplorare ReraiseShop.it ora. 🛍

#Reraise #PokerFashion #StileVincente

View all 14 comments

Reraiseshop.it
Sponsored

STILE
VINCENTE.

Shop Now

89 views

Reraiseshop.it Esprimi il tuo stile con Reraise!

Scopri la nostra collezione unica ispirata al mondo del poker. ★

Trova design originali e sofisticati che parlano della tua passione per il gioco. Visita il nostro sito web per esplorare le ultime novità e aggiungi un tocco di eleganza al tuo guardaroba. 🔥

Non perdere l'opportunità di distinguerti con stile!

Clicca il link per esplorare ReraiseShop.it ora. 🛍

#Reraise #PokerFashion #StileVincente

View all 14 comments

Trov amichevole **FASE AWARENESS**

- Durante la fase di awareness, utilizzare un tone of voice amichevole è essenziale per creare un'atmosfera accogliente e positiva.
- Un tone of voice amichevole è preferibile a uno ironico o aggressivo poiché è meno invasivo. Gli utenti che sono alla ricerca di informazioni o nuovi brand potrebbero sentirsi più a loro agio con un approccio amichevole che non li spinge troppo bruscamente verso azioni o acquisti.
- In questa fase, è fondamentale creare una prima impressione positiva e rispettosa, evitando di allontanare potenziali clienti con un linguaggio troppo diretto o provocatorio.



Raise.it
Sponsored ·

Esprimiti con stile unico!

Trova la tua t-shirt perfetta su Reraise e conquista il mondo con il tuo look!

Aggiungi al carrello e vivi ogni giorno con la grinta di un vero vincitore!

STILE VINCENTE.

RERAISE.IT

Entra e lasciati ispirare!

Esplora il sito per trovare il look perfetto per te!...

Order now

Like Comment Share

Tov ironico **FASE CONSIDERATION**

- Nella fase di consideration, l'uso di un tone of voice ironico può avvicinare ulteriormente i clienti al brand. Questo tipo di linguaggio crea un legame più forte e informale con il pubblico, mostrando un lato giocoso e autentico del brand che rende l'esperienza più coinvolgente.
- I clienti che sono nella fase di consideration hanno già avuto modo di familiarizzare con il tone of voice del brand. Utilizzare un tono ironico in questo momento può essere ben accetto poiché i clienti conoscono e apprezzano lo stile comunicativo del brand, sentendosi più vicini e in sintonia con esso.

 Reraise.it
Sponsored · 

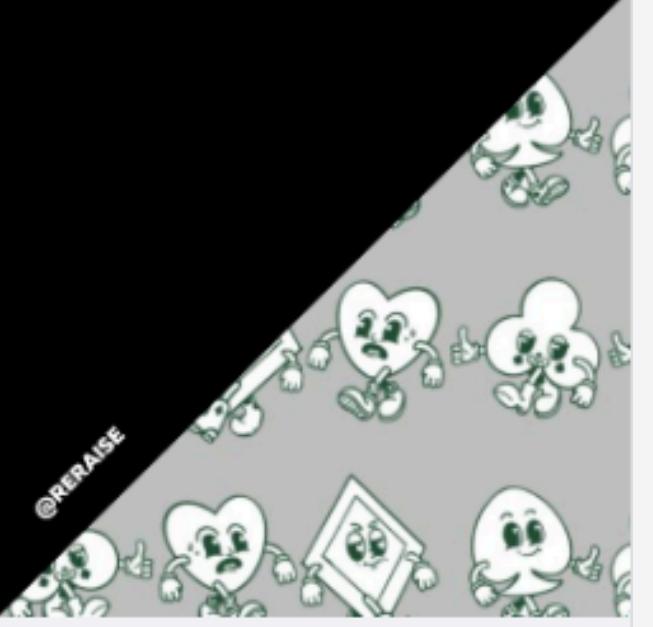
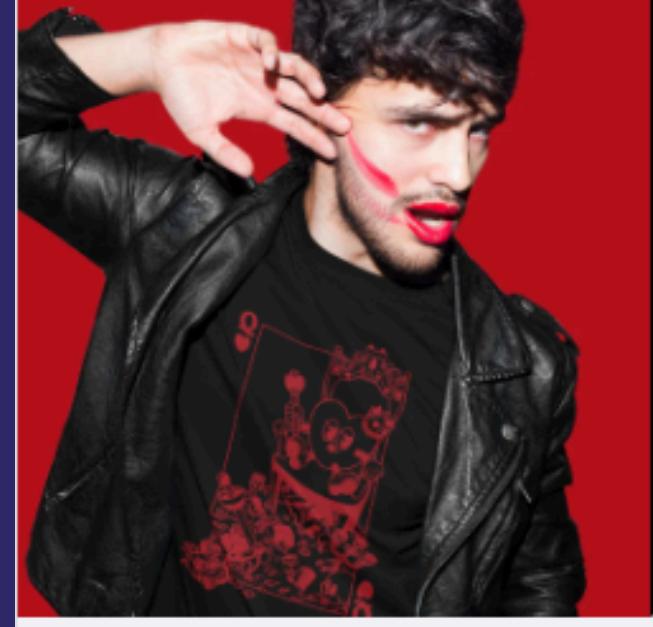
Libera la tua personalità con Reraise! 

Scegli un outfit che spacca e ridefinisci le regole con un tocco di ironia! 

Aggiungi al carrello e lascia tutti a bocca aperta con il tuo stile unico! 



**STILE
VINCENTE.**



RERAISE.IT

Entra e lasciati ispirare!

Esplora il sito per trovare il look perfetto per te!...

Shop now

 Like Comment Share

Tov aggressivo **FASE CONVERSION**

- Nella fase di conversion, l'uso di un tone of voice aggressivo può essere fondamentale per spingere i clienti a compiere l'azione desiderata, come completare un acquisto. Questo linguaggio più provocatorio e deciso fornisce quella spinta aggiuntiva di urgenza e determinazione necessaria per passare all'azione.
- I clienti nella fase di conversion sono vicini alla decisione di acquisto ma potrebbero avere bisogno di un incentivo finale. Un tone of voice aggressivo li incoraggia a prendere una decisione, facendo leva sull'effetto persuasivo di un linguaggio diretto e assertivo, trasformando un lead indeciso in un cliente soddisfatto.



Raise.it
Sponsored • ...

Non solo una t-shirt: un'arma da conquista. 🚨

Trova la t-shirt che ti fa sentire imbattibile e mostrati al mondo! 🏆

Aggiungi al carrello e dominaci con la tua personalità vincente! 💪

**STILE
VINCENTE.**

RERAISE.IT

Entra e lasciati ispirare!

Esplora il sito per trovare il look perfetto per te!...

Order now

Like Comment Share

LinkedIn – ottica B2B

QUALE FASE DEL FUNNEL COLPIRE?

- Per la scelta della fase di considerazione del funnel di acquisto su LinkedIn, ci concentreremo in un ottica B2B, andando a colpire principalmente professionisti e aziende nel settore dell'abbigliamento interessati a collaborare con Reraise come designer o partner commerciali.
- Attraverso messaggi mirati e strategie di contenuto personalizzate, vogliamo coinvolgere aziende e professionisti del settore dell'abbigliamento, fornendo loro informazioni dettagliate sui vantaggi di collaborare con Reraise e sui risultati positivi che possono ottenere lavorando con noi.
- Ci proponiamo di stabilire connessioni significative e durature che porteranno a partnership proficue e innovative nel campo dell'abbigliamento di qualità.



LinkedIn – ottica B2B

QUALI CONTENUTI CONDIVIDERE?

- **Articoli e Post Informativi**

Pubblicheremo articoli e post che mettano in evidenza l'unicità dei design Reraise, la qualità dei materiali utilizzati e l'ispirazione dietro i capi d'abbigliamento.

Ci concentreremo su argomenti che interessino ai potenziali partner, come le tendenze di mercato, le innovazioni nel design e i processi di produzione sostenibile.

- **Video Interviste o Demo**

Realizzeremo video interviste con il team di design per mostrare il processo creativo dietro i capi. Questi video possono essere focalizzati sugli aspetti innovativi dei design, i materiali utilizzati e l'approccio alla sostenibilità.

In alternativa, potremo condividere demo dei prodotti per illustrare la qualità e lo stile distintivo dei capi Reraise. Questi contenuti visivi aiuteranno a evidenziare il valore del marchio e a mostrare l'esperienza nel settore dell'abbigliamento.



LinkedIn - ottica B2B

FASE RETARGETING

- Implementare il pixel di LinkedIn per tracciare i visitatori del sito web di Reraise, compresi designer e potenziali partner nel settore dell'abbigliamento.
- Creare annunci personalizzati per i visitatori del sito, mostrando loro prodotti specifici pertinenti al settore B2B, come linee di abbigliamento per collaborazioni o partnership.
- Lanciare campagne di email marketing mirate verso designer e aziende del settore dell'abbigliamento per rafforzare l'interesse nei confronti di partnership o collaborazioni con Reraise.

Reraise.it
39 followers
Promoted

Collabora con Reraise: Moda innovativa e partnership all'ingrosso per designer emergenti.

STILE

VINCENTE

Un Nuovo Stile, Una Nuova Teoria: Scopri Reraise

Reraise.it

47

21 Comments

Like Comment Share Send

@RERAISE

TikTok

QUALI SONO LE LEVE DI MARKETING?

- **Influencer Marketing**

Collaborare con influencer popolari su TikTok che si identificano con lo stile e i valori di Reraise per creare contenuti autentici e coinvolgenti che presentano i prodotti in modo creativo, raggiungendo così un pubblico ampio e influenzando le decisioni di acquisto.

- **Hashtag Challenges**

Lanciare sfide hashtag coinvolgenti che invitano gli utenti a creare e condividere contenuti correlati a Reraise. Le sfide hashtag possono aumentare la consapevolezza del marchio e coinvolgere attivamente la community di TikTok.

- **Advertising TikTok**

Utilizzare la piattaforma pubblicitaria di TikTok per promuovere contenuti sponsorizzati. Questo può includere annunci in-feed, annunci di marca o spot pubblicitari per raggiungere specifici segmenti di pubblico e aumentare la visibilità del marchio.



TikTok

QUALE FASE DEL FUNNEL COLPIRE?

Per una strategia di marketing su TikTok, è ottimale concentrarsi sulla fase superiore del funnel, nota come fase di consapevolezza. TikTok offre un ambiente ideale per creare consapevolezza del marchio e coinvolgere nuovi potenziali clienti attraverso contenuti creativi e coinvolgenti.

L'obiettivo principale in questa fase è introdurre il marchio e i prodotti di Reraise a una nuova audience. È importante creare contenuti che siano coinvolgenti, divertenti e originali, in grado di catturare l'attenzione degli utenti e di stimolare l'interazione con il marchio.

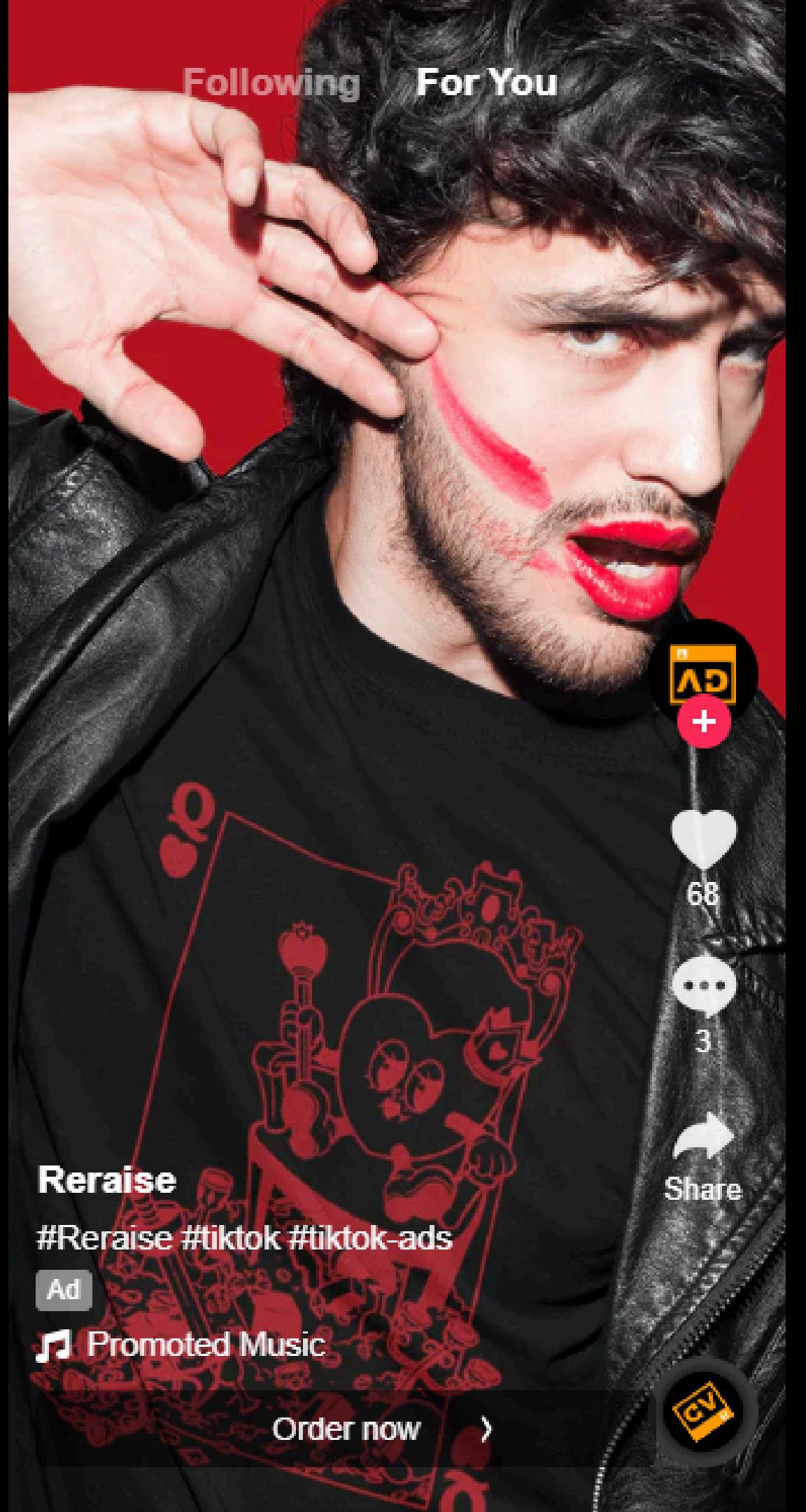
Il vantaggio di utilizzare TikTok per la fase di consapevolezza è la capacità di generare rapidamente buzz intorno al marchio e di raggiungere un vasto pubblico giovane e attivo. I contenuti virali su TikTok possono contribuire significativamente a aumentare la consapevolezza del marchio e a portare nuovi potenziali clienti nel funnel di marketing.



TikTok

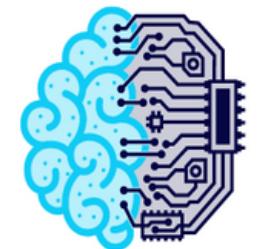
FASE RETARGETING

- Implementare il pixel di tracciamento di TikTok sul sito web per monitorare il comportamento degli utenti e gli eventi di conversione.
- Utilizzare i dati raccolti dal pixel di tracciamento per creare audience personalizzate su TikTok e creare annunci mirati su TikTok.
- Utilizzare le audience lookalike su TikTok per raggiungere nuovi potenziali clienti che hanno caratteristiche simili ai tuoi clienti esistenti.
- Lanciare campagne di Re-Engagement per “riangaggiare” gli utenti che hanno visitato il sito ma non hanno completato un’azione desiderata, creando annunci persuasivi che li spingano a tornare sul tuo sito e completare l’azione.



GRAZIE

Dell'Attenzione



MARKETMINDS
Unlocking Market Potential

