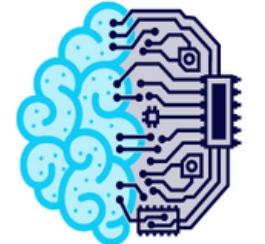


RERAISE

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**



Clienti ideali

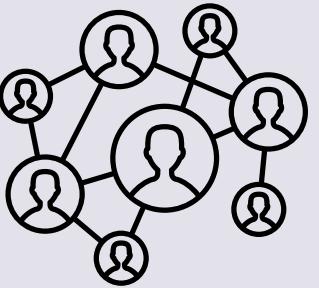
COME INDIVIDUA IL TARGET?

- Un appassionato di giochi di carte desideroso di esprimere la sua passione attraverso il suo stile individuale
- Apprezza il design unico, creativo, innovativo e accattivante
- La qualità e il comfort dei capi d'abbigliamento sono prioritari
- Cerca materiali di alta qualità, con una buona vestibilità
- Non vede Reraise semplicemente come un marchio di abbigliamento, ma come una comunità inclusiva e coinvolgente di appassionati dei giochi di carte con cui connettersi e condividere la loro passione comune



Target

COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?



Social Network

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



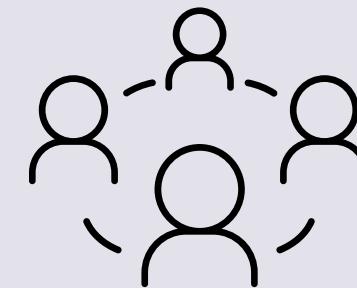
Recensioni

- 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.



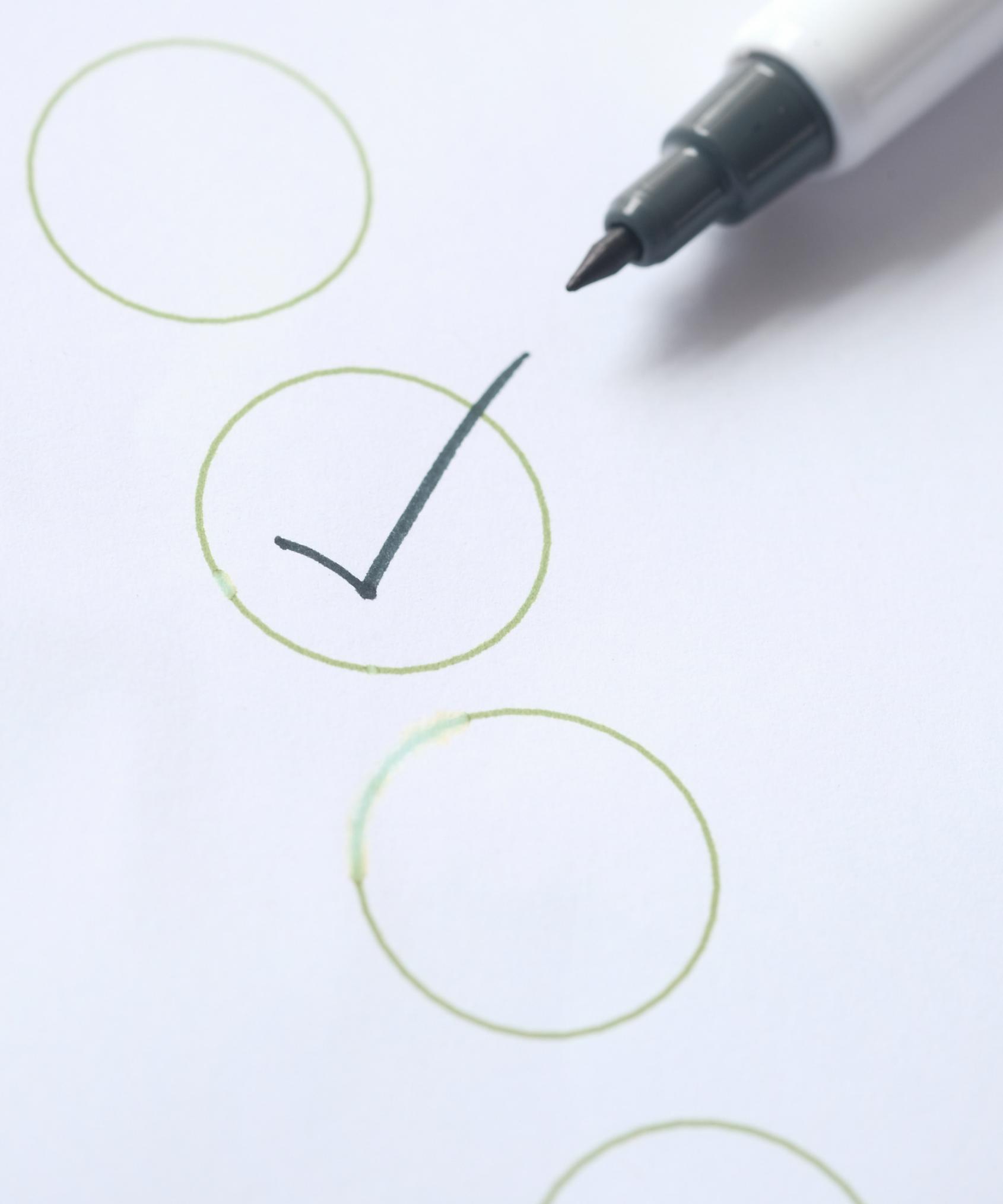
Pre-Acquisto

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.



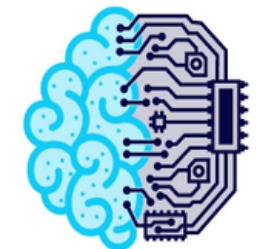
PREZZO

- 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.



GRAZIE

Dell'Attenzione



MARKETMINDS
Unlocking Market Potential



Brand Attraction

COME EVITARE I COLLI DI BOTTLIGLIA?

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

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

Reraiseshop.it
Sponsored

Esprimi il tuo stile con Reraise!

STILE
VINCENTE.

RERAISESHOP.IT

Scopri la nostra collezione unica *

#Reraise #PokerFashion #StileVincente

Shop now

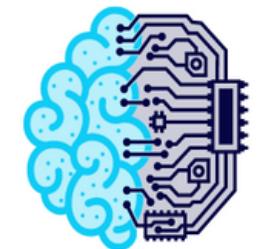
Like

Comment

Share

GRAZIE

Dell'Attenzione



MARKETMINDS
Unlocking Market Potential



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 •

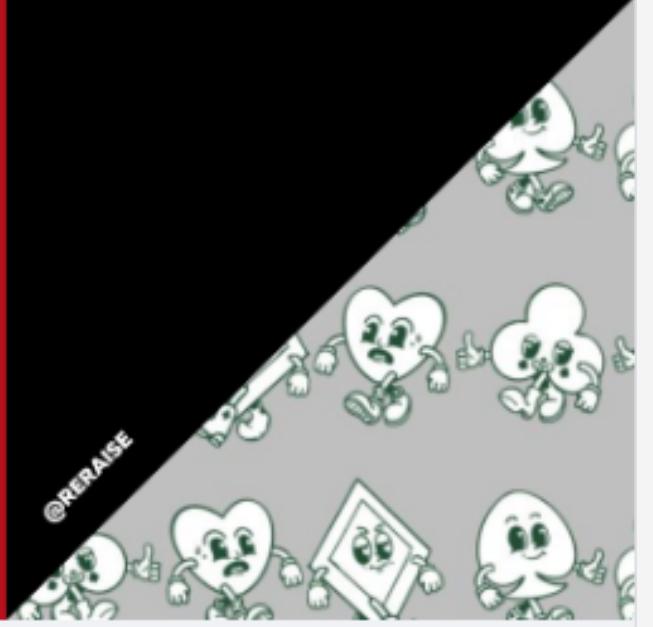
Esprimiti con stile unico!

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.

Raise.it
Sponsored · 3

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

Trov 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 • ...

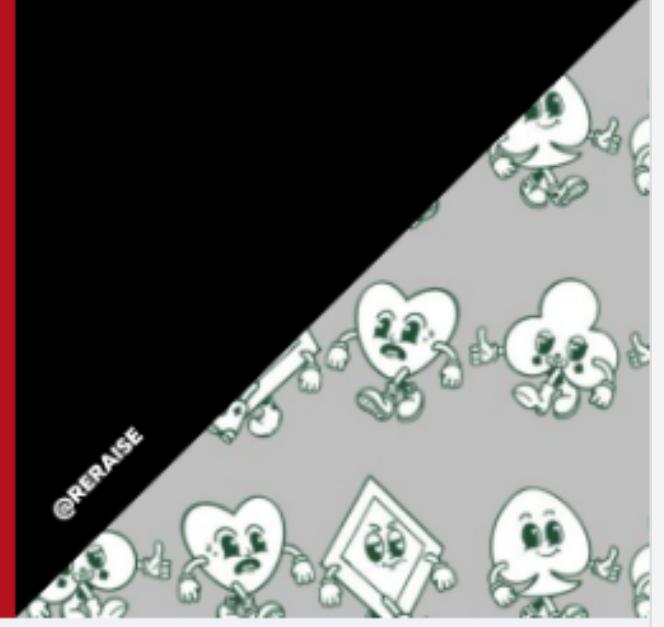
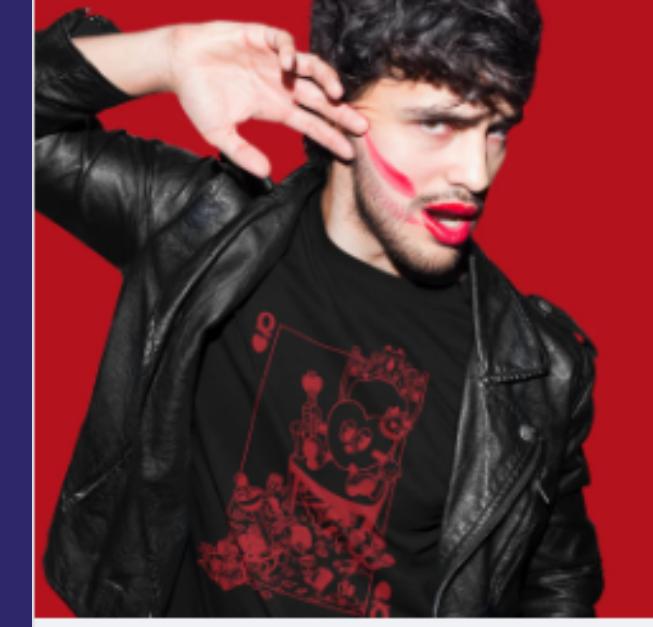
Non solo una t-shirt: un'arma da conquista.

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!

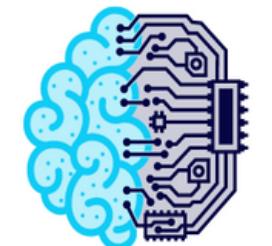
Esplora il sito per trovare il look perfetto per te!...

Order now

Like Comment Share

GRAZIE

Dell'Attenzione



MARKETMINDS
Unlocking Market Potential

