

MANTA5: azienda che produce bici a batteria per muoversi in acqua.

CLIENTE IDEALE (ANALISI SU UN TARGET-CLIENTE)

1. NOME E COGNOME

Riccardo Costamagna

2. SESSO

Uomo

3. RUOLO/LAVORO

Avvocato

4. CARATTERISTICHE DEMOGRAFICHE

Riccardo ha 50 anni, è sposato e non ha figli. Vive a Spotorno (città marittima) e percepisce un reddito medio-alto.

5. INTERESSI PERSONALI

Nel tempo libero ama nuotare e andare in bici. Tiene molto alla propria salute e fa molto sport per mantenersi in forma.

6. COMPORTAMENTI ONLINE

Accede a Google e ai social principalmente da smartphone e naviga per svago o per informarsi prima di effettuare degli acquisti online.

7. OBIETTIVI E BISOGNI

Trovare qualche mezzo d'acqua per divertirsi quando va al mare (sia da acquistare che da noleggiare).

8. CONTENUTI CHE POSSONO AIUTARE NELLA SCELTA

Recensioni su diversi siti web e sui social.

9. DUBBI E TIMORI

Comprare prodotti non ancora molto diffusi in Italia e di cui non conosce molti utilizzatori.

10. CANALI

Google e pagine social che trattano di moto d'acqua e piccole imbarcazioni.

TOUCH POINTS

- Inserzioni su Facebook, Instagram e LinkedIn
- Sito web
- Newsletter

CONTENUTI PER LA STRATEGIA DIGITALE

- **PER I SOCIAL:** foto di clienti in differenti location, video dove viene mostrato il funzionamento delle bici in acqua
- **PER I MOTORI DI RICERCA:** sito web veloce, dinamico e ottimizzato per la SEO, incentrato sui bisogni del cliente che può soddisfare. Utilizzare foto e video sensazionali, che lascino l'utente a bocca aperta.

STRATEGIE PER I SOCIAL (DOMANDA LATENTE)

L'azienda realizza campagne su Facebook, Instagram e LinkedIn per aumentare la Brand Reputation (in Italia, utilizzando un pubblico personalizzato sulla base di chi visita il sito web ed è interessato a bici, sport acquatici, barche). L'azienda utilizza contenuti con effetto wow (video con riprese di un drone, GoPro, foto di alta qualità).

ESEMPIO INSERZIONI:

1. Italia, non hai solo alcuni dei fiumi più lunghi d'Europa, ma anche alcuni dei più belli. È ora di utilizzarli meglio 🙏
#italia #hydrofoil #riverside #watersports #adventuretime #summervibes #cycling #biking
2. La rivoluzionaria Hydrofoiler Bike di Manta5 consente ai ciclisti di planare sulla superficie dell'acqua come mai prima d'ora!

STRATEGIE PER I MOTORI DI RICERCA (DOMANDA DIRETTA)

L'azienda Manta5 realizza campagne su Google Ads per la rete di ricerca al fine di aumentare la visibilità del proprio sito web.

ESEMPIO INSERZIONE:

Bici d'acqua – Attrezzatura nautica – Hydrofoiler SL3

www.manta5.com

L'autentica esperienza ciclistica elevata dall'acqua. L'unica bici che consente di planare sulla superficie dell'acqua con facilità. Bici a batteria per pedalare in acqua di Manta5.

ANALISI DI MERCATO - ANALISI DEI PRINCIPALI PRODOTTI VENDUTI

Punti di forza: nuovo metodo per muoversi in acqua, non necessita della patente nautica, non inquina, facile da trasportare e da assemblare.

Punti di debolezza: costi della manutenzione, costo elevato del prodotto (9000 euro circa), pochi modelli disponibili.

Analisi dei dati demografici del pubblico di manta5.com su Similarweb



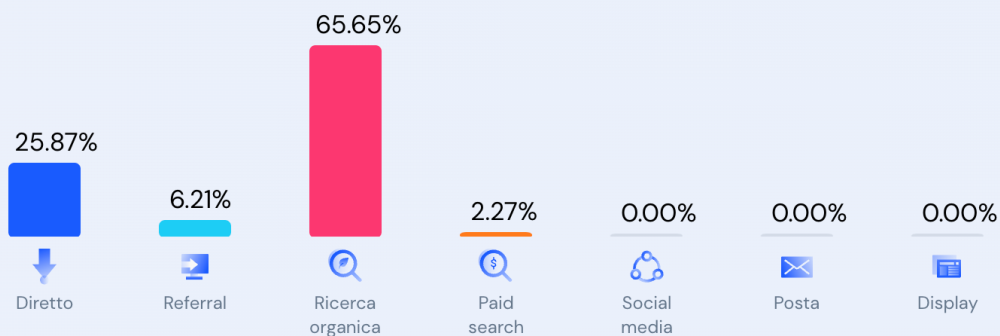
Analisi dei canali di marketing principali di manta5.com su Similarweb

manta5.com Canali di marketing principali

La fonte di traffico principale verso manta5.com è traffico Ricerca organica, in quanto ha guidato il 65.65% delle visite desktop del mese scorso, e Diretto è al 2° posto con il 25.87% del traffico. Il canale più sottoutilizzato è Social media. Esegui il drill down nei principali driver di traffico di ciascuno dei canali sottostanti

Distribuzione dei marketing channel

similarweb



Analisi del traffico e coinvolgimento di manta5.com su Similarweb

manta5.com Traffico e coinvolgimento

manta5.com il suo traffico è aumentato di 470.3% rispetto al mese scorso (Desktop). Fai clic qui sotto per scoprire in che modo manta5.com soddisfa le aspettative dei visitatori e cattura il loro interesse.

La tua classifica del traffico pubblico riflette il tuo successo nel mondo reale

Traffico e coinvolgimento il mese scorso

Visite totali degli ultimi 3 mesi

Visite totali

50.9K

Variazione Mese scorso

470.3% ▲

Durata media della visita

00:01:57

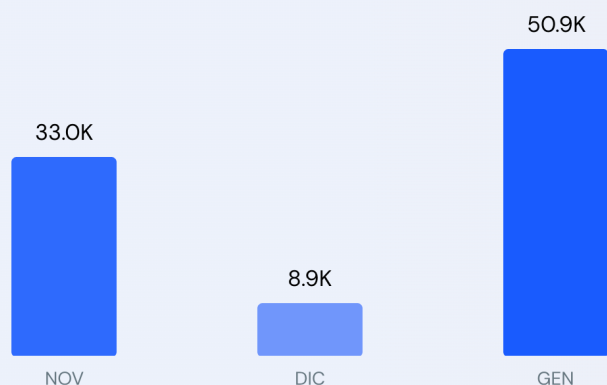
Indice di rimbalzo

53.06%

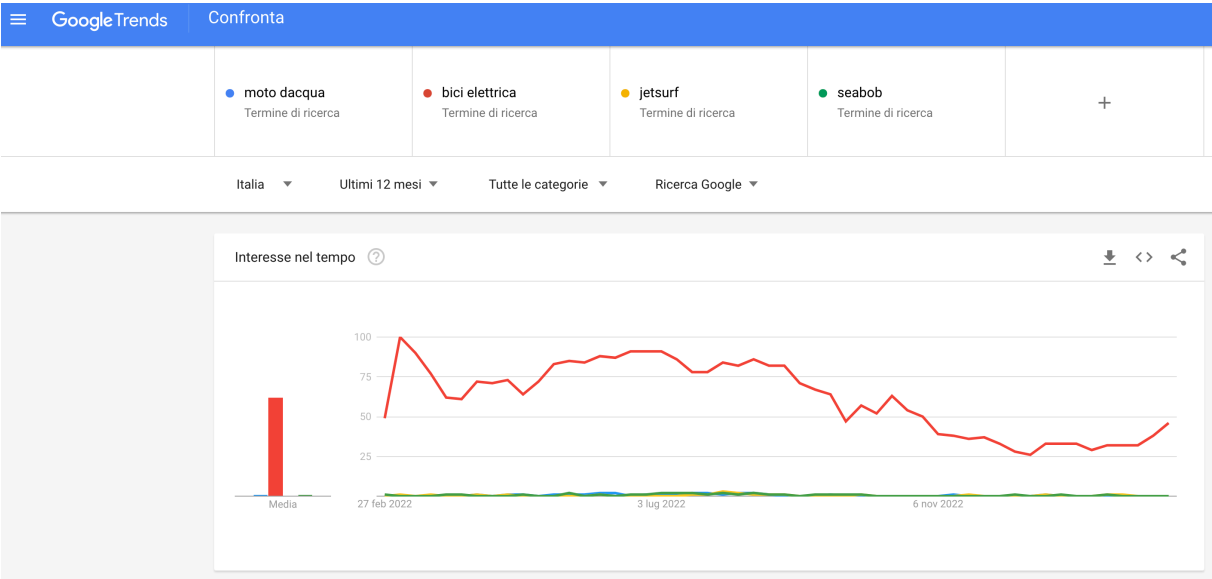
Pagine per visita

2.80

similarweb



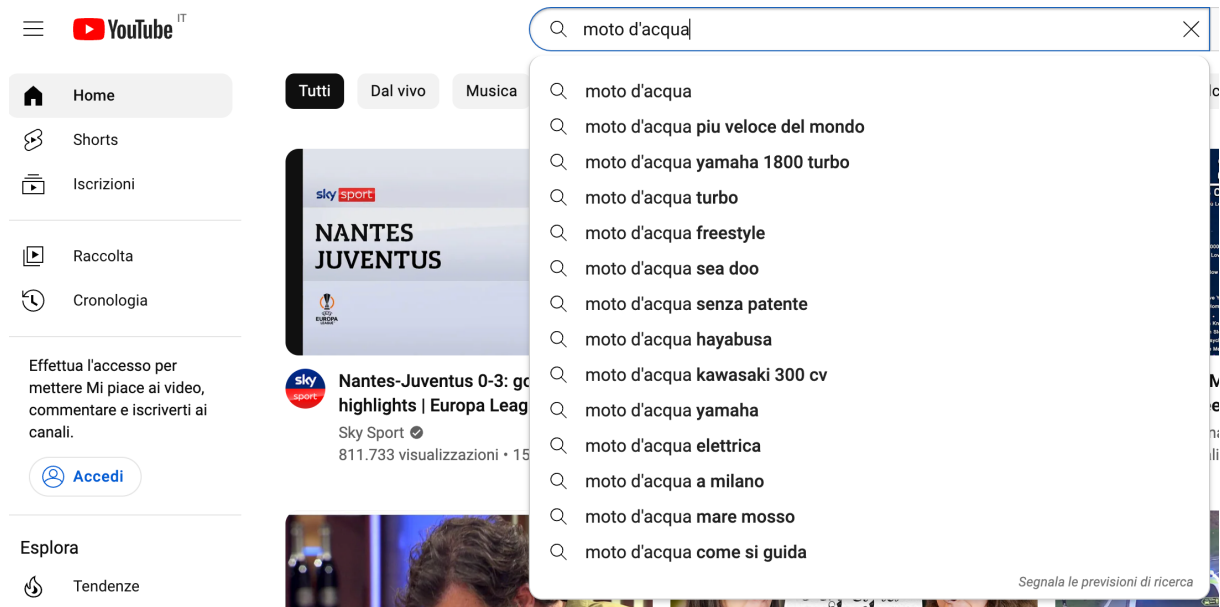
Confronto tra quattro parole chiave inerenti ai mezzi elettrici e acquatici su Google Trends



Ricerche delle parole chiave per regione (dati ricavati da Google Trends)

geoMap				
Categoria: Tutte le categorie				
Regione	moto dacqua: (24/02/22 - 24/02/23)	bici elettrica: (24/02/22 - 24/02/23)	jetsurf: (24/02/22 - 24/02/23)	seabob: (24/02/22 - 24/02/23)
Abruzzo		100%		
Campania	< 1%	99%	< 1%	1%
Basilicata		100%		
Calabria		99%	< 1%	1%
Valle d'Aosta		100%		
Trentino-Alto Adige		100%		
Molise		100%		
Puglia	1%	97%	1%	1%
Marche		99%	1%	
Veneto	1%	99%	< 1%	
Sicilia	1%	98%	< 1%	1%
Liguria		97%	< 1%	3%
Friuli-Venezia Giulia		100%		
Umbria		100%		
Emilia-Romagna	< 1%	99%	< 1%	1%
Toscana	< 1%	99%		1%
Lombardia	1%	99%	< 1%	< 1%
Piemonte	< 1%	99%	< 1%	1%
Lazio	1%	97%	< 1%	2%
Sardegna		92%	1%	7%

**Ricerche suggerite su YouTube in base alla parola chiave “moto d’acqua”
(permette di capire i principali prodotti ricercati dagli utenti)**



Il principale prodotto venduto, in base a quanto scritto sul sito di Manta5, è la **bici d’acqua SL3+**

ANALISI DELLA CONCORRENZA

I competitor di Manta5 sono aziende che vendono moto d’acqua, seabob, jetsurf, piccole imbarcazioni, bici elettriche.

Da una ricerca Google, i competitor in prima posizione in Italia sono:

<https://www.seasportsservice.com/>

<https://www.maremoto.net/>

<https://www.nauti-ca.com/>

Ricerche delle parole chiave per regione su Google Shopping (dati ricavati da Google Trends)

geoMap (1)

Categoria: Tutte le categorie				
Regione	moto dacqua: (24/02/22 - 24/02/23)	bici elettrica: (24/02/22 - 24/02/23)	jetsurf: (24/02/22 - 24/02/23)	seabob: (24/02/22 - 24/02/23)
Valle d'Aosta		100%		
Molise		100%		
Campania		87%		13%
Abruzzo		100%		
Calabria		80%		20%
Puglia	21%	79%		
Liguria		100%		
Sardegna		100%		
Sicilia	11%	89%		
Trentino-Alto Adige		100%		
Piemonte		100%		
Lombardia	4%	86%		10%
Emilia-Romagna		100%		
Friuli-Venezia Giulia		100%		
Veneto		100%		
Lazio		84%		16%
Toscana		100%		
Marche		59%	41%	
Umbria				
Basilicata				

Analisi dei competitors di manta5.com su Similarweb

Siti e manta5.com competitors simili

Rivela le manta5.com migliori alternative e trova competitors potenziali o emergenti. manta5.com Il principale concorrente è schillerbikes.com. Analizza tutti i competitors

similarweb

Sito	Affinità	Visite mensili	Categoria	Classifica per categoria
 schillerbikes.com	100% <div></div>	15.5K	Sport > Sport - Altro	#29,261
 f-one.world	58% <div></div>	12.8K	Sport > Sport acquatici	#1,094
 waubike.com	57% <div></div>	24.4K	Sport > Ciclismo e mountain bike	#1,498
 bikebiz.com	47% <div></div>	53.5K	Sport > Ciclismo e mountain bike	#956
 mtbtestcentral.it	45% <div></div>	7.4K	Sport > Ciclismo e mountain bike	#4,428

4P

Product: bici a batteria per pedalare in acqua

Price: prezzo medio-alto, ma soggetto a sconti per poter entrare nel mercato italiano (attraverso campagne sui social, iscrizione alla newsletter, offerte a tempo limitato)

Place: sede fisica in Nuova Zelanda e rivenditori in tutto il mondo

Promotion: campagne Google Ads e su Facebook/Instagram/LinkedIn per aumentare la Brand Reputation

STRATEGIE DI MANTA5 LUNGO IL FUNNEL

1. CONSIDER

L'azienda realizza campagne su Google e sui social per rafforzare e **umanizzare il Brand** e per aumentare la visibilità delle pagine social e del sito web.

2. EVALUATE

Manta5 invita i propri clienti a fornire recensioni positive dopo gli acquisti delle bici e si focalizza sul **content marketing**.

3. PURCHASE

L'azienda garantisce la vendita dei propri prodotti tramite rivenditori in tutto il mondo, i quali permettono di provare le bici d'acqua prima dell'acquisto.

4. ADVOCATE

L'azienda tiene in considerazione le opinioni dei propri clienti per migliorare i prodotti e il **customer lifetime value**.