



MADE WITH

beautiful.ai

STRATEGIA

Il nostro prodotto è una rivoluzione.

"Voglio che queste bici vadano ben oltre il semplice essere un prodotto per il tempo libero. Se riesci a gareggiare, allora è competitivo, e se è competitivo, un giorno potrebbe diventare uno sport olimpico".

Fondatore

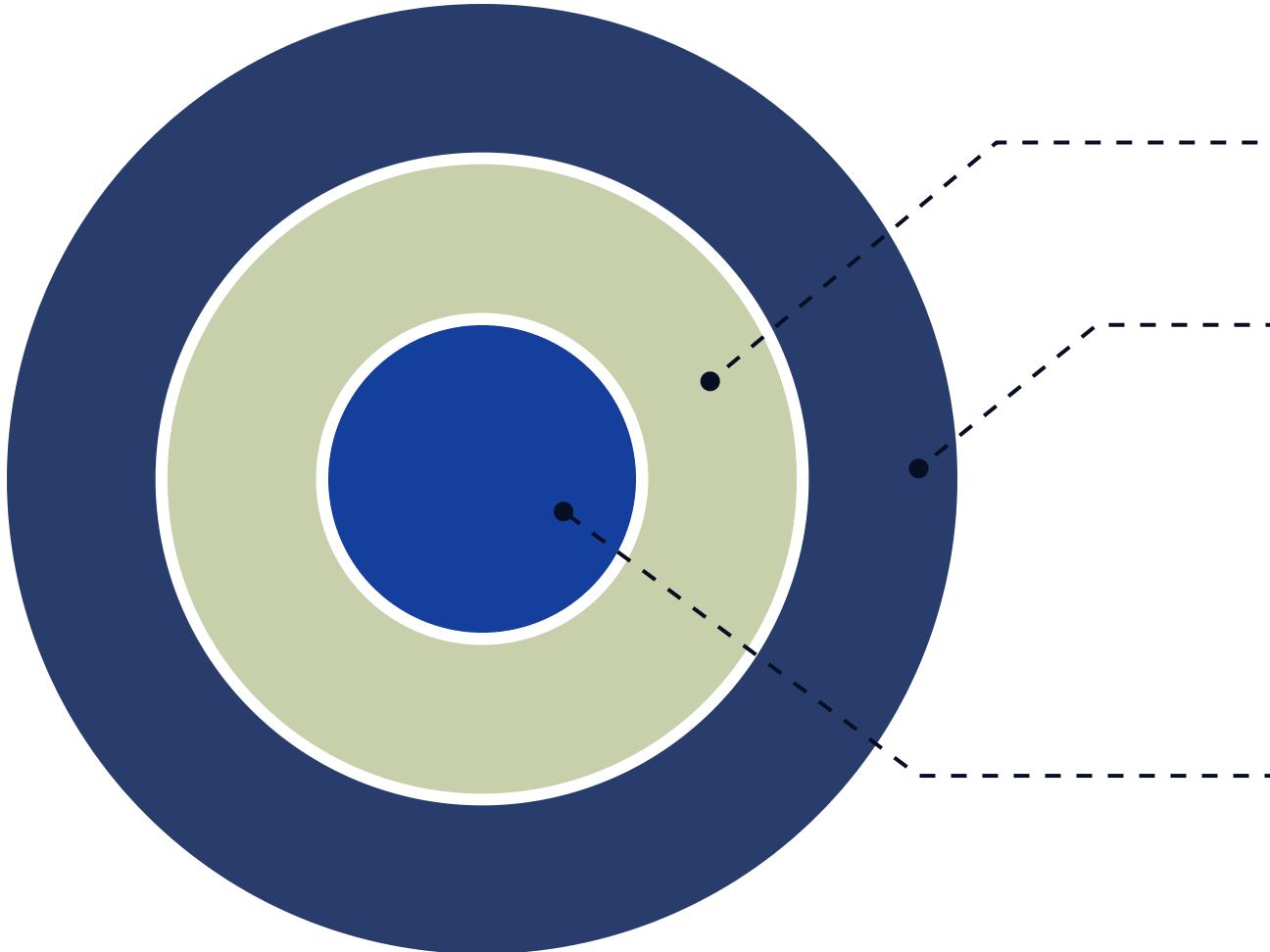
Immagino come qualcosa di innovativo che puo entrare nel mercato come è stato con il Padel, ovviamente il target del cliente è diverso. Da implementarla e proporla anche agli sportivi ed ex sportivi in modo di proporre delle sponsorizzazioni. E anche di organizzare delle gare regolamentate come potrebbero essere competizioni es canoa, si potrebbero realizzare gare con queste biciclette. Mi vengono in mente anche le collaborazioni con la RedBull.



— Caratteristiche generali —

- 1 PRODOTTO: BICI CHE VA NELL'ACQUA
- 2 PREZZO: ALTO 10K
- 3 PLACEMENT: NEGOZI FISICI
- 4 OBIETTIVO PRINCIPALE: ENTRARE NEL MERCATO ITALIANO
- 5 PROBLEMATICA: PREZZO ALTO, INGOMBRO, CAPIRE COME SPINGERLA SUL MERCATO

ANALISI DI MERCATO



Available Market:

A little detail about this market segment

Potential Market:

A little detail about this market segment

Target Market:

A little detail about this market segment

ANALISI DI MERCATO

Gli sport acquatici rappresentano un settore in crescita, con numerose opportunità per gli imprenditori e gli investitori interessati a entrare in questo settore. Alcune delle principali tendenze e fattori che influenzano il mercato sono:

Crescita della consapevolezza sulla salute e il benessere

Aumento del turismo

Innovazioni tecnologiche

Eventi sportivi

Preoccupazioni ambientali



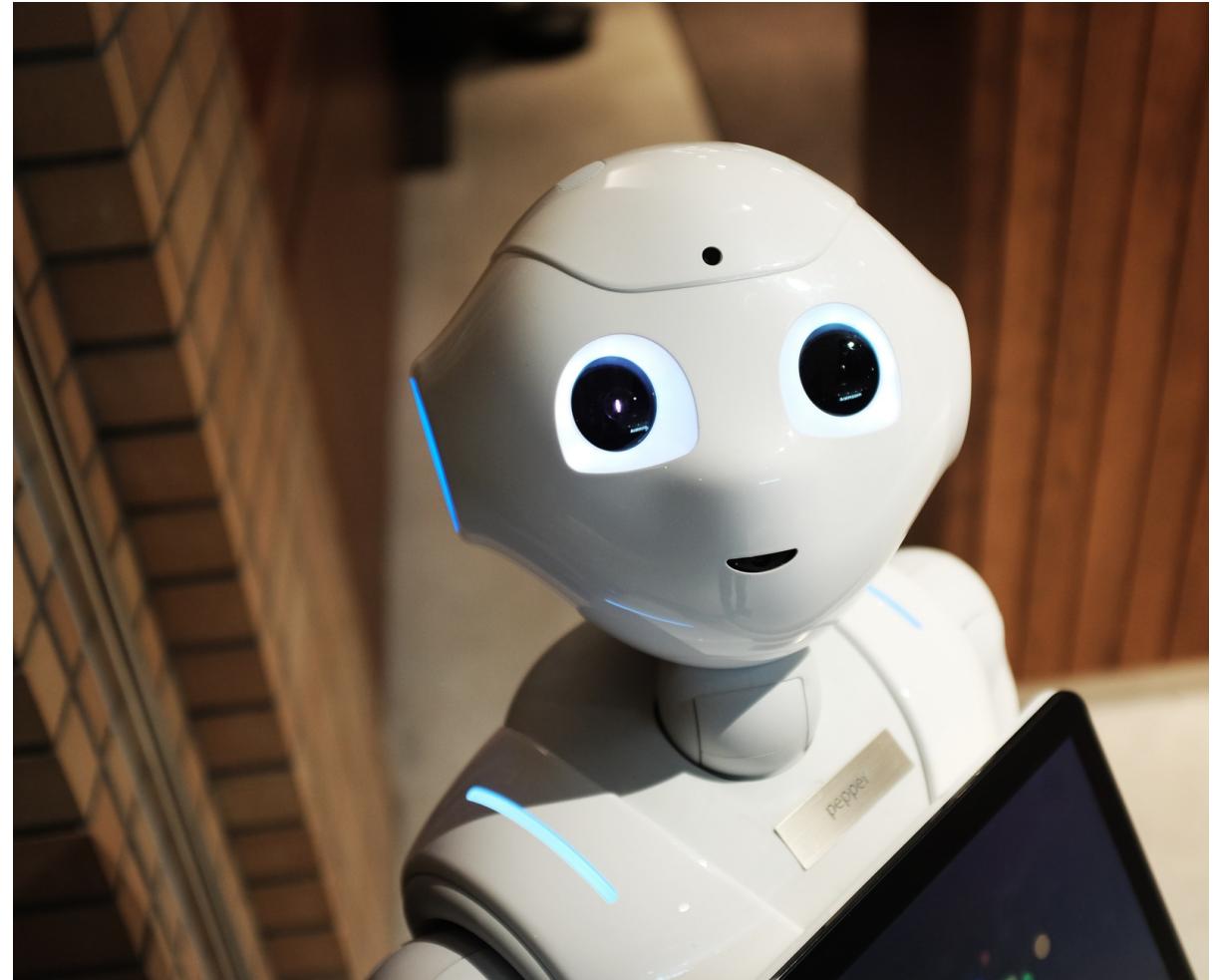
AUMENTO DEL TURISMO

Molti luoghi turistici si trovano in aree costiere o con accesso all'acqua, il che significa che gli sport acquatici sono un'attività popolare per i turisti. La crescente industria del turismo ha portato ad un aumento della domanda di servizi legati agli sport acquatici come l'affitto di attrezzature e le lezioni.



INNOVAZIONI TECNOLOGICHE

La tecnologia ha permesso di sviluppare attrezzature sempre più avanzate e sicure, il che ha reso gli sport acquatici più accessibili e appetibili per un pubblico più ampio. Inoltre, la tecnologia ha migliorato l'esperienza degli utenti, ad esempio attraverso l'utilizzo di droni per la ripresa di video e foto durante la pratica di sport acquatici.



EVENTI SPORTIVI

Gli eventi sportivi come i campionati mondiali, i giochi olimpici e altri eventi internazionali di sport acquatici, sono un fattore importante per il mercato degli sport acquatici. Tali eventi possono promuovere la pratica di questi sport, aumentare la consapevolezza e il coinvolgimento del pubblico e stimolare la crescita delle imprese legate a questi sport. Nel nostro caso potremmo fare il marketing cercando di farlo rendere uno sport accessibile a tutti e che le persone possono sentirsi brave con poco sforzo, come lo è stato con il Padel. E farlo sponsorizzare da qualche calciatore famoso carismatico per ampliare le fasce d'età.



PREOCCUPAZIONI AMBIENTALI

La preoccupazione per la salute ambientale degli oceani e dei laghi ha spinto molte aziende e consumatori a cercare modi per ridurre l'impatto ambientale degli sport acquatici. Le imprese che offrono soluzioni sostenibili e rispettose dell'ambiente, come l'utilizzo di materiali riciclati o biodegradabili, possono avere un vantaggio competitivo sul mercato.

Infatti nello slogan abbiamo: SONO FINITE LE SCIE, LE EMISSIONI E IL RUMORE DELLE MOTO D'ACQUA CON MOTORE A COMBUSTIONE COMUNQUE TU VADA, PER PIACERE O PER SALUTE, C'È UN MONDO SURREALE LÀ FUORI CHE ASPETTA DI ESSERE ESPLORATO



ANALISI TARGET CLIENTE

Le bici d'acqua sono acquistate da un'ampia gamma di persone, da appassionati di sport acquatici a coloro che cercano un modo divertente per trascorrere il loro tempo libero in acqua. Alcune delle persone che potrebbero essere interessate all'acquisto di una moto d'acqua includono:

Appassionati di sport acquatici

Proprietari di barche

Proprietari di seconde case o case sul lago/mare

Tour operator e noleggiatori di imbarcazioni/tavole da surf, canoe ecc.



APPASSIONATI DI SPORT ACQUATICI

Molte persone appassionate di sport acquatici come lo sci nautico, il wakeboarding e il surf acquistano bici d'acqua per divertirsi in acqua e aumentare la loro esperienza di esplorazione delle coste.



PROPRIETARI DI BARCHE

Molte persone che possiedono barche acquistano una bici d'acqua come un'aggiunta al loro arsenale di attrezzature per attività acquatiche in modo da poter fare qualcosa di innovativo salutare ed incredibile



PROPRIETARI DI SECONDE CASE O CASE SUL LAGO

Alcune persone che possiedono proprietà sul lago o sulla costa acquistano bici d'acqua per divertirsi e godersi l'acqua, invece di utilizzare le piste ciclabili.



TOUR OPERATOR E NOLEGGIATORI DI IMBARCAZIONI

Le bici d'acqua potranno essere utilizzate da tour operator e noleggiatori di imbarcazioni per offrire ai loro clienti un'esperienza unica e divertente in acqua.



ANALISI CONCORRENZA

Concorrente commerciale di una bici d'acqua potrebbe essere un altro tipo di imbarcazione adatta per lo sport acquatico.

Moto d'acqua offrono più velocità ed adrenalina ma non hanno l'impronta green e la silenziosità

Barche a motore: le barche a motore sono spesso utilizzate per lo sci nautico e il wakeboard, e offrono una maggiore stabilità rispetto alle bici d'acqua. Inoltre, le barche a motore possono trasportare più persone.

Il jetpack è un dispositivo indossabile che utilizza l'acqua come propulsore per consentire a una persona di volare sopra l'acqua. Anche se il jetpack offre un'esperienza di guida unica, ma richiede una maggiore abilità e coordinazione.

Hoverboard ad acqua: gli hoverboard ad acqua sono simili ai jetpack, ma invece di volare sopra l'acqua, il pilota si muove sopra la superficie dell'acqua con l'aiuto di uno speciale hoverboard.



ANALISI DEI PRODOTTI VENDUTI



SL3

- Orca White Chassis
- Light Hydropack 600 Battery
- 'Learner' Fixed Cord 2.0 (FC2) Rear Foil
- All riders
- Lightweight battery

SL3+

- Orca White Chassis
- Long range Hydropack 1000 Battery
- 'Learner' Fixed Cord 2.0 (FC2) Rear Foil
- Bestseller
- Long range



SL3 PRO

- Sharkskin Chassis
- Long range Hydropack 1000 Battery
- Both Fixed Cord 2.0 (FC2) Rear Foil + 'Super Lightweight' High efficiency (HE2)Rear Foil
- Confident starters to expert
- Longest range



LE 4 P TRADIZIONALI COLLEGATE AL DIGITALE

I 4 P del marketing (Product, Price, Place, Promotion) sono una serie di strategie di marketing che possono essere utilizzate per vendere le bici d'acqua elettriche. Ecco come applicare i 4 P del marketing per vendere le moto d'acqua



Prodotto (Product): Il prodotto è la bici d'acqua in sé. Per ottenere il massimo successo di vendita, è importante offrire bici d'acqua di alta qualità e performanti, in grado di soddisfare le esigenze dei clienti. Inoltre, è importante offrire un'ampia scelta di modelli, accessori e servizi post-vendita per soddisfare le esigenze dei clienti.

La presenza online è fondamentale per promuovere il prodotto e attirare i potenziali clienti. È importante creare un sito web accattivante e intuitivo che mostri tutti i dettagli del prodotto, le caratteristiche e i vantaggi. Inoltre, è possibile utilizzare le piattaforme di e-commerce per vendere le moto d'acqua direttamente online e raggiungere un pubblico più vasto.

Prezzo (Price): Il prezzo della bici d'acqua deve essere competitivo rispetto ai prodotti simili sul mercato, ma anche in grado di riflettere il valore della qualità e delle prestazioni del prodotto. Inoltre, è importante considerare le strategie di prezzo, come ad esempio offrire sconti o promozioni periodiche.

Anche nel marketing digitale, il prezzo rimane un fattore chiave per la scelta del prodotto da parte dei clienti. È importante monitorare costantemente i prezzi dei prodotti simili sul mercato e adattare il prezzo della moto d'acqua in base alle esigenze del mercato e alla concorrenza.

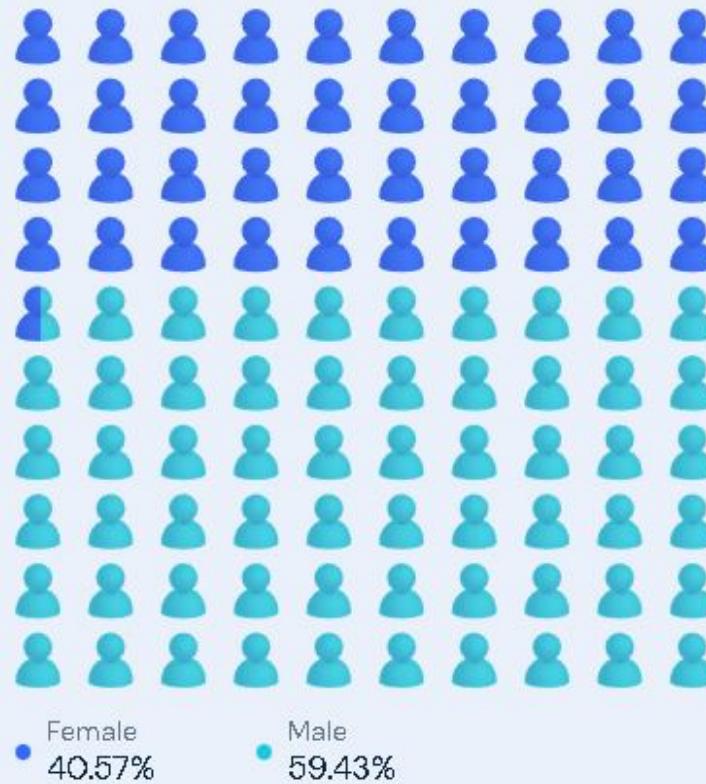
Distribuzione (Place): La distribuzione si concentra sui canali di vendita e sulla disponibilità della bici d'acqua per i clienti. È importante che la bici d'acqua sia disponibile in tutti i principali canali di vendita, come negozi di nautica, rivenditori autorizzati e siti web di e-commerce. Inoltre, è importante offrire la possibilità di effettuare test drive e di toccare con mano il prodotto. La distribuzione delle bici d'acqua può avvenire attraverso i canali digitali, come i siti web di e-commerce e le piattaforme di social media. È importante scegliere i canali giusti per raggiungere il proprio pubblico di riferimento, utilizzando anche le strategie di inbound marketing come il content marketing e l'ottimizzazione SEO per essere trovati dai clienti in modo organico.

La distribuzione delle moto d'acqua può avvenire attraverso i canali digitali, come i siti web di e-commerce e le piattaforme di social media. È importante scegliere i canali giusti per raggiungere il proprio pubblico di riferimento, utilizzando anche le strategie di inbound marketing come il content marketing e l'ottimizzazione SEO per essere trovati dai clienti in modo organico.

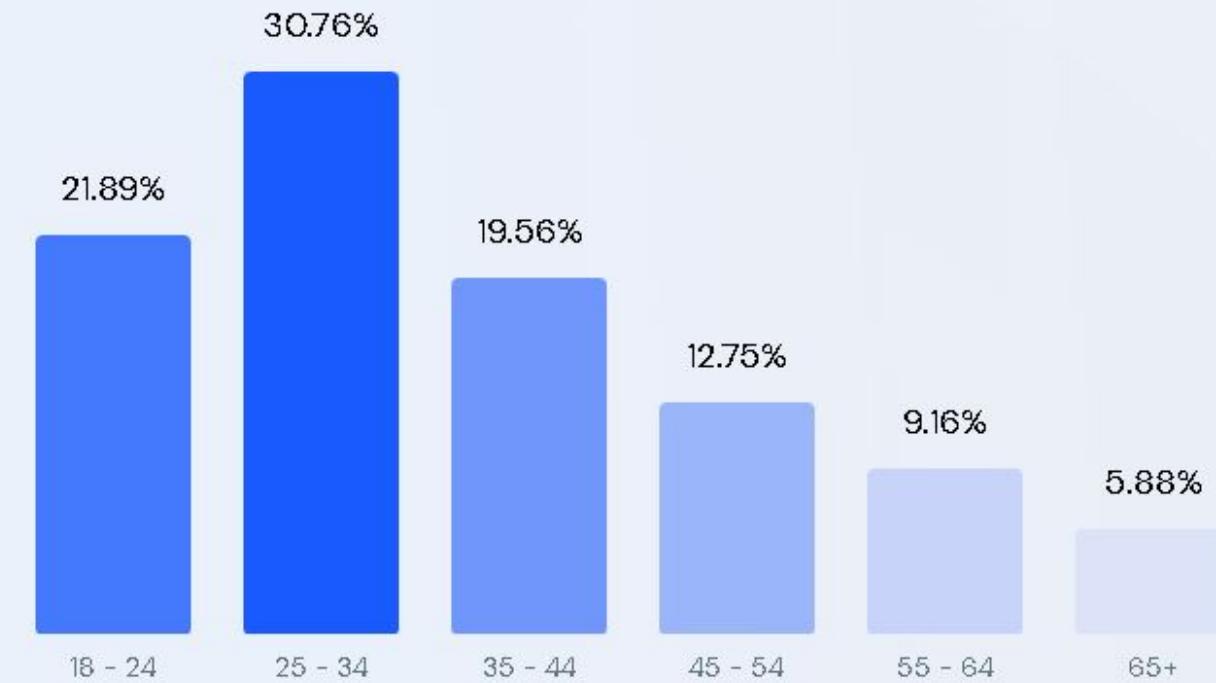
Promozione (Promotion): La promozione si concentra sulle strategie di marketing utilizzate per promuovere il prodotto e aumentare la sua visibilità. È possibile utilizzare una serie di strategie di promozione, come ad esempio campagne pubblicitarie, attività di content marketing, partecipazione a eventi di settore e collaborazioni con influencer o ambassador. Inoltre, è importante utilizzare le piattaforme online e i social media per promuovere il prodotto e creare engagement con il pubblico.

Chi è e come individuo il cliente ideale

Gender Distribution



Age Distribution



COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE

Marketing Channels Distribution



Sito Web di Manta5: Il sito web di Manta5 è la prima fonte di informazioni per i clienti. Qui, possono trovare informazioni dettagliate sui prodotti offerti, le specifiche tecniche, le caratteristiche del prodotto, le opzioni di personalizzazione, le recensioni dei clienti e i prezzi.

Recensioni e feedback dei clienti: prima di acquistare una bicicletta aquatica Manta5, un cliente potrebbe cercare le recensioni dei clienti su siti web di terze parti, forum o social media. Questo gli consentirà di avere un'idea più chiara dell'esperienza di acquisto e dell'utilizzo del prodotto.

Contattare il servizio clienti: Un potenziale cliente potrebbe contattare il servizio clienti di Manta5 via e-mail o telefono per chiedere informazioni o chiarimenti sui prodotti. Il servizio clienti di Manta5 dovrebbe essere in grado di fornire risposte e supporto ai clienti interessati.

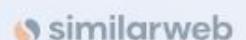
CHI SONO I MIEI COMPETITOR

Similar Sites & manta5.com Competitors



Reveal manta5.com top alternatives and find potential or emerging competitors.
schillerbikes.com is the website with the highest similarity score to manta5.com.

Find out why - Click here to [Analyze all competitors](#)



Site	Affinity	Monthly visits	Category	Category rank
schillerbikes.com	100%	15.5K	Sports > Sports - Other	#29,261
f-one.world	58%	12.8K	Sports > Water Sports	#1,094
waubike.com	57%	24.4K	Sports > Cycling and Biking	#1,498
bikebiz.com	47%	53.5K	Sports > Cycling and Biking	#956
mtbtestcentral.it	45%	7.4K	Sports > Cycling and Biking	#4,428

DESCRIZIONE COMPETITOR DA ANALISI

Schiller Bikes - un'azienda che produce biciclette acquatiche a pedalata assistita e non solo. Offrono anche canoe a pedalata assistita e sup a pedalata assistita.

Hobie - un'azienda che produce una vasta gamma di kayak a pedalata assistita e sup a pedalata assistita, che consentono di muoversi sull'acqua con facilità.

Radinn - un'azienda che produce tavole da surf a motore elettrico per i surfisti che vogliono godersi le onde senza dover remare.

Lift eFoil - un'azienda che produce foilboard a motore elettrico, che consentono di planare sull'acqua a grande velocità. Tuttavia, è importante sottolineare che questi prodotti sono diversi da quello di Manta5 e rispondono a esigenze differenti.



DUBBI E TIMORI



DUBBI E TIMORI BLOCCO ACQUISTO

Preoccupazione per la sicurezza: alcuni potenziali acquirenti potrebbero preoccuparsi per la propria sicurezza durante l'uso della bicicletta acquatica. Per superare questa preoccupazione, Manta5 potrebbe fornire informazioni dettagliate sulle misure di sicurezza necessarie durante l'utilizzo del prodotto e sulla qualità e resistenza dei materiali utilizzati per la produzione. **Dubbi sulla facilità d'uso:** alcuni potenziali acquirenti potrebbero avere dubbi sulla facilità d'uso della bicicletta acquatica. Per superare questo timore, Manta5 potrebbe fornire informazioni dettagliate sul funzionamento della bicicletta acquatica e offrire la possibilità di provare il prodotto prima di acquistarlo. **Dubbi sulla manutenzione:** alcuni potenziali acquirenti potrebbero avere dubbi sulla manutenzione della bicicletta acquatica. Per superare questo timore, Manta5 potrebbe fornire informazioni dettagliate sulle operazioni di manutenzione necessarie per mantenere il prodotto in buone condizioni e sulla disponibilità di assistenza tecnica per eventuali riparazioni. **Dubbi sulla convenienza:** alcuni potenziali acquirenti potrebbero avere dubbi sulla convenienza dell'acquisto di una bicicletta acquatica Manta5 rispetto ad altri mezzi di trasporto. Per superare questo timore, Manta5 potrebbe evidenziare i vantaggi unici della bicicletta acquatica, come l'esperienza di guida unica e l'ecosostenibilità del prodotto. **Dubbi sull'investimento:** alcuni potenziali acquirenti potrebbero avere dubbi sull'investimento richiesto per acquistare una bicicletta acquatica Manta5. Per superare questo timore, Manta5 potrebbe evidenziare il valore del prodotto e il suo potenziale di utilizzo a lungo termine, oltre a offrire opzioni di finanziamento per facilitare l'acquisto.

CONTENUTI EFFICACI DA UTILIZZARE



Video esplcativi: i video sono un modo efficace per mostrare come funziona la bicicletta acquatica Manta5 e quali sono i suoi vantaggi. I video possono essere creati in diversi formati, come tutorial, testimonianze dei clienti, tour del prodotto e brevi clip divertenti. Questi video possono essere condivisi sui canali social di Manta5 e sul sito web, nonché promossi tramite pubblicità su motori di ricerca e social media.

Foto di alta qualità: le foto di alta qualità della bicicletta acquatica Manta5 possono essere utilizzate per mostrare il prodotto in azione e per evidenziare le sue caratteristiche distintive. Le foto possono essere condivise sui canali social di Manta5, sul sito web e su piattaforme di condivisione di immagini come Instagram e Pinterest.

Blog: un blog può essere un'ottima risorsa per Manta5 per fornire informazioni dettagliate sui propri prodotti e sulle loro applicazioni. Ad esempio, Manta5 potrebbe pubblicare articoli sui benefici dell'esercizio fisico svolto in acqua o su come la bicicletta acquatica Manta5 può essere utilizzata per la formazione sportiva. Questi articoli possono essere condivisi sui canali social di Manta5 e possono anche aiutare a migliorare il posizionamento sui motori di ricerca attraverso l'utilizzo di parole chiave pertinenti.

Concorsi e promozioni: i concorsi e le promozioni possono aiutare a generare interesse e coinvolgimento sui canali social di Manta5. Ad esempio, Manta5 potrebbe organizzare un concorso per invitare i clienti a condividere le loro foto o video utilizzando la bicicletta acquatica Manta5, con la possibilità di vincere premi o sconti sui prodotti.

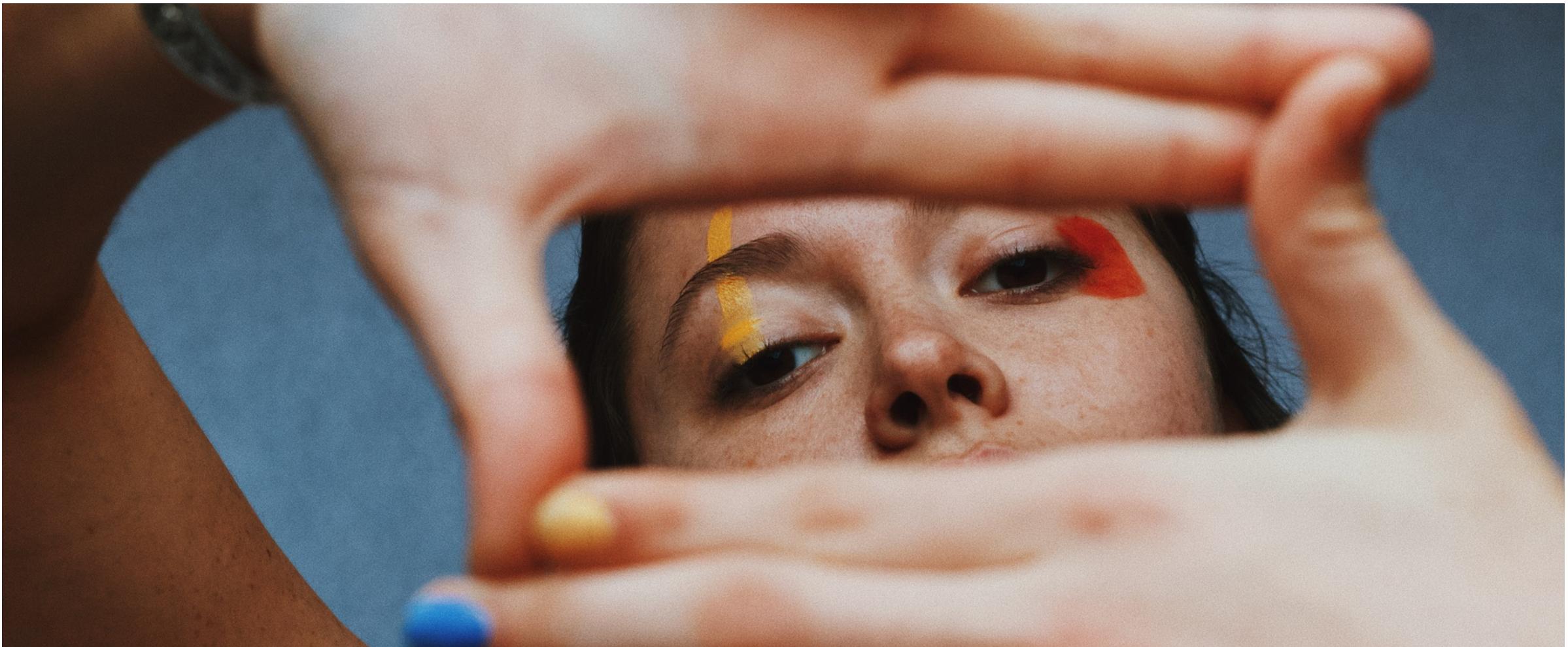
Collaborazioni e influencer marketing: le collaborazioni con altri marchi o influencer del settore possono aiutare a promuovere la bicicletta acquatica Manta5 a un pubblico più ampio. Ad esempio, Manta5 potrebbe collaborare con un brand di abbigliamento per attività all'aperto o con un atleta professionista che utilizza la bicicletta acquatica Manta5 per i propri allenamenti. Queste collaborazioni possono essere promosse sui canali social di entrambi i marchi e possono aumentare la visibilità di Manta5 sui motori di ricerca.

MOTORI DI RICERCA

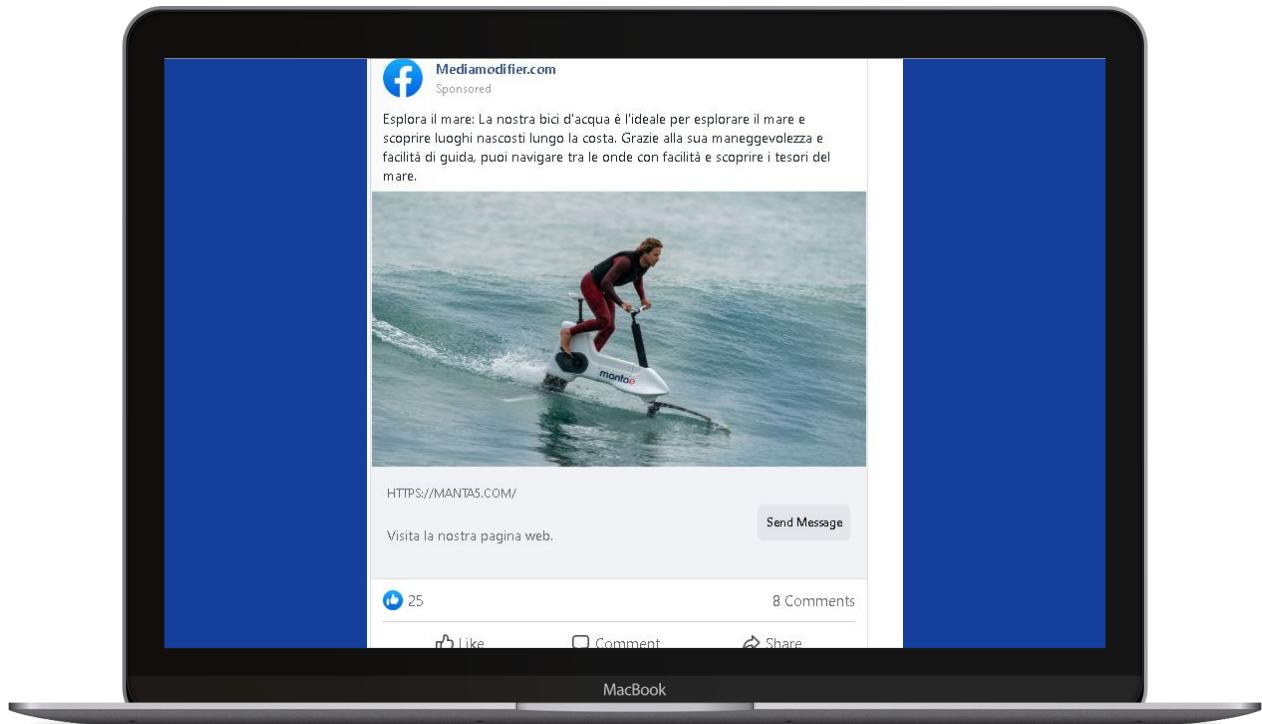
Per rendere Manta5 efficace sui motori di ricerca, è importante effettuare una ricerca delle parole chiave rilevanti per il prodotto. Ad esempio, parole come "bicicletta acquatica", "attività all'aperto", "fitness in acqua" possono essere utilizzate come parole chiave da inserire in SEO. È importante includere queste parole chiave nei contenuti del sito web di Manta5, come titoli, descrizioni, testi e tag. Ottimizzazione dei contenuti del sito web: oltre all'inclusione delle parole chiave, è importante ottimizzare i contenuti del sito web per i motori di ricerca. Ciò include la creazione di titoli e descrizioni accattivanti, l'utilizzo di testo di alta qualità e l'ottimizzazione delle immagini. Inoltre, è importante utilizzare la struttura del sito web in modo corretto, includere collegamenti interni e utilizzare una site map per facilitare l'indicizzazione dei motori di ricerca.

Backlink: i backlink (link che puntano al sito web di Manta5 da altri siti) sono un importante fattore di ranking per i motori di ricerca. È importante ottenere backlink da siti di alta qualità e pertinente al settore, come blog o siti di riviste specializzate. Ciò può essere fatto attraverso la creazione di contenuti di qualità che gli altri siti web vorranno linkare.

SNIPPET



ESEMPI



✓ Feature #1

Adatta per tutti: Sia che tu sia un principiante o un professionista, la nostra bici d'acqua è adatta per tutti. Con un'ampia gamma di funzionalità e opzioni di guida personalizzabili, puoi goderti l'acqua come vuoi tu.

✓ Feature #2

Stile e design: La nostra bici d'acqua non solo offre prestazioni eccezionali, ma è anche un'opera d'arte di design. Con un design moderno e innovativo e una gamma di colori accattivanti, questa bici d'acqua è sicuramente la scelta giusta per chi cerca lo stile e la funzionalità.

✓ Feature #3

Avventure all'orizzonte: La nostra bici d'acqua ti offre la libertà di esplorare le acque e di scoprire nuovi orizzonti. Grazie alla sua maneggevolezza e alle sue prestazioni eccezionali, puoi navigare ovunque e vivere avventure indimenticabili.

AZIONI BRAND REPUTATION E ATTRACTION



BRAND ATTRACTION

Design accattivante: una bici d'acqua elettrica con un design innovativo ed accattivante sarà in grado di attirare l'attenzione dei potenziali acquirenti, anche a distanza.

Tecnologia avanzata: una bici d'acqua elettrica con tecnologie all'avanguardia, come ad esempio un sistema di navigazione GPS, un sistema di tracciamento, una telecamera di bordo, potrebbe essere vista come un prodotto altamente innovativo e desiderabile.

Prestazioni eccezionali e sicurezza: una bici d'acqua elettrica che garantisce prestazioni eccezionali e una guida fluida può attirare l'interesse dei consumatori più attenti alle performance con lo sguardo attento alla sicurezza.

BRAND ATTRACTION

Qualità del prodotto: una bici d'acqua elettrica costruita con materiali di alta qualità e con cura nei minimi dettagli sarà in grado di garantire una maggiore durata e affidabilità, contribuendo a creare una reputazione solida e positiva del brand.

Assistenza clienti: offrire un'assistenza clienti tempestiva ed efficiente può essere un valore aggiunto per la reputazione del brand, soprattutto se il cliente ha problemi con il nostro prodotto.

Innovazione e ricerca: essere sempre all'avanguardia e attenti alle nuove tecnologie e innovazioni del settore, potrebbe creare un'immagine di brand innovativo e dinamico.

Responsabilità sociale: promuovere la sostenibilità ambientale e sociale potrebbe essere un valore aggiunto per la reputazione del brand, soprattutto se il pubblico è sensibile a queste tematiche. Visto che il nostro slogan è

SONO FINITE LE SCIE, LE EMISSIONI E IL RUMORE DELLE MOTO D'ACQUA CON MOTORE A COMBUSTIONE

IL FUNNEL MARKETING



SCOPERTA: La fase di scoperta è volta a far conoscere il prodotto al pubblico. In questa fase, è possibile utilizzare le seguenti strategie: Campagne pubblicitarie online e offline; Attività di content marketing per promuovere il prodotto e creare interesse; Partecipazione ad eventi e fiere di settore.

STIMA: La fase di considerazione si concentra sulla presentazione dei benefici del prodotto e sulla creazione di interesse. In questa fase, è possibile utilizzare le seguenti strategie: Sito web e blog aziendale per fornire informazioni sul prodotto e sui suoi vantaggi; Webinar, demo e tutorial per mostrare il prodotto in azione; Lead magnet e email marketing per fornire informazioni più approfondite sul prodotto.

DECISIONE: La fase di decisione si concentra sulla conversione degli interessati in clienti effettivi. In questa fase, è possibile utilizzare le seguenti strategie: Offerte e sconti per incentivare l'acquisto; Recensioni e testimonianze di clienti soddisfatti per aumentare la fiducia nel prodotto; Chatbot e assistenza clienti per rispondere alle domande e ai dubbi dei potenziali clienti.

AZIONE: La fase di azione riguarda la conclusione dell'acquisto. In questa fase, è possibile utilizzare le seguenti strategie: Check-out semplice e veloce per facilitare la procedura di acquisto; Follow-up post-vendita per verificare la soddisfazione del cliente e incentivare eventuali feedback e recensioni positive; Programmi di fidelizzazione e raccomandazione per incentivare i clienti a diventare promotori del prodotto. È importante ricordare che il funnel di vendita è un processo continuo e che, per ottenere i migliori risultati, è necessario analizzare costantemente i dati e le metriche per identificare eventuali punti critici e apportare le necessarie modifiche.

SOSTEGNO CONTINUO (Buoni sconto, buono del compleanno primo anno di assicurazione gratuita come fa la ducati per i monopattini, invio di un accessorio gratuito dopo 2 mesi) COSÌ IL CLIENTE PARLERA BENE DI NOI E ARRIVEREMO ALL'ULTIMA FASE LA FEDELTA DEL CLIENTE E QUINDI UN RIACQUISTO.