



Introduzione

Doveti porterà la strada oggi? Con VanEase la libertà è a portata di mano!



Hai sempre sognato di trasformare il tuo furgone in una casa su ruote? Con VanEase, camperizzare il tuo van diventa un'esperienza semplice, veloce e accessibile a tutti.

Progettiamo kit modulari e fai-da-te, pensati per adattarsi a diversi modelli di furgone senza bisogno di interventi complicati.

Che tu sia un viaggiatore occasionale, un nomade digitale o un amante della libertà su quattro ruote, abbiamo la soluzione perfetta per te.





VanEase si rivolge a viaggiatori indipendenti, amanti dell'outdoor e spiriti liberi (*lo siamo tutti, no?*) che desiderano trasformare il proprio furgone in un camper senza complicazioni, proprio van**ease**.

Il nostro pubblico è composto da persone che vedono la vita on-the-road non solo come un'esperienza di viaggio, ma come uno stile di vita.

Il nostro target ha un'età compresa tra i 25 e i 50 anni. Sono professionisti digitali, freelance e appassionati di outdoor che vivono in Italia, con un reddito medio e un forte interesse per la vanlife. Prediligono acquisti online e hanno uno stile di vita dinamico.

Desiderano un sistema di camperizzazione facile da installare senza dover affrontare modifiche strutturali al veicolo (**zero sbatti!**) o ricorrere all'acquisto di un camper.

I principali touchpoint utilizzati dal target sono i social media (principalmente Instagram, TikTok e YouTube) e i motori di ricerca.



Competitor

Il mercato italiano della camperizzazione modulare è ancora poco sviluppato e presenta pochi brand specializzati. Le aziende italiane che offrono soluzioni modulari pronte all'uso sono poche in quanto il mercato è dominato da "conversioni" su misura che sono più costose (€€€).

I principali competitor sono:



- WRC Factory, che offrono soluzioni su misura per la camperizzazione di furgoni.
- Camperboxes, che sono specializzati in moduli rimovibili per trasformare un van in camper senza modifiche strutturali.

Questa situazione rappresenta un'opportunità per il nostro brand di posizionarsi come la soluzione più accessibile, flessibile e digitale per la camperizzazione fai-da-te in Italia.

Punti di forza

- Prezzo competitivo rispetto a moduli personalizzati o all'acquisto di un camper
- Facilità di installazione
- Strategia digitale (e-commerce, social media e contenuti educativi per guidare il cliente)



Punti di debolezza

- Bassa brand awareness, essendo un nuovo brand, serve tempo per costruire fiducia e notorietà.
- Abitudini di acquisto del mercato italiano: gli italiani sono più propensi a soluzioni già pronte piuttosto che a sistemi fai-da-te.

Funnel di VanEase: Awareness



Obiettivo

Far conoscere VanEase al maggior numero possibile di persone all'interno del target.

Strategia

Social Media Marketing: Contenuti video coinvolgenti su Instagram e TikTok che stimolino il desiderio di una vita in van, facendo leva sull'emotività e sul sogno di avventura.

Pubblicità online: campagne pubblicitarie mirate su Instagram e Facebook, indirizzandole verso utenti appassionati di outdoor, viaggi, e vanlife.

Influencer Marketing: collaborazioni con influencer che promuovono la vanlife o che siano viaggiatori abituali.

Funnel di VanEase: Interest



Obiettivo

Stimolare l'interesse e far capire al cliente come VanEase può risolvere i suoi bisogni.

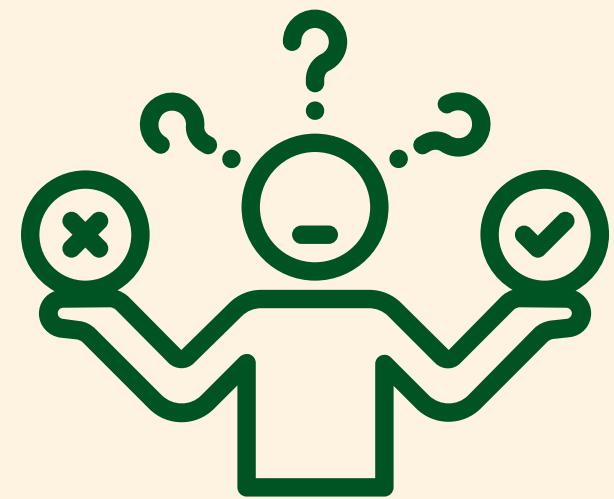
Strategia

Contenuti Educativi: video-tutorial e/o infografiche che spiegano in dettaglio come funzionano i moduli fai-da-te di VanEase.

Retargeting Ads: campagne pubblicitarie di retargeting che “rincorrono” gli utenti che hanno visitato le pagine social di VanEase ma che non hanno ancora effettuato un acquisto.

Obiettivo

Convincerlo che VanEase è la scelta giusta!



Strategia

Testimonianze e recensioni: utilizzare video e storie di clienti soddisfatti che parlano dei benefici concreti dei kit VanEase, mostrando i risultati finali e la facilità di montaggio.

Garanzia di rimborso: possibilità di restituire il prodotto entro un periodo di 60 giorni se non soddisfatti, aumentando così la fiducia nel brand e riducendo il rischio percepito.

Funnel di VanEase: Consideration

Funnel di VanEase: Action



Obiettivo

Eliminare ogni dubbio, semplificare il processo d'acquisto e convertire l'utente.

Strategia

Checkout semplice: ottimizzare il processo di acquisto sul sito, riducendo al minimo i passaggi e offrire diverse opzioni di pagamento, incluse quelle a rate. Inoltre, adottando una strategia omnicanale, cliccando su i vari social la CTA, si verrà indirizzati direttamente al sito.

Offerte: offrire un omaggio (per esempio un accessorio per il van) per incentivare l'acquisto.

Assistenza preacquisto: chat-live per rispondere a domande e risolvere eventuali dubbi sull'installazione o sulla compatibilità.

Obiettivo

Mantenere alto il coinvolgimento e stimolarli a riacquistare.



Strategia

Email Marketing: Inviare newsletter regolari con suggerimenti per migliorare l'esperienza vanlife, nuove soluzioni modulari, offerte esclusive e contenuti ispiratori.

Community: creare una community online (gruppi telegram e gruppi facebook) dove i clienti possano interagire tra loro, condividere le loro esperienze e dare e ricevere consigli.

Funnel di VanEase: Loyalty

Funnel di VanEase: Advocacy



Obiettivo

Trasformare i clienti soddisfatti in ambassador del brand affinchè promuovano VanEase..

Strategia

Referral Program: creare un programma di referral che premi i clienti con sconti o vantaggi quando portano nuovi clienti al brand.

User-generated content: incoraggiare i clienti a condividere foto e video dei loro van camperizzati con i kit VanEase sui social, utilizzando un hashtag dedicato.

Campagna di marketing

Awareness:

Brevi video coinvolgenti nella natura (Reels e TikTok) che raccontano la trasformazione di un van da veicolo ordinario a un “camper” perfetto grazie ai kit modulari VanEase, comunicando non solo la facilità di installazione ma anche il sogno di avventura che nasce dalla vanlife.

Questi video verranno condivisi poi da influencer “tipici” del target alla quale ci indirizziamo.

Interest:

Pubblicheremo su Instagram, TikTok e Youtube dei tutorial dettagliati che mostrano passo dopo passo come installare i kit VanEase, facendo notare la semplicità e i vantaggi di non dover effettuare modifiche strutturali al veicolo.

Sulle piattaforme Meta metteremo annunci di retargeting per raggiungere gli utenti che hanno mostrato interesse ma non hanno completato l'acquisto. Questi annunci mostreranno contenuti che rispondono a possibili pain points dell'utente, come la semplicità dell'installazione e il risparmio di denaro rispetto a una conversione su misura.

Campagna di marketing

Consideration

Video testimonianze, sempre sulle piattaforme Meta e su YT, in cui i clienti raccontano le loro esperienze con VanEase, mostrando come hanno installato i moduli e come il kit ha migliorato la loro esperienza. Ogni video si concentrerà sui benefici pratici, come la facilità di installazione e il risparmio di tempo e denaro.

Inoltre, sul sito e sui vari social ci sarà un focus sulla garanzia di rimborso entro 60gg.

Action

Sulle piattaforme Meta troveranno una call-to-action chiara:

“Completa il tuo acquisto in pochi clic e scegli come pagare: rate, carta, PayPal. È facile e veloce!”

Successivamente, una volta cliccato, ci sarà un indirizzamento diretto al nostro sito per completare l'acquisto. In questa fase, per stimolare vendite cross-selling, verrà proposto di creare un pacchetto con dei moduli aggiuntivi per usufruire di un prezzo scontato.

Inoltre, per i primi 150 acquisti verrà regalato un pratico cuscino da viaggio.

Campagna di marketing

Loyality

Invieremo newsletter mensili con suggerimenti per migliorare l'esperienza vanlife (ad esempio, come organizzare lo spazio o migliorare il comfort), aggiornamenti su nuove soluzioni modulari o innovazioni del prodotto e offerte esclusive. Avremo poi gruppi su Telegram e Facebook, dove i clienti potranno leggere contenuti esclusivi, condividere le loro foto, le loro storie e i loro suggerimenti, fare domande ed aiutare altri “*Vanesiani*” nella community.

Advocacy

Avremo un programma di referral (con codice “amico” personalizzato) che premierà i clienti che inviteranno amici, familiari o conoscenti a provare i nostri prodotti. Ogni volta che un nuovo cliente acquisterà utilizzando un codice “amico”, sia il cliente che l’ha condiviso sia il nuovo cliente riceveranno un sconto del 10% sul’acquisto successivo.

Invece, sui social lanceremo un hashtag ufficiale #MyVanEaseJourney, invitando i clienti a condividere le foto e i video delle loro avventure con i kit VanEase sui social.

Aumentare il ROI

Per aumentare il ROI di VanEase:

Innanzitutto, miglioreremo il funnel di conversione, semplificando il checkout e utilizzando campagne di retargeting, offrendo un supporto in tempo reale con la nostra live chat. Aumenteremo il valore medio dell'ordine (AOV) attraverso strategie di cross-selling, proponendo pacchetti combinati o accessori complementari nella fase d'acquisto.

Per ridurre il costo di acquisizione cliente (CAC), sfrutteremo il referral program per trasformare i clienti in ambasciatori e punteremo sull'user-generated content per far promuovere i nostri prodotti direttamente dai nostri clienti soddisfatti.

Infine, per massimizzare il ROI, nella fase di awareness collaboreremo con micro-influencer, che offrono engagement a costi contenuti.



Con VanEase, la strada è
solo l'inizio della tua
avventura: trasforma il
tuovan, libera il tuo
spirito.

