

FRUTTA & VERDURA

# Strawberry SRL

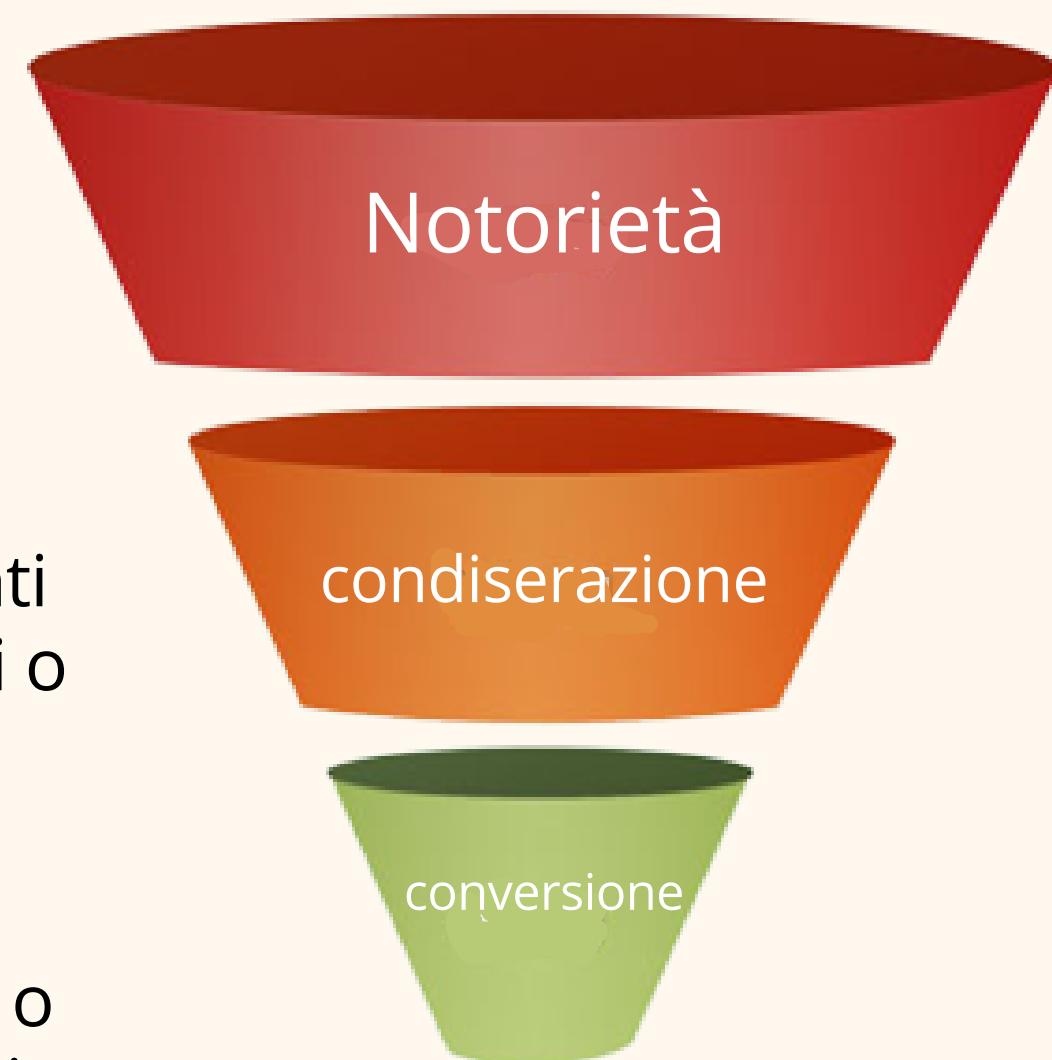
Preparato da Dorin Ciofalo

# *Funnel*

**Notorietà**: in questa fase, lo scopo è far conoscere il brand e i suoi prodotti a un pubblico ampio e generico, attraverso contenuti informativi e educativi. Ad esempio, si potrebbero creare articoli di blog, video o podcast che parlano dei benefici della frutta e della verdura, delle proprietà nutrizionali di ogni alimento, delle ricette da preparare con gli ingredienti di stagione, ecc.

**Considerazione**: in questa fase, lo scopo è far emergere il valore aggiunto dell'azienda e dei suoi prodotti rispetto alla concorrenza, attraverso contenuti persuasivi e dimostrativi. Ad esempio, si potrebbero creare testimonianze di clienti soddisfatti, case study di successo, comparazioni con altri fornitori, offerte speciali o sconti, email con promo, accumulo coupon ecc.

**Conversione**: in questa fase, lo scopo è spingere i potenziali clienti a compiere l'azione finale di acquisto, attraverso contenuti che rimuovono le ultime obiezioni o perplessità. Ad esempio, si potrebbero creare garanzie di qualità e freschezza dei prodotti, certificazioni biologiche o etiche, modalità di pagamento e spedizione sicure e convenienti, servizio clienti disponibile e cordiale, dire al cliente che dopo l'acquisto gli verrà regalato un coupon del 15% ecc.



# Strategia campagne

Per raggiungere il maggior numero di pubblico target, l'azienda Strawberry potrebbe creare delle campagne, come:

1. **Una campagna di branding** per aumentare la notorietà e la reputazione di strawberry come azienda che offre frutta e verdura fresca, genuina, locale e di stagione, con un'attenzione particolare alla qualità, alla tracciabilità e alla responsabilità sociale e ambientale.
2. **Una campagna di lead generation** per acquisire nuovi contatti qualificati da convertire in clienti, attraverso la creazione di contenuti informativi e persuasivi sul sito web, sui social media e su altri canali online (blog, newsletter, video, podcast, ebook, webinar, etc.), incentrati sui benefici e sui vantaggi dei prodotti di Strawberry.
3. **Una campagna di fidelizzazione** per incrementare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti esistenti, attraverso la creazione di una relazione duratura e personalizzata con loro, basata sulla fiducia, sul valore aggiunto e sulla gratificazione. Questo si può ottenere offrendo servizi aggiuntivi (consegna a domicilio, abbonamenti, sconti, omaggi, etc.), creando una community online (forum, gruppi, chat, etc.), stimolando il passaparola e le recensioni positive (testimonianze, referral program, influencer marketing, etc.).



# 1. Campagna di branding

- Scegliere un **logo** e un **colore** che richiamino la fragola, il frutto simbolo dell'azienda, e che trasmettano freschezza, qualità e naturalezza.
- Creare uno **slogan** che esprima la missione e la visione dell'azienda, ad esempio: "Strawberry: la frutta e la verdura che ti fa bene" o "Strawberry: coltiviamo il gusto della natura".
- Realizzare un **sito web** e dei **profili social** che presentino l'azienda, i suoi prodotti, le sue pratiche sostenibili e le sue iniziative sociali, con un tono professionale ma anche accattivante e coinvolgente.
- Pianificare una **strategia di marketing** online e offline che includa annunci pubblicitari, post sponsorizzati, newsletter, video, podcast, eventi, concorsi, testimonial, influencer e partnership con altre aziende o enti del settore alimentare o ambientale.
- **Monitorare** e **valutare i risultati** della campagna di branding in termini di notorietà, reputazione, fidelizzazione e vendite dell'azienda.



## 2. Campagna di lead generation

Si possono usare diversi strumenti, come il sito web, i social media, le email, gli annunci online, gli eventi, i webinar, ecc.

- **Creare dei contenuti di qualità:** Si possono creare dei contenuti informativi, educativi, divertenti o emozionali, come degli articoli, dei video, delle infografiche, dei quiz, delle testimonianze, ecc.
- **Creare delle landing page:** Le landing page devono essere semplici, chiare e focalizzate sull'offerta di valore e sull'azione desiderata, come compilare un modulo, scaricare un ebook, iscriversi a una newsletter, ecc.
- **Monitorare e ottimizzare la campagna:** Si possono usare degli strumenti di analisi web, come Google Analytics, per misurare il traffico, il tasso di conversione, il costo per lead, il ritorno sull'investimento, ecc.



### 3. Campagna di fidelizzazione

- Creare una **carta fedeltà** che permetta ai clienti di accumulare punti ogni volta che acquistano frutta e verdura presso i punti vendita strawberry. I punti potranno essere convertiti in sconti, buoni regalo o prodotti omaggio.
- Offrire ai clienti che si iscrivono alla carta fedeltà una confezione di fragole fresche in **omaggio al primo acquisto**.
- Invitare i clienti a **partecipare a sondaggi**, giochi e concorsi online per vincere premi in frutta e verdura o buoni sconto da utilizzare presso strawberry.
- Creare una **newsletter** mensile da inviare via email ai clienti fedeli con ricette, consigli, novità e offerte esclusive su frutta e verdura.
- Organizzare **eventi e degustazioni** presso i punti vendita strawberry per far conoscere ai clienti la qualità e la varietà dei prodotti offerti e per creare un rapporto di fiducia e simpatia.

Questa campagna di fidelizzazione ha lo scopo di incentivare i clienti a scegliere strawberry come fornitore preferito di frutta e verdura, di fidelizzarli a lungo termine e di aumentare il passaparola positivo sull'azienda.



# Target cliente

Il target cliente per un'azienda che vende frutta e verdura è costituito da persone che apprezzano la qualità e la freschezza dei prodotti agricoli, che sono attente alla salute e al benessere, e che sono disposte a pagare un prezzo equo per sostenere i produttori locali.

## *Cinque tipi di consumatore:*

1. Ci sono i **curiosi** (16% del campione) che cavalcano i trend del momento, sono sperimentatori, informati e digitalizzati. Amano provare cose nuove, sono attenti alla sostenibilità e utilizzano le nuove tecnologie per ricercare informazioni.
2. Ci sono poi i **concreti** (20% del campione), che devono coniugare tempo limitato, budget familiare ridotto e scelte salutari per i figli. Sono le madri di famiglia che abitano nelle piccole città e hanno redditi medio-bassi.
3. Gli **edonisti** (19% del campione) sono invece consumatori con redditi alti, amano sperimentare, viaggiare e sono alla ricerca dell'ultima moda. In prevalenza coppie senza figli, sono fan dei programmi culinari in tv e abitano nel Nord Italia.
4. I **maturi** (28% del campione) appartengono alla generazione dei Baby-boomers, hanno figli ormai grandi e curano molto l'aspetto salutistico del cibo. Apprezzano prodotti sostenibili e hanno una capacità di spesa alta.
5. Infine ci sono gli **acerbi** (17% del campione), ragazzi che hanno poca conoscenza dei prodotti, sono molto attenti al prezzo e poco curiosi. Sono iper-digitalizzati, ma non usano i nuovi mezzi per informarsi in materia di cibo.



# Inserzioni

E' importante creare inserzioni efficaci e accattivanti che mostrino la qualità e la varietà dei prodotti. Tenendo in considerazione tutti i formati disponibili, si consiglia di creare almeno tre tipi di inserzioni:

- **Un video breve** (15-30 secondi) che mostri il processo di coltivazione e raccolta della frutta e verdura, con una voce narrante che sottolinei i valori dell'azienda e il suo impegno per l'ambiente e la salute dei consumatori. Il video dovrebbe terminare con il logo dell'azienda e uno slogan accattivante.
- Un **carosello di immagini** che mostri le diverse tipologie di frutta e verdura offerte dall'azienda, con una breve descrizione di ogni prodotto e il suo prezzo. Ogni immagine dovrebbe avere un pulsante che inviti il potenziale cliente a visitare il sito web dell'azienda o a contattarla per maggiori informazioni.
- Una **storia interattiva** che coinvolga il pubblico in una scelta tra due opzioni di frutta o verdura, con una domanda che stimoli la curiosità o la sfida. Ad esempio: "Preferisci le fragole o le ciliegie?" o "Sai qual è la differenza tra un pomodoro e un pomodorino?". A seconda della risposta, la storia dovrebbe mostrare una breve informazione sul prodotto scelto e un invito a scoprire di più sul sito web dell'azienda

## Facebook

 **Strawberry Srl**  
Sponsorizzato

Vuoi mangiare sano e gustoso? 🥗  
Scopri la nostra selezione di frutta e verdura fresca e di stagione. Ordina online e ricevi a casa tua i prodotti di strawberry, la tua frutteria di fiducia. 😍🏃🛒



**FRUTTA  
E VERDURA**  
**DIRETTAMENTE  
A CASA TUA!**



In alternativa ci trovi qui  
 Piazza Cavour 2

**Shop Now**

**Scopri di più**

## Instagram

 **Strawberry Srl**  
Sponsorizzato

Vuoi mantenerti in forma? Allora visita il mio shop online e scopri la vasta selezione di frutta e verdura fresca e di qualità. Ordina ora e ricevi la tua spesa direttamente a casa tua in poche ore. Non perdere questa occasione di fare del bene al tuo corpo e al tuo palato! ❤️🏃

**MANGIA  
PIU'  
FRUTTA  
E  
VERDURA**



In alternativa ci trovi qui  
 Piazza Cavour 2

**Shop Now**

**Scopri di più**

## Attrazione e passaparola

 **Strawberry Srl**  
Sponsorizzato

 Dicono di noi  
La fedeltà dei nostri clienti è il migliore biglietto da visita

Giuseppe ha scelto **il suo ortofrutta** di fiducia per acquistare prodotti alimentari di alta qualità... [Altro...](#)

**“** Ottimo rapporto qualità prezzo. Tanta scelta e qualità sempre ottima. Un grande negozio, mai un problema da moltissimi anni. Grazie! **”**



  
Giuseppe Barbanelli

## Acquisire nuovi clienti

 **Strawberry Srl**  
Sponsorizzato

Se sei alla ricerca di idee e suggerimenti per cucinare frutta e verdura in modo sano e gustoso, visita il mio shop e scopri la sezione blog.   
Qui troverai molti articoli con consigli e curiosità sul mondo vegetale.  
Inoltre, se ti iscrivi alla mia newsletter, riceverai in regalo la copia in pdf del mio ricettario, dove troverai tante altre ricette facili e deliziose. Non perdere questa occasione e iscriviti subito! 

Clicca il link e vai allo shop: [www.strawberry-shop.it](http://www.strawberry-shop.it)



**6 IDEE per DOLCI con le Fragole**

[www.strawberry-shop.it](http://www.strawberry-shop.it)

**Scopri di più**



FINE PRESENTAZIONE

# Strawberry SRL

Preparato da Dorin Ciofalo