

VEGETABOX

FATTO CON LE TUE MANI È ANCORA
PIÙ BUONO

A cura di:

Giulia Maria Rita Guarneri - 856492

Davide Morri - 955150

Margherita Guidolin - 970425

Luca Villani - 838349

Martina Imbagliazzo - 843552



INDICE

- PRESENTAZIONE STARTUP
 - Logo Concept
 - Il nostro prodotto
 - Mission
- ANALISI DEL MERCATO
 - SWOT
 - Competitor
 - Target e Archetipo
 - Personas
- STRATEGIA
 - Obiettivi
 - Funnel
 - Touchpoint Digitali
 - PED
 - Touchpoint Offline
 - Promo
 - Budget

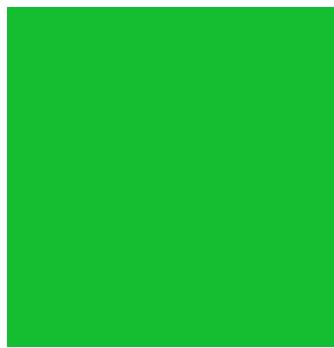


LOGO CONCEPT

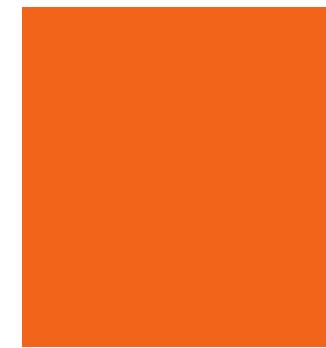


Il nome della nostra start-up deriva dalla fusione delle due parole inglesi "vegetable" e "box" che palesano sin da subito il focus del nostro brand incentrato sulla vendita di box contenenti prodotti vegetali per la realizzazione di gustose ricette.

I colori del logo sono stati scelti coerentemente con la visione che vogliamo dare di noi ai nostri futuri consumatori.



#15bd31
Green Goblin



#f26419
Great light orange



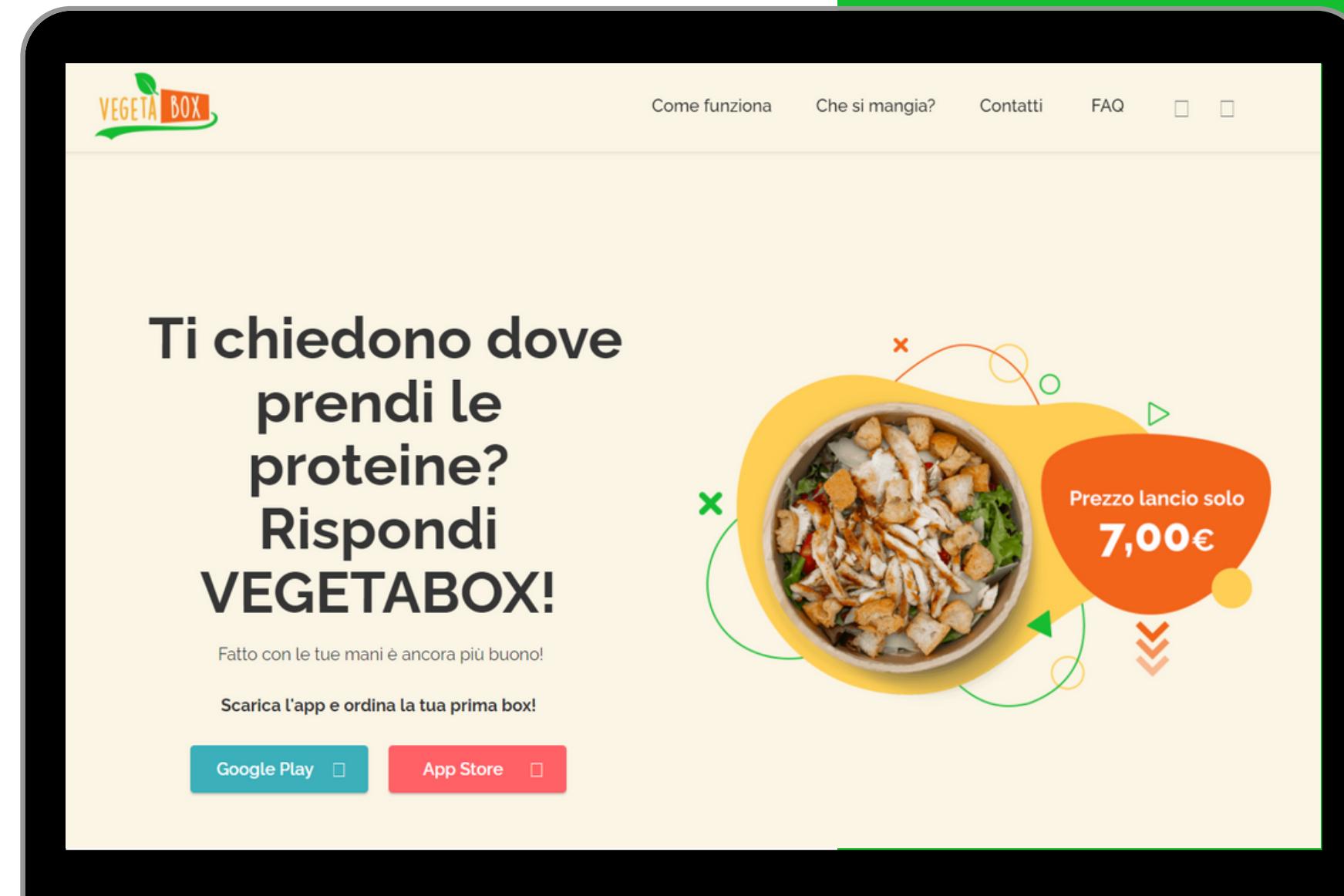
#f3b039
Warm Yellow

IL NOSTRO PRODOTTO

1

VegetaBox è una nuova start up che si occupa di spedire periodicamente box contenenti ingredienti vegani/vegetariani per la preparazione homemade di ricette nelle città di Roma, Milano e Torino.

Il servizio viene erogato sotto forma di abbonamento, ma con la possibilità di acquisti di singole box.



04

IL NOSTRO PRODOTTO



2

Per noi, coinvolgere i nostri clienti nella preparazione delle ricette è fondamentale. Per questa ragione ti proponiamo la realizzazione di piatti che potrai creare tu stesso.

Perché fatto con le tue mani è ancora più buono.

3

La domanda è sempre la medesima: quanto costa il vostro servizio?

Veatabox non avrà un unico prezzo.

4

Come lo distribuiamo?

In linea coi nostri principi, ci affilieremo a Gorillas.

05

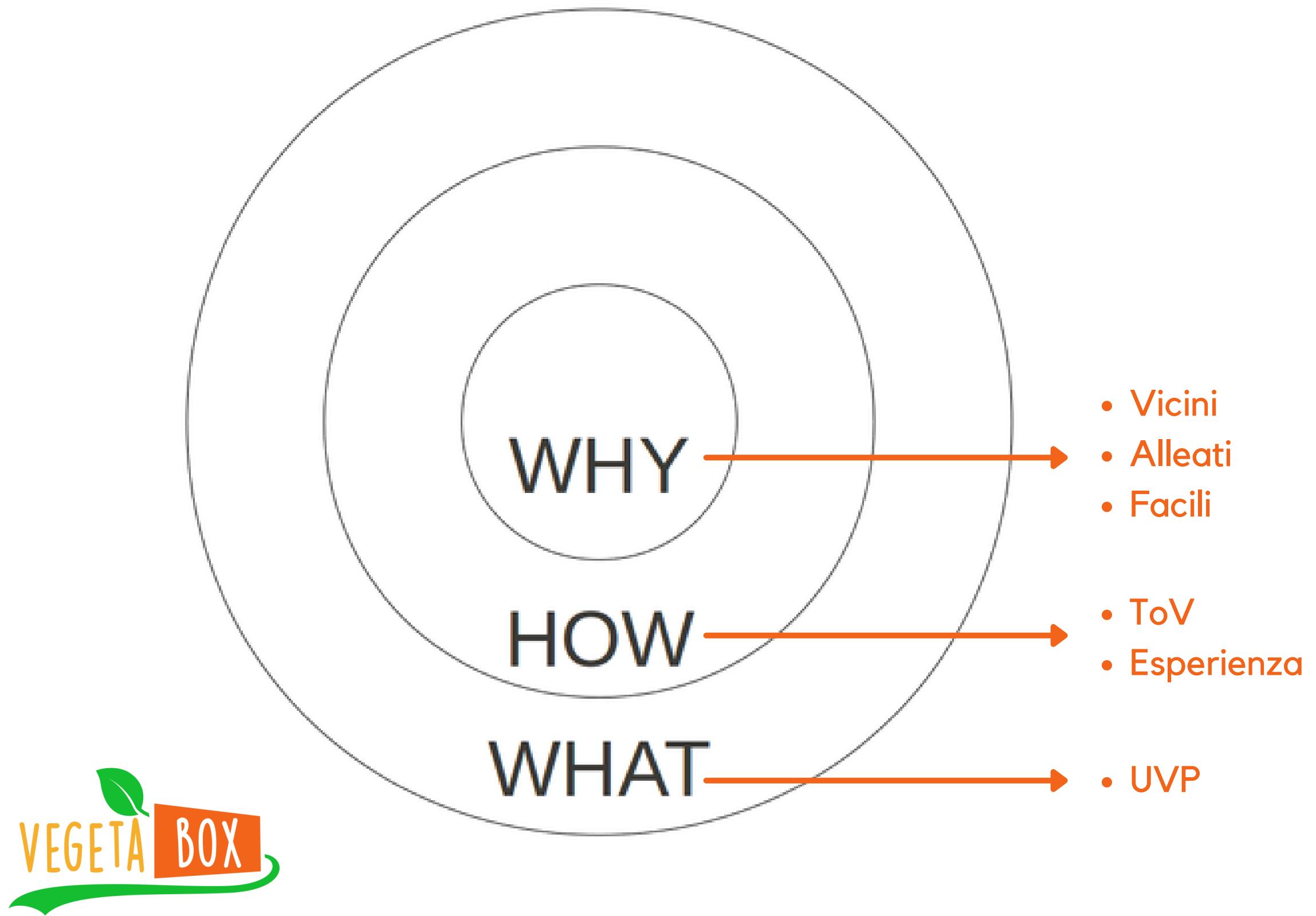
CONTENUTO DELLA BOX

06

- Ingredienti
- Ricetta
- Sorpresa



LA NOSTRA MISSION



VegetaBox è la
prima esperienza a
domicilio di cucina
esclusivamente Veg
che ti porterà a
scoprire un nuovo
modo di cucinare.

Vegan Vegetarian
Healthy Eco-friendly
Homemade Sustainable

ANALISI SWOT

STRENGTHS

- Prezzi concorrenziali rispetto agli altri prodotti premium/nicchia
- Ricette diverse ogni mese
- Garantire l'esperienza di cucinare con le proprie mani
- Non pensare a cosa cucinare
- Trasporto Eco-Friendly
- Prodotti alta qualità
- Prodotti a km 0

OPPORTUNITIES

- Settore dell'healthy food e delle diete veg in continua espansione
- Sfruttare le potenzialità in continua crescita della Gig Economy
- Far avvicinare al mondo dell'healty food target non vegani/vegetariani

WEAKNESSES

- Essere gli ultimi entranti nel mercato
- Prezzi alti a causa dell'alta qualità dei prodotti

THREATS

- Concorrenza
- Difficile organizzazione della catena distributiva
- Cultura alimentare italiana

TRA I NOSTRI MAGGIORI COMPETITORS

09

COMPETITORS

LOGO

SOCIAL

VS VEGETABOX

HELLOFRESH



- Non solo opzioni vegane/vegetariane
- presenta solo formula abbonamento

BABACO MARKET



- Sottolinea la sua attenzione a ridurre lo spreco alimentare

CORTILIA



- Presenza di un Blog
- Poche proposte veg/vegetariane
- Le box sono solo uno dei tanti prodotti proposti

QUOMI



- Proposte non solo veg/vegetariane
- Presenza di un Blog
- Sul sito sono visibili le ricette, mentre con noi le ricette sono inserite dentro le box che si ricevono a casa

TARGET

Età compresa tra i 18 e 45 anni



Jobs funzionali:

Entrare in contatto con questa tipologia di alimentazione, senza rinunciare all'esperienza di cucinare

Jobs personali:

Sentirsi sicuri di condurre una vita sana e sostenibile

Jobs sociali:

Essere percepiti come persone attente alla propria salute, al rispetto dell'ambiente e degli animali.

ARCHETIPO

L'esploratore



Il giullare

PERSONAS



Rebecca Roma 18 anni Studentessa liceale

Sostenitrice dei Friday for Future, appassionata di food blogging
Generazione Z



Michela Torino 25 anni Studentessa universitaria

Fa parte di moltissime associazioni di animali abbandonati ed è di cucina, di fatti, è sempre alla ricerca di buoni ristoranti che soddisfino le sue scelte culinarie
Generazione Y



Carlo Milano 32 anni Grafico

Il suo lavoro occupa gran parte della sua giornata e non riesce mai a dedicare tanto tempo alla cucina come vorrebbe
Generazione Y

Negative Buyer Personas



Aurelio Roma 65 anni

Macellaio che gestisce l'attività di famiglia e spera di tramandarla ai figli.
Amante della pesca e della caccia. Gli amici lo chiamano *Er Costiccia*.

Generazione Baby Boomer

STRATEGIA



Attraverso l'analisi del mercato effettuata e dei valori identificati per la nostra start-up, il concept della nostra strategia si articolerà sui seguenti punti:

TONE OF
VOICE

B2C

FORTE
PRESENZA
SUI SOCIAL



OBIETTIVI

(DOPO 12 MESI)

- 5.000 **Followers** sui Social
- **E.R.** 5-6%
- 3.000 **download** (1.000 a città)
- 500-1000 **MAU**
- **Churn Rate** < 20%
- 3-4 **stelle** sui Play Store e App Store

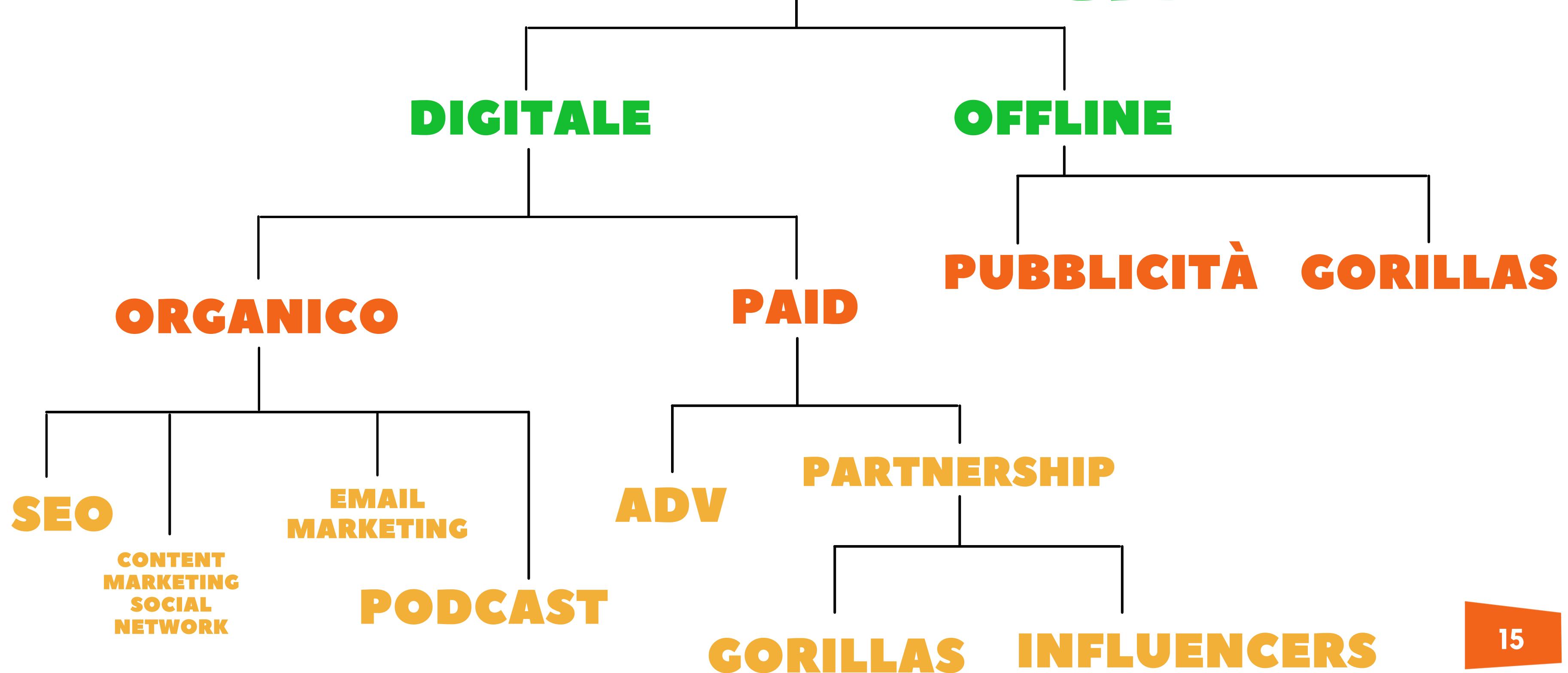
FUNNEL



	AWARENESS	ACQUISITION	ACTIVATION	RETENTION	REVENUE	REFERRAL
Metriche	Trafico sul sito	Download app	Conferma attivazione profilo	MAU	Tempo medio tra un acquisto e il successivo	Utilizzo link Referral
			Sessione app — Utenti che navigano l'app		Rapporto utenti paganti/utenti iscritti	
		Registrazione account	Traffico proveniente dai codici Promo Influencers	Sessione app — Utenti che aggiungono prodotti al carrello	CPA	NPS
	Followers social	CAC	Engagement Rate		LTV	
				Churn Rate	ARPU	Condivisioni social
Leve						

- Owned Media
- Paid Media
- Earned Media

TOUCHPOINT



TOUCHPOINT DIGITALI - CONTENT MARKETING



Canale di trazione di Vegetabox

Content: Post, Reel, Stories

Personas di riferimento: MICHELA



Content: Video ricette

Personas di riferimento: REBECCA

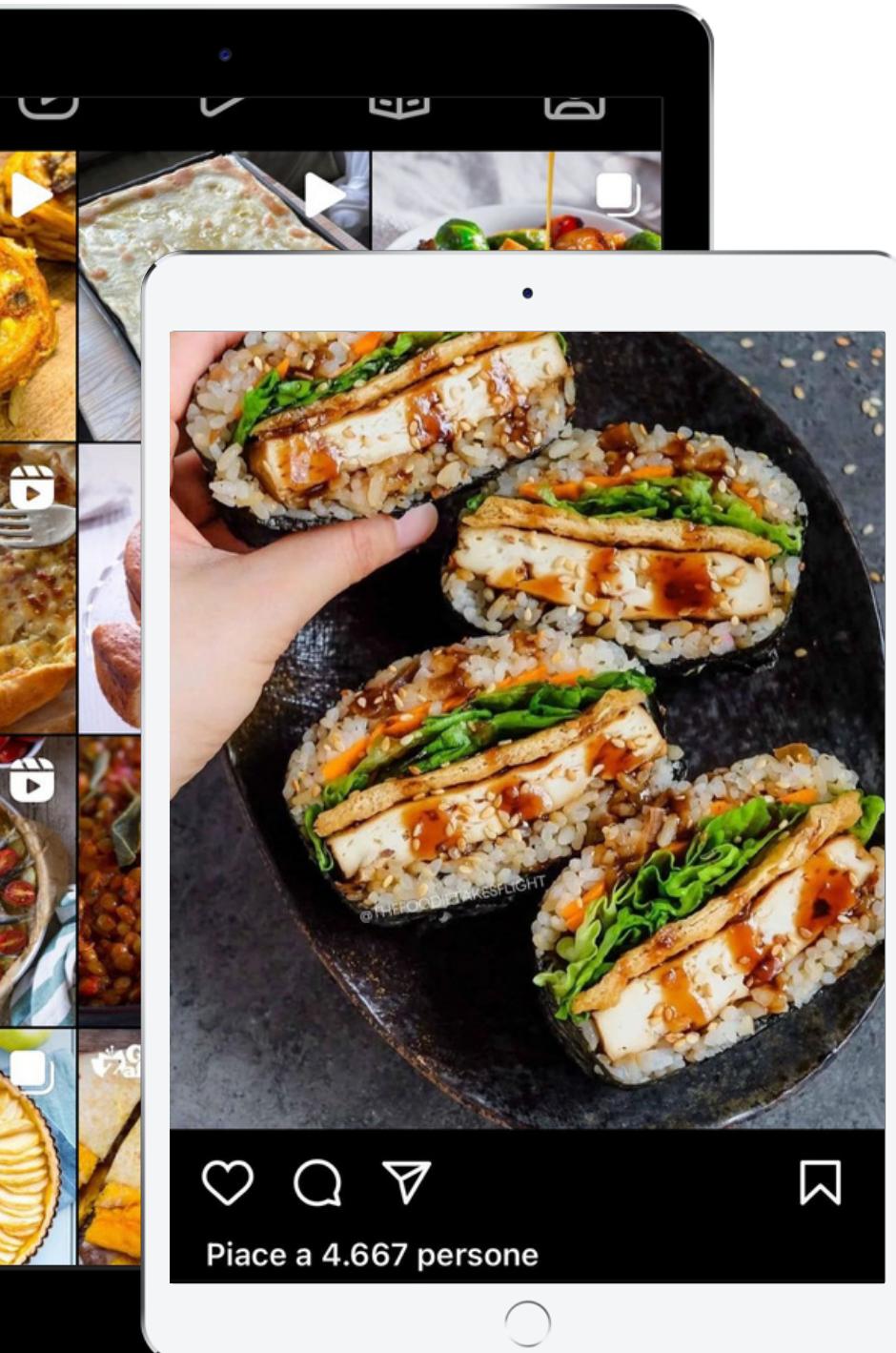


Content: Podcast, Audio ricette

Personas di riferimento: CARLO



STRATEGIA & ADV



Instagram è il nostro canale di trazione, per questo motivo abbiamo deciso di investire una buona parte del nostro budget per la creazione di content e adv su questo social.

Tipologia di contenuti:

- Post per l'annuncio della "Ricetta della Settimana"
- Post (Reel) "Video-ricetta"
- Storie per codici sconto (da salvare nelle storie in evidenza)
- Storie per la pubblicazione del podcast

Adv

- Sponsorizzazioni sul nostro canale 1800€/mese)
- Partnership con influencers

STRATEGIA & ADV



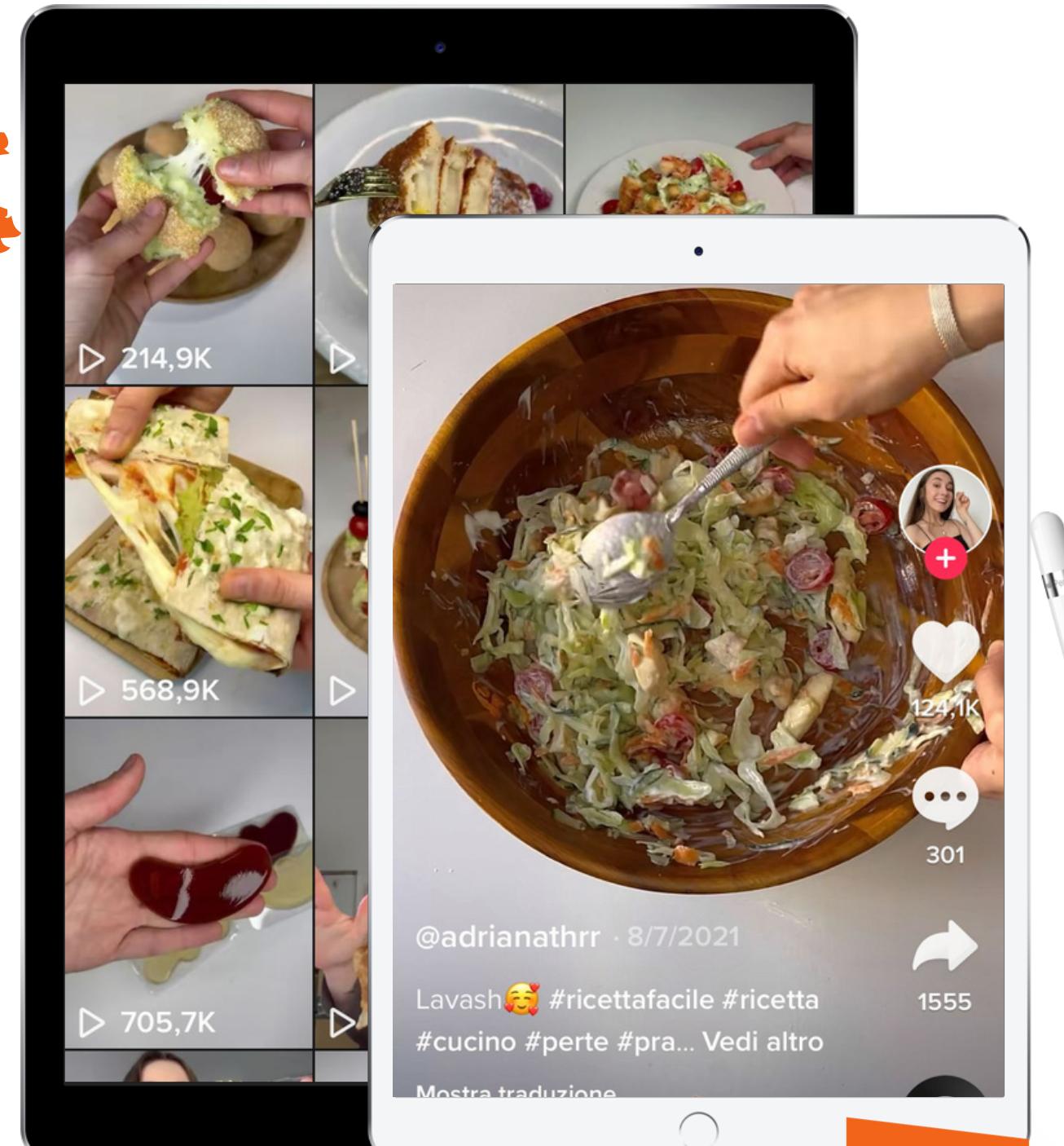
Abbiamo deciso di pubblicare contenuti su TikTok per avvicinarcici al target della generazione Z (Rebecca) e sfruttare a pieno la viralità della piattaforma e degli influencer con cui abbiamo stipulato partnership.

Tipologia di contenuti:

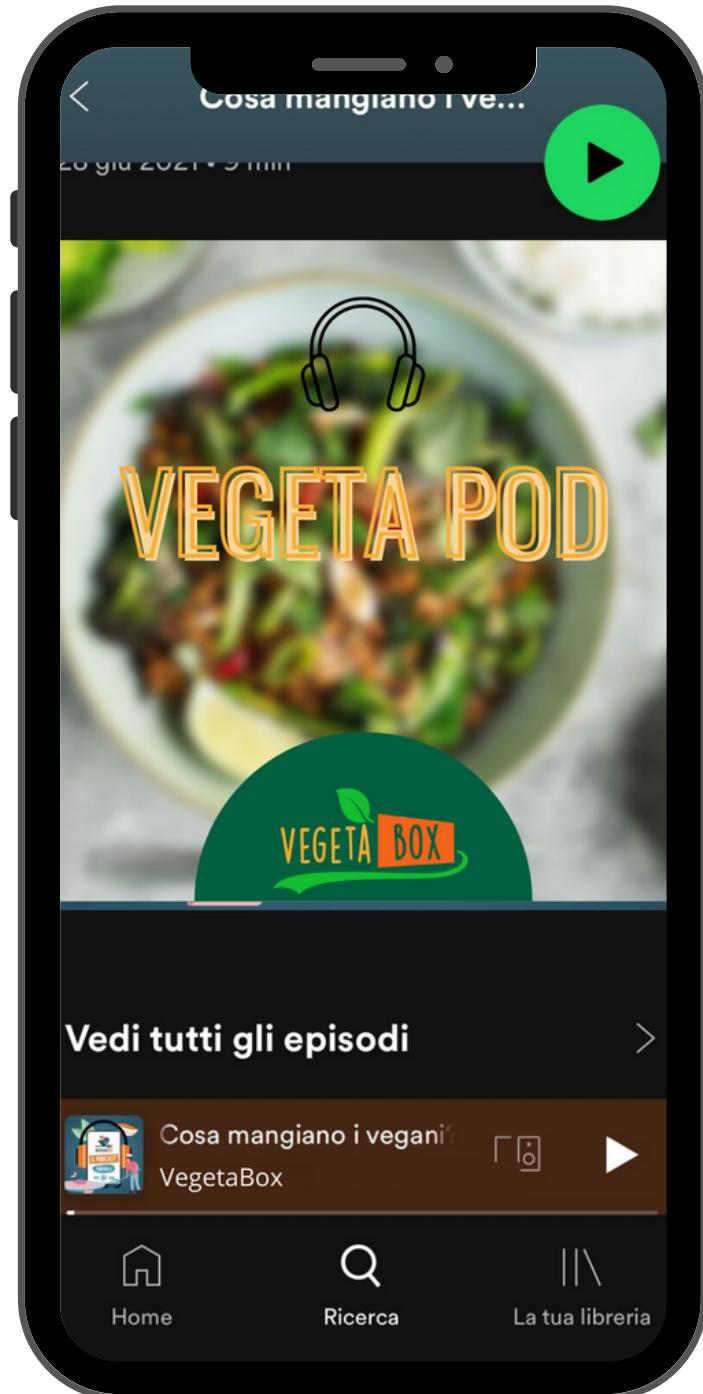
- Video-ricetta della settimana

Adv

- Sponsorizzazioni sul nostro canale (250€/mese)
- Partnership con influencers



STRATEGIA & ADV



Su Spotify verranno pubblicati dei contenuti di accompagnamento alla preparazione delle ricette e finalizzati alla crescita della brand awareness.

Tipologia di contenuti:

- Podcast sul mondo della cucina vegetale ("Vegeta Pod")
- Audio-ricetta personalizzata per ogni piatto

Adv

- Sponsorizzazioni sul nostro canale Spotify (170€/mese)
- Adv sulle storie insta che annunciano l'uscita del Podcast

PED OTTOBRE



L M M G V S D

3
 Storia indizio ricetta Venerdì

4

5
 Podcast
 Storia Uscita

6
 Storia ingrediente ricetta

7
 Post Ricetta della Settimana

8
 Reel Ricetta
 Reel Ricetta

9
 Audio-ricetta

10
 Storia indizio ricetta Venerdì

11
 Curiosità vegane

12

13
 Storia ingrediente ricetta

14
 Post Ricetta della Settimana

15
 Reel Ricetta
 Reel Ricetta

16
 Audio-ricetta

17
 Storia indizio ricetta Venerdì

18

19
 Podcast
 Storia Uscita

20
 Storia ingrediente ricetta

21
 Post Ricetta della Settimana

22
 Reel Ricetta
 Reel Ricetta

23
 Audio-ricetta

24
 Storia indizio ricetta Venerdì

25
 Curiosità vegane

26
 Annuncio puntata speciale Podcast

27
 Podcast Halloween
 Storia Uscita

28
 Post Ricetta della Settimana (Halloween)

29
 Reel Ricetta
 Reel Ricetta

30
 Audio-ricetta

31
 Ricondivisione ricette Halloween della community

GLI INFLUENCER



Per aumentare la notorietà del nostro brand e pubblicizzare le nostre box abbiamo deciso di affidarci ad alcuni influencer (10k-50k su Instagram), di cui abbiamo verificato gli insights e le impression. Attività principali dei nostri influencers:

- Ospitate nel podcast
- Unboxing delle nostre Box
- Codici sconto personalizzati
- Preparazione delle nostre ricette



Food Influencer

Influencer specializzati nella preparazione di piatti, che quindi abbiano un pubblico consolidato di persone a cui interessa cucinare



Healty Influencer

Influencer focalizzati sulla cura del corpo e sul benessere, grazie a cui possiamo intercettare un target di persone interessate alla cucina vegetale.

GORILLAS



TOUCHPOINT DIGITALI

Per la distribuzione ci siamo affidati a Gorillas: azienda che si occupa delle consegne a domicilio utilizzando bikers e limitandosi a determinate zone urbane. La loro attenzione all'ambiente e il loro valori sono stati determinanti per l'inizio della nostra partnership.

All'interno dell'app di Gorillas, inoltre ci sarà una selezione dei nostri prodotti, così che l'utente possa acquistare le box anche attraverso Gorillas e non solo attraverso la nostra app.

TOUCHPOINT DIGITALI



EMAIL MARKETING

- Invio di codici sconto per l'acquisto di box
- Nuova ricetta disponibile con breve spiegazione



SEO

- Maggiore visibilità per il sito
- Aumentare i download dell'app



TOUCHPOINT OFFLINE

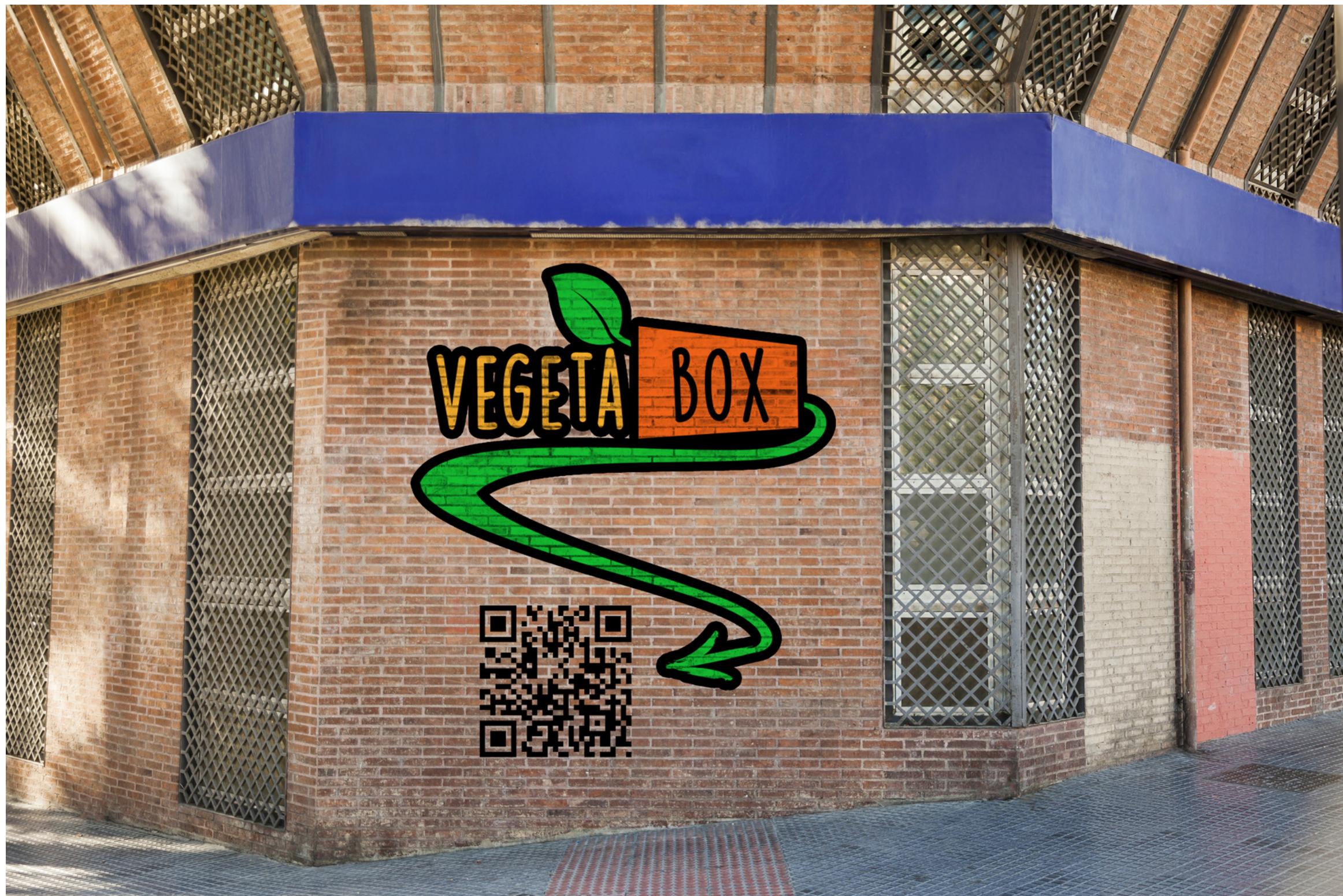
CARTELLONISTICA

Per la nostra strategia offline piazziamo dei cartelloni pubblicitari nelle tre città: nello specifico nelle principali stazioni della metro e nelle zone universitarie maggiormente frequentate.

Nel cartellone pubblicitario sarà inserito il QR Code che rimanderà al download dell'app o un QR Code con diverse funzionalità.



TOUCHPOINT OFFLINE



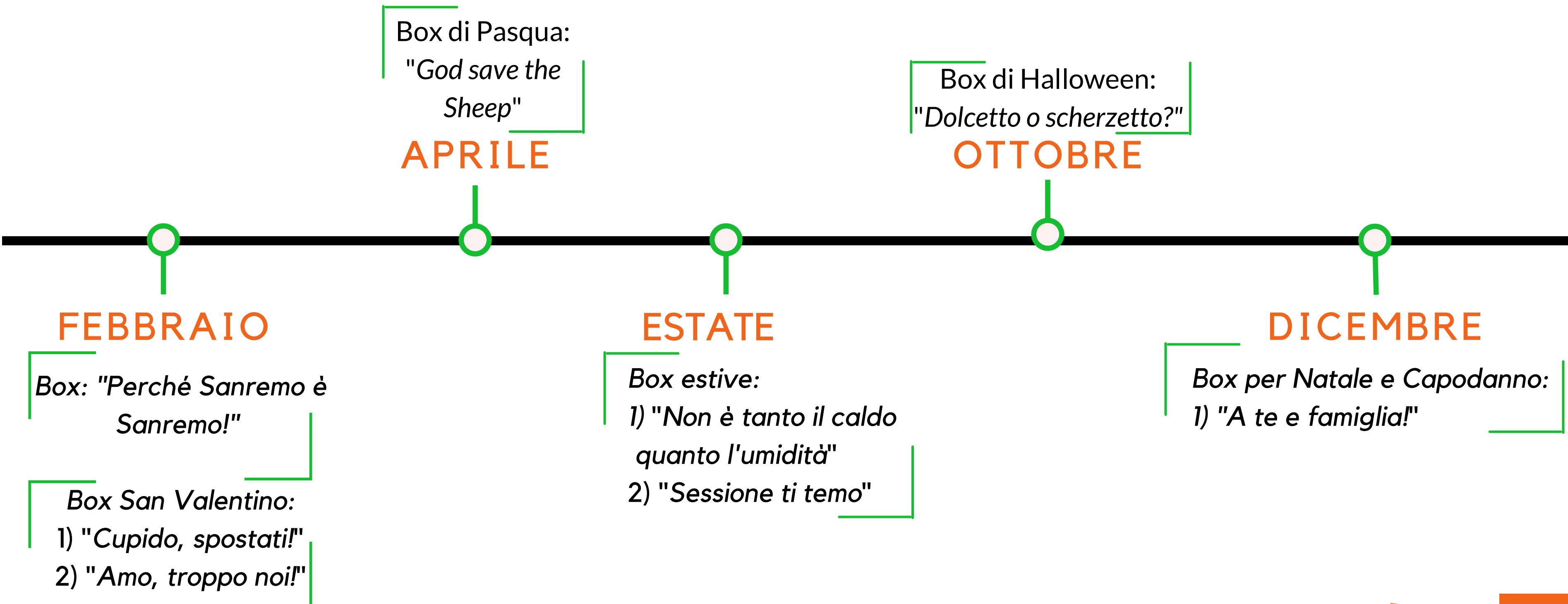
RADIO, VOLANTINI E GREEN GRAFFITI

Trasmetteremo degli spot pubblicitari su radio universitarie quali OndeQuadre e RadioUnito dove verranno condivisi codici sconto che gli ascoltatori potranno utilizzare per effettuare degli ordini.

Distribuiremo circa 5000 volantini di carta riciclata per città prediligendo zone frequentate dalla generazione X dal momento che è più difficile raggiungerli con una comunicazione sui social.

Ci avvaremo anche di Green Graffiti, avranno lo scopo di rimandare al download dell'app ma che avranno una durata di 14 giorni e che utilizzeremo nel primo periodo per farci conoscere.

PROMO FESTIVITÀ



ESEMPIO PROMO



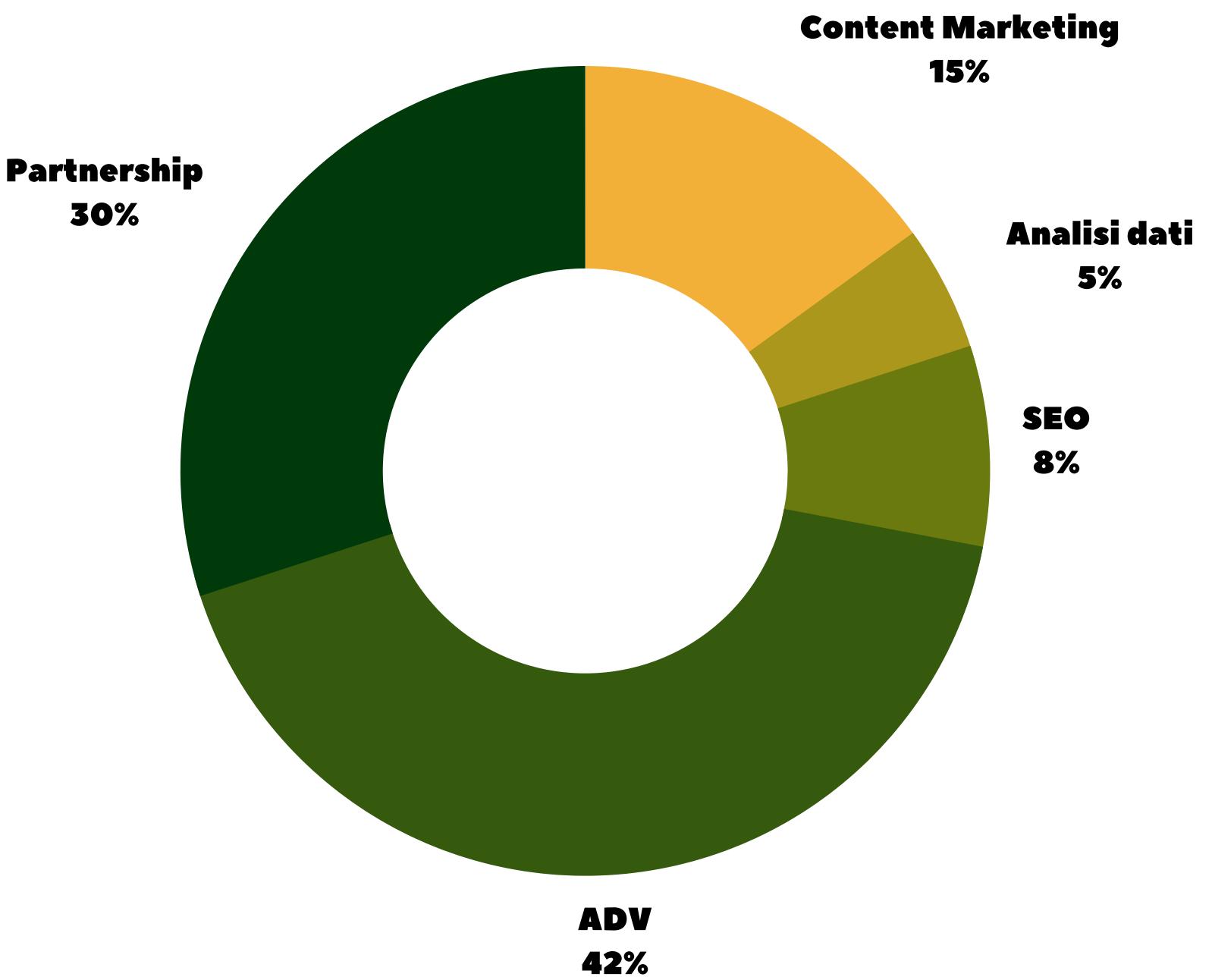
BOX "PERCHÉ SANREMO È SANREMO!"

- Proposta per le serate di Sanremo dal 01/02 al 05/02;
- 5 box differenti una per ogni serata;
- Cucina tipica ligure es. farinata
- Gift extra: pagella per giudicare i cantanti in gara
- Codice promo: VESSICCIO20



BUDGET (MARKETING DIGITALE)

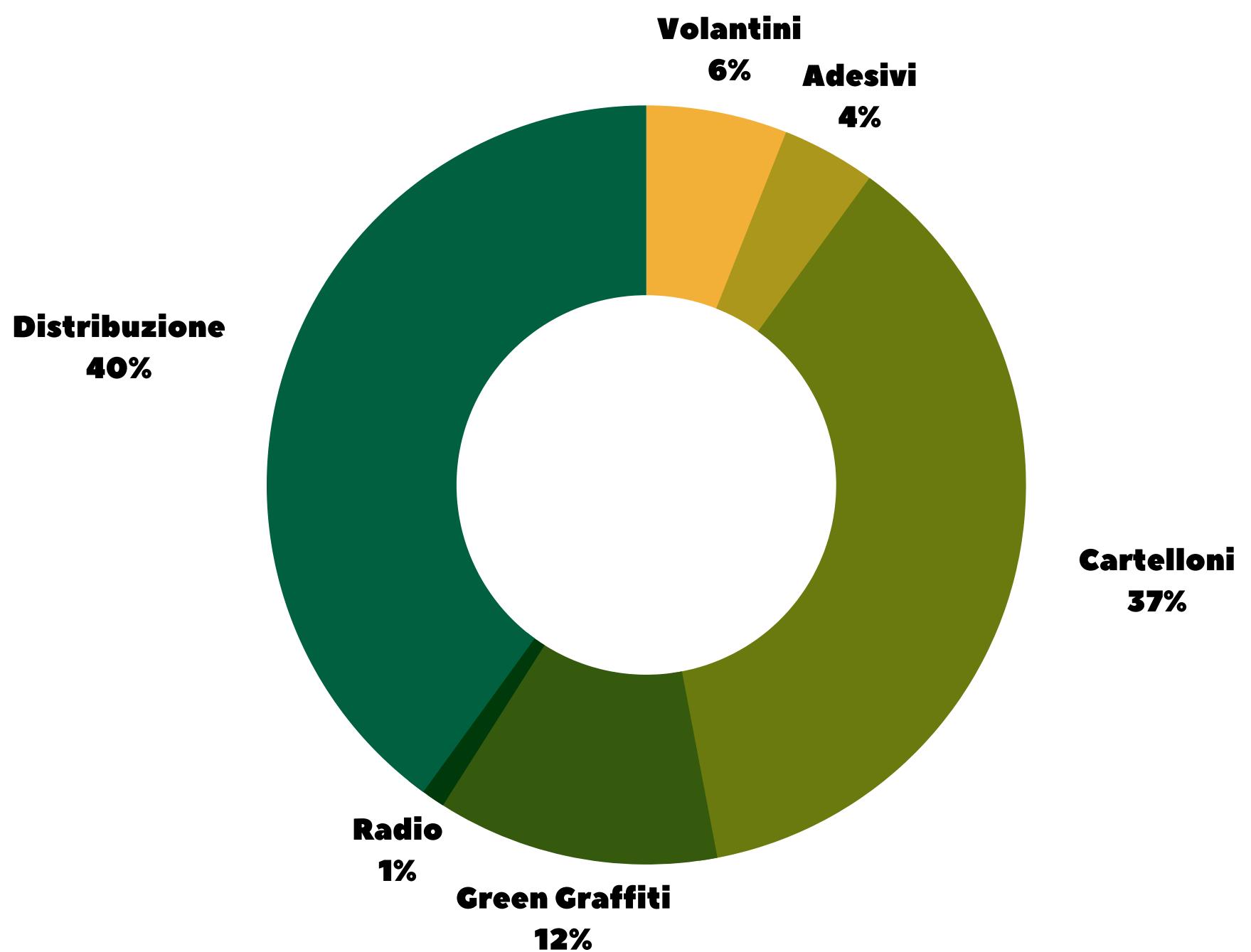
LEVE	COSTI
Contenuti Social	7.000 €
Produzione Spotify	7.000 €
Newsletter	1.000 €
Analisi dati	5.000 €
SEO	8.000 €
Spotify	2.000 €
Google	12.000 €
Instagram	22.000 €
TikTok	3.000 €
Play Store	3.000 €
Gorillas	10.000 €
Influencers	20.000 €
	100.000 €



OBIETTIVI	CANALI	KPI
Networking brand-cliente	Content Marketing Social Media Spotify Newsletter	30-40 contenuti mensili 2 puntate mensili Funnel
Monitoraggio strategia	Analytics	Report mensile
Sostenere traffico organico	SEO	<ul style="list-style-type: none"> • 30-40% sessioni < 30 secondi • 15.000 visualizzazioni del sito mensili
Stimolare domanda latente e consapevole	Spotify Google Instagram TikTok Play Store	CTR > 3,5%
Awareness e Reputazione	Partnership Gorillas Influencers	<ul style="list-style-type: none"> • +400 Followers mensili • E.R. > 4%

BUDGET (MARKETING DIGITALE)

BUDGET (MARKETING FISICO)



CANALI	COSTI
Volantini	9.000 €
Adesivi	6.000 €
Cartelloni	55.500 €
Green Graffiti	18.000 €
Radio	1.500 €
Distribuzione	60.000 €
	150.000 €

VEGETABOX

FATTO CON LE TUE MANI È ANCORA
PIÙ BUONO

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

A cura di:

Giulia Maria Rita Guarneri - 856492

Davide Morri - 955150

Margherita Guidolin - 970425

Luca Villani - 838349

Martina Imbagliazzo - 843552

