

Reraise

Strategia di marketing

GIULIA CASU



Introduzione

Reraise è un brand di abbigliamento (vendita di t-shirt e felpe) che si impegna a offrire ai veri appassionati dei giochi di carte un modo unico per esprimere la propria passione attraverso il loro stile personale.

Strategia

Per sviluppare una strategia di marketing efficace per Reraise, un brand di abbigliamento dedicato agli appassionati dei giochi di carte, si può puntare su una presenza distintiva sui social network. La strategia dovrebbe enfatizzare il design creativo e originale, la qualità e il comfort dei prodotti e l'importanza della community. Ecco alcuni passaggi chiave per far crescere la visibilità e le vendite attraverso i social media

Strategia

Identificazione del Cliente Ideale

- Chi è il Cliente: Appassionati di giochi di carte di tutte le età, particolarmente quelli che apprezzano la moda e il design unico. Possono essere sia giocatori che collezionisti, interessati a esprimere la propria passione attraverso il proprio stile.
- Dove si Informano e Decidono di Acquistare: I clienti potrebbero frequentare forum online, gruppi su social media dedicati ai giochi di carte, e seguire influencer nel settore dei giochi di carte e della moda.

Strategia

Creazione di Contenuti di Domanda Latente

- **Contenuti Educativi:** Post che spiegano le varie carte, i giochi, e come Reraise incorpora questi elementi nel design dei suoi prodotti.
- **Testimonianze e Recensioni:** Condividere storie e recensioni di clienti soddisfatti per costruire fiducia e superare i timori legati alla qualità e al fit dei capi.
- **Q&A Live Sessions:** Organizzare sessioni in diretta dove il team risponde alle domande frequenti dei clienti e discute nuovi design e idee.

Strategia

Coinvolgimento della Community

- **Eventi e Collaborazioni:** Sponsorizzare eventi di giochi di carte o collaborare con influencer del settore per amplificare il reach.
- **Challenges e Giveaways:** Creare sfide tematiche (es. migliori outfit per un torneo di poker) con premi per i vincitori per incentivare la partecipazione e la condivisione sui social.
- **Gruppi Esclusivi:** Formare un club VIP o un gruppo esclusivo per i super fan dove possono ottenere accesso anticipato a nuovi prodotti e offerte speciali.

Strategia

Analisi dei Competitor

- Chi sono i Competitori: Identificare altri brand che si rivolgono agli appassionati di giochi o che offrono prodotti di abbigliamento con design unico.
- Punti di Forza e debolezza dei Competitori: Analizzare le strategie di marketing dei concorrenti, focalizzandosi su come comunicano e vendono i loro prodotti.

Strategia

Analisi dei Competitor - Competitor Diretti

Questi sono brand che offrono prodotti molto simili o che si rivolgono espressamente al medesimo target demografico di Reraise.

1. All-In Clothing

Prodotti: Offrono una linea di abbigliamento che include t-shirt, felpe e accessori specificamente disegnati per appassionati di poker.

Marketing: Utilizzano influencer nel mondo del poker e sponsorizzazioni di eventi di poker per aumentare la visibilità.

Punti di forza: Forte identità di marca legata al poker, ampio riconoscimento nei forum e comunità di poker.

Punti di debolezza: Limitata varietà di prodotti e possibile dipendenza da un solo nicho di mercato.

2. Poker Casuals

Prodotti: Una gamma di vestiti casual che utilizza terminologia e grafiche del poker per attrarre gli appassionati.

Marketing: Campagne aggressive su social media, con particolare enfasi su Instagram e TikTok

Punti di forza: Buona presenza online e impegno nella creazione di contenuti virali.

Punti di debolezza: Minore enfasi sulla qualità del prodotto e servizio clienti.

Strategia

Analisi dei Competitor - Competitor Indiretti

Questi includono brand di abbigliamento casual che potrebbero non focalizzarsi esclusivamente sugli appassionati di poker, ma che attraggono un demografico simile.

3. Urban Outfitters

Prodotti: Ampia varietà di abbigliamento casual e accessori per un pubblico giovane e alla moda.

Marketing: Forte presenza su tutte le piattaforme social, con una strategia di marketing ben sviluppata che include collaborazioni con artisti e influencer.

Punti di forza: Brand ben stabilito con una vasta base di clienti fedeli e varietà di prodotti.

Punti di debolezza: Maggiore enfasi su moda generica piuttosto che su interessi come il poker.

4. ASOS

Prodotti: Offre abbigliamento che va dal casual all'elegante, rivolgendosi a giovani adulti.

Marketing: Forte investimento in marketing digitale e strategie di engagement attraverso social media e collaborazioni.

Punti di forza: Ampia offerta di prodotti con aggiornamenti frequenti e servizi di spedizione efficienti.

Punti di debolezza: Potrebbe non avere un appeal per gli appassionati di poker, essendo più un generalista nel settore moda.

Strategia

Social Media

- Instagram e Facebook: Utilizzare questi canali per mostrare i prodotti attraverso immagini di alta qualità e storie coinvolgenti. Creare campagne ad hoc per raggiungere segmenti specifici di appassionati.
- YouTube: Lanciare una serie di video che mostrano il processo di design e produzione, interviste con designer e influencer, e tutorial su come stilare i capi per eventi legati ai giochi di carte.
- TikTok: Sfruttare la natura virale di TikTok per creare contenuti divertenti e di tendenza che mostrano i capi in azione, magari con un tocco umoristico o sfide di moda.

Strategia

Monitoraggio e Ottimizzazione

- Utilizzare strumenti di analisi per monitorare le metriche chiave come l'engagement, il traffico al sito e le conversioni.
- Aggiustare le strategie in base ai dati raccolti per migliorare continuamente le performance.

Strategia

Implementando questi passaggi, Reraise può costruire una presenza solida sui social media, aumentare la visibilità del brand e stimolare le vendite attraverso un coinvolgimento autentico e mirato della sua community di appassionati.

Strategia

Scelta della Fase del Funnel

- **Consapevolezza (Top of the Funnel - TOFU):** In questa fase, l'obiettivo è aumentare la consapevolezza del marchio Reraise. Le inserzioni dovrebbero essere orientate a mostrare il brand e i suoi valori.
- **Considerazione (Middle of the Funnel - MOFU):** Focus su contenuti che mostrano i prodotti in azione, testimonianze e recensioni che spingono l'utente a considerare Reraise come una scelta valida.
- **Conversione (Bottom of the Funnel - BOFU):** Annuncio mirato a spingere l'utente all'acquisto con offerte speciali, codici di sconto, o edizioni limitate.

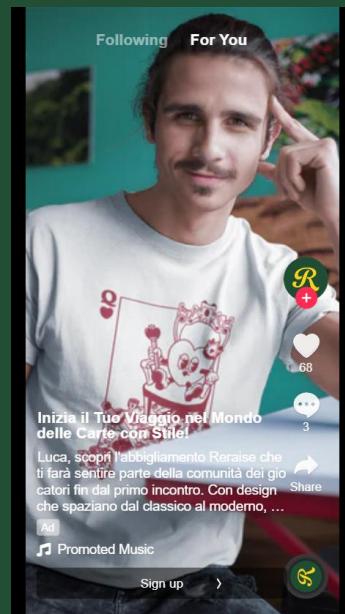
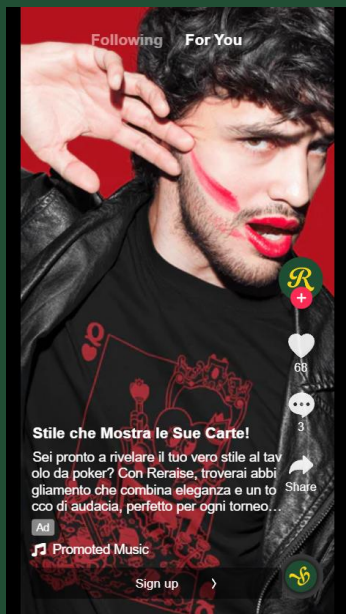
Strategia

Contenuti

- **Video e Immagini:** Creare contenuti visivi coinvolgenti che risuonino con il target di appassionati di poker e abbigliamento casual.
- **User Generated Content (UGC):** Incoraggiare gli utenti a condividere i loro contenuti indossando i prodotti per aumentare l'autenticità.
- **Storytelling:** Raccontare storie che legano il lifestyle del poker all'abbigliamento casual di Reraise

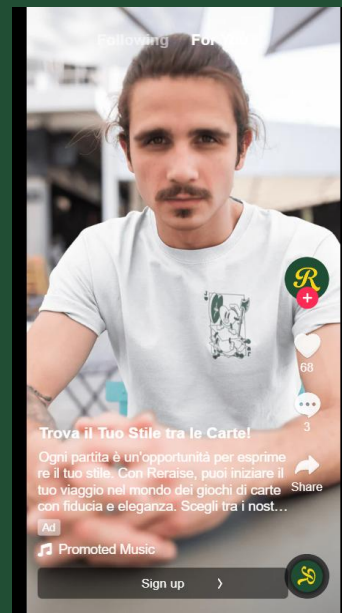
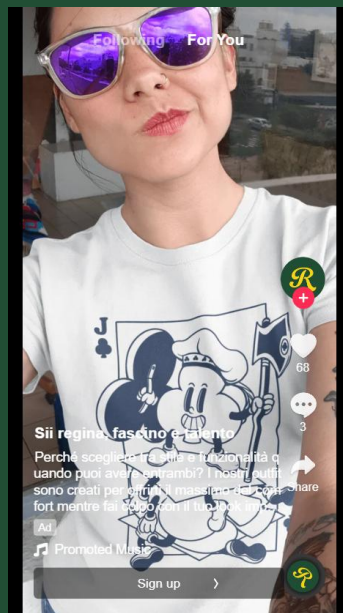
Strategia

Contenuti - AWARENESS



Strategia

Contenuti - CONSIDERATION



Strategia

Distribuzione

- **Targeting Preciso:** Segmentare il pubblico basandosi su dati demografici, comportamentali e psicografici per colpire gli appassionati di poker e moda casual.
- **Pubblicazione in Orari Ottimali:** Sfruttare i dati di analisi per pubblicare gli annunci nei momenti in cui il target è più attivo su TikTok.
- **Frequenza e Budget:** Bilanciare la frequenza degli annunci con il budget disponibile per massimizzare la copertura senza esaurire rapidamente il budget.

Strategia

Retargeting

- **Pixel di TikTok:** Utilizzare il Pixel per tracciare gli utenti che hanno interagito con i precedenti annunci o visitato il sito web e non hanno completato l'acquisto.
- **Annunci Dinamici:** Creare annunci dinamici che mostrano prodotti specifici che gli utenti hanno visualizzato ma non acquistato.

Strategia

Retargeting

- **Pixel di TikTok:** Utilizzare il Pixel per tracciare gli utenti che hanno interagito con i precedenti annunci o visitato il sito web e non hanno completato l'acquisto
- **Annunci Dinamici:** Creare annunci dinamici che mostrano prodotti specifici che gli utenti hanno visualizzato ma non acquistato.
- **Segmentazione Avanzata:** Targetizzare gli utenti basandosi sul loro comportamento di navigazione e acquisto per personalizzare ulteriormente gli annunci.

Audience Personas

Per Reraise, creare linee di abbigliamento che rispondano alle esigenze e alle preferenze di Alessandro, Martina e Luca può essere un ottimo modo per differenziarsi sul mercato e attrarre un pubblico diversificato di appassionati di giochi di carte. Ecco alcune idee su come potrebbe essere sviluppata una strategia di prodotto e marketing mirata per ciascuna di queste persone

Audience Personas

Il Giocatore Esperto - Alessandro



- **Prodotti:** Lanciare una linea di abbigliamento "Elegante e Discreta" con simboli sottili e design minimalisti. Per esempio, polo e camicie con piccoli ricami o stampe discrete di carte da poker, che possono essere indossate anche in occasioni non strettamente legate al gioco.
- **Marketing:** Utilizzare testimonianze di giocatori di poker professionisti che indossano Reraise nei tornei. Creare contenuti video che mostrano Alessandro in azione nei tornei, enfatizzando come l'abbigliamento Reraise combini stile e comfort.

Audience Personas

La Giocatrice Sociale - Martina



- **Prodotti:** Sviluppare una serie di "Casual Chic" per donne, con magliette, felpe e accessori stilosi e femminili. Utilizzare colori vivaci, tagli moderni e stampe divertenti che riflettano la leggerezza e il piacere del gioco tra amici.
- **Marketing:** Creare eventi e meet-up per giochi di carte che incoraggino le donne a partecipare e mostrare i loro outfit Reraise. Utilizzare influencer femminili nel mondo dei giochi di carte per mostrare come indossano i prodotti durante le loro serate di gioco.

Audience Personas

Il Novizio Curioso - Luca



- **Prodotti:** Offrire "Kit per Principianti" che includano guide brevi ai giochi di carte più popolari insieme a capi di abbigliamento tematici. Per esempio, t-shirt e cappelli con stampe iconiche o citazioni legate al mondo del bridge o altri giochi di carte.
- **Marketing:** Creare guide video o blog che introducano ai principi di vari giochi di carte e suggeriscano stili di abbigliamento adatti per questi ambienti, aiutando Luca a sentirsi più a suo agio e parte della comunità.

Audience Personas

Strategia di Engagement Comune

- **Social Media Interaction:** Coinvolgere queste persone attraverso sondaggi e discussioni sui social media per scoprire esattamente cosa cercano nel loro abbigliamento tematico e come preferiscono interagire con il brand.
- **Personalizzazione:** Offrire la possibilità di personalizzare i capi con nomi, numeri di carte preferite, o altri elementi personali per aumentare l'attrattiva del prodotto.

Audience Personas

Implementando queste strategie, Reraise può attrarre e soddisfare un ampio spettro di clienti, migliorando al contempo la sua visibilità e la fedeltà del cliente attraverso prodotti e marketing attentamente allineati alle loro esigenze e desideri individuali.

Domande e Dubbi Pre-Acquisto

Per affrontare efficacemente i dubbi e le domande pre-acquisto di Alessandro, Martina e Luca, Reraise può adottare diverse strategie di comunicazione e marketing. Ecco come potrebbe procedere

Domande e Dubbi Pre-Acquisto

Design e Stile

- **Portfolio di Design:** Creare una galleria o un lookbook che mostri i diversi stili e design, evidenziando l'originalità e il buon gusto attraverso le collezioni. Questo aiuterà Alessandro a trovare capi discreti e eleganti, mentre Martina potrà vedere opzioni con un tocco femminile ma non troppo giocoso.
- **Feedback della Community:** Organizzare sondaggi e votazioni sui nuovi design tramite social media per coinvolgere direttamente gli utenti nella scelta dei modelli, assicurandosi che il prodotto finale rispecchi i gusti del pubblico target.

Domande e Dubbi Pre-Acquisto

Taglie Disponibili

Gamma Completa di Taglie: Assicurarsi che le collezioni includano una vasta gamma di taglie, da quelle piccole a quelle più grandi, e comunicare chiaramente questa diversità nelle descrizioni dei prodotti e nelle campagne marketing.

Modelli Diversi: Usare modelli di diverse corporature nelle campagne pubblicitarie per mostrare come i capi si adattano a varie figure, rafforzando l'immagine del brand come inclusivo e attento alle esigenze di tutti.

Domande e Dubbi Pre-Acquisto

Prezzo

Giustificazione del Valore: Spiegare come il prezzo sia riflesso nella qualità dei materiali, nella sostenibilità della produzione, e nell'unicità del design. Questo può essere comunicato tramite blog posts, video sui processi di creazione e storie dietro le quinte.

Opzioni di Prezzo: Introdurre una gamma di prodotti con diversi livelli di prezzo per attrarre sia i nuovi arrivati come Luca, che possono essere più sensibili al prezzo, sia gli appassionati più esigenti che sono disposti a spendere di più per la qualità superiore e il design esclusivo.

Domande e Dubbi Pre-Acquisto

Adottando queste strategie, Reraise può non solo rispondere in modo proattivo ai dubbi dei clienti ma anche rafforzare la loro fiducia nel brand, incoraggiando così una maggiore lealtà e soddisfazione del cliente.

Mappa dell' empatia

Con chi vogliamo parlare?

- **Persona:** Appassionati di giochi di carte di vari livelli di esperienza e interesse. Situazione: Sono in ambienti dove si gioca a carte, sia competitivamente che socialmente.
- **Ruolo:** Potrebbero essere giocatori competitivi, organizzatori di eventi, o partecipanti a serate di gioco casuali.
- **Keywords:** "Giocatore di carte esperto", "appassionato di giochi di carte", "principiante nei giochi di carte".

Mappa dell' empatia

Di cosa ha bisogno?

- **Bisogni:** Abbigliamento che rifletta la loro passione per i giochi di carte, che sia confortevole per lunghe sessioni di gioco e che esprima la loro identità.
- **Obiettivi:** Trovare abbigliamento che sia sia funzionale che esteticamente piacevole.
- **Decisioni:** Scegliere tra diversi marchi e stili di abbigliamento tematico.
- **Indicatori di successo:** Si sentono a loro agio e stilosi, e ricevono complimenti o riconoscimenti dal loro gruppo sociale.

Mappa dell' empatia

Cosa vede?

- **Mercato:** Vedono varie marche che offrono abbigliamento tematico, ma forse poche che si concentrano specificamente sui giochi di carte.
- **Ambiente:** Tavoli da gioco, carte, altri giocatori con abbigliamento tematico.
- **Comportamenti Altri:** Altri giocatori che indossano capi tematici o discussione sui luoghi ideali per acquistare tali prodotti.
- **Media:** Articoli, post sui social media, e video che riguardano giochi di carte e moda correlata.

Mappa dell' empatia

Cosa dice?

- **Diretto:** "È difficile trovare t-shirt di giochi di carte che non siano troppo vistose."
- **Immaginato:** "Vorrei che ci fossero più opzioni eleganti per abbigliamento di gioco di carte."

Mappa dell' empatia

Cosa fa?

- **Attuali:** Partecipano a tornei, serate di gioco, navigano online per trovare nuovi prodotti o apprendere tecniche di gioco.
- **Osservato:** Discutono su forum online sui migliori capi di abbigliamento per giocatori.
- **Immaginato:** Potrebbero essere alla ricerca attiva di nuovi stili o collaborare con altri giocatori per creazioni di moda personalizzate.

Mappa dell' empatia

Cosa sente dire?

- **Da altri:** "Ho trovato questa fantastica marca che fa magliette per appassionati di poker!"
- **Da amici:** "Quella felpa non sembra molto comoda per giocare."
- **Da colleghi:** "Dovresti guardare questo sito; hanno ottimi prodotti per giocatori come noi."

Mappa dell' empatia

Cosa pensa e prova?

- **Pains:** Frustrazione per la mancanza di opzioni di abbigliamento che rispecchiano il loro stile personale o che sono troppo generici.
- **Gains:** Desiderio di esprimere la propria identità attraverso abbigliamento tematico che sia anche di alta qualità e stile.
- **Motivazioni:** Voler essere riconosciuto come parte della comunità dei giocatori di carte.
- **Rischi:** Potrebbe temere di spendere troppo per prodotti che non soddisfano le sue aspettative.

Mappa dell' empatia

Utilizzare questa mappa dell'empatia può aiutare Reraise a comprendere meglio il loro pubblico di riferimento, personalizzare le loro offerte e comunicazioni, e costruire una connessione più profonda con la loro base di clienti.