



# Strategia Digital nel mercato italiano

# Summary

---

- 01 Analisi di mercato
- 02 Analisi sui target di riferimento
- 03 Analisi della concorrenza
- 04 Analisi dei prodotti più venduti
- 05 Marketing mix



# 01 Analisi di mercato

Il prodotto dell'azienda è di nicchia e tecnologico, in linea con la crescente crescita delle ricerche in ambito sportivo.

L'argomento sport racchiude diversi tipi di interessi, dalla salute all'intrattenimento, fino all'agonismo.

## Keyword Bicicletta



Query associate	In aumento			
1 sellaronda bike day 2022	+650%			
2 tubolare per bici	+550%			
3 bonus bicicletta 2022	+500%			
4 bonus bici elettrica 2022	+500%			
5 fat bike unieuro	+450%			

Le ricerche su questa keyword sono incentrate sul tema del bonus, ma c'è anche un interesse per il tubolare ovvero un tipo di copertone.

Questo ci comunica che il tema della bicicletta con tutti i suoi gadget sono un tema rilevante

## Keyword Sci



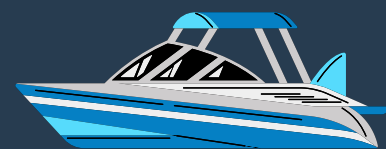
Query associate	In aumento			
1 coppa del mondo sci 2023	Impennata			
2 surf sui campi da sci	Impennata			
3 il surf sui campi da sci	Impennata			
4 il surf sui campi da sci cruciverba	Impennata			
5 ski wm 2023	Impennata			

In questo caso vediamo un'impennata sul tema del surf sui campi da sci, quindi l'interesse della audience è soprattutto sul tema di un'unione di diverse attività

Esattamente come il prodotto preso in considerazione che unisce il ciclismo alle pratiche acquatiche

Da considerare il tema di mezzo di trasporto per alcune location, tipo localita lacustri o lagunari in cui per spostarsi da un lato all'altro del lago si decide di usare piccole imbarcazioni che possono essere sostituite dal prodotto dell'azienda

Keyword  
Barca



Query associate <span>?</span>		In aumento ▼	⬇	⌂	🔗
1	un legno per imbarcazioni	Impennata			
2	sulla barca dell oligarca	Impennata			
3	antica imbarcazione della versilia	Impennata			
4	imbarcazione tipica della florida	Impennata			
5	imbarcazione tipica delle paludi della florida	Impennata			
Load Metrics (uses 25 credits)		< Visibili: 1-5 query su 25 >			

In questo caso ho incentrato la ricerca su un mezzo di trasporto sostituibile con il prodotto oggetto dell'analisi.

Su questa keyword le ricerche di concentrano per lo più sui diversi tipi di barca presenti nel mercato e i materiali con i quali sono realizzati

# 01      Analisi di mercato


Da questa analisi emerge che il sito a oggi ha un interessante numero di visite, quindi facilmente fruibile per gli utenti.

Il bounce rate è buono visto il tema particolarmente di nicchia




Su questo tema i volumi di ricerca sono positivi per un prodotto che sul mercato italiano è ancora poco conosciuto.


I siti che ne parlano sono per lo più di nicchia hi-tech oppure sportiva quindi sicuramente un'azione in questo settore potrebbe essere la migliore opzione

Visite totali	Bounce Rate	Pagine per visita
50.9K	53.06%	2.80



Ricerche mensili: 880 | CPC medio: €1,17

<https://www.waterbike.it> 

**WATER BIKE ITALIA | Noleggio e vendita water bike**


Domain Authority: 10      Visite st.: 2.137


Water bike Italia - La Water Bike è una vera e propria bicicletta dalla struttura leggera montata su due galleggianti che permette di "pedalare" sull'acqua.

Vendita Water Bike · Dove noleggiare le Water Bike · Water bike · Dopo Covid19

MOZ DA: 9/100 (-18%)   Ref Dom: 68   Ref Links: 246   Spam Score: 1%   [Show backlinks](#)

Search traffic (us): 0/mo (website: 32/mo) - Keywords (us): 0 (website: 15)



<https://www.bicitech.it> 


**Manta 5, seconda fase per la bici d'acqua - BiciTech**


Domain Authority: 34      Visite st.: 58

20 nov 2018 — Quasi interamente costruita in fibra di carbonio, con i suoi 20 kg Manta può essere guidata come una normale bicicletta in tutti i tipi d'acqua: ...

MOZ DA: 33/100 (+3%)   Ref Dom: 1.41K   Ref Links: 100.43K   Spam Score: 4%   [Show backlinks](#)

Search traffic (us): 0/mo (website: 0/mo) - Keywords (us): 0 (website: 10)



<https://italian.alibaba.com> 


**prezzo bicicletta acqua bike - Alibaba**


Domain Authority: 93      Visite st.: 64

Moto d'acqua acquatiche pedalò triciclo ad acqua per coppia singola · Shanghai Chi Tong Amusement Equipment Co., Ltd. 900,00 USD-1.000,00 USD / parte.

MOZ DA: 92/100 (-1%)   Ref Dom: 20.27K   Ref Links: 103.52M   Spam Score: 5%   [Show backlinks](#)

Search traffic (us): -/mo (website: 59/mo) - Keywords (us): - (website: 715)





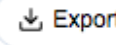
<https://sintony.it> 

**È nata la prima bicicletta che plana sull'acqua, si chiama ...**

Domain Authority: 34      Visite st.: 63

27 lug 2021 — La bici acquatica ha un telaio in alluminio aeronautico ed è studiata per galleggiare e garantire stabilità sopra e sotto il livello dell'acqua.




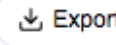
**Related Keywords**            

KEYWORD      [Load Metrics \(uses 8 credits\)](#)

bici dacqua amazon  
bici dacqua fai da te  
bici dacqua usate  
bici dacqua elettrica  
bici dacqua manta 5 prezzo  
noleggio bici dacqua  
bicicletta acquatica prezzi  
manta bici acqua

Per page: All 1-8 of 8

[Buy credits](#) to view search volumes for keywords above

**People Also Search For**            

KEYWORD      [Load Metrics \(uses 6 credits\)](#)

bici d'acqua amazon  
bici d'acqua manta 5 prezzo  
bici d'acqua usate  
noleggio bici d'acqua  
bici d'acqua fai da te  
manta bici acqua

Per page: All 1-6 of 6

[Buy credits](#) to view search volumes for keywords above



<https://www.nauticexpo.it> 

**Bicicletta acquatica - Tutti i produttori del settore nautico e del ...**

Domain Authority: 36      Visite st.: 1.353

Trova facilmente il prodotto **bicicletta** acquatica tra ben 32 prodotti dei principali ... Una **bicicletta** che corre sull'acqua, facile da condurre e sicura.

MOZ DA: 36/100 (+0%)   Ref Dom: 1.17K   Ref Links: 9.91K   Spam Score: 2%   [Show backlinks](#)

Search traffic (us): -/mo (website: 1/mo) - Keywords (us): - (website: 5)



# 02 Analisi del Target di riferimento

Possiamo distinguere il target in due categorie, una riferita al mercato B2C e una riferita al mercato B2B

## Target B2C



Il cliente finale di Mantra 5 è tendenzialmente di genere maschile (ma con una buona percentuale femminile) tra i 16 e i 44 anni, sportivo e in buona salute.

Sicuramente alto spendente e al passo con le tecnologie. Amante del turismo outdoor, come camminate in montagna ed escursioni in bicicletta, ma anche amante degli sport acquatici come il surf.

I suoi bisogni sono di carattere per lo più ludico, in determinate circostanze potrebbero anche essere di mobilità.

Vista la passione per la tecnologia, il cliente desidera il prodotto per provare una nuova esperienza di intrattenimento.

Il prodotto sarà acquistato maggiormente offline, presso concessionari e rivenditori autorizzati, vista l'entità del prezzo e la novità, ma questo non esclude la possibilità di acquistare online con una scheda dettagliata e un customer service dedicato.

Per quanto riguarda il periodo di fruizione del prodotto, è molto relativo perché dipende sia dalla località in cui vive il cliente sia dalla stagione, e anche se il prodotto viene fondamentalmente acquistato oppure noleggiato da un rivenditore autorizzato.

Il cliente ideale si informa online e soprattutto su diverse riviste di settore.  
potrebbe venire a conoscenza del brand proprio tramite ricerche fatte su quel tema oppure tramite influencer e sportivi attivi sui social network.  
Si tratta anche di persone attente all'ecologia e al pianeta che prediligono spostamenti ecologici  
E ancora si possono considerare le persone attente alla cura del corpo, fitness e frequentatori di palestre.

I temi che potrebbero mettere in dubbio e quindi bloccare l'acquisto del prodotto sono  
fondamentalmente il fatto che si tratti di un prodotto completamente nuovo in Italia e quindi privo di recensioni e commenti di altri utenti.

questo tema è facilmente superabile grazie al fatto che l'azienda ha altri mercati da cui estrapolare pareri oppure si può semplicemente dare la possibilità di provare il prodotto per una sorta di test drive.



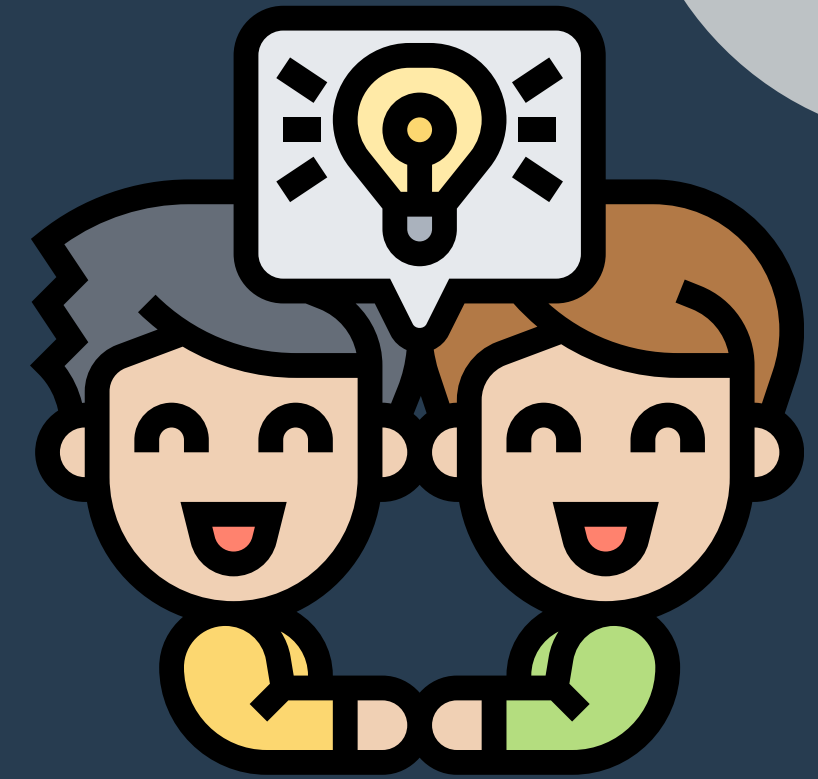
## Target B2B

A livello di business b2b i clienti ideali per il marchio sono i rivenditori di articoli sportivi, i tour operator nelle località prossime agli specchi d'acqua e le attività che si occupano di noleggio di bici, pedalò, gommoni ecc.

Queste attività danno la possibilità a potenziali clienti finali di comprare il prodotto per uso personale

Chiaramente queste attività ricercano i loro partner online e fanno acquisti più elevati per poter dare la possibilità di usufruire del servizio a più clienti possibili.

Questo tipo di clientela è molto importante a livello comunicativo perché da al prodotto una visibilità geograficamente molto ampia visto che l'Italia è un paese ricco di località adatte al prodotto



Grazie a questa strategia è possibile aumentare la brand awareness a livello offline sia di Manta5 sia di un eventuale rivenditore autorizzato.

La strategia aiuta anche online perché aumentano i punti di accesso al prodotto sul web (social media, siti web da entrambe le parti)



## 03 Analisi della concorrenza

La concorrenza in questo settore a livello di prodotto è quasi nulla perchè in Italia non esistono aziende che fanno lo stesso prodotto.

Ma al contrario ci sono tantissimi altri prodotti molto ricercati dalla nicchia di mercati di Manta5:

- biciclette elettriche e segway: le aziende come <https://www.bikester.it/biciclette/bici-elettriche/> che si occupano della vendita di biciclette elettriche hanno puntato molto sul fattore ecologico e sul fatto che sia un prodotto innovativo
- sup elettrico: <https://www.aquaride.it/esup/> è un rivenditore autorizzato di Mantra5 che ha come core business i sup, ovvero una sorta di tavola da surf più grande con un manubrio per stare in piedi. questa azienda ha usato una comunicazione interessante perchè nella serp è facilmente raggiungibile ( <https://answerthepublic.com/reports/f16601a1-37df-4258-82cc-9b3def083cd5> )
- moto d'acqua: per questo prodotto ho scelto <https://www.sea-doo.com/it/it/>. la moto d'acqua è un prodotto che viene usato per scopi simili a quelli del prodotto in oggetto.

## 04 Analisi dei prodotti più venduti

Tra i vari prodotti legati alla concorrenza i più venduti in Italia, in base alle ricerche, restano le biciclette elettriche che hanno un mercato molto ampio, forse perché in Italia attualmente abbiamo avuto il Bonus Bicicletta che ha impattato molto sulle vendite

è da considerare che visto il cliente tipo in fascia alto spendente anche il segway ha avuto una forte crescita negli anni passati che ora si è leggermente fermata.

Questo ci porta alla conclusione che il mercato ha bisogno di una novità come il prodotto di Manta5



# 05 Marketing mix

Prodotto: Bicicletta elettrica in acqua

Prezzo: circa 8000€

Placement: online e offline

Promotion: comunicazione digitale



Per attuare una comunicazione corretta dobbiamo per forza considerare tutti canali disponibili, per riuscire a portare i potenziali clienti a desiderare un prodotto del quale per ora si sa ancora poco.

Per fare ciò l'attenzione deve essere obbligatoriamente incentrata prima di tutto sulla domanda latente

Grazie agli strumenti di tracciamento usare il linguaggio adatto ai contatti generati

Facebook: produzione di contenuti visivi e copy accattivanti per invogliare i contatti a leggere le caratteristiche del prodotto per saperne di più

Instagram: contenuti fotografici e video ad hoc per coinvolgere e far interagire i contatti, pulsanti cliccabili per le richieste di informazioni e invito a consultare il sito o contattare il rivenditore per finalizzare la conversione

TikTok: contenuti dinamici e divertenti per un pubblico più giovane

Whatsapp: pulsante cliccabile sul sito e link di collegamento dalle varie piattaforme per essere più accessibili







Pedala la scoperta senza la terra sotto le ruote  
in modo nuovo di scoprire la natura intorno a te  
#discover  
#hydrofoiling  
#manta5



immagina di navigare per i canali di Venezia oppure di scoprire le meraviglie del lago di Como e tutto questo pedalando  
vieni a scoprire Manta5  
#discover  
#hydrofoiling  
#manta5



Sui motori di ricerca, invece è fondamentale far leva sul bisogno da risolvere che possono essere la voglia di scoprire una nuova tecnologia oppure spostarsi da un punto all'altro della costa.

Il target di riferimento resta lo stesso chiaramente, ma i contenuti devono essere più chiari per convincere l'utente a convertire.

Fare una campagna di lead generation è fondamentale per portare più contatti possibili

I contenuti devono trasmettere il senso di esclusività e Far venire ai clienti voglia di scoprire un nuovo modo di fare mobilità

**Manta5 - pedalare in acqua per scoprire la natura**



scopri la mobilità 100% elettrica sostenibile, ma anche divertente e che ti mantiene in forma