

☒ Quali azioni si possono intraprendere in termini di **Brand Attraction e Brand Reputation** per migliorare eventuali **colli di bottiglia**

☒ Quali azioni si possono intraprendere per aumentare la **fase di acquisto e la fase di sostegno?**

Dopo un breve studio del mercato di riferimento attraverso l'analisi del Web e i tool di riferimento, definire quali sono secondo voi i **contenuti più efficaci** da realizzare:

☒ Per i Social

☒ Per i motori di ricerca abbozzare una serie di:

☒ Copy (**3**) da utilizzare per i testi delle Inserzioni Social per la **domanda latente**

☒ Titolo (meta title **5**) e nello Snippet (meta description **3**) per la **domanda diretta**

- **Titoli** max **30 caratteri**
- **Snippet** max **90 caratteri**

## Azioni per Brand Attraction e Brand Reputation

focus sui colli di bottiglia nella Customer Journey.

### 1. Brand Attraction

**Obiettivo:** Aumentare la visibilità e attirare il pubblico target.

**Azioni Chiave:**

1. Contenuti di valore:
  - Creazione di contenuti educativi e coinvolgenti (articoli, video brevi) su temi come:
    - Benefici dei prodotti a base di cera d'api.
    - L'impatto positivo dell'apicoltura sostenibile sull'ambiente.
    - Collaborazione con influencer nel settore green e beauty.
    - Ottimizzazione SEO per aumentare la visibilità organica.
2. Campagne mirate sui social media:
  - Targeting basato su interessi (sostenibilità, cosmesi naturale).
  - Reel e video su Instagram e TikTok con storytelling autentico.
  - Annunci sponsorizzati su Facebook e Instagram con focus su promozioni e "tiratura limitata".
3. Eventi locali e online:
  - Partecipazione a fiere o mercati locali per creare connessioni dirette con i clienti.
  - Webinar o live sui social per mostrare i processi produttivi e rispondere alle domande dei clienti.

### 2. Brand Reputation

**Obiettivo:** Rafforzare la fiducia e consolidare una percezione positiva del marchio.

**Azioni Chiave:**

1. Trasparenza nella comunicazione:
  - Condivisione di dettagli relativi ai processi produttivi e sull'origine dei materiali.
  - Mostrare l'impegno verso le api e l'ambiente attraverso storie autentiche e immagini reali.
2. Coinvolgimento della community:
  - Incentivare i clienti a condividere le loro esperienze con i prodotti.

- Promuovere recensioni positive attraverso omaggi o piccoli incentivi.
- Creare un hashtag ufficiale (es. #BeeSostenibile) per aggregare i contenuti generati dagli utenti.
- 3. Garanzie e politiche di reso:
  - Offrire una garanzia soddisfatti o rimborsati per ridurre le esitazioni nell'acquisto.
  - Fornire assistenza clienti rapida e personalizzata.

### 3. Identificazione e Miglioramento dei Colli di Bottiglia nella Customer Journey

**Analisi** delle principali fasi del Customer Journey:

1. Awareness (Consapevolezza):
  - Problema: Il pubblico potrebbe non conoscere il brand o non comprenderne il valore.
  - Soluzione: Investire in campagne social per aumentare la visibilità e creare contenuti educativi.
2. Consideration (Valutazione):
  - Problema: Dubbi sui prezzi o sulla sostenibilità reale dei prodotti.
  - Soluzione: Creare una sezione FAQ, testimonianze video e case study per rispondere alle domande.
3. Purchase (Acquisto):
  - Problema: Esperienza d'acquisto complessa o costi aggiuntivi (es. spedizione).
  - Soluzione: Ottimizzare il sito per una navigazione semplice, offrire spedizione gratuita sopra un certo importo.
4. Retention (Fidelizzazione):
  - Problema: Mancanza di stimoli per riacquistare o percezione di poca unicità nel prodotto.
  - Soluzione: Lanciare un programma fedeltà, inviare newsletter personalizzate con promozioni esclusive.

**Piano d'Azione per Migliorare i Colli di Bottiglia:**

1. **Monitoraggio dei dati:**
  - Usare Google Analytics, heatmap, e strumenti di tracking per identificare dove gli utenti abbandonano il sito o il carrello.
  - Analizzare il feedback dei clienti tramite sondaggi post-acquisto.
2. **Ottimizzazione costante:**

- Semplificare i processi di checkout e ridurre i tempi di caricamento del sito.
- Implementare le call-to-action.
- 3. Feedback :**
  - Coinvolgere i clienti nel miglioramento continuo, chiedendo opinioni su prodotti e servizi.

Dopo un'**attenta analisi** del caso si possono determinare dei fattori da migliorare nel brand:

### **Azioni da intraprendere per aumentare la fase di acquisto**

#### **Caratteristiche principali:**

1. Decisione finale:

Il cliente ha valutato le opzioni disponibili (e-commerce e social, compresi i competitor) e sceglie di effettuare l'acquisto.

2. Esperienza d'acquisto:

È influenzata da fattori come:

- Facilità di completare il pagamento;
- Trasparenza su prezzi e costi aggiuntivi (spedizione);
- Sicurezza nella transazione.

3. Azioni tipiche del cliente:

- Aggiungere prodotti al carrello.
- Completare l'acquisto online o in negozio.
- Iscrivere a un servizio.

#### **Obiettivi del brand in questa fase:**

- **Ridurre le barriere:** Minimizzare gli ostacoli che possono bloccare il cliente, come moduli complessi o dubbi sull'acquisto.
- **Offrire incentivi:** Promozioni, sconti o spedizione gratuita per stimolare la conversione.
- **Rassicurare:** Garantire un'esperienza sicura e supportare il cliente con assistenza in caso di necessità.

### **Azioni da intraprendere per aumentare la fase di sostegno**

Come seguire l'acquisto e mantenere un rapporto positivo e solidale col cliente?

#### **Caratteristiche principali:**

Elementi chiave del sostegno:

- Assistenza clienti: Supporto per eventuali problemi o domande.
- Follow-up: Comunicazioni successive per confermare la soddisfazione.
- Garanzie e resi: Politiche chiare per risolvere eventuali insoddisfazioni.

Obiettivi principali:

- Fidelizzare il cliente per aumentare il tasso di riacquisto;
- Trasformare il cliente in un sostenitore del brand (es. recensioni positive, passaparola).

**Azioni del brand:**

- Invio di **email di ringraziamento** o conferma dell'ordine (thank-you-email con firma o del direttore o dello staff support);
- Fornire risorse utili, come guide o **tutorial** sul prodotto;
- Incentivare il cliente con promozioni personalizzate per acquisti futuri (e-mail al compleanno o alle festività);
- Invio di **lettera** con ringraziamenti, **firma** del titolare, insieme al pacco;
- Invio di **gadget** da scrivania o caramelle al miele;
- Packaging bello e accattivante che induca il cliente a esporre il **pacchetto dentro casa** e si ricordi del brand nel tempo.

**Contenuti efficaci sui social**

I contenuti devono essere coinvolgenti, educativi e visivamente accattivanti. Le azioni verteranno contenuti concentrati su Instagram e Tiktok, integrando Facebook per campagne più mirate.

**Instagram** (millennial e Gen Z)

- Estetica curata dei post con foto e video accattivanti come immagini del miele, alveare e packaging su sfondo bianco;
- Stories interattive con quiz e sondaggi;
- Collaborazioni con micro-influencer, ambientalisti e community legate al tema della sostenibilità.
- Creazione di hashtag virali come *#BeePositive*

**Tik Tok** (tardo-millennial e giovanissimi Gen Z)

- Video virali con curiosità e aneddoti sul brand;
- Dimostrazioni pratiche sui cosmetici con influencer;
- Mostrare il processo industriale in chiave leggera e ironica.

## Facebook (baby boomer e millennial)

- Gruppi tematici legati alla sostenibilità, cosmetica e bio-products;
- Promuovi webinar e eventi esclusivi per clienti;
- Invita i clienti a registrarsi al luogo della pagina o a fornire feedback sulla tua pagina.

## Esempi di copy per adv post



**“Dalle api, per il tuo benessere: cera d’api 100% biologica trasformata in prodotti unici e artigianali. Sostenibili, naturali, esclusivi. Fai una scelta che conta per te e per il pianeta!”**

**“Un piccolo gesto per te, un grande impatto per il pianeta. Scegli i nostri prodotti artigianali a base di cera d’api biologica: sostenibili, unici, fatti con amore.”**

**“Proteggi la natura con ogni acquisto. I nostri cosmetici e candele artigianali rispettano le api e il pianeta, offrendo bellezza e benessere 100% naturali.”**

## Motori di ricerca

**Obiettivo:** Catturare utenti già pronti ad acquistare e consapevoli del brand

## **5 Title**

1. Cera d'Api Naturale Online
2. Cosmetici Bio Sostenibili
3. Cosmetica Artigianale Green
4. Prodotti con Cera d'Api
5. Apicoltura Etica e Naturale

## **2 Snippet**

1. Candele e cosmetici artigianali con cera d'api naturale. Sostenibilità garantita.
2. Prodotti bio con cera d'api da apicoltura etica. Bellezza e benessere sostenibili.

## **Conclusione**

Con questo approccio, Alvearia può attrarre un pubblico sempre più ampio e migliorare la propria reputazione, affrontando in modo mirato le eventuali criticità lungo il percorso del cliente.