

Manta5

Contact

...ned to test our Hydrofoilers in the world's purest locations with some of the best watersport and cycling athletes on our doorstep.



Manta5

- 1. analisi sul mercato
- 2. analisi sui target cliente
- chi è il cliente quali sono i suoi bisogni ,perché desidera il prodotto, dove lo acquista,quando lo utilizza.
- 3. Analisi della concorrenza
- 4. Analisi dei principali prodotti venduti (tools)
- Collega le 4 p in una strategia coerente al fine di strutturare il marketing mix e affiancare metodi di promozione
- Costruire contenuti per domanda diretta e domanda latente per stimolare l'attenzione delle persone che rispond a queste domande:
- Come individuo il mio cliente ideale?
- Come si informa e decide di acquistare?
- Quali dubbi e timori potrebbero bloccare l'acquisto?
- Chi sono e che cosa fanno i miei competitors?





Chi siamo:

- Anno di fondazione : 2011
- Dipendenti: 10-50
- Sede principale : Nuova Zelanda
- Ricavi annuali : 2.0M \$ - 5.0M \$
- Settore: Sport

Traffico e coinvolgimento il mese scorso

Visite totali degli ultimi 3 mesi

Visite totali
50.9K

Variazione Mese scorso
470.3% ▲

Durata media della visita
00:01:57

Indice di rimbalzo
53.06%

Pagine per visita
2.80

similarweb

33.0K



NOV

8.9K



DIC

50.9K



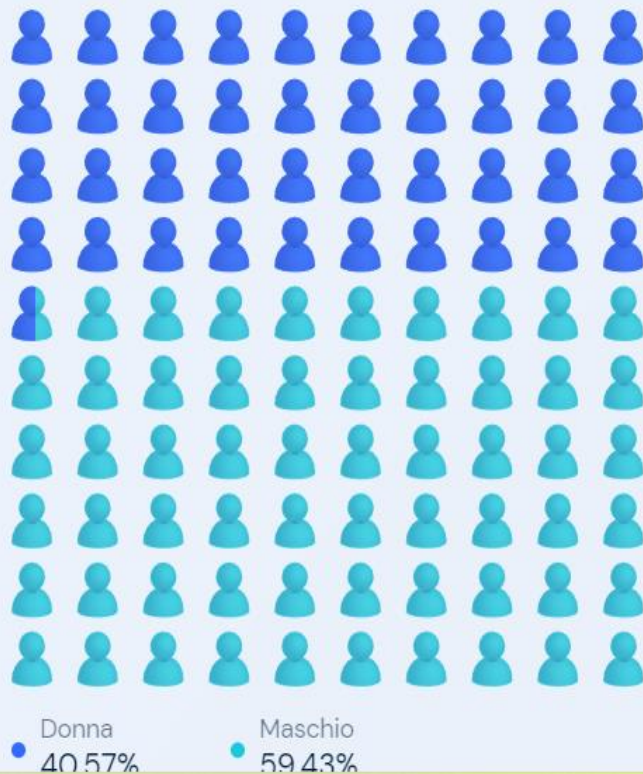
GEN

manta5.com Dati demografici del pubblico



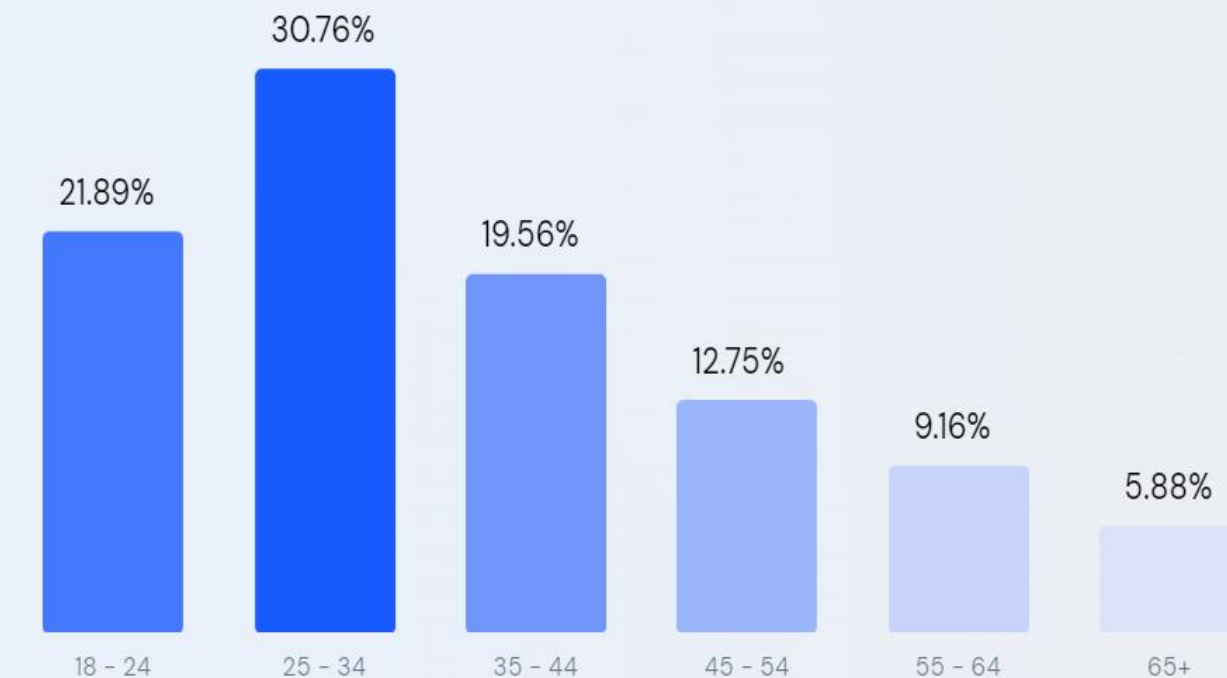
La composizione dell'audience può rivelare l'attuale quota di mercato di un sito tra vari tipi di pubblico. manta5.com Il pubblico è 59.43% maschile e 40.57% femminile. Il gruppo maggiore per età ha 25 - 34 anni (Desktop). (Sui dispositivi desktop)

Ripartizione per genere



Ripartizione per età

similarweb





Cliente tipo: identikit B2C e B2B

- Sesso: Uomini e donne
- Fascia di età : 18-44 anni
- Nicchia specifica: sportivi, adolescenti , persone con passioni per la natura e ambiente
- Località: luoghi con acque sicure come baie e laghi
- Budget: High Ticket Buyer , o comunque di sposti a pagare per un esperienza unica e divertente
- Esperienza richiesta: Generalmente facile da usare , livello medio basso.

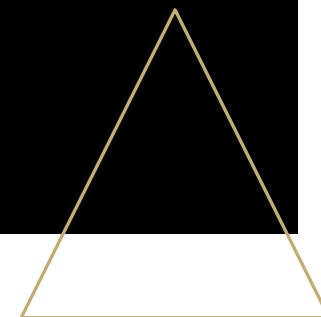
In Ottica B2B sono favoriti:

- Lidi balneari, Coste di Laghi e Baie, Negozi di Imbarcazioni dal nord al sud Italia
- 



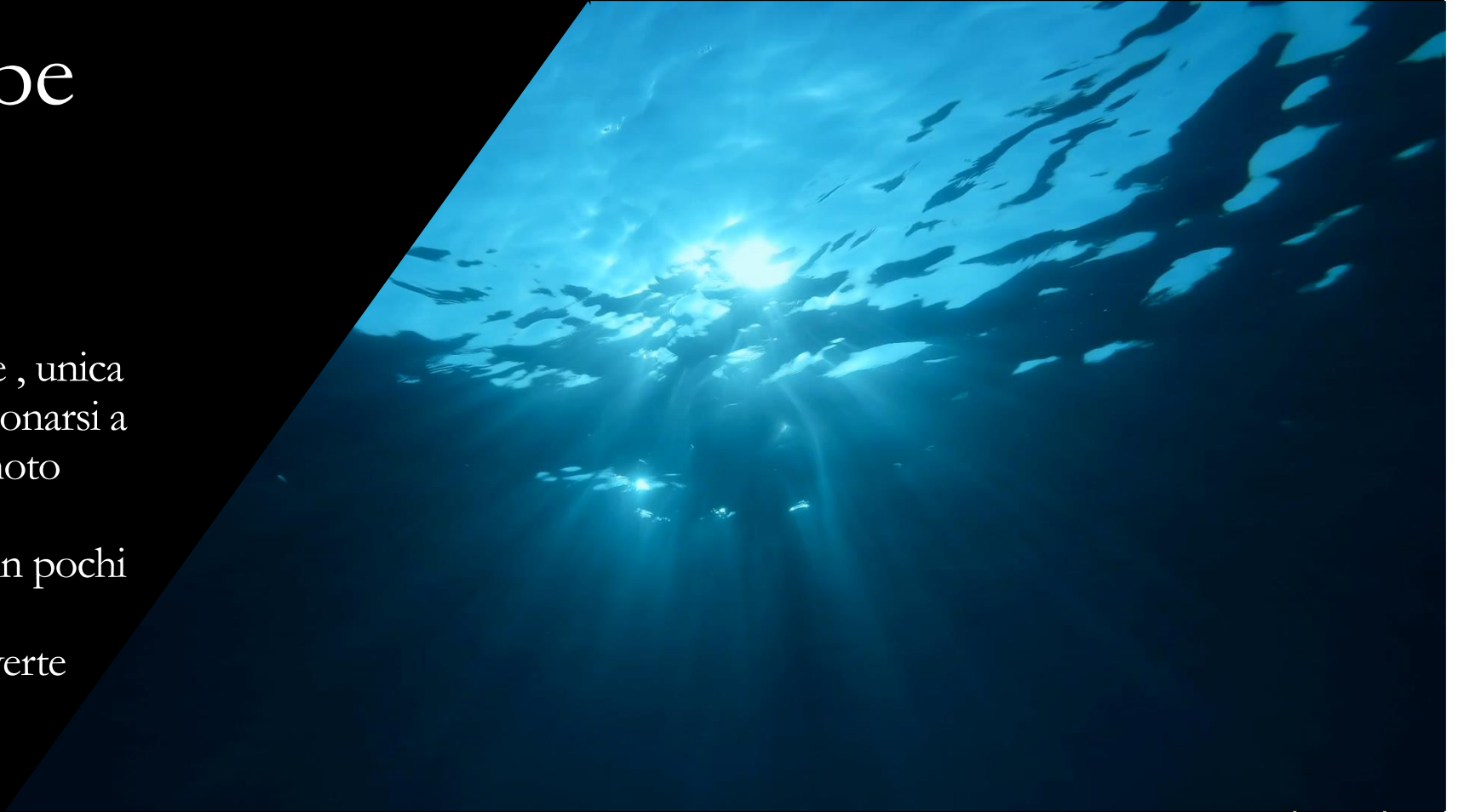
Cliente tipo: identikit

- Manta5 vuole rispondere alle esigenze di una clientela sportiva e avventurosa che vuole vivere un'innovativa esperienza di divertimento in acqua dolce e salata , replicando la pedalata tradizionale in strada.
- Il cliente tipo di Manta5 non si accontenta di ingombranti galleggianti e desidera sperimentare la libertà di guida che solo le nostre bici , come nessun altro mezzo riescono a regalare.
- Il prodotto deve essere facilmente reperibile, provato prima dell'acquisto e sicuro per essere alla portata di tutti.
- Il periodo ideale di riferimento è sicuramente la Primavera/ estate/autunno sia per il mercato B2c che B2b



Ciente tipo: Perché dovrebbe acquistarla?

1. Vive un'esperienza più diretta e divertente con l'acqua intorno a se , unica nel suo genere che non può paragonarsi a quella di piccole imbarcazioni o moto d'acqua
2. provare qualcosa di nuovo che in pochi possono aver fatto
3. tenersi in forma mentre ci si diverte



Analisi della concorrenza



Scafi/piccole
imbarcazioni



Motoscafi



Pedalò



flyboard

Analisi della concorrenza



Schiller bikes



f-one.world kitesurf e
windsurf

Il nostro vantaggio:



f-one.world kitesurf e
windsurf:

1. Si può utilizzare anche in caso di condizioni atmosferiche statiche garantendo divertimento
2. Motore elettrico con ped.ass.



Pur costando di più, essendo più compatta a livello di dimensioni la manta5 :

1. È più facile da trasportare
2. I costi di spedizione sono più contenuti
3. Motore elettrico con pedalata assistita

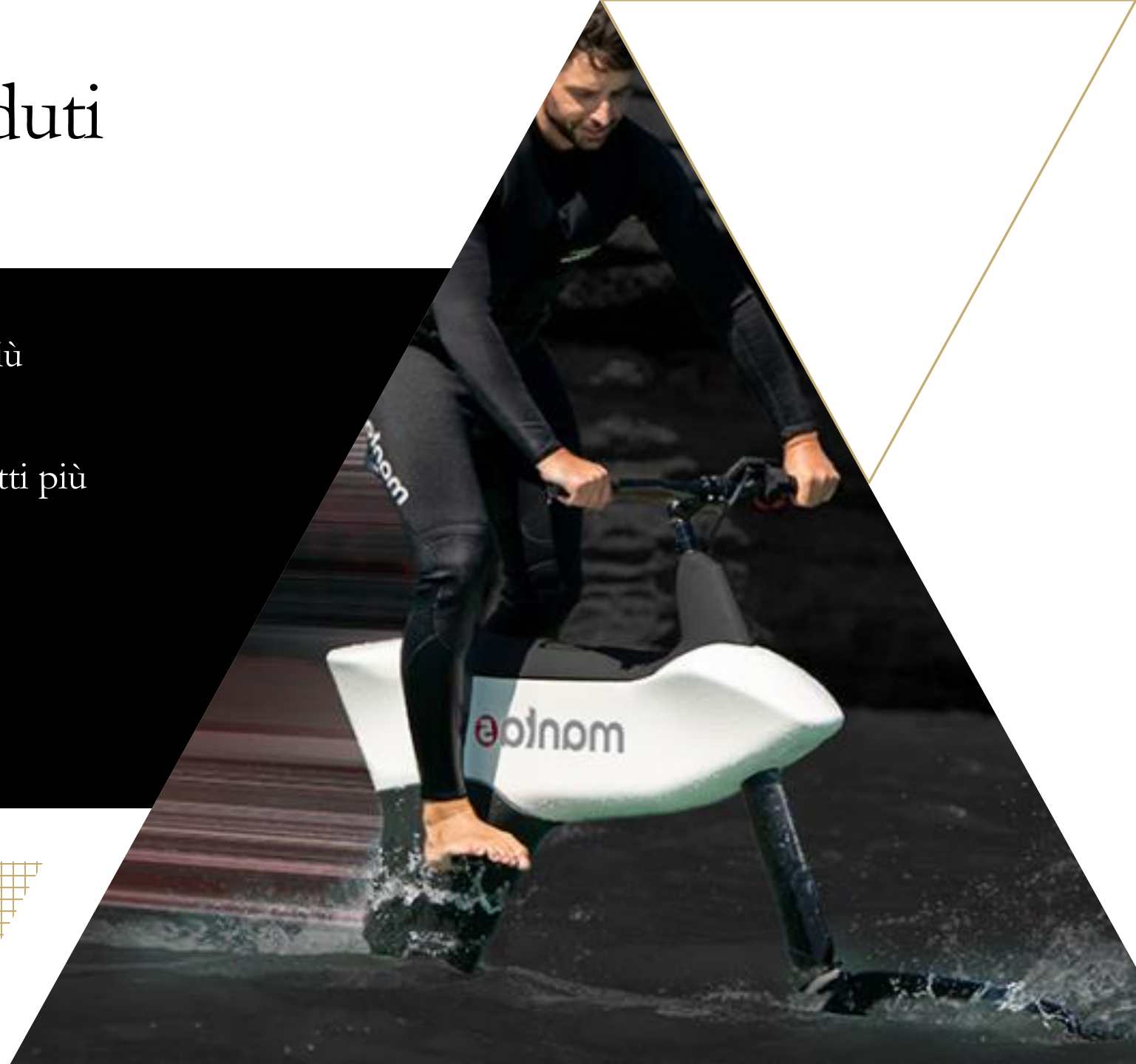
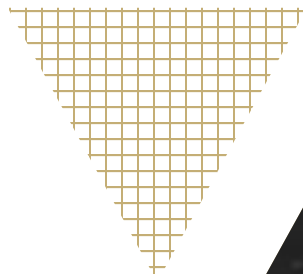
Rispetto alla moto d'acqua

1. Non è necessario possedere la patente nautica
2. non inquina

Analisi prodotti venduti

Per quanto riguarda manta5 il prodotto più venduto è HYDROFOILER XE-1

Per quanto riguarda i concorrenti i prodotti più venduti





PRODUCT

La promozione del prodotto dovrà avvenire attraverso i principali social e la comunicazione del sito ufficiale.

- Inviti ufficiali tramite mail presso showroom fisico
- Conferenze online di presentazione prodotti alle aziende interessate in ottica b2b
- Prova gratuita per coloro che sono già in possesso di prodotti concorrenti

PRICE

Il prezzo verrà personalizzato in base al mercato di riferimento :

Mercato B2C:

- Ci si rivolge ad un target di persone ad alto budget spendibile con un prezzo di 8990\$

Mercato B2B:

- Ci si rivolge ai lidi balneari piuttosto che a rivenditori intermediari che andranno a locare le Hydro Byke presso le loro strutture. Anderemo a costruire contratti trimestrali/semestrali di affitto merce

COLLEGARE LE 4 P

PLACE

Lidi balneari più esclusivi della Nazione

Es. Forte dei Marmi, Excelsior Beach di Venezia

Phi Beach in Sardegna, Da Luigi ai faraglioni a Capri, Nikki Beach in Costa Smeralda ecc.

Showroom nelle città con un bacino di utenza elevato

PROMOTION

La promozione deve avvenire:

ONLINE

Attraverso i canali social e attraverso l'email marketing

OFF-LINE

Attraverso eventi esclusivi a numero chiuso di promozione nelle location più esclusive

Analisi SWOT

UNO:

lorem ipsum lorem ipsum

DUE:

lorem ipsum lorem ipsum

TRE:

lorem ipsum lorem ipsum

QUATTRO:

lorem ipsum lorem ipsum

CINQUE:

lorem ipsum lorem ipsum

SEI:

lorem ipsum lorem ipsum

Domanda diretta

Puntare sulla SEO delle parole chiave nei motori di ricerca, quelle più consigliate sono :

hydro bikes

bicicleta electric

bike in water

water bike

bike water

waterbike

water bikes

water cycling

cycle water

fonte: Ubersuggest.com



Dubbi e timori che possono bloccare l'acquisto :

1. Non essere in grado di guidare il mezzo
2. Il prezzo
3. La stagionalità del prodotto
4. Non riuscire a coprire i costi dei fitti (b2b)



Soluzioni :

1. Organizzare delle lezioni prova gratuite ,creare delle video-guide pratiche su youtube .
2. Optare per il noleggio o il pagamento a rate
3. Sfruttare il prodotto più mesi all'anno
4. Costo del fitto può essere ripartito con più lidi attraverso una convenzione



Contenuti per i social:

1. Post adv con sportivo famoso es. Federica Pellegrini o Gregorio Paltrinieri mentre utilizzano Manta5
2. Reels dove vengono esplorate le baie più belle della penisola con delle riprese dall'alto effettuate da droni dove è ben visibile il fondale
3. Repost dei contenuti social dei lidi balneari dove viene mostrato che le Water Bykes sono utilizzate dai bagnini come mezzo di salvataggio e messa in sicurezza.
4. Post con ragazzi che fanno una gara di bici sul lago



Contenuti per i motori di ricerca:

1. Ottimizzare in ottica SEO e SEM la ricerca delle parole chiave attraverso l'indicizzazione attraverso l'inserimento delle keywords nel tag title
2. Utilizzare Keywords coda-lunga con parole chiavi composte da più sostantivi.
3. Ottimizzare le immagini e la ricerca di questi attraverso google lens

Google

5 prezzo
manta5 hydrofoil
manta5 hydrofoiler sl3
manta5 water bike
manta5 video
manta5 hydrofoiler xe-1 price
manta5 xe-1
hydrofoil manta5
manta5 hydrofoiler xe-1 e-bike

Bozze di Copy per social (domanda latente)

- «get lost, find adventure» Manta5
- Dimentica l'ultima volta che ti sei sentito libero, adesso è in atto una rivoluzione
- Il divertimento che non ti aspetti, rispettando l'ambiente



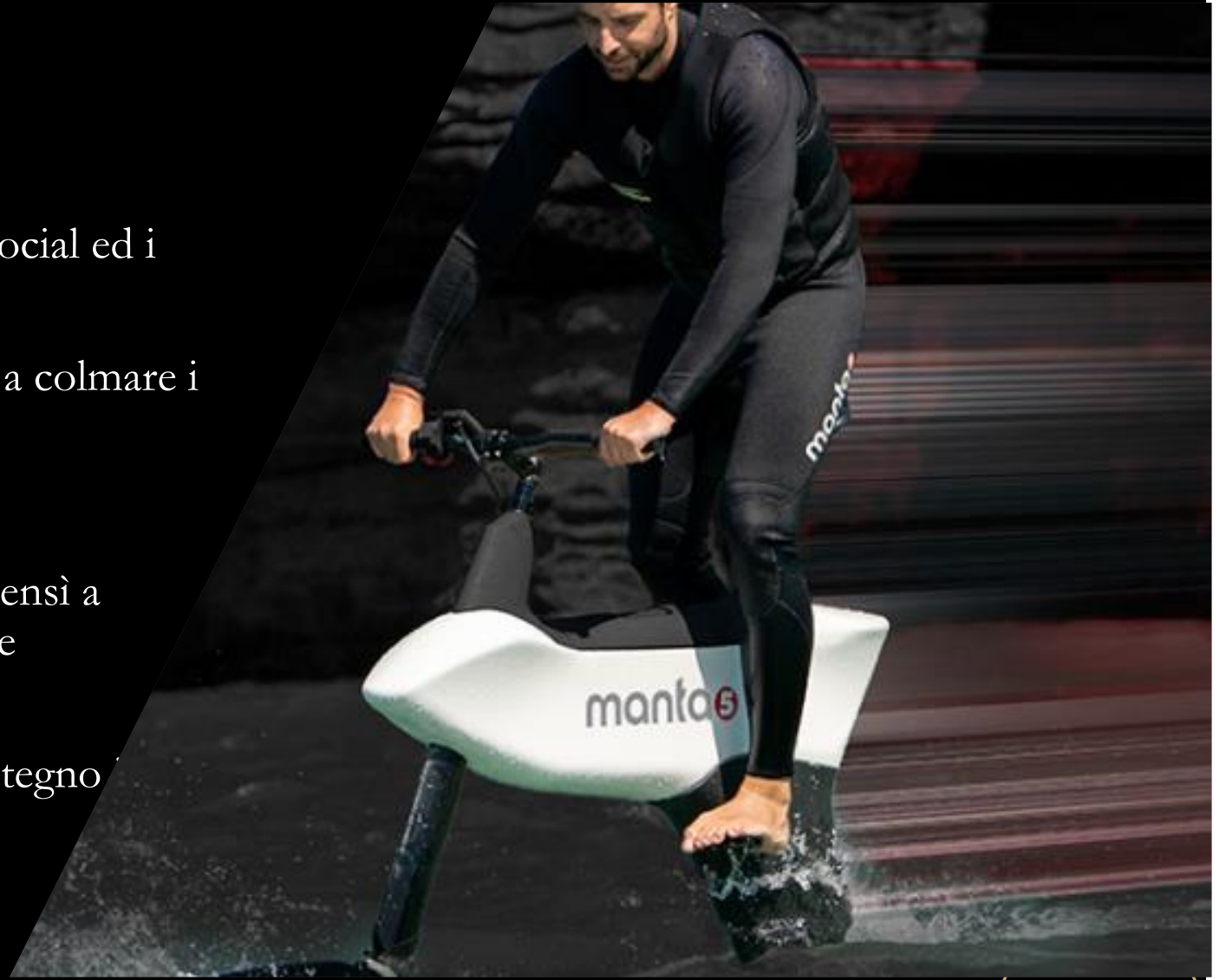


COPY

- Titolo: Bici acquatica italia
- Snippet: Motore elettrico in fibra di carbino, qualità e avventura.
- Titolo : la prima E-Bike in Italia
- Snippet: pedala nei paesaggi acquatici liberamente
- Titolo: La libertà di pedalare in acqua
- Snippet: una bici che vola sull'acqua

Funnel: struttura e obiettivo

- Scoperta: Presentarsi ai clienti attraverso i social ed i canali giusti
- Attrazione: Contenuti di qualità che vadano a colmare i desideri degli sportivi
- Ricerca: ottimizzazione in ottica SEO
- Acquisto: Spingere non tanto al riacquisto bensì a lasciare segno della loro esperienza positiva e condividerla
- Passaparola: se si è creata stima, fedeltà e sostegno passaparola è automatico





Azioni di Brand Attraction

- Campagne social dove si incoraggiano le persone a prendere parte a delle visite guidate tra le coste più suggestive del Sud «un giro in bici, come non lo hai mai fatto» a bordo delle manta5
- Condividere le esperienze più belle su riviste specializzate dove vengono descritte le specifiche dei due prodotti di punta

Azioni di Brand Reputation

- Manta5 è un brand green in quanto sfrutta un motore elettrico che gli consente di non inquinare le acque che naviga e la sua struttura preserva gli ambienti marini
- La qualità dei materiali utilizzati e garantiti da una speciale polizza che consente la massima resa e soddisfazione del cliente che la utilizza
- Il servizio clienti sempre a disposizione



Grazie



LinkedIn

www.linkedin.com/company/manta5



Twitter

[@Manta5_NZ](https://twitter.com/Manta5_NZ)



Posta elettronica

louis@manta5.com



Telefono

[+44 208 089 7892](tel:+442080897892)

Contact

...y positioned to test our Hydrofoilers in the world's purest locations with some of the best watersport and cycling athletes on our doorstep.

