



Presentazione Cereris borse

STRATEGIA DI MARKETING

DATA 22/02/0223

Obiettivi

1. Aumentare le interazioni e recensioni sui social network
2. Aumentare il brand attraction e Brand reputation (colli di bottiglia)
3. Come spingo i clienti a sostenere Cereris
4. Come spingo le persone al riacquisto se non abbiamo info

Aumento delle interazioni e recensioni

Cereris bags



- Il cliente che ha già acquistato la nostra borsa troverà all'interno della confezione un flyer che contiene le indicazioni su come ricevere un codice sconto del 30% sul prossimo acquisto in cambio di una recensione
- Il cliente che seguirà la pagina social di Cereris riceverà -10 euro sul prossimo acquisto
- Il cliente che si iscriverà alla newsletter in fase di registrazione sul sito riceve sin da subito il 20% di sconto
- In cambio di una recensione si riceve una mini guida in formato ebook su come abbinare gli articoli presenti nello store





Aumentare il Brand attraction e Brand Reputation

| | |
|------|---|
| N. 1 | Alzare il tono di voce attraverso post dove traspare il valore del brand |
| N. 2 | Comunicare lo status |
| N. 3 | Organizzare all'interno dello store fisico degli eventi slegati dalla mera vendita per creare una community |

Facciamo conoscere il brand, la sua mission e i suoi valori:

- cruelty free
- tessuti vegan
- packaging plastic free
- utilizzare un tono confidenziale nei post

AWARE -SCOPERTA

Attiviamo una relazione, instauriamo un dialogo ,
facciamoci trovare ovunque.

- adv personalizzate
- sorpresa omaggio per il primo acquisto in store fisico
- utilizzare un tono confidenziale nei post
- aprire un sondaggio nelle stories riguardo la produzione di 3 varianti colore di borse

APPEAL-ATTRAZIONE

Offrire esperienze in ottica omnicanale in tutti i touch point:


- collegare il sito ad una chat di assistenza
- ottimizzare la nostra posizione nei motori di ricerca attraverso seo sem e la serp
- conoscere i propri indici di PAR e BAR

ASK-RICERCA

Utilizzare post che comunichino la nostra
Favorability

- sfruttare i punti di debolezza di un competitor a nostro favore
- spingere clienti al riacquisto attraverso un incremento dell'engagement dei post

ACT AND ADVOCACY-ACQUISTO E PASSAPAROLA



Bisogna incrementare le fasi centrali di acquisto rendendo semplice e intuitivo effettuare la transazione

In mancanza di contatti diretti con il nostro cliente dobbiamo cercare di convertirlo attraverso sconti premi e giveaway organizzati con l'intento di aumentare sia le interazioni che il passaparola

Quando il cliente effettua il suo primo ordine invogliarlo con un codice sconto in cambio della registrazione ad una carta fedeltà e raccolta punti che da accesso in maniera preventiva a modelli di borse esclusive

Considerazioni chiave



Investire in SEO

Presenziare in maniera
attiva e proattiva sui
social

Condividere le
esperienze dei clienti

Rendere l'esperienza del
cliente indimenticabile
(omaggi, offerte
dedicate, accesso ad eventi
esclusivi)

