

Marketing Agency Triple M



Identità e Community del brand

Reraise

Cosa é Reraise



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. Reraise ha un Design Creativo e Originale: ogni capo d'abbigliamento è progettato con attenzione ai dettagli per catturare l'essenza delle carte in modo innovativo e accattivante.. Reraise è Qualità e Comfort Eccellenti: utilizza solo materiali di alta qualità per garantire che i prodotti siano confortevoli da indossare e durevoli nel tempo. Ogni capo è realizzato con cura per offrire una vestibilità impeccabile e una sensazione di lusso.

Community



Reraise è molto più di un semplice marchio di abbigliamento; è una comunità appassionata di veri amanti dei giochi di carte. La missione di Reirase è quella di creare non solo abbigliamento di alta qualità, ma anche uno spazio inclusivo e coinvolgente dove gli appassionati dei giochi di carte possono connettersi, condividere e celebrare la loro passione comune.

L'azienda **Reraise** è nata dalla volontà di fondere la passione per i giochi di carte con l'amore per la moda e lo stile. Si impegna a creare capi d'abbigliamento che riflettano l'identità e la personalità dei suoi membri.

Marketing Agency Triple M



Analisi cliente tipo Reraise

Chi è e come individuo il mio cliente ideale?



- **Persona ideale** (Buyer Persona): Creeremo contenuti che definiscano chi è il cliente ideale per **Reirase**. Questo potrebbe includere dettagli demografici come età, genere, posizione geografica, ma anche aspetti psicografici come interessi, stile di vita e valori.
- **Contenuti di ispirazione**: Realizzeremo articoli, video o post sui social media che mostrano storie di persone simili al nostro **cliente ideale** che indossano i nostri abiti rappresentando il loro umore, **originalità e creatività per trasmetterlo nel mondo delle carte**.

Cliente tipo 1



Il Giocatore Esperto - Alessandro (28 anni)

Alessandro è un appassionato giocatore di poker con una vasta esperienza nel mondo dei giochi di carte. Ha una personalità sicura e ama partecipare a tornei locali e online. Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in modo sottile e elegante.

Cliente tipo 2



La Giocatrice Sociale - Martina (24 anni) Martina ama trascorrere il suo tempo libero giocando a burraco e scala 40 con gli amici. È alla ricerca di abbigliamento casual e confortevole che possa indossare durante le serate di gioco a casa o in occasioni informali con gli amici. È interessata a capi che siano divertenti e alla moda, ma si chiede se ci siano opzioni disponibili per le donne che non siano solo t-shirt oversize o felpe senza forma

Cliente tipo 3



Il Novizio Curioso - Luca (22 anni) Luca è nuovo al mondo dei giochi di carte, ma è molto incuriosito. Ha appena iniziato a giocare a bridge con alcuni amici e vuole esplorare ulteriormente questo hobby. È alla ricerca di abbigliamento che possa indossare durante le sue prime partite, che possa aiutarlo a sentirsi parte della comunità dei giocatori di carte. Tuttavia, ha dubbi su quali siano i motivi o i simboli più appropriati da cercare sui capi d'abbigliamento, e se sia meglio optare per un look più tradizionale o più moderno.

Vantaggi & Svantaggi



- **Svantaggi:** Potrebbero temere di non trovare ciò che cercano a un prezzo accessibile, o potrebbero essere frustrati dalla mancanza di tempo per cercare con cura.
- **Vantaggi:** Desiderano trovare capi di tendenza che si adattino al loro stile personale e al loro budget, sperando di ricevere complimenti per il loro look.
- **Rischi:** Il rischio potrebbe essere quello di fare acquisti impulsivi che non soddisfano veramente le loro esigenze o di spendere troppo su un singolo capo che potrebbe non essere versatili come sperato.

Ecco come potremmo affrontare le loro preoccupazioni



- **Creiamo guide** all'acquisto che rispondano specificamente alle preoccupazioni di ciascun persona, fornendo dettagli sulle qualità del tessuto, design e taglie disponibili.
- **Pubblichiamo** recensioni e testimonianze da parte di altri appassionati di giochi di carte che hanno acquistato e apprezzato i nostri capi d'abbigliamento.
- **Utilizziamo le nostre piattaforme social** per mostrare foto e video dei nostri capi indossati durante sessioni di gioco, evidenziando comfort, stile e adattabilità.
- Con queste **strategie**, possiamo rassicurare i nostri Audience Personas e soddisfare le loro esigenze specifiche, aumentando la fiducia nel nostro marchio e incoraggiando l'acquisto dei nostri prodotti.



Analisi competitor e implemento strategia vincente x Reraise

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?



- **Analisi dei competitor:** Realizziamo contenuti che analizzino i punti di forza e di debolezza dei nostri principali concorrenti nell'industria dell'abbigliamento. Questo potrebbe includere confronti di prezzi, qualità dei prodotti, esperienza del cliente e strategie di marketing.
- **Differenziazione:** Creiamo contenuti che evidenzino ciò che ci rende unici rispetto ai nostri competitor, come l'uso di materiali sostenibili, design innovativi o un servizio clienti eccezionale.

Competitor diretti



- **Zara:** Conosciuto per la sua moda veloce e accessibile, Zara è uno dei leader nel settore dell'abbigliamento a livello globale. Si distingue per la sua capacità di produrre e mettere in vendita capi di tendenza in tempi rapidi.
- **H&M:** Simile a Zara, H&M è un altro gigante della moda veloce che offre una vasta gamma di abbigliamento per uomini, donne e bambini a prezzi accessibili. H&M ha anche un forte impegno per la sostenibilità.

Implementazione della strategia finale

- **Utilizzeremo** una varietà di piattaforme per distribuire i nostri contenuti, inclusi il nostro sito web, i social media, blog, newsletter e canali video.
- **Monitoreremo** attentamente l'**engagement** e i **feedback** del pubblico per adattare e ottimizzare continuamente la nostra strategia di contenuti.
- In questo modo, **stimoleremo** l'attenzione delle **persone** fornendo loro **contenuti** informativi, rassicuranti e rilevanti che affrontano le loro domande latenti e li **guideremo** attraverso il **processo di acquisto**, differenziandoci dalla concorrenza e creando una **relazione di fiducia** con il nostro pubblico.



Grazie dell'attenzione

Marketing Agency Triple M

