

# **Identità e Community del brand**

## **Reraise**



**Marketing Agency Triple M**



# Cosa é Reraise

---

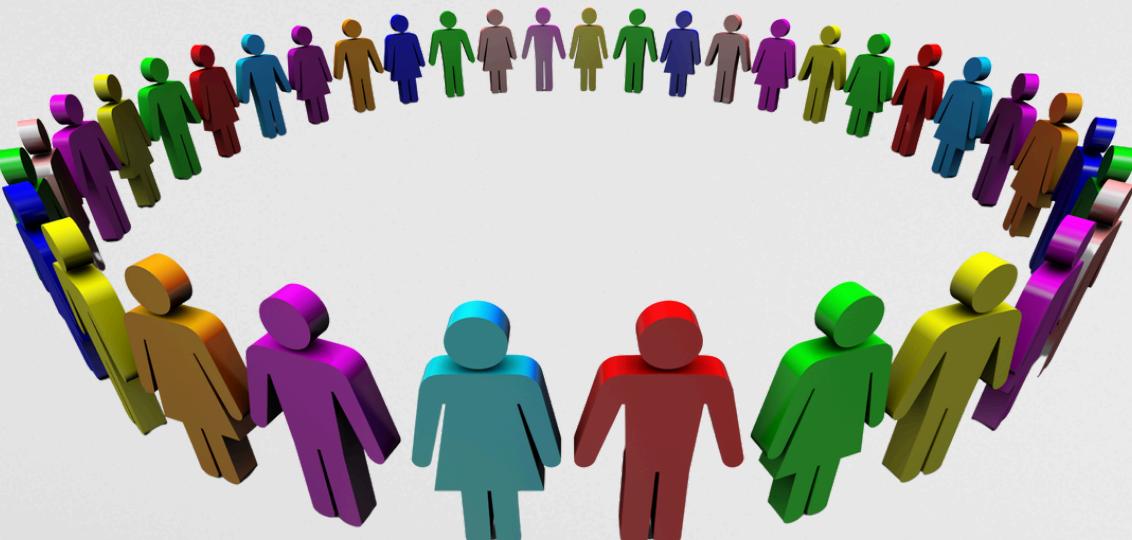


**Reraise** è un brand di **abbigliamento** (vendita di t-shirt e felpe) che si **impegna** a **offrire** ai veri appassionati dei giochi di carte un **modo unico per esprimere** la propria **passione** attraverso il loro **stile personale**. Reraise ha un **Design Creativo e Originale**: ogni capo d'abbigliamento 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.

# 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 **connetersi**, **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.



# **Analisi cliente tipo**



**Marketing Agency Triple M**



# Chi è il mio cliente ideale?

---



- **Persona ideale** (Buyer Persona): Creeremo **contenuti** che **definiscano** chi è il **cliente** ideale per **Reirase**. Questo potrebbe includere **detttagli demografici** come età, genere, posizione geografica, ma anche aspetti **psicografici** come **interessi**, stile di vita e **valori**.

# 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.

# **Analisi competitor**



**Marketing Agency Triple M**



# Competitor diretti

---



## Pokerstars:

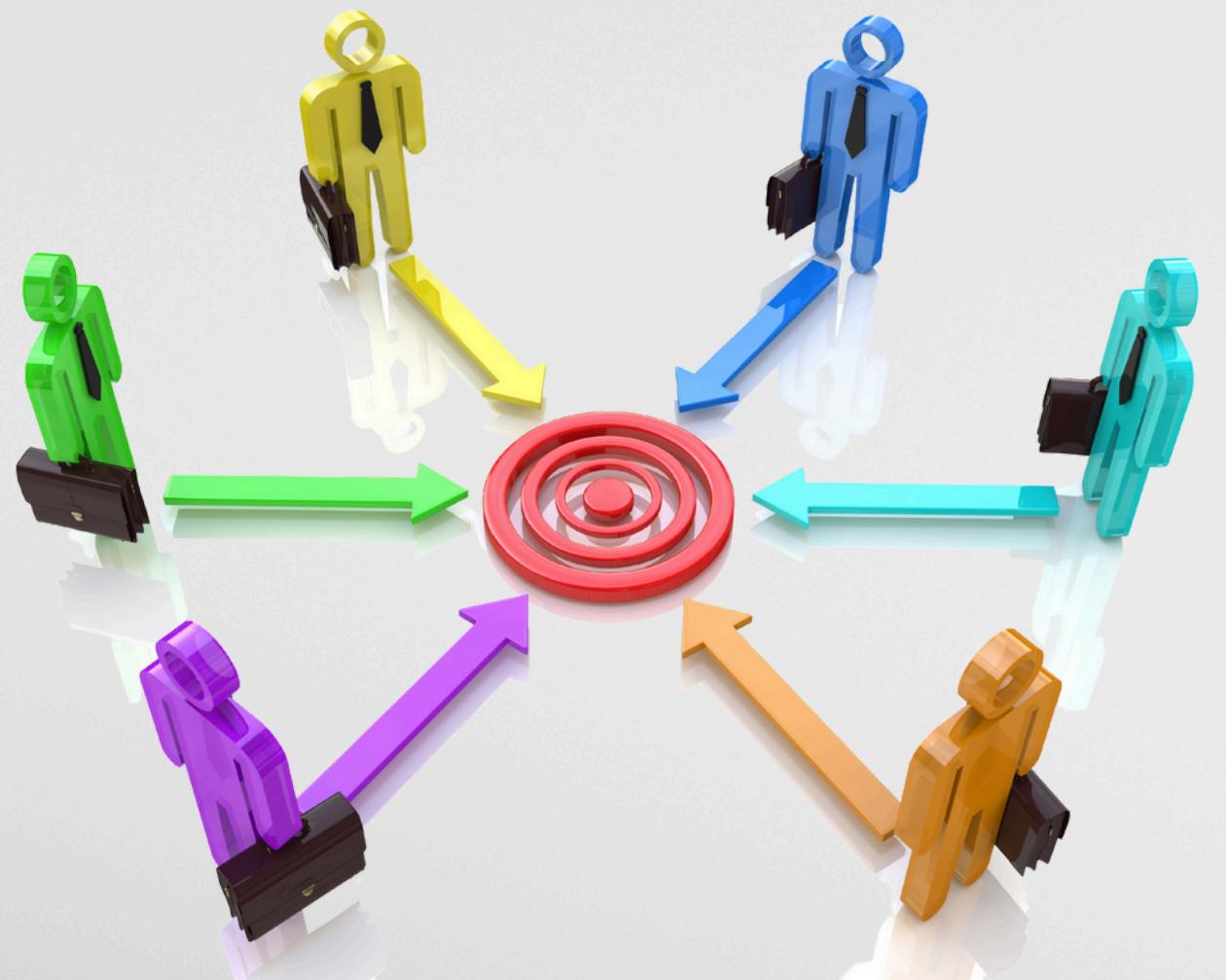
Pokerstars è un marchio ben noto nel settore del poker online e offre una vasta gamma di prodotti legati al poker, tra cui **abbigliamento, accessori** e articoli da regalo.

Il loro sito web è ben strutturato e offre un'ampia selezione di prodotti di alta qualità. Sul loro profilo Instagram, condividono contenuti legati al mondo del poker, eventi e promozioni.

Possono essere una fonte di ispirazione per Reirase in termini di varietà di prodotti offerti e coinvolgimento della community.

# Competitor indiretti

---



## Dal Negro:

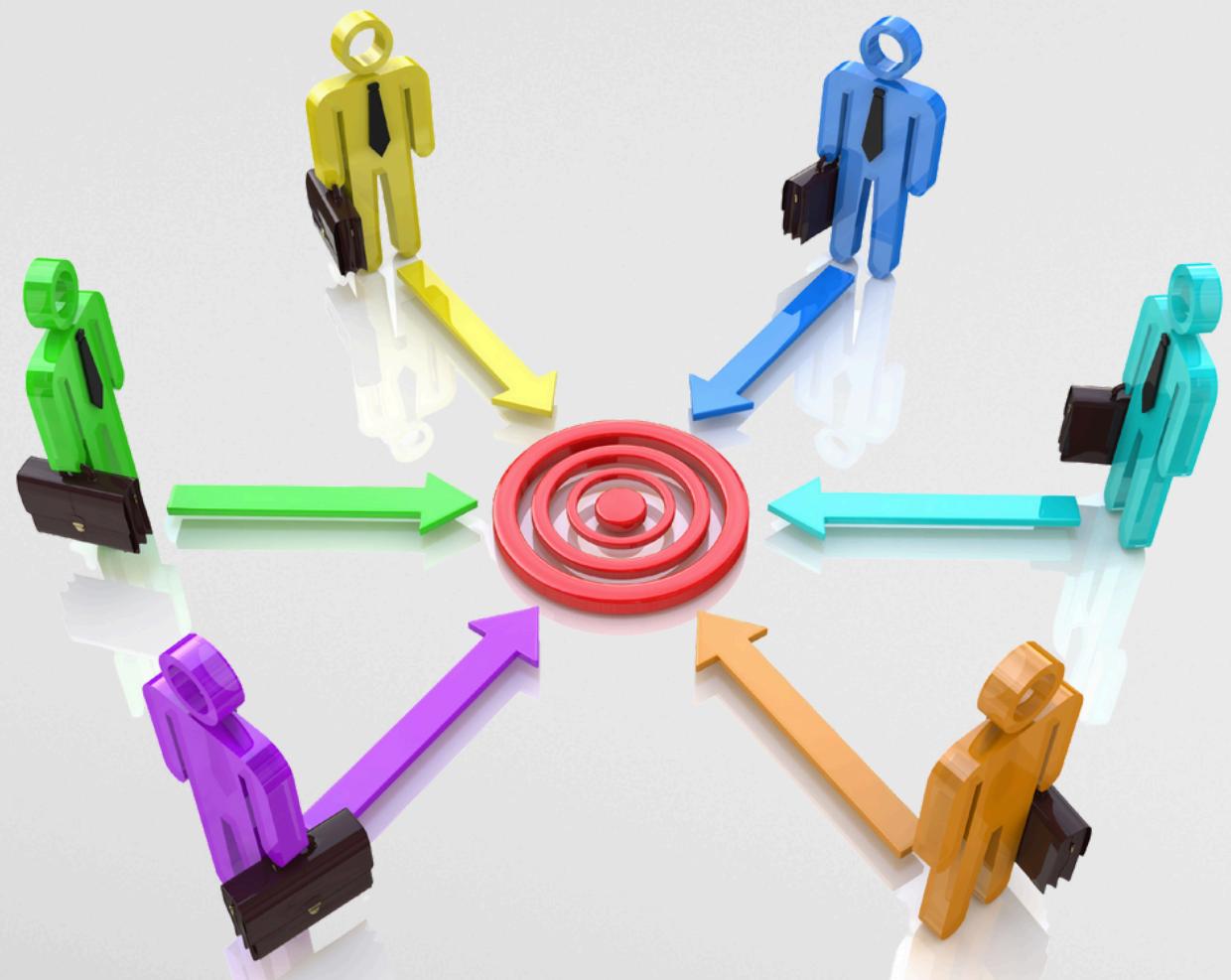
Dal Negro è un marchio italiano storico nel settore dei **giochi da tavolo** e delle **carte**. Sul loro sito web, offrono una vasta gamma di prodotti, tra cui carte da gioco, set da poker e accessori.

Il loro profilo Instagram mostra immagini dei loro prodotti e presenta testimonianze da parte di clienti soddisfatti.

Possono essere un riferimento per Reirase in termini di autenticità, tradizione e qualità dei prodotti offerti.

# Competitor indiretti

---



## Tacchette:

Tacchette è un marchio italiano specializzato nella **produzione e vendita** di tacchette per scarpe da calcio personalizzate. Sebbene non sia direttamente correlato al settore dei giochi di carte, il loro approccio alla personalizzazione e alla qualità potrebbe essere un'ispirazione per Reirase per offrire opzioni personalizzate o esclusive per i suoi clienti. Inoltre, lo studio del loro pubblico target tramite il prodotto potrebbe fornire interessanti spunti per comprendere meglio le audience personas nel settore dei giochi di carte.

# Cosa fanno i miei competitor?

---



- Realizzeremo **contenuti** che **analizzino** i punti di **forza** e di **debolezza** dei nostri principali **concorrenti** nell'industria dell'**abbigliamento** e **non**
- Questo potrebbe includere confronti di **prezzi**, **qualità** dei prodotti, **esperienza** del cliente e **strategie** di marketing.

# **Strategia promozionale vincente & Fidelizzazione Cliente**



**Marketing Agency Triple M**

# Asset promozionale

---

P  
R  
O  
M  
O  
T  
E

1. Creazione concept creativo
2. Sviluppo contenuto
3. Test e ottimizzazione
4. Distribuzione e promozione
5. Monitoraggio e valutazione
6. Fedeltà & Passaparola

# Proposizione Asset

- Basandoci sulla comprensione del pubblico target e degli obiettivi della campagna come mostrato in precedenza svilupperemo un **concept creativo** che sia unico, coinvolgente e memorabile.
- **Creeremo copy accattivanti, immagini di alta qualità, video o grafica creativa.** Assicurandoci che il **contenuto** sia rilevante, **chiaro** e in linea con il vostro **messaggio di marca.**



# Proposizione Asset

---

ASSET

- Eseguiremo dei **test** per valutarne l'efficacia. **Utilizzeremo feedback e analisi** per **ottimizzare** ulteriormente l'asset e **massimizzarne le prestazioni**.
- Utilizzeremo piattaforme **social**, annunci **pay-per-click**, **e-mail marketing** o altre tattiche per **promuovere l'asset** raggiungendo il pubblico targetizzato fidelizzandolo per un rapporto di fiducia duraturo nel tempo.

# Proposizione Asset

---

ASSET

- **Monitoreremo** costantemente le **prestazioni** del vostro asset **attraverso metriche chiave** come tassi di clic, conversioni e coinvolgimento.  
**Valuteremo** i **risultati** rispetto agli obiettivi della **campagne** e apporteremo eventuali modifiche o aggiustamenti necessari per **massimizzare** il rendimento dello stesso, **ottenendo** così un **ROI garantito e duraturo** nel tempo

# Fedeltà Cliente & Passaparola



# Programma di fedeltà e incentivazione:

Offriremo incentivi come sconti esclusivi, punti fedeltà o regali speciali per incoraggiare i clienti a tornare a fare acquisti sul vostro sito.

**Comunicazioni personalizzate:** Utilizzeremo dati e analisi per inviare comunicazioni personalizzate ai clienti, come offerte speciali basate sui loro acquisti precedenti o messaggi di ringraziamento per la loro fedeltà al marchio.

# Fedeltà Cliente & Passaparola

---



**Assistenza clienti di alta qualità:** Ci assicureremo di fornire un servizio clienti eccellente e tempestivo. Rispondendo prontamente alle domande e ai problemi dei clienti e faremo del nostro meglio per risolverli in modo soddisfacente.

**Iniziative di coinvolgimento della community**  
Queste iniziative possono aiutare a creare un senso di appartenenza e a far sentire ai clienti di far parte di qualcosa di più grande di un semplice marchio di abbigliamento.

# Asset duraturo e vincente

---

In questo modo andremo a ottimizzare il Marketing promozionale vincente del vostro Brand e la fidelizzazione Cliente



- ✓ **CONTENT MARKETING**
- ✓ **MARKETING OMNICHANNEL**
- ✓ **CUSTOMER LIFETIME VALUE**