



manta 5

L'autentica esperienza ciclistica elevata
dall'acqua

Michela



AGENDA

| 01 ANALISI DI MERCATO

Come posiziono il mio brand? Come posso penetrare il mercato? Quanta probabilità c'è che io abbia successo?

| 02 MARKETING MIX

Analisi target market & competitors, le 4 P: product, price, place & promotion

| 03 BRAND AWARENESS & REPUTATION

Come posso affermare il mio brand? E fidelizzare i miei clienti? E fare in modo che lo consiglino a terzi?

| 04 FUNNEL

Come trasformo più utenti possibili in nuovi clienti? Com'è strutturata la loro customer journey?

← →

01

ANALISI DI MERCATO

Come posiziono il mio brand? Come posso penetrare il mercato? Quanta probabilità c'è che io abbia successo?





SPORT IN ITALIA

DATI IN CRESCITA POST COVID

Secondo i dati ISTAT, il **36,6%** degli italiani, pratica almeno uno sport e di questi, il 27,1% con continuità e 9,5% saltuariamente. Il 28% pratica qualche attività fisica Per quanto riguarda i sedentari invece, la percentuale ammonta a 35,2%.

Praticare sport in modo continuativo è, tendenzialmente, un'attività giovanile:

- 58,0% della fascia 6-10 anni.
- 60,6% di quella 11-14.
- 50,1% dei 15-17enni, con valori più alti tra i maschi.

L'abitudine a fare sport si riduce con il crescere dell'età, mentre aumenta la quota di chi pratica qualche attività fisica che raggiunge il suo valore più alto nella fascia di età 60-74 anni (36,4% dei 60-64enni e 37,3% dei 65-74enni), per poi ridursi nelle classi successive.

**NORD
30%**

**SUD
17%**



TURISMO & ATTIVITÀ SUL LAGO

I dati scientifici mostrano anche che è in **grande crescita il turismo dei laghi**, specialmente nella zona nord d'Italia.

Solo nel 2022, il lago di Garda ha contato più di 27 milioni di presenze complessive sull'intero bacino.

Numerosi sono gli sport acquatici che offre tra:

- **vela**
- **wakeboard** (sci d'acqua)
- **kitesurf**
- **windsurf**
- **canoa**
- **stand up paddling** (sport acquatico più in voga del momento)



GOOGLE TRENDS

WATERBIKE &
HYDROFOILER



Analisi di confronto per sottoregione

Regione ▾

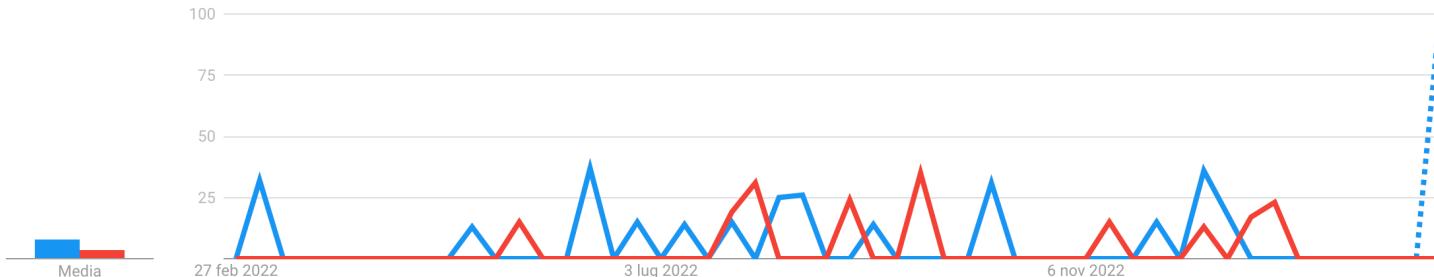
● HYDROFOILER ● WATERBIKE

Ordina: Interesse per HYDROFOILER ▾

1 Lombardia



Interesse nel tempo





MARKETING MIX

Cliente target, competitors, prodotti più venduti & 4P (product, price, place & promotion)

02



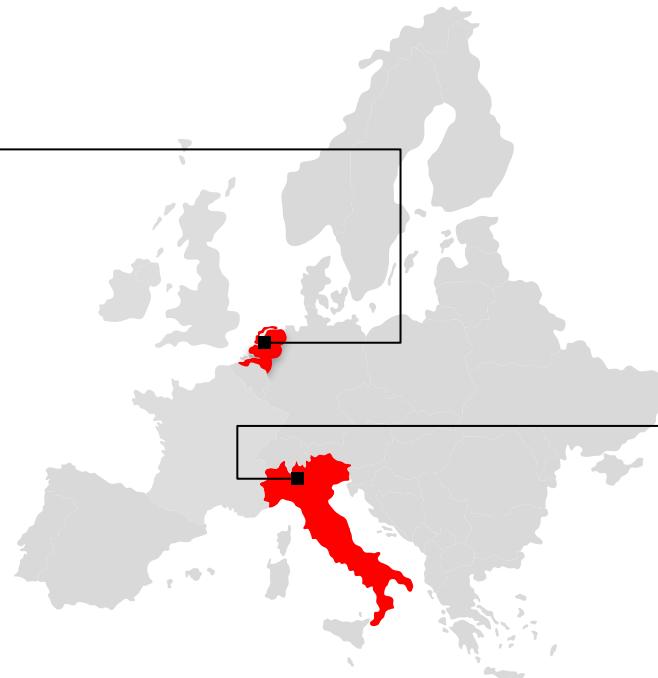
CLIENTE TARGET

- Sportivi, ciclisti, nuotatori, amanti della natura, amanti delle attività all'aria aperta, del mare & del lago.
- Sesso sia maschile che femminile.
- Tutte le fasce d'età, non essendo uno sport estremo.
- Alla ricerca di attività uniche e divertenti nel tempo libero.
- Necessità di un prodotto sicuro, non troppo pesante, con batteria a lunga durata, facile da maneggiare e utilizzare.
- Acquistabile in punti vendita fisici & online, tramite rivenditori e servizi turistici.



CONCORRENTI

| **Schiller**
Paesi Bassi



| **Waterbike Italia**
Italia

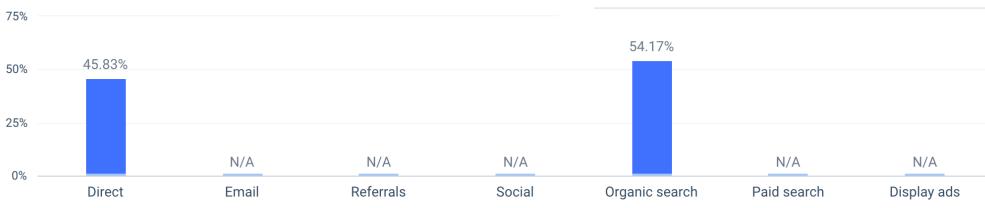
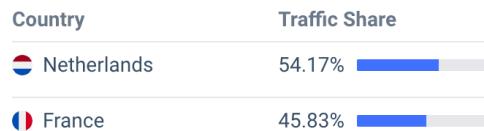


Top Organic Search Terms ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide Desktop

beste plekken om wate...	100.16%	
utrecht paddle boat	0%	
utrecht tretbot	0%	
boat housing delft	0%	
tandem huren amelisw...	0%	

SCHILLER



- Società americana, con sede anche nei paesi bassi.
- Dotata di e-commerce e sito internet.
- Vendita in Italia tramite **Fitmax srl**.
- Mercati d'interesse Olanda & Francia.
- No paid search, solo ricerca diretta (45,83%) & organica (54,17%).
- Più di 5000 visualizzazioni sul sito web tra novembre 2022 e febbraio 2023.
- Possibilità di noleggio nelle città olandesi come Rotterdam, Delft, Giethoorn, Harderwijk ecc.



SCHILLER

PAROLE CHIAVE ORGANICHE ?
486

TRAFFICO ORGANICO
MENSILE ?
362

DOMAIN AUTHORITY ?
10

BACKLINK ?
17
NoFollow: 0

KEYWORD PER PAESE ? NL / NL [181] GB / EN [53] US / EN [39] US / ES [18] DI PIU' ▼

KEYWORD SEO ?	VOLUME ?	POSIZIONE ?	VISITE ST. ?
schiller waterfiet	170	1	76
waterfiet	4.400	5	43
water bike	480	3	19
city water bikes utrecht	70	3	11
waterfietsen utrecht	590	7	10
waterfiet rotterdam	170	4	9
city waterbike utrecht	70	3	8
waterbike	480	3	7
waterfiet utrecht	390	5	5

TITOLO SEO ? URL	VISITE ST. ?	BACKLINK ?	f	p	g
Schiller Waterfiet: Official Schiller Waterbike UK - Take the ... schillerwaterfiet.nl/	102 Vedi tutti ▾	15 Vedi tutti ▾	4	1	0
Utrecht - Schiller Waterfiet schillerwaterfiet.nl/products/utrecht-1	49 Vedi tutti ▾	0 Vedi tutti ▾	0	0	0
Zwolle - Schiller Waterfiet schillerwaterfiet.nl/products/zwolle	13 Vedi tutti ▾	0 Vedi tutti ▾	0	0	0
Rotterdam - Schiller Waterfiet schillerwaterfiet.nl/collections/frontpage	5 Vedi tutti ▾	0 Vedi tutti ▾	0	0	0
Den Bosch - Schiller Waterfiet schillerwaterfiet.nl/collections/den-bosch	4 Vedi tutti ▾	0 Vedi tutti ▾	0	0	0



Engagement overview ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide All Traffic



- Alto traffico, ma vendita diversificata.
- Debole brand awareness.

Monthly visits ⓘ

37,644

Visit Duration ⓘ

00:01:52

Monthly Unique Visitors ⓘ

24,966

Pages / Visit ⓘ

3.09

Deduplicated audience ⓘ BETA

UPGRADE

Bounce Rate ⓘ

55.70%

Total visits ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide

112,931

↑ 12.61% from last month

Channels overview ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide All traffic



02

12

Country

Traffic Share

Change



96.80%

↑ 12.9%



1.77%

↑ 141.84%



0.40%

↓ 29.36%



0.38%

-



0.28%

↑ 1.48%

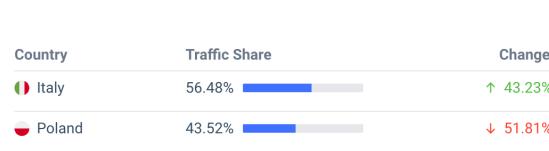
Top Organic Search Terms ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide Desktop

vertical leg press	5.43%	↓ 100%
paypal paga in 3 rate	2.65%	↑ 78.24%
erx-700	2.48%	↓ 100%
seabob baskeatball ho...	2.35%	-
fitmax	1.93%	↑ 196.44%



- Società italiana, con sede in provincia di Como.
- Dotata di sito internet.
- Vendita in negozio fisico e noleggio
- Mercati d'interesse Italia e Polonia.
- No paid search, solo ricerca organica (24,94%), diretta (42,57%), email (30,46%) & social (1,57%).
- Visualizzazione più di 5000 da novembre 2022 a febbraio 2023 (in calo del 28%).
- Brand awareness abbastanza forte.



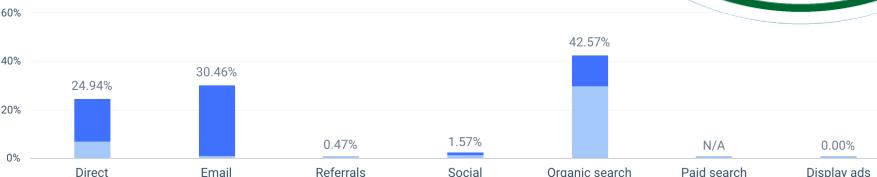
Top Organic Search Terms ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide Desktop

waterbike	44.60%	89.99%
water bike	20.74%	
rent inflatable mattres...	0%	
water bike amazon	0%	
bike and boat	0%	

Channels overview ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide All traffic





PAROLE CHIAVE ORGANICHE [?](#)
313

TRAFFICO ORGANICO
MENSILE [?](#)
1.646

DOMAIN AUTHORITY [?](#)
10

BACKLINK [?](#)
352
NoFollow: 37

KEYWORD PER PAESE				
KEYWORD SEO ?	VOLUME ?	POSIZIONE ?	VISITE ST. ?	DI PIU
bike water	? 1.000	1	519	
water bike	? 1.000	1	499	
water bikes	? 1.000	1	499	
biciclette d'acqua	? 880	1	420	
waterbike	? 1.000	1	382	
biciclette d acqua	? 880	1	314	
bike in water	? 1.000	1	257	
baloss	? 6.600	4	250	
bicicletta su acqua	? 260	1	128	

PAGINE TOP PER PAESE						
TITOLO SEO ? URL	VISITE ST. ?	BACKLINK ?	f	p	g	d
WATER BIKE ITALIA Noleggio e vendita water bike waterbike.it/	2.137 Vedi tutti	93 Vedi tutti	0	0	0	
WATER BIKE ITALIA - Vendita e noleggio waterbike.it/vendita-water-bike/	189 Vedi tutti	0 Vedi tutti	0	0	0	
Water bike rental and sale - Waterbike Italia waterbike.it/en/	99 Vedi tutti	0 Vedi tutti	0	0	0	
BALOSS WATER BIKE ITALIA - Vendita e noleggio waterbike.it/water-bike-baloss/	28 Vedi tutti	0 Vedi tutti	0	0	0	
Vendita Floating Boat WATER BIKE ITALIA - vendita e noleggio waterbike.it/vendita-floating-boat/	1 Vedi tutti	0 Vedi tutti	0	0	0	

MARKETING MIX (4P)



L'SL3 è più resistente e affidabile negli ambienti marini più difficili.

Batterie Hydropack

Doppio strato di protezione impermeabile con alloggiamento esterno trasparente (nella foto).

Display della corsa

Traccia i parametri vitali dell'imbarcazione, come la durata della batteria.

Coperchio dell'elica

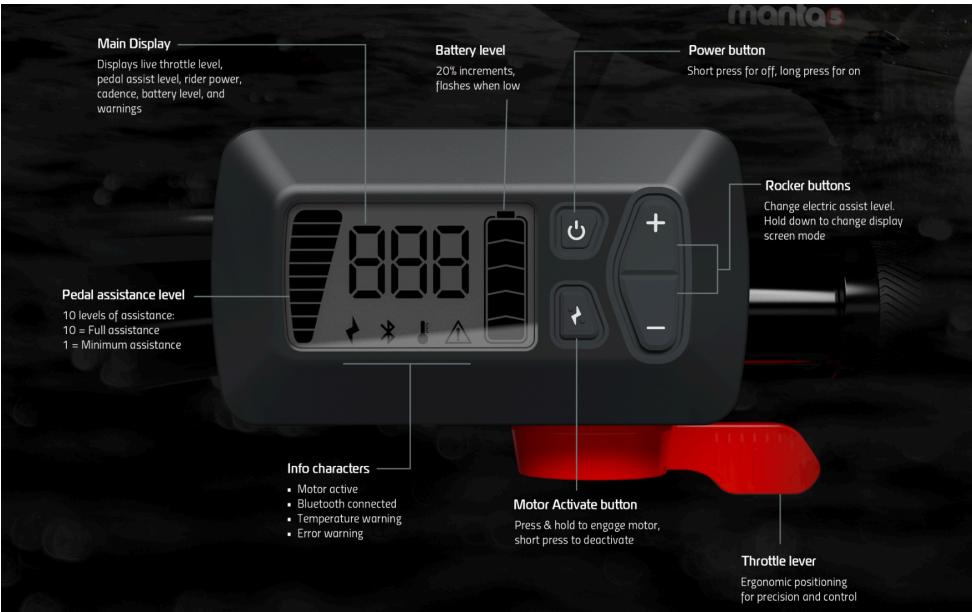
Un ulteriore strato di protezione intorno all'elica.

Sensori di inclinazione

Interrompe istantaneamente l'alimentazione dell'elica non appena viene rilevata una caduta.

Tecnologia Easy Launch

Facile da montare e incredibilmente stabile una volta in volo.



MARKETING MIX (4P)



Design modulare

Nuovi punti di connessione rapida senza utensili per un facile montaggio. Più modulare per un trasporto e una movimentazione compatti.

Spedizione

La suddivisione in cinque gruppi più piccoli rende possibile l'accesso ai vettori di trasporto standard, aumentando le opzioni per una consegna rapida.

A bordo del veicolo

Si adatta a qualsiasi veicolo con i sedili abbassati o nello spazio del bagagliaio dei veicoli SUV più grandi.

In acqua

I moduli possono essere trasportati a mano e assemblati in acqua grazie ai punti di connessione rapida senza utensili.

Immagazzinamento

Riduzione dei requisiti di stoccaggio. Adatto a yacht e altre imbarcazioni in cui il risparmio di spazio è fondamentale.



7990€

MARKETING MIX (4P)

Differenziazione della prezzistica secondo:

- Fasce d'età.
- Quantità.

Sconti e promozioni per il primo acquisto.
Spedizione inclusa.
Garanzia inclusa.



MARKETING MIX (4P)

manta5

EXPLORE NEW SL3 ▾ HYDROFOILER XE-1 AUTHORISED RESELLERS ▾ CONTACT

Home / Shop

Shop

Showing all 3 results



Hydrofoiler XE-1
\$8,990.00

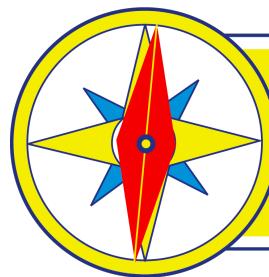


HydroPack Battery
\$1,890.00



Zarges Battery Travel Case
\$590.00

Default sorting ▾



**df SPORT
SPECIALIST.**

Negozio fisico, dove vedere e provare il prodotto.
E-commerce (da curare la navigazione).
Possibilità di **noleggio** (vendita a negozi di noleggio).
Rivenditori affermati (Sport Specialist, Decathlon ecc.)

DECATHLON

MARKETING MIX (4P)

DOMANDA DIRETTA

Attività di SEO (ricerca dettagliata di keywords)
Google ads (strutturate su keywords, attività, zone geografiche).
Sprout: per determinare quali delle vostre iniziative hanno il maggiore impatto sul pubblico.
Urgenza: promozioni a tempo limitato.
Prova gratuita: presso negozio o località turistiche.
Informazioni: facilmente accessibili.
Recensioni.

DOMANDA LATENTE

Social accounts & ads:

- Facebook (over 35)
- Instagram (15-35 anni)
- TikTok (13-30 anni)

Content marketing (post, blog ecc).
Influencer marketing (Giulia Calcaterra).
Eventi (ricerca di sponsor).
Collaborazioni (Redbull).

←

03

BRAND AWARENESS & REPUTATION

Conoscenza e reputazione del mio brand





Migliorare la **corporate identity** (identità aziendale).
La piramide di **David Allen Aaker** (unaware brand, brand recognition, brand recall, top of mind).
Punti di discussione & polarizzazione.
Storytelling: unione tra valori & contenuti.
Content marketing sul blog: posizionamento su Google.
Inbound marketing
Influencer marketing: testimonianze di persone giuste, tipo Giulia Calcaterra, influencer appassionata di sport.

AWARENESS

SEO & Google: occupando più posizioni possibili con la **SERP**, tramite articoli di blog, comunicati stampa, tutorial, guest post, landing pages, UGC.

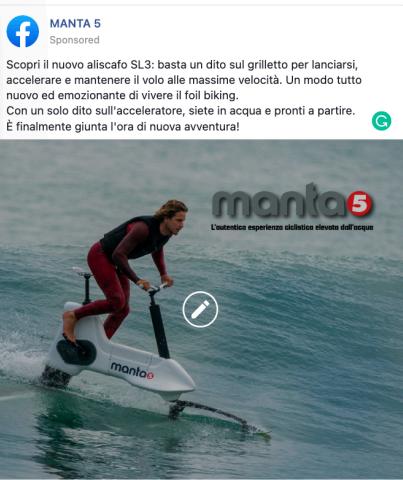
Focus su **principi, valori, tono della voce, affidabilità**.
SWOT analisi, per massimizzare le forze aziendali e mitigare quelle negative.
Cura di **recensioni**.
Attenzione ai **feedback**.

REPUTATION





FACEBOOK (Foto)

A Facebook post from the page "MANTA 5". The post features a photo of a person in a red wetsuit foil biking on a white Manta 5 hydrofoil board. The caption reads: "Scopri il nuovo aliscafo SL3: basta un dito sul grilletto per lanciarsi, accelerare e mantenere il volo alle massime velocità. Un modo tutto nuovo ed emozionante di vivere il foil biking. Con un solo dito sull'acceleratore, siete in acqua e pronti a partire. È finalmente giunta l'ora di nuova avventura!" Below the photo is the website "MANTA5.COM". At the bottom, there are interaction metrics: 250 likes, 24 comments, and 1 share.

INSTAGRAM (Reel)

An Instagram reel from the account "@MANTAS". The reel shows a person in a red wetsuit performing a foil bike maneuver against a blue wall. The caption below the video reads: "MANTAS Fuori ora l'intervista di Giulia Calcaterra x MANTAS. Taggando una persona sotto il post hai l'opportunità di vincere per te e un amico un'intera giornata con Giulia e provare il nuovissimo SL3 aliscafo a Sirmione, lago di Garda. View all 8 comments".

TIKTOK (Reel)

A TikTok reel from the account "@MANTAS". The reel shows a person in a red wetsuit performing a foil bike maneuver. The caption reads: "@GIULIACALCATERA x MANTAS out now. Tagga un amico e prova a vincere una giornata con Giulia...". The reel has 10.1M likes, 105K comments, and 280K shares. It includes a "Sponsored" label and a "Mythic - POINT BLANK" watermark. At the bottom are navigation icons for Home, Discover, Post, Inbox, and Profile.





04

FUNNEL

Come fidelizzare i miei clienti



INTERCETTAZIONE

Essendo il momento in cui l'utente scopre il brand è necessario fornire la giusta comunicazione per attirare l'attenzione e convogliarlo verso le fasi successive. Missione, chiarezza e supporto sono le parole chiave.

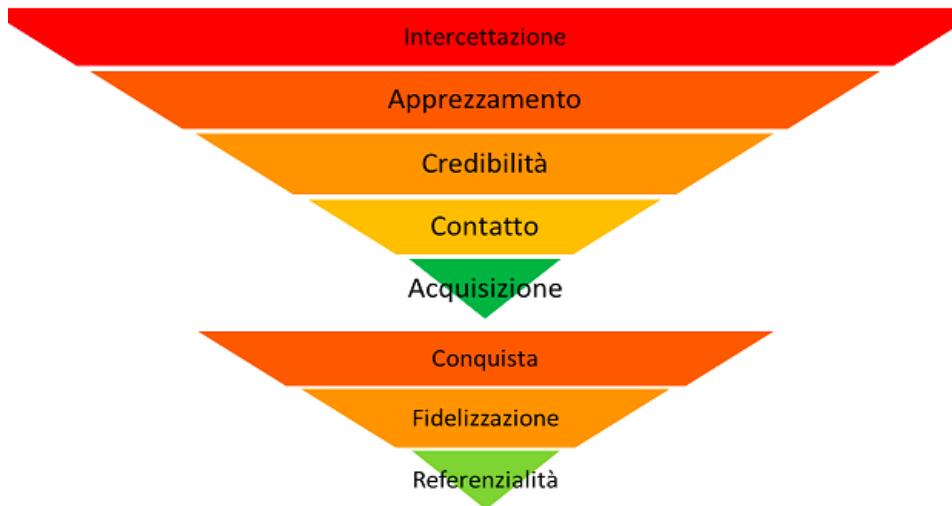
INTERESSE

Una volta che i visitatori hanno scoperto il vostro brand, è necessario stimolare il loro interesse. Quando i lead arrivano al centro del funnel, il targeting e la segmentazione diventano molto importanti. Bisogna incentrarsi sulla creazione di contenuti, creando offerte mirate e campagne di follow-up per specifiche categorie di utenti.

VENDITA

I promemoria, il retargeting e le offerte promozionali funzionano al meglio in questo momento.

FUNNEL





FUNNEL

CONQUISTA

Focus sull'user experience, che deve essere il più semplice e positiva possibile.

FIDELIZZAZIONE

Umanizzazione del brand, creazioni di interazioni, coinvolgimento, focus e perfezionamento del servizio clienti, sondaggi, valutazioni, focus su feedback.

REFERNZIALITÀ

Porta, dillo a un amico! Sconti, promozioni ecc.

