

EPICODE W1G2

L'AZIENDA DEOROD STA PER LANCIARE SUL MERCATO UNA CREMA DEODORANTE SENZA PROFUMI, SOSTANZE CHIMICHE ED ALCOOL.
COSTRUIRE UNA STRATEGIA DI CONTENUTI DI DOMANDA LATENTE E E DOMANDA DIRETTA PER STIMOLARE L'ATTENZIONE E CHE RISPONDA A QUESTE DOMANDE

- 1- CHI È COME INDIVIDUO IL MIO CLIENTE IDEALE?
- 2- COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?
- 3- QUALI SONO I DUBBI E I TIMORI CHE POTREBBERO BLOCCARE L'ACQUISTO?
- 4- CHI SONO E CHE COSA FANNO I MIEI COMPETITORS?

INOLTRE:

QUALI SONO SECONDO VOI I CONTENUTI PIÙ EFFICACI DA REALIZZARE

- A- PER I SOCIAL
- B- PER I MOTORI DI RICERCA

ABBOZZA UNA SERIE DI COPY DA UTILIZZARE PER I TESTI DA INSERZIONI SOCIAL PER LA DOMANDA LATENTE E NEL TITOLO E NELLO SNIPPET PER LA DOMANDA DIRETTA

CHI È COME INDIVIDUO IL MIO CLIENTE IDEALE?

ANALIZZIAMO QUESTA DOMANDA DA DUE PUNTI DI VISTA:

1- DOMANDA LATENTE ---> CI SONO VARI TARGET DI INTERESSI CHE POTREMMO ANDARE A COLPIRE TRA QUESTI RIENTRANO:

1- PERSONE INTERESSATE ALL'AMBIENTE E DISPOSTI AD ACQUISTARE PRODOTTI 100% NATURALI A VOLTE ANCHE COSTOSI AL FINE DI RIDURRE L'INQUINAMENTO.

2- PERSONE ATTENTE ALLA CURA DELLA LORO PELLE CHE NON SONO A CONOSCENZA DELL'ESISTENZA DEL NOSTRO PRODOTTO.

3- PERSONE CHE NON SONO A CONOSCENZA DEL DANNO CHE SOSTANZE CHIMICHE E ALCOOL POTREBBERO RECARRE ALLA LORO PELLE NEL LUNGO PERIODO.

4- PERSONE ALLERGICHE AD ALCUNI TIPI DI SOSTANZE CONTENUTE ALL'INTERNO DEI PRODOTTI STANDAR PRESENTI SUL MERCATO.

CHI È COME INDIVIDUO IL MIO CLIENTE IDEALE?

1- DOMANDA DIRETTA ---> SICURAMENTE PER QUANTO RIGUARDA LA DOMANDA DIRETTA I TARGET DA PRENDERE IN CONSIDERAZIONE SONO:

- PERSONE CON PROBLEMI DELLA PELLE CHE RICERCANO PRODOTTI NON COMPOSTI DA SOSTANZE CHIMICHE ED ALCOOL
- PERSONE A CONOSCENZA DEI DANNI CHE LE SOSTANZE CHIMICHE CAUSANO ALLA PELLE NEL CORSO DEL TEMPO E CHE SONO ALLA RICERCA DI UN MARCHIO CHE POSSA PROPORGLI UN PRODOTTO CONSONO AI LORO BISOGNI

COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE

- PER QUANTO RIGUARDA LA DOMANDA LATENTE IL CLIENTE NON SI INFORMA PERCHÉ MOLTO SPESSO NON È NEMMENO A CONOSCENZA DELL'ESISTENZA DEL PRODOTTO.
- QUINDI LA STRATEGIA CHE POTREBBE ESSERE UTILIZZATA PARTE DAL MOSTRARE AL CLIENTE TIPO PROBLEMA... LE CONSEGUENZE A CUI POTREBBE PORTARE SE NON SI ATTIVA PER RISOLVERLO...
- IL PRIMO PUNTO È L'**INFORMAZIONE**
- A CUI SEGUIRÀ LA PRESENTAZIONE DI UNA **SOLUZIONE** OSSIA IL NOSTRO PRODOTTO

COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE

- PER LA DOMANDA DIRETTA L'INFORMAZIONE PARTE SPONTANEAMENTE DAL CLIENTE E QUINDI LA COSA MIGLIORE DA FARE SAREBBE QUELLA DI METTERE A DISPOSIZIONE MATERIALE INFORMATIVO ATTRAVERSO CUI DIMOSTRARE LA PROPRIA COMPETENZA E CONOSCENZA NEL CAMPO. ILLUSTRANDO I BENEFICI PER IL CLIENTE DEL PRODOTTO STESSO E PENSANDO DI POTER PROPORRE UN CAMPIONE COMPLETAMENTE GRATUITO PER DIMOSTRARE L'EFFICACIA DEL PRODOTTO.

QUALI SONO I DUBBI E I TIMORI CHE POTREBBERO BLOCCARE LA'CQUISTO

- DOMANDA LATENTE
- ANCHE QUI LE RISPOSTE SONO MULTIPLE E DEVONO ESSERE MESSE IN CONTO GIÀ DA UN PRIMO MOMENTO DURANTE LA CREAZIONE DELLA BUYER PERSONA.
- TRA QUESTI I PRINCIPALI POTREBBERO ESSERE:
- COSTI ELEVATI
- MANCANZA DI FIDUCIA O INSUFFICIENTE CONOSCENZA DEL BRAND
- AVVERSIONE AL CAMBIAMENTO

QUALI SONO
I DUBBI E I
TIMORI CHE
POTREBBERO
BLOCCARE
L'ACQUISTO

- DOMANDA DIRETTA
- I TIMORI E LE PREOCCUPAZIONI SONO ESSENZIALMENTE GLI STESSI DELLA DOMANDA LATENTE E ANCHE QUESTI DOVREBBERO ESSERE CONSIDERATI IN MODO APPROFONDITO PRIMA DEL LANCIO DEL PRODOTTO E L'AVVIO DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE.

CHI SONO E CHE COSA FANNO I MIEI COMPETITOR

- PRIMA DI TUTTO BISOGNA DISTINGUERE I COMPETITORS IN 2 CATEGORIE:
- DIRETTI: OSSIA AZIENDE E BRAND CHE OFFRONO PRODOTTI EQUIVALENTI AL NOSTRO O CHE COMUNQUE PROPONGONO SOLUZIONI ALLO STESSO PROBLEMA. UNA VOLTA INDIVIDUATI ANALIZZIAMO I LORO PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA CERCANDO DI PROPORRE AI NOSTRI CLIENTI UNA SOLUZIONE ALTERNATIVA CONCENTRANDOCI SULLE CARENZE DEI NOSTRI COMPETITORS E SFRUTTANDO TUTTO CIÒ COME NOSTRO PUNTO DI FORZA.
- INDIRETTI: AZIENDE PRESENTI NEL SETTORE DELLA COSMETICA CHE PERÒ NON OFFRONO PRODOTTI SIMILI AI NOSTRI. IN QUESTO CASO VEDERE COME VALORIZZANO I LORO PRODOTTI E SOPRATTUTTO CERCANDO DI CAPIRE PERCHÉ I LORO CLIENTI LI HANNO SCELTI. CERCARE DI REPLICARE LA LORO STRATEGIA SE FUNZIONANTE DIVERSIFICANDO ALCUNI PUNTI IN BASE ALLE NOSTRE ESIGENZE E A QUELLE DEI CLIENTI TARGET.
- I COMPETITORS NON SEMPRE RAPPRESENTANO UN OSTACOLO MA IN ALCUNI CASI POSSONO ESSERE UN TRAMPOLINO DI LANCIO. SONO GIÀ ESPOSTI E HANNO GIÀ ATTUATO STRATEGIE CHE POSSONO AIUTARCI A CAPIRLI MEGLIO E A DIFFERENZIARCI PER OTTENERE UN VANTAGGIO COMPETITIVO.

QUALI SONO I CONTENUTI PIÙ EFFICACI DA REALIZZARE PER I SOCIAL

- SICURAMENTE NEL NOSTRO CASO UNA BUONA IDEA POTREBBE ESSERE QUELLA DI MOSTRARE IL PRIMA E IL DOPO DI UNA PELLE CHE UTILIZZA CREME CON SOSTANZE CHIMICHE E IL NOSTRO PRODOTTO. SE STIAMO VENDENDO UN BUON PRODOTTO I RISULTATI SI VEDRANNO AD OCCHIO NUDO E L'IMPATTO DELL'IMMAGINE AUMENTERÀ L'INTERESSE NEL CLIENTE.
- CREARE UNA SERIE DI "CONTEST" CON IN PALIO UN SET DI CREME GRATUITE PER AUMENTARE LA VISIBILITÀ LE CONDIVISIONI E QUINDI LE INTERAZIONI SUL PROFILO.
- SFRUTTARE LA RIPROVA SOCIALE MOSTRANDO PERCORSI DI MIGLIORAMENTO DI CLIENTI ESISTENTI E LE LORO TESTIMONIANZE.

QUALI SONO I CONTENUTI PIÙ EFFICACI DA REALIZZARE PER I MOTORI DI RICERCA

- Per i motori di ricerca si potrebbe creare una descrizione basata sulle keywords più cercate in questo campo. In modo tale da far apparire i propri annunci in cima alle "classifiche" google.
- Oltre a questo elencare una serie di benefici che possono colpire il cliente e portarlo ad aprire la pagina per informarsi.
- Inoltre allegare articoli correlati alle problematiche a cui si potrebbe andare incontro se non si fa nulla per risolvere il problema.
- Creare una sezione faqs per rispondere in modo dettagliato alle domande più frequenti
- Utilizzare intelligenza empatica e leve psicologiche è molto importante al fine di portare il cliente a compiere una scelta ai suoi occhi naturale quando in realtà si trova all'interno di un funnel costruito appositamente per lui.

COPY SOCIAL

- I COPY ANDREBBERO SCRITTI IN BASE ALLE ESIGENZE CHE ABBIAMO E POTREBBERO ESSERE:
- INFORMATIVI: 5 COSE CHE NON SAPEVI SULLA TUA PELLE.... O IL SEGRETO PER AVERE UNA PELLE PERFETTA...
- DIRETTI: HAI UNA PELLE DELICATA CHE SI IRRITA SPESSO E VUOI CAPIRE COME CURARLA AL MEGLIO....
- AGGRESSIVI: IN QUESTO CASO ACCOMPAGNATI ANCHE DA CREATIVE DI QUESTO TIPO (FOTO DI PELLE DETERIORATA)
- ECCO A CHE COSA PUOI ANDARE INCONTRO SE...

TITOLO E SNIPPET

- TITOLI:
- DEODORANTI NATURALI PER UNA PELLE PERFETTA
- "NOME PRODOTTO" MOLTO DI PIÙ DI UN DEODORANTE
- SNIPPET:
- NELLA DESCRIZIONE SNIPPET SICURAMENTE ANDREBBERO MESSE LE STELLE RATING ED IL NUMERO DI RECENSIONI PER CREARE MAGGIOR INTERESSE NEL POSSIBILE CLIENTE E L'INSERIMENTO DI ALCUNE PAROLE CHIAVE PER FAVORIRE UN MIGLIORAMENTO NEL POSIZIONAMENTO DEL SITO ES:
- DEODORANTE NATURALE, IPOALLERGENO, PELLI SENSIBILI/DELICATE, CURA DELLA PELLE