

ESERCITAZIONE 3

L'AZIENDA CERERIS VENDE BENI DI LARGO CONSUMO, SETTORE NEL QUALE SOLITAMENTE LE PERSONE SONO DISPOSTE A CONSIGLIARE I BRAND PIÙ VENDUTI: CERERIS HA CREATO UNA DECENTE STRATEGIA DI MARKETING CHE RIESCE A GESTIRE SENZA NESSUN TIPO DI PROBLEMA (INFLUENZA ESTERNA) ; I RISULTATI IN TERMINI DI VENDITA SONO BUONI MA NON SI RISCONTRANO TANTISSIME INTERAZIONI IN TERMINI DI RECENSIONI POSITIVE E PASSAPAROLA (INFLUENZA ALTRUI E PROPRIA) C'È BISOGNO DI SVILUPPARE UN POSIZIONAMENTO PIÙ EFFICACE E COMUNICARLO E ATTRAVERSO IL MARKETING.

SULLA BASE DI QUELLO CHE ABBIAMO VISTO OGGI:

- 1- QUALI AZIONI SI POSSONO INTRAPRENDERE IN TERMINI DI BRAND ATTRACTION E BRAND REPUTATION PER MIGLIORARE I COLLI DI BOTTIGLIA.
- 2- QUALI AZIONI SI POSSONO INTRAPRENDERE PER AUMENTARE LA FASE DI ACQUISTO E LA FASE DI SOSTEGNO.
- 3- COME SPINGO LE PERSONE AL RIACQUISTO SE NON HO STRUMENTI "DIRETTI" PER RICONTATTARLE (E-MAIL,TELEFONO,CRM)

CERERIS

- **CARATTERISTICHE GENERALI:**

- **PRODOTTO:** Acqua

- **PREZZO:** Economico (sotto la media)

- **PLACEMENT:** Negozi fisici con intento di aprire un e-commerce e pagine social al fine di incrementare il fatturato annuale

- **PROMOTION:** Strategie pubblicitarie basi (tv) propenso ad iniziare campagne digital

- **OBIETTIVI PRINCIPALI:**

- Aumento fatturato

- Incremento feedback clienti

- **PROBLEMATICHE:**

- Posizionamento del brand sui social e sui motori di ricerca

- Mancanza di interazioni e coinvolgimento clientela

QUALI AZIONI SI POSSONO INTRAPRENDERE IN TERMINI DI BRAND ATTRACTION E BRAND REPUTATION PER MIGLIORARE I COLLI DI BOTTIGLIA?

- BRAND ATTRACTION: Per migliorare la brand attraction bisognerà sicuramente valutare la creazione di pagine social in modo tale da creare un funnel che ci possa aiutare ad incrementare in ordine :
- CONOSCENZA DEL BRAND → Questa potrebbe essere alimentata da una serie di post settimanali e informazioni sul prodotto volti proprio ad incrementare la conoscenza di CERERIS. Alcune idee per farlo con successo potrebbero essere l'esaltazione delle caratteristiche del prodotto es: presenza di sali minerali etc. Benefici che il cliente trarrà dall'utilizzo del prodotto es: miglioramento della circolazione, maggiore idratazione etc. Breve storia della società e la sua presenza nel settore da diverso tempo che le consentono di fornire ai clienti un prodotto completo, efficace ed accessibile a tutti.
- AUMENTO ENGAGEMENT → Questo passaggio in particolare risulta essere fondamentale data la scarsa interazione che i clienti hanno con il brand. Per farlo si potrebbe pensare di utilizzare strategie basate sul gift winning come ad esempio una fornitura di acqua gratuita per un mese. Questo sicuramente rappresenterebbe un costo per l'azienda ma allo stesso tempo garantirebbe un aumento degli introiti. Questa strategia è ispirata ad uno dei più famosi brand di bevande al mondo Coca Cola che da sempre è molto attento nel coinvolgimento dei suoi clienti e nella creazione di una community. Nel pratico si potrebbe inserire un codice qr in ogni cassa d'acqua da scansione sul sito (aumento delle visite) grazie al quale si potrebbe vincere una fornitura gratuita di acqua mensile. Per partecipare all'estrazione si potranno inserire dei requisiti come: seguire la pagina, postare una storia e taggare 2 amici sotto il post
- Analizziamo i Pro e Contro
- Pro : Incremento delle interazioni e visite al profilo, probabile aumento del consumo di acqua CERERIS, maggior interesse nel brand, aumento del passaparola che si traduce in pubblicità gratuita e quindi risparmio di budget etc. Etc.
- Contro: Costo molto basso della fornitura mensile.

CONTINUA

- Questi sono solo alcuni dei passaggi che potrebbero essere effettuati per aumentare la brand attraction.