

ESERCITAZIONE

FRUTTA&VERDURA

L'azienda frutta&verdura attiva nel mercato ortofrutticolo richiede un'analisi x la realizzazione di una strategia digitale x spingere il suo brand sul mercato online.

La richiesta prevede:

Analisi di mercato

Analisi sui Target-Cliente

Chi è il cliente Quali sono i suoi bisogni Perché desidera i prodotti Dove lo acquista

Quando lo utilizza

Analisi della concorrenza (chi può toglierci parte del risultato)

Analisi dei principali prodotti venduti (ricercate utilizzando tools e strumenti visti a lezione)

FRUTTA&VERDURA

- Chi siamo: Un'azienda inserita nel settore ortofrutticolo da diversi anni che sta preparando la sua ascesa nel mercato digitale.
- 4P--> Prodotto : frutta e verdura
- Price: standard
- Placement: negozi offline con intenzione di creare un e-commerce
- Promotion futura: Facebook ads
- OBIETTIVO: Inserimento nel mercato digitale al fine di incrementare il fatturato.

ANALISI DI MERCATO

- Partiamo da un'analisi dei volumi di ricerca relativi alle keywords più utilizzate dai consumatori che acquistano frutta e verdura online.

KEYWORDS	INTERESSE NEL TEMPO	UBERSUGGEST VOL RICERCA	GOOGLE TRENDS VOL RICERCA
Frutta e verdura a domicilio	In crescita	480	M = 80
Frutta e verdura biologica a domicilio	Standard	170	M = 50
Dieta a domicilio	In crescita	170	M = 65
Dieta online giorno x giorno	In crescita	110	M = 50
Cibo vegano	In crescita esponenziale	1700	M = 100+
Cibo vegetariano	Ever green	1600	M = 92

CONSIDERAZIONI

- Dall'analisi svolta si deduce che stiamo entrando in quello che potrebbe rivelarsi come un trend vincente. Le ricerche fatte sostengono a livello statistico che l'interesse delle persone verso la frutta e verdura a domicilio è in continua crescita. Inoltre la volontà di ricevere una dieta su misura a casa è un' altro aspetto che sta riscuotendo una forte richiesta nell'ultimo periodo.
- Ci troviamo davanti a un mercato appena nato in quanto prima della pandemia non si era mai presentata una richiesta tale. Si può pensare di creare una strategia indirizzata alla creazione di un servizio dedicato alla fornitura regolare di frutta e verdura a casa dei nostri clienti.

ANALISI SUI TARGET- CLIENTE

- BUYER PERSONA, per creare una buyer persona in modo completo e dettagliato progettiamo uno schema con le domande principali che ci possono aiutare nella sua creazione.
- Sesso --> M/F
- Età --> over 25
- Interessi ---> Salute/Benessere/Sport/
- Reddito --> medio-alto
- Canali informativi --> social media e motori di ricerca (Google)
- Dubbi e preoccupazioni ---> Mancanza di informazioni sul brand e sulla qualità dei prodotti
- Problemi --> Mancanza di tempo / Pigrizia
- Nucleo familiare ---> 1 o più
- Prezzo --> Persona disposta a spendere un prezzo più elevato per ricevere prodotti di qualità

ANNA & MARCO

- Anna e Marco hanno rispettivamente 27 e 30 entrambi sono amanti dello sport e ci tengono molto alla cura del loro corpo. Purtroppo tutti e due lavorano molto sodo e quindi spesso non hanno tempo per fare una spesa attenta e di qualità. Per questo quasi sempre ordinano la cena online. Grazie al loro lavoro guadagnano molto bene e per questo sarebbero disposti a spendere una cifra x mensile per ricevere dei prodotti salutari e di qualità accompagnati a delle ricette per cucinarli. Anna da circa un anno è diventata vegetariana e questo le rende ancora più difficile e stressante ordinare piatti gustosi online.

STRATEGIA

- L'idea è quella di creare un servizio di consegna settimanale di pasti/prodotti con ricette da cucinare in modo rapido e veloce. Questo andrebbe prima di tutto a soddisfare la domanda diretta in forte crescita già presente sul mercato ma in particolare ci porterebbe ad agguantare tutta quella fetta di persone che non sono ancora a conoscenza di questa possibilità.
- Incremento di vegani e vegetariani negli ultimi anni
- Incremento di persone disposte a spendere di più per prodotti bio o di qualità
- Famiglie e single con poco tempo per cucinare che finiscono a spendere molto di più di quanto potrebbero nel lungo periodo acquistando cibo online (oltre 400€ mensili)
- Questi sono solo alcuni degli aspetti principali che spiegano perché questa sarebbe una strategia vincente

COME AGIRE?

- Fase 1 --> Valutazione budget costo x avvio attività
- Fase 2 ---> Creazione profili social con cui iniziare a farsi conoscere (fase di brand attraction) organizzazione settimanale post – reel informativi – interviste e podcast con esperti del settore / influencer seguiti – fase test 3 mesi per vedere benefici reali a livello fisico e mentale etc etc
- Fase 3 --> Avvio di campagne lookalike per testare interesse delle persone trovare il migliore approccio
- Fase 4 --> Lancio della campagna definitiva

ANALISI COMPETITORS

- Il competitor principale è Docfoody che però con la sua dieta mirata lascia fuori tutti i target vegani e vegetariani sui quali noi andremmo a puntare.
- Inoltre non è molto attivo a livello social ne tantomeno a lv pubblicitario si ipotizza sia in una fase di test.
- Assenti altri competitors a livello nazionale
- Competitors indiretti ---> Glovoo / Just eat / Deliveroo / Uber eats / Getir
- Condurre un'analisi SWOT sui loro punti di forza e debolezza cercando di capire i meccanismi di fidelizzazione dei clienti e soddisfazione di questi. Una volta individuati Cercare di replicare le strategie vincenti e colmare le lacune che questi presentano.

ANALISI DEI PRINCIPALI PRODOTTI VENDUTI

- Tra questi come precedentemente menzionato iniziano a crescere alimenti x vegani/vegetariani e prodotti bio. A livello digitale però non sono ancora presenti brand di grande forza che hanno monopolizzato questo mercato o comunque nessuno di questi ha ancora avviato proposte basate sulla continuità e sulla semplicità.