



Lavoriamo con voi per un mondo più pulito

*Aiutaci a dar vita a un prodotto su misura per te, per qualunque consiglio
scrivi a
www.deodorinfo.it*





La nuova crema deodorante senza profumi, sostanze chimiche ed alcol



100% Made
in Italy



Buoni per
l'uomo



Buoni per
gli animali



Buoni per
l'ambiente



Bellezza
al naturale



Qualità
certificata

100%
ORGANIC

Problemi emersi alla concorrenza da evitare

Odori troppo forti e coprenti o odori inesistenti (scegliere se rendere il prodotto inodore)

Possibili irritazioni della pelle

Packaging o struttura della confezione (specialmente di quelle bio) poco resistenti all'usura del tempo

Dibattito sull'utilizzo di parabeni che potrebbero risultare dannosi per il corpo umano



**ALUMINIUM &
PARABEN FREE**



**CRUELTY FREE
& VEGAN**



**PLASTIC FREE
ZERO WASTE**



**REFILLABLE
CORK**

Traguardi e strategia

Inserzioni

Brand attraction e Brand reputation

- Possibilità di inserire una piccola parte del ricavato in aziende o enti interessati all'ecologia (anche animali/veterinari/ricerca)per cercare di entrare in collaborazione con aziende con un nome importante e generare un'immagine sana dell'azienda e del prodotto

Contenuti social e motori di ricerca

- Sui social è estremamente d'impatto la particolarizzazione e l'estetica del prodotto (vedi deodoranti wild e ricariche/astuccio)
<https://www.wearewild.com/it/>
Lavorare su caratteristiche uniche che rendano la diffusione virale.



Almeno 1 campioncino gratuito
con ogni ordine

Garantire almeno un campioncino a confezione

Può fornire sicurezza sul prodotto e l'acquisto e una possibile
condivisione con amici/parenti del prodotto stesso

Possibili copy per la domanda latente:

Per evitare le possibili ritorsioni dei prodotti chimici sul tuo corpo, affidati a prodotti naturali e certificati.

Combatti l'inquinamento, per primo quello nel tuo corpo.



Efficace

Provato, testato e
approvato dai nostri
clienti



No sprechi

Ricariche prive di plastica
e compostabili



Vegano

A base di piante, senza
parabeni o alluminio

Copy per domanda diretta

Cicca qui per ottenere subito un codice sconto sui nostri prodotti e registrati per ottenere la prova gratuita di un altro nostro prodotto (crema viso/corpo/ deod ambiente ecc.). Combatti insieme a noi, guarda le nostre iniziative e sostieni la lotta contro i prodotti chimici e inquinanti.





Acquisti e sostegno



BUY NOW

1. Per garantire acquisti e sostegno sarà necessario garantire sicurezza sul prodotto, tutto ciò che è sconosciuto alle persone è fonte di paura, avvicinarsi a ciò che le persone conoscono è un metodo per rassicurarle
2. Possibili collaborazioni con prodotti venduti sul web (di larghe visualizzazioni), o personaggi inclini al mondo dei prodotti naturali.
3. Alle persone piace sentirsi parte di una comunità con uno scopo, fai sì che credano al tuo, ma per primo devi crederci tu.

Passaparola



**Come far sì che i nostri acquirenti
condividano o consiglino il prodotto?**

- **Il primo punto fondamentale è ovviamente la qualità del prodotto, sia qualitativa che estetica/postabile**
- **Condividere codici sconto sia singoli che eventualmente condivisi (es: o 2 codici uno da 15% e uno da 10% oppure solo uno del 20% per ridurre le emissioni dei trasporti**

Scarsa affinità

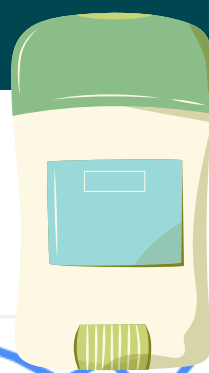
- **Per riuscire a coinvolgere maggiormente il nostro pubblico è necessario farlo sentire parte di un progetto o di una comunità**
- **Coinvolgerlo quindi tramite la condivisione di progetti con enti benefici o fargli vedere la composizione del prodotto e i pochi sprechi/danni inquinanti causati dai prodotti bio in relazione a quelli chimici**

Interesse nel tempo ⓘ



Dati relativi a Google Analytics dell'interesse nel tempo relativo a “Deodoranti Bio” nel grafico di fianco.

- Picchi nel periodo natalizio e a fine estate, con continui picchi e e ribassi durante l'anno



Dati relativi a Google Analytics dell'interesse nel tempo alla dicitura “Deodorante” nel grafico di fianco

- Più stabilità durante l'anno della ricerca con meno picchi e un rialzo man mano che ci avviciniamo all'estate

Interesse per sottoregione ?



1	Sardegna	100	<div><div></div></div>
2	Calabria	99	<div><div></div></div>
3	Basilicata	98	<div><div></div></div>
4	Molise	87	<div><div></div></div>
5	Abruzzo	86	<div><div></div></div>

< Visibili: 1-5 regioni su 20 >

*Migliori 5 regioni per
ricerche
(Soprattutto regioni
meridionali)*

(fonte Google analytics)

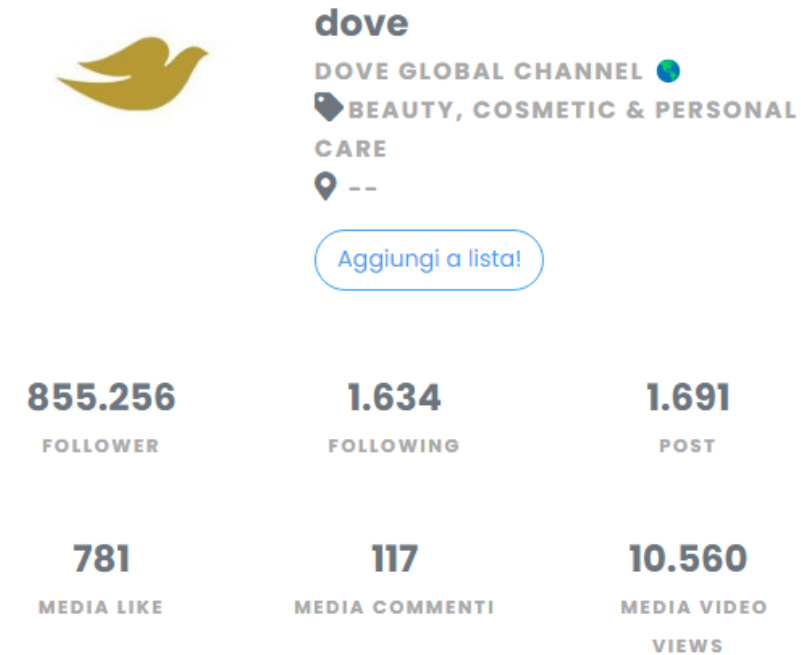
*Peggiori 5 regioni per ricerche
(soprattutto al nord)*

Interesse per sottoregione ?



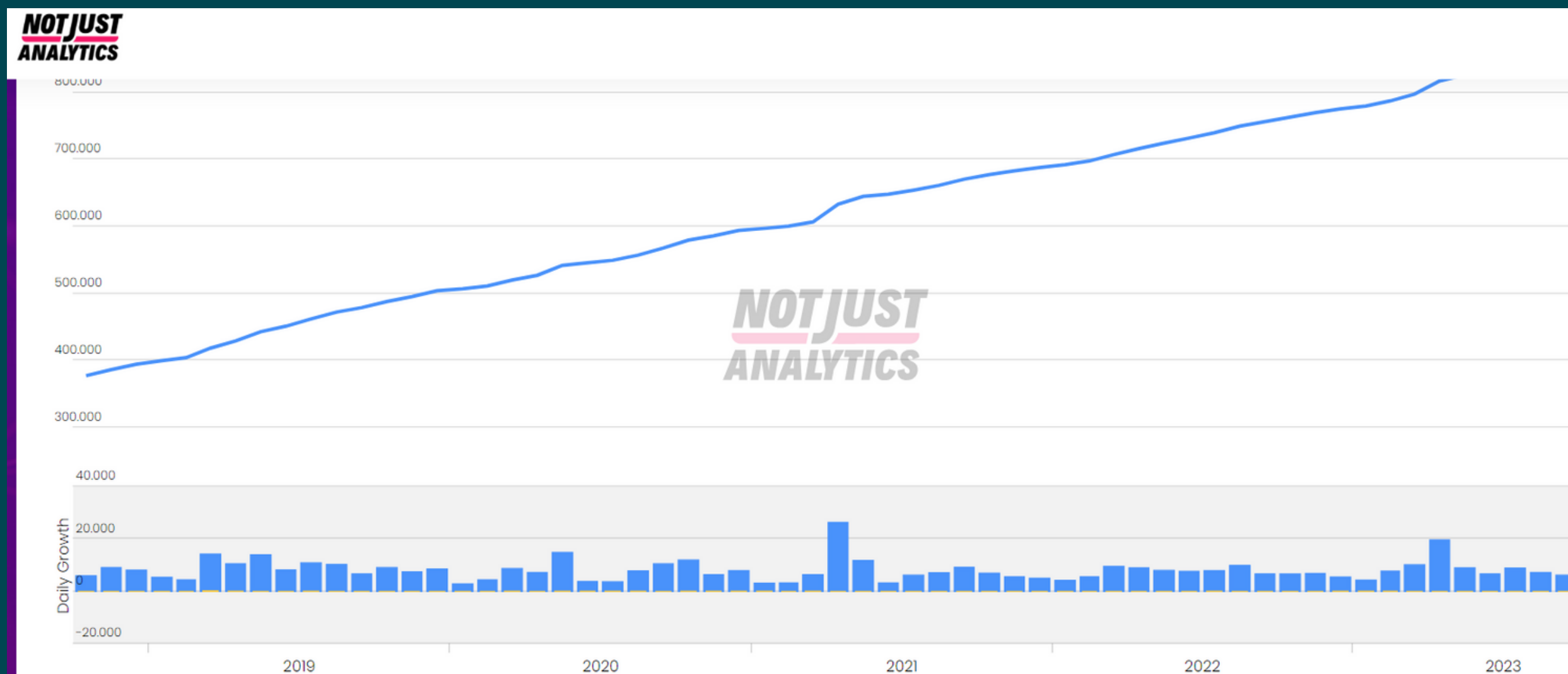
16	Veneto	68	<div><div></div></div>
17	Piemonte	66	<div><div></div></div>
18	Toscana	65	<div><div></div></div>
19	Trentino-Alto Adige	50	<div><div></div></div>
20	Valle d'Aosta	47	<div><div></div></div>

< Visibili: 16-20 regioni su 20 >



E.R è il numero delle interazioni divise per il numero dei follower

Crescita dei follower nel corso degli anni

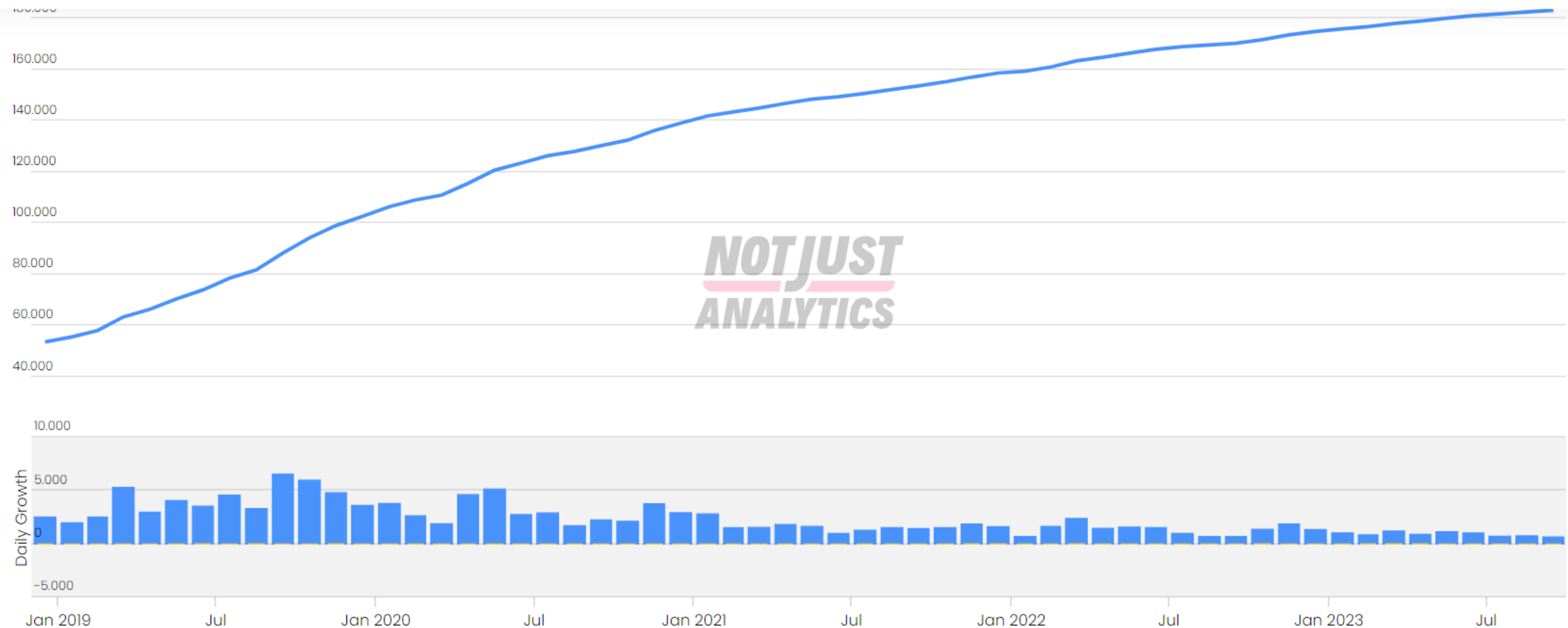


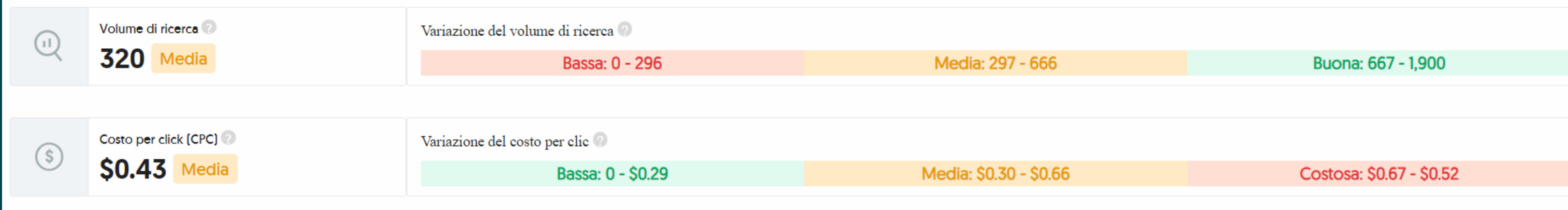
Analisi: @erbolario



E.R decisamente più alto in quanto un prodotto bio può generare più domande e più coinvolgimento

Grafici piuttosto simili per quanto riguarda la crescita come numero di follower





Volume di ricerca indica il dato mensile medio di ogni ricerca con determinate keyword in questo caso “Deodorante Bio”

Mentre il C.P.C indica il costo per il venditore ogni volta che un utente clicca sulla nostra inserzione

Entrambi gli indicatori risultano medio/bassi

The screenshot shows a table on the 'come' website with columns for Keyword, Volume, and CPC. The table lists three keywords: 'deodoranti bio efficaci', 'deodoranti bio', and 'deodoranti biologici'. The Volume and CPC values are highlighted in colored boxes (red for low, orange for medium, green for high).

Keyword	Volume	CPC
deodoranti bio efficaci	30	\$0.42
deodoranti bio	320	\$0.43
deodoranti biologici	320	\$0.52

In questo caso un esempio di parole accomunate ai deodoranti bio che esprimono una lacuna ovvero talvolta l'inefficienza di tali prodotti

Aspetti pratici



PAR (Persone che conoscono il brand in relazione a quelle che acquistano)

BAR (Persone che acquistano in relazione a quelle che consigliano il prodotto)

ROAS (È il ritorno sulla spesa pubblicitaria. Il concetto viene applicato a campagne come Google Ads o Facebook Ads. Indica quanto ti hanno fatto guadagnare le tue campagne in rapporto a ogni euro speso per loro)

Il ROAS è un dato indicativo, non calcola il netto ma solo se effettivamente le nostre campagne stanno fruttando

Es. Pratico →

Se il costo medio dell'ordine è 30 euro, il mio profitto netto è il 25% e acquisire un cliente mi costa 5 euro il roas sarà il seguente $30/5$ ovvero 6 (sotto il 4 si va in perdita)