

Progetto Deodor

Crema deodorante senza profumi,
sostanze chimiche ed alcol



GOOD NEWS

Il vostro deodorante è eco-friendly?

Potrebbe sorprendervi, ma la scelta del deodorante che usate tutti i giorni può inquinare l'atmosfera e persino influire sui cambiamenti climatici. Vi spieghiamo come ridurre l'impatto sul pianeta in 4 mosse

DI EMILY CHAN

16 settembre 2020

1. Eliminate gli spray tradizionali

In tutto il mondo ogni anno vengono consumati **3 miliardi di deodoranti spray**. Anche se non contengono più clorofluorocarburi (CFC) che assottigliano lo strato di ozono, i deodoranti spray contengono comunque **gas propellenti che inquinano l'aria e influiscono sui cambiamenti climatici**.

“Miscele di propano e butano (gas di petrolio liquefatti, *ndr*) vengono largamente impiegate come propellenti, e possono reagire con altre componenti presenti nell'aria formando composti organici secondari che favoriscono il riscaldamento globale”, spiega il Professor **Ghasem Nasr**, che dirige lo *Spray Research Group della University of Salford, Manchester*, e ha creato **Eco-Valve**, una nuova tecnologia progettata per rendere gli spray più eco-friendly.

2. Scegliete deodoranti senza profumo

I deodoranti naturali, spesso considerati più ecologici rispetto a quelli pieni di sostanze chimiche, possono comunque emettere COV, e quindi favorire l'inquinamento dell'aria. “Se per la cura della persona usate un prodotto che **contiene profumo o con ingredienti che non siano solo acqua o sali, quel prodotto diffonde sicuramente COV nell'aria**”, spiega Coggon.

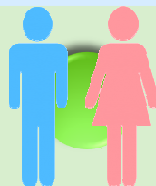
[Deodoranti naturali ed eco-friendly: guida all'acquisto | Vogue Italia](#)

3. Optate per confezioni “plastic free”

Considerando le grandi quantità di deodorante che utilizziamo, non possiamo non considerare l'impatto di tutto quel **packaging**. Ecco perché AKT utilizza **tubetti in alluminio al 100% per confezionare i suoi deodoranti naturali invece della plastica**, usata di solito per i deodoranti roll-on o in stick. “Tutto il nostro packaging è completamente privo di plastica, e anche i tappi sono in alluminio”, dice Currie. “L'alluminio può essere riutilizzato più e più volte, e non perde mai le sue qualità, a differenza di plastica e cartone”.

Elaborazione del prodotto

Valorizzazione del prodotto
tramite l'attuazione di una
confezione con prodotti
riciclati



Possibilità di inserire una
piccola parte del ricavato in
aziende o enti interessati
all'ecologia, per cercare di
entrare in collaborazione
con aziende con un nome
che ci possano garantire
maggior visibilità

Colori del prodotto verde e
bianco per evitare (col blu o
rosa) di dare un genere al
prodotto e poter dimezzare
gli acquirenti e al contempo
sottolineare la linea "bio" o
"naturale" del prodotto

Primo acquisto

Garantire un prezzo scontato del prodotto per il primo mese, oppure attuare una sorta di 2x1 per invogliare i clienti a dividere l'acquisto con amici/parenti

Sconto sul secondo acquisto se si ha una risposta al breve questionario sul prodotto, senza eccedere in troppe domande per evitare lo skip casuale

Codice sconto per chi inserisce le sue caratteristiche:
Età, sesso, eventuali malattie della pelle etc..

Cercare di assicurare gli acquirenti sulla sicurezza del prodotto magari inserendo campioncini del prodotto e caratteristiche chiare sul prodotto

Distribuzione del prodotto

Cercare possibili collaborazioni con farmacie, andando anche a fornire campioncini per vari test



Collaborazioni con influencer (possibilmente qualcuno con eventuali e provati problemi sulla pelle, poiché spesso i follower possono seguire e/o interessarsi a personaggi pubblici proprio in concomitanza di problemi comuni)



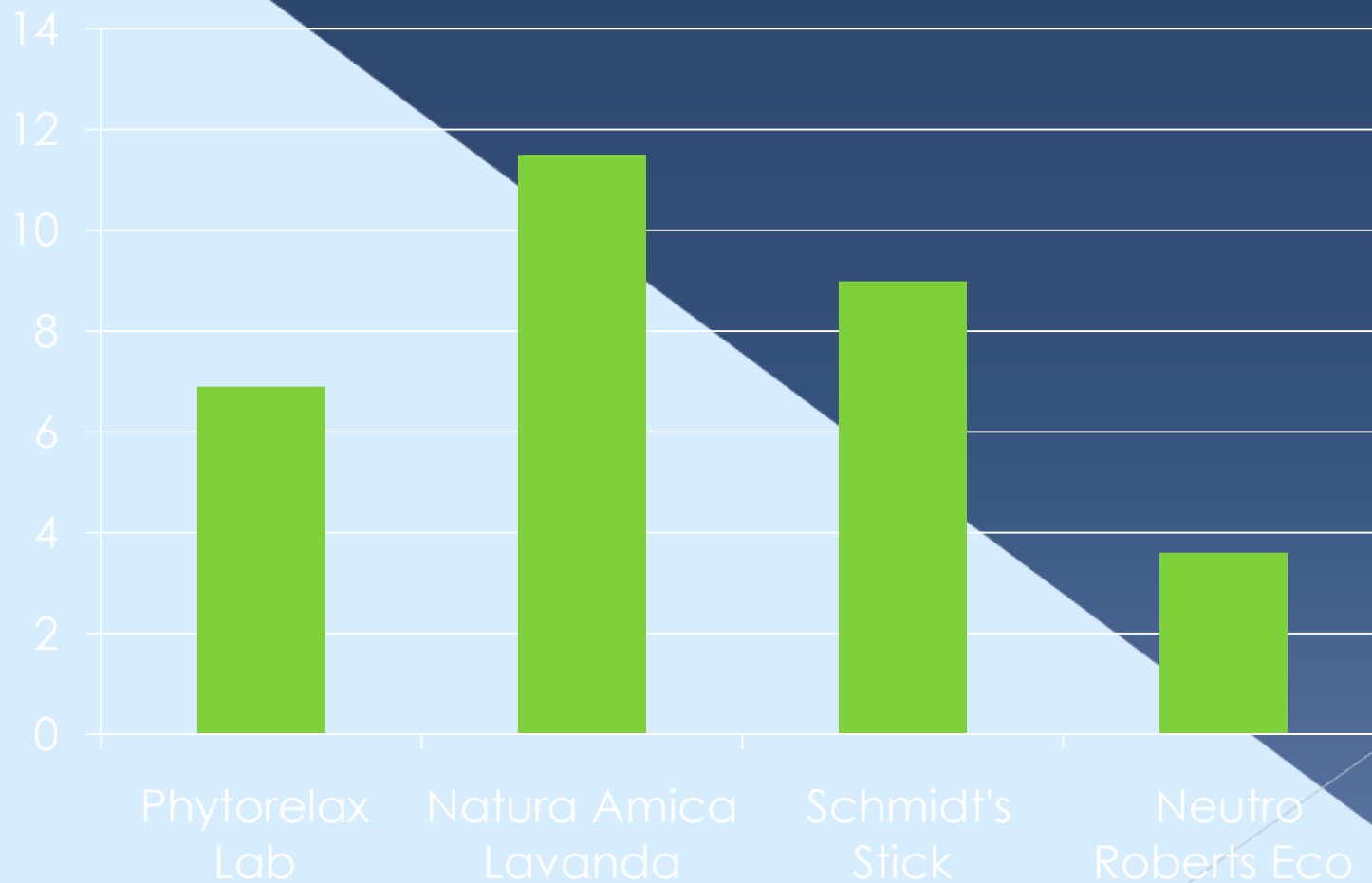
Collaborazioni con atleti



Punti di debolezza

- **Sicuramente un problema non indifferente sarà conquistare la fiducia dei compratori in quanto l'oggetto in vendita è un prodotto a contatto con la pelle e il target è un soggetto che (probabilmente) ha problemi relativi ad essa, sicuramente restii ad affidarsi alla cieca ad una nuova azienda**
- **Scegliere un influencer incline al prodotto, per garantire non solo un acquisto da parte di una fanbase disinteressata e rischiare di ricevere un unico acquisto. Un cliente affezionato ma anche coinvolto dalla causa dello stesso influencer potrebbe garantire acquisti multipli e maggiore fidelity.**
- **Essendo una nuova azienda sarebbe efficace collaborare con aziende conosciute e affidabili per conquistare il target e convincerlo all'acquisto**

Principali Competitor su fasce di prezzo



Place

Inizialmente con farmacie e/o centri commerciali

- Essendo un prodotto a contatto con la pelle sicuramente una promozione inizialmente concentrata su campionici/ vendita fisica potrebbe risultare più efficiente

Promuovere il prodotto all'interno di eventi e/o feste a tema prodotti per la pelle, possibilmente invitando personaggi pubblici con possibili stand per promuovere anche altri prodotti

- Favorire la vendita online tramite codice QR e link tramite questi eventi.
- Utilizzare sulle pagine social eventuali countdown o contest a premi per i primi 100 acquirenti

Critiche ai prodotti concorrenti sul prodotto “natural”

- Non mantiene la freschezza a lungo
- Possibile fastidio come prurito
- Critiche sull'estetica del prodotto
- Prezzi troppo alti per chi non ha necessità di utilizzo di tali prodotti