



# 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](http://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.

# Lead generation e influenza altrui

## Conversione da Prospect a Lead

- Per passare da un cliente “freddo” a uno “caldo” è necessario far sì che se il nostro prodotto risulta distante va avvicinato ai suoi interessi.  
Per farlo basterà prendere qualcosa di sua conoscenza e collegarlo a noi. Valutare possibili collab con Streamer (youtube e twitch) o influencer anche di basso rilievo. Alternativamente cercare collab con altre aziende o della sua zona o di sua conoscenza

## Da acquirente al passaparola

- La parte più complessa è sicuramente convertire un cliente freddo in uno caldo. Tramite il passaparola potremmo riuscire a far sì di semplificare questo passaggio per i nuovi clienti. Possibile la realizzazione di una gift card da regalare ad altri utenti alla registrazione di un amico o una carta punti comune col raggiungimento di vari gadget/campioncini/prodotti che verranno inseriti nel prossimo ordine al raggiungimento di varie cifre o tramite le interazioni con il sito.



# 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>

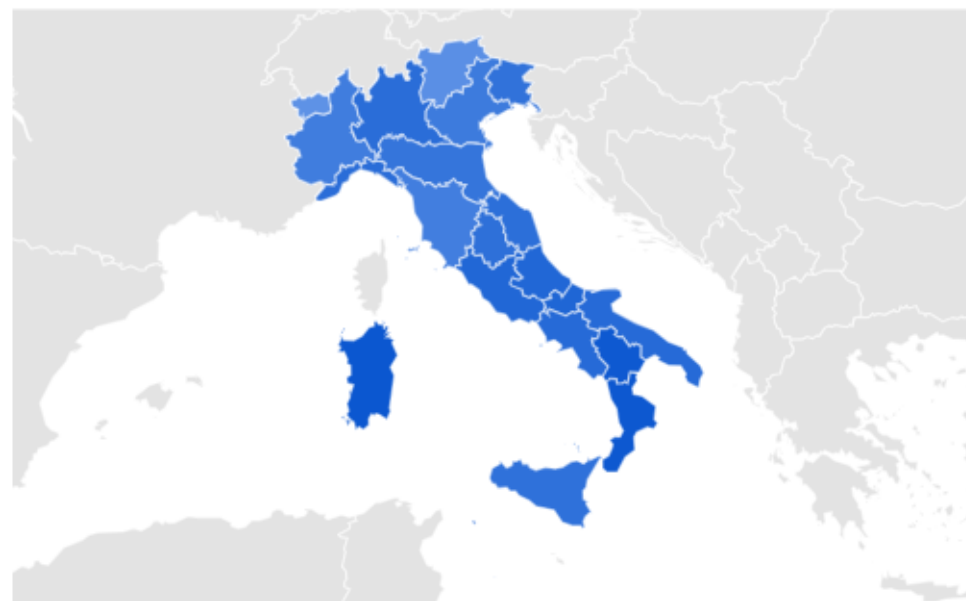
< Visibili: 1-5 regioni su 20 >

*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 >



dove

DOVE GLOBAL CHANNEL

BEAUTY, COSMETIC & PERSONAL CARE

--

Aggiungi a lista!

855.256

FOLLOWER

1.634

FOLLOWING

1.691

POST

781

MEDIA LIKE

117

MEDIA COMMENTI

10.560

MEDIA VIDEO VIEWS



0,11%

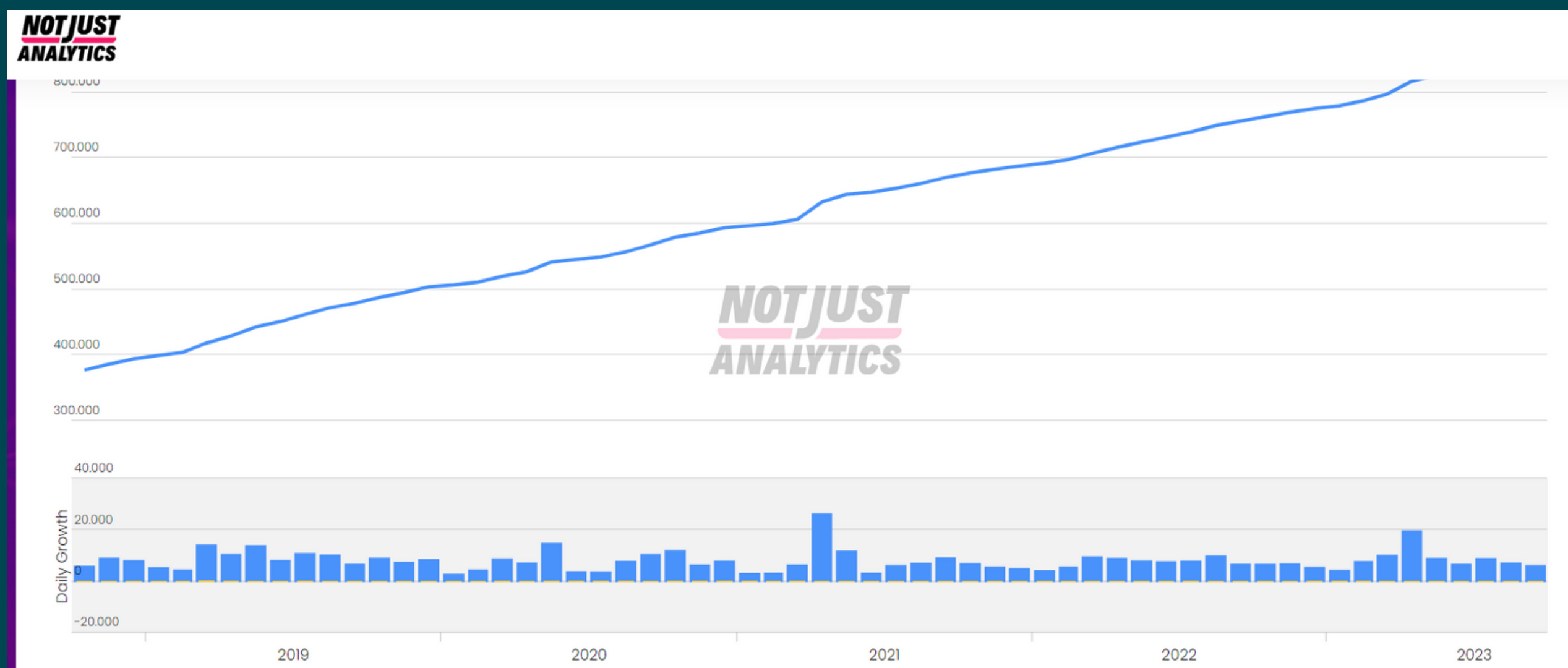
E.R. più basso rispetto alla media

ENGAGEMENT RATE

Riassunto		Settimana	Mese
Follower	+1.171 vs 05/09 - 12/09	+2.957	
Following	+4 vs 05/09 - 12/09	+4	
Post	+16 vs 05/09 - 12/09	+16	
Media Follower al giorno		+422	

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

Crescita dei follower nel corso degli anni

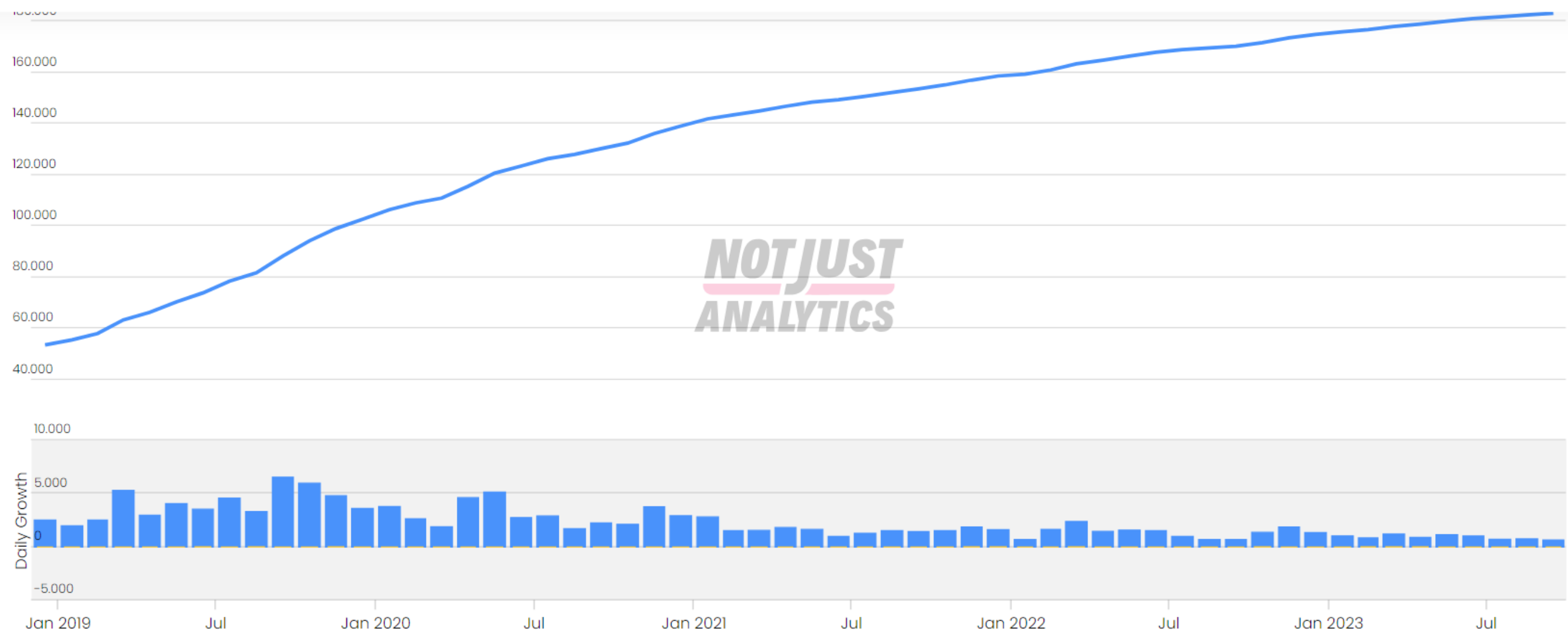


Analisi: @erbolario



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







# 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)*

# Caso Studio



Riuscire a creare eventi in relazione al nostro prodotto, ma in relazione anche ad altri ambiti

Possibili eventi come Skin care routine o zona trucco e zona social con influencer e gente comune invitata

Cura degli eventi andando a interagire anche con altri ambiti tipo arte/musica/sport

Possibile anche un contest dove per ogni acquisto guadagni un ticket per vincere un invito a questo tipo di eventi con influencer/streamer/personaggi famosi

Materiali di workshop

Corsi formativi