

ANALISI DI MERCATO E STRATEGIA



POSIZIONAMENTO DI RERAISE

La presente analisi si focalizza su **Reraise**, un brand emergente nel panorama dell'abbigliamento dedicato agli appassionati di giochi di carte. Reraise si distingue per la sua capacità di fondere design innovativo e originalità, creando una linea di prodotti che riflette la passione e lo stile unico degli amanti di questo intrattenimento.

Questo approccio non solo consente a Reraise di posizionarsi come pioniere nel settore dell'abbigliamento tematico, ma offre anche una nuova prospettiva sulle possibilità di espressione personale attraverso il vestiario.

Il **core business di Reraise si basa sulla vendita di t-shirt e felpe**, ciascuna caratterizzata da un design creativo che cattura l'essenza dei giochi di carte in modo accattivante e innovativo. Questo approccio al design non solo soddisfa il desiderio dei consumatori di abbigliamento unico e rappresentativo delle loro passioni, ma si pone anche come trendsetter nel mercato dell'abbigliamento tematico.



CHI È E COME INDIVIDUO IL MIO CLIENTE IDEALE?

Il cliente ideale di Reraise, un appassionato di giochi di carte che apprezza lo stile, l'originalità e la qualità, tende a informarsi e a decidere di acquistare in modi specifici:



COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?

Il cliente ideale si informa principalmente attraverso:

- **Recensioni e Blog:** Cerca recensioni e articoli su nuove uscite di abbigliamento legate ai giochi di carte, per vedere come i prodotti si comportano in termini di qualità, comfort e stile.
- **Social Media e Forum:** Segue influencer, marchi e comunità legate ai giochi di carte su piattaforme come Instagram, Twitter, Reddit e Facebook. Queste piattaforme sono fondamentali per scoprire nuovi prodotti, visualizzare le ultime tendenze e ottenere feedback da altri appassionati.
- **Video e Streaming:** Guarda video su YouTube o streaming su Twitch per vedere gli influencer indossare e recensire i capi di abbigliamento, e per avere un'idea di come potrebbero apparire nella vita reale.



COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?

Prima di decidere di acquistare, il cliente ideale tende a:

- **Partecipare a Discussioni:** Interagisce con altri appassionati nei commenti sui social media o nei forum per condividere opinioni e esperienze relative a specifici prodotti di abbigliamento legati ai giochi di carte.
- **Chiedere Consigli:** Potrebbe chiedere consigli e raccomandazioni all'interno della sua rete sociale o in gruppi dedicati per assicurarsi che stia facendo un buon acquisto.
- **Partecipare a Eventi:** Frequenta eventi online o fisici legati ai giochi di carte dove possono essere indossati o mostrati i prodotti Reraise, incrementando il desiderio di acquisto tramite l'esposizione diretta.



COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?

Quando è pronto per prendere una decisione di acquisto, il cliente ideale:

- **Valuta Qualità e Prezzo:** Confronta le opzioni in base alla qualità dei materiali, al comfort e al prezzo, per assicurarsi che l'acquisto valga il costo.
- **Esamina l'Esclusività e il Design:** Preferisce prodotti che offrano un design unico e che riflettano i suoi interessi personali nel mondo dei giochi di carte. L'esclusività dei design può spingere una decisione di acquisto rapida per evitare di perdere un prodotto limitato.
- **Verifica le Politiche:** Considera la politica di restituzione, le opzioni di spedizione e il servizio clienti del marchio prima di concludere l'acquisto.
- **Approfitta di Offerte Speciali:** È incentivato da promozioni, sconti esclusivi o edizioni limitate, specialmente se presentati attraverso canali che già segue e stima.



QUALI SONO I DUBBI E I TIMORI CHE POTREBBERO BLOCCARE L'ACQUISTO?

Basandoci sui dati ottenuti e sul profilo del cliente ideale di Reraise, possiamo identificare diversi dubbi e timori che potrebbero bloccare l'acquisto:

- **1. Qualità e Comfort:**

I clienti potrebbero preoccuparsi che i capi d'abbigliamento non siano all'altezza delle loro aspettative in termini di qualità o comfort. Questo è particolarmente rilevante dato che Reraise pone l'accento su materiali di alta qualità e vestibilità confortevole. I potenziali acquirenti potrebbero esitare se non sono sicuri della consistenza e della durata dei materiali o della corrispondenza della vestibilità con la loro taglia.

- **2. Autenticità del Design:**

Data l'importanza del design creativo e originale, i clienti potrebbero dubitare dell'autenticità e dell'esclusività dei design. Potrebbero temere che i design non siano così unici o che non riflettano accuratamente la cultura e lo spirito dei giochi di carte come promesso.

- **3. Prezzo:**

Il prezzo può essere un punto di attrito, specialmente se i clienti percepiscono che il valore del prodotto non giustifica il costo. Questo è particolarmente vero in un mercato competitivo dove gli acquirenti possono confrontare prezzi e qualità tra diversi marchi.

QUALI SONO I DUBBI E I TIMORI CHE POTREBBERO BLOCCARE L'ACQUISTO?

4. Politiche di Spedizione e Reso:

I potenziali acquirenti potrebbero essere preoccupati per le politiche di spedizione e reso. Temono che la spedizione possa essere troppo lenta, costosa o problematica e che le politiche di reso non siano abbastanza flessibili, specialmente se acquistano da un paese diverso o se non sono sicuri della loro taglia.

5. Autenticità del Marchio e Responsabilità Sociale:

Gli acquirenti di oggi sono sempre più interessati all'etica del marchio e alla responsabilità sociale. Potrebbero esitare ad acquistare se non sono convinti che Reraise agisca in modo etico, sostenibile o se non si sentono parte della comunità del marchio.

6. Feedback e Recensioni:

La mancanza di recensioni o feedback positivi può essere un grande ostacolo. I nuovi clienti cercano conferme attraverso le esperienze di altri prima di fidarsi di un marchio e di procedere con l'acquisto.

7. Sicurezza delle Transazioni:

I timori relativi alla sicurezza delle transazioni online possono anche impedire ai clienti di finalizzare un acquisto, specialmente se il sito web non sembra sicuro o se non sono familiari con il marchio.

STRATEGIE PER SUPERARE QUESTI DUBBI E TIMORI:

- **Fornire Descrizioni Dettagliate e Immagini di Alta Qualità:** Aiutano i clienti a capire cosa stanno acquistando.
- **Mostrare Recensioni e Testimonianze:** Costruiscono fiducia mostrando le esperienze positive di altri clienti.
- **Politiche Chiare di Spedizione e Reso:** Rassicurano i clienti sul fatto che possono restituire i prodotti se non sono soddisfatti.
- **Trasparenza sui Materiali e sui Processi di Produzione:** Rafforza la fiducia nella qualità e nell'etica del marchio.
- **Offerte di Prova o Sconti:** Incentivano i clienti a fare il primo passo e provare i prodotti.
- **Assistenza Clienti Accessibile e Reattiva:** Fornisce ai clienti un punto di contatto per le loro preoccupazioni e domande.

CHI SONO E CHE COSA FANNO I MIEI COMPETITOR?

1. Marchi di Abbigliamento a Tema Gioco:

Questi sono marchi che producono e vendono abbigliamento specificamente progettato per gli appassionati di giochi di carte. Questi marchi possono offrire una varietà di prodotti, dalle t-shirt e felpe a accessori come cappelli e borse, tutti caratterizzati da design ispirati ai giochi di carte. I loro design potrebbero variare da rappresentazioni letterali di carte e simboli di gioco a interpretazioni più astratte o artistiche.

2. Marchi di Abbigliamento Generici con Linee a Tema:

Questi sono marchi di abbigliamento più ampi che potrebbero non concentrarsi esclusivamente su giochi di carte, ma che offrono collezioni o pezzi a tema gioco come parte del loro assortimento più vasto. Questi pezzi potrebbero essere meno specializzati, ma attraggono comunque gli appassionati di giochi di carte.

3. Piccoli Marchi Indipendenti e Artisti:

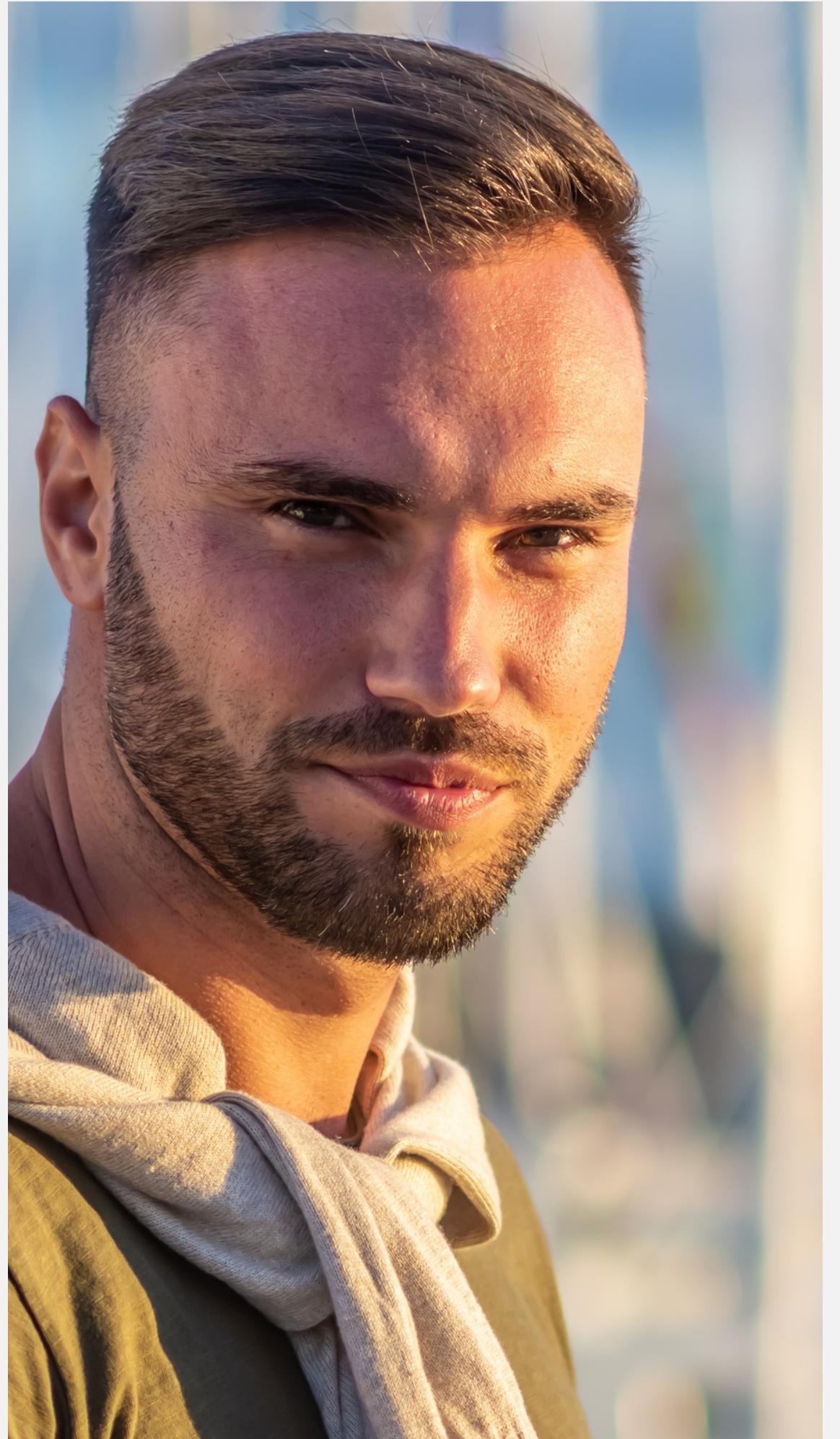
Questi possono essere piccoli marchi o singoli artisti che offrono prodotti unici e spesso personalizzati per gli appassionati di giochi di carte. Essi possono distinguersi attraverso la loro arte originale e i design personalizzati.



AUDIENCE PERSONAS

1. Il Giocatore Esperto - Alessandro (28 anni)

Alessandro è un appassionato giocatore di poker con una vasta esperienza nel mondo dei giochi di carte. Ha una personalità sicura e ama partecipare a tornei locali e online. Cerca sempre di migliorare le sue abilità e di distinguersi dagli altri giocatori. Ha un interesse particolare per l'abbigliamento che riflette la sua passione per il poker, ma è preoccupato che i capi possano essere troppo "seri" o cliché. Si chiede se ci sono opzioni di abbigliamento che possano mostrare il suo amore per il gioco in modo sottile e elegante.





AUDIENCE PERSONAS

2. La Giocatrice Sociale - Martina (24 anni)

Martina ama trascorrere il suo tempo libero giocando a burraco e scala 40 con gli amici. È alla ricerca di abbigliamento casual e confortevole che possa indossare durante le serate di gioco a casa o in occasioni informali con gli amici. È interessata a capi che siano divertenti e alla moda, ma si chiede se ci siano opzioni disponibili per le donne che non siano solo t-shirt oversize o felpe senza forma.





AUDIENCE PERSONAS

3. Il Novizio Curioso - Luca (22 anni)

Luca è nuovo al mondo dei giochi di carte, ma è molto incuriosito. Ha appena iniziato a giocare a bridge con alcuni amici e vuole esplorare ulteriormente questo hobby. È alla ricerca di abbigliamento che possa indossare durante le sue prime partite, che possa aiutarlo a sentirsi parte della comunità dei giocatori di carte. Tuttavia, ha dubbi su quali siano i motivi o i simboli più appropriati da cercare sui capi d'abbigliamento, e se sia meglio optare per un look più tradizionale o più moderno.



EMPATHY MAP PER ALESSANDRO, MARTINA E LUCA



1. CON CHI VOGLIAMO INTERAGIRE?

Alessandro (Il Giocatore Esperto): Appassionato di poker, sicuro di sé, partecipa a tornei. Vuole distinguersi senza essere eccessivo.

- **2. Di cosa ha bisogno?**

Alessandro necessita di abbigliamento che unisca stile e sottigliezza, rappresentando il suo amore per il poker senza cadere in cliché. Successo per lui significa trovare capi che lo facciano sentire unico e rispettato nei tornei.

- **3. Cosa vede?**

Alessandro vede altri giocatori con abbigliamento da poker; guarda tornei, pubblicità e post su social media di abbigliamento e accessori legati ai giochi di carte.

- **4. Cosa dice?**

Alessandro: "Voglio qualcosa che parli del mio amore per il poker, ma che rimanga elegante e sottile."

- **5. Cosa fa?**

Alessandro: Partecipa a tornei, ricerca online capi di abbigliamento specifici, confronta marchi e qualità.

- **6. Cosa sente?**

Alessandro sente amici e colleghi parlare di strategie di gioco, di nuovi tornei e di dove trovare il miglior abbigliamento da gioco.

- **7. Cosa pensa e prova?**

PAINS/SVANTAGGI:

Alessandro teme che l'abbigliamento possa essere troppo vistoso o non abbastanza unico.

GAINS/VANTAGGI:

Alessandro sogna di trovare abbigliamento che esprima la sua passione per il poker in modo maturo e stiloso.

Alessandro rischia di acquistare abbigliamento che si rivela troppo appariscente o di cattivo gusto, compromettendo la sua immagine tra i colleghi e nei tornei.

1. CON CHI VOGLIAMO INTERAGIRE?

Martina (La Giocatrice Sociale): Ama giocare a burraco e scala 40 in modo informale. Cerca abbigliamento femminile e confortevole.

2. Di cosa ha bisogno?

Martina vuole abbigliamento che sia allo stesso tempo casual, comodo e femminile, adatto alle serate di gioco con amici. Successo per lei è trovare capi che si adattino bene e riflettano la sua personalità.

3. Cosa vede?

Martina vede le tendenze della moda nei giochi di società, nota cosa indossano gli amici e segue influencer della moda su social media.

- **4. Cosa dice?**

Martina: "Desidero qualcosa di comodo e carino da indossare durante le serate di gioco."

- **5. Cosa fa?**

Martina: Trascorre serate di gioco con gli amici, cerca online abbigliamento femminile legato ai giochi.

- **6. Cosa sente?**

Martina sente consigli da amici su dove trovare abbigliamento comodo e alla moda per le serate di gioco.

- **7. Cosa pensa e prova?**

Martina è frustrata dalla mancanza di opzioni femminili che non siano cliché o troppo casual.

- **GAINS/VANTAGGI:**

- Martina desidera abbigliamento che sia comodo, alla moda e adatto alle donne.

Martina vuole sentirsi valorizzata e a suo agio con il suo abbigliamento, cercando pezzi che esprimano la sua personalità giocosa pur rimanendo eleganti e femminili.

Martina rischia di acquistare abbigliamento che non rispecchia il suo stile o che è scomodo per le lunghe sessioni di gioco, facendola sentire fuori posto o meno a suo agio durante le serate di gioco.

1. CON CHI VOGLIAMO INTERAGIRE?

- Luca (Il Novizio Curioso): Nuovo al mondo dei giochi di carte, vuole sentirsi accettato e parte della comunità.

2. Di cosa ha bisogno?

- Luca cerca abbigliamento che lo aiuti a integrarsi nella comunità dei giocatori senza sentirsi fuori luogo. Avere successo significa sentirsi parte del gruppo e confortevole nel suo nuovo hobby.

3. Cosa vede?

Luca osserva gli abiti dei giocatori più esperti, cerca online per trovare il look giusto e guarda tutorial o post sui giochi di carte.

- **4. Cosa dice?**

Luca: "Non sono sicuro di cosa indossare per sembrare parte della comunità senza sembrare fuori posto."

- **5. Cosa fa?**

Luca: Frequentava incontri di gioco, ricerca online per capire meglio il mondo dei giochi di carte e cosa indossare.

- **6. Cosa sente?**

Luca sente consigli e suggerimenti dai nuovi amici di gioco, oltre a commenti sui social media su come iniziare nei giochi di carte.

- **7. Cosa pensa e prova?**

Luca è ansioso di fare la scelta giusta e teme di sentirsi escluso o giudicato.

- **GAINS/VANTAGGI:**

Luca spera di trovare abbigliamento che lo aiuti a sentirsi parte della comunità dei giochi di carte e che sia appropriato per un principiante.

Luca desidera un senso di appartenenza e accettazione; vuole essere riconosciuto come parte della comunità senza sentirsi imbarazzato per le sue scelte di moda o per la sua mancanza di esperienza.

Luca rischia di scegliere abbigliamento che non sia accettato o apprezzato dalla comunità dei giocatori, facendolo sentire ancora più estraneo o fuori posto.

PER AFFRONTARE QUESTI DUBBI, PAURE E DESIDERI, RERAISE POTREBBE CONSIDERARE LE SEGUENTI STRATEGIE:

- **Creare Linee di Abbigliamento Adattabili:** Sviluppare collezioni che includano pezzi sottili ed eleganti per giocatori come Alessandro, oltre a opzioni più casual e femminili per giocatrici come Martina. Per Luca, una linea introduttiva con una guida su come combinare gli abiti potrebbe essere utile.
- **Fornire Informazioni Dettagliate sul Prodotto:** Descrivere accuratamente i tessuti, le taglie e i consigli di stile, evidenziando la durabilità e il comfort. Ciò aiuterebbe a risolvere le preoccupazioni pre-acquisto di tutti e tre i personaggi.
- **Usare Testimonial e Recensioni:** Mostrare come persone simili ad Alessandro, Martina e Luca indossano e godono dei loro prodotti in situazioni reali. Le recensioni autentiche possono alleviare molte paure riguardo alla qualità e allo stile.
- **Creare Contenuti Educativi e di Community:** Offrire guide di stile, consigli per i nuovi arrivati come Luca, e storie di altri appassionati di giochi di carte per costruire una comunità e un senso di appartenenza.

DA TUTTE QUESTE CONSIDERAZIONI, LA STRATEGIA DI MARKETING CHE NE È EMERSA PER LE TRE DIFFERENTI AUDIENCE PERSONAS È:

1. Segmentazione e Targeting:

- **Alessandro (Il Giocatore Esperto):** Usare canali come forum di poker, riviste specializzate e gruppi di social media dedicati ai giochi di carte per targetizzare gli appassionati esperti.
- **Martina (La Giocatrice Sociale):** Rivolgersi a comunità online di burraco, scala 40, e altri giochi di carte casual tramite piattaforme come Instagram e Pinterest, dove il pubblico femminile è più attivo.
- **Luca (Il Novizio Curioso):** Utilizzare canali come YouTube, Twitch e blog di giochi per principianti, dove i nuovi giocatori cercano consigli e informazioni.

2. Messaggi Personalizzati:

- **Alessandro:** "Eleva il Tuo Gioco con Eleganza": Promuovere abbigliamento che combina stile e sottigliezza, evidenziando come i nostri capi si distinguono nei tornei senza essere eccessivi.
- **Martina:** "Casual, Confortevole, Chic": Sottolineare la versatilità e il comfort dei capi, con un focus sulla femminilità e lo stile.
- **Luca:** "Entra nel Gioco con Stile": Fornire guide su come vestirsi per le partite di carte e sottolineare la facilità di integrazione nella comunità dei giocatori.

3. Canali di Comunicazione:

- **Alessandro:** Collaborare con influencer nel mondo del poker, sponsorizzare tornei locali o online, e utilizzare email marketing mirato per annunciare nuove collezioni.
- **Martina:** Creare contenuti visuali accattivanti su Instagram e Pinterest, collaborare con influencer femminili nei giochi di carte, e sponsorizzare serate di gioco o eventi femminili.
- **Luca:** Creare video tutorial e guide per principianti su YouTube, collaborare con streamer su Twitch che si rivolgono ai novizi, e promuovere post sui social media che rispondono alle domande comuni dei principianti.

DA TUTTE QUESTE CONSIDERAZIONI, LA STRATEGIA DI MARKETING CHE NE È EMERSA PER LE TRE DIFFERENTI AUDIENCE PERSONAS È:

4. Iniziative Promozionali:

• Alessandro (Edizioni Limitate/Eventi di Poker):

- **Social:** Creare post e storie coinvolgenti sui social media che evidenziano le nuove collezioni ed edizioni limitate, collegandole a eventi di poker significativi. Utilizzare hashtag specifici per eventi di poker per aumentare la visibilità.
- **Ads:** Lanciare campagne pubblicitarie mirate su piattaforme come Facebook, Instagram e Google, rivolte agli appassionati di poker e agli eventi correlati.
- **Blog:** Pubblicare articoli che raccontino la storia dietro ogni edizione limitata, collegandola agli eventi di poker, per aumentare il coinvolgimento e fornire contenuti di valore.
- **Newsletter:** Inviare newsletter che antepongano le nuove collezioni ed edizioni limitate, includendo interviste esclusive o retroscena sugli eventi di poker correlati.

• Martina (Linee Femminili e Offerte):

- **Social:** Utilizzare i social media per mostrare la varietà di stili e taglie disponibili, con focus particolare sull'inclusività. Pubblicare testimonianze di clienti soddisfatti e organizzare live sessions con consigli di stile.
- **Ads:** Creare campagne pubblicitarie specifiche che targettizzano il pubblico femminile, enfatizzando la diversità e le offerte speciali come sconti per le prime volte o bundle.
- **Blog:** Scrivere articoli sulle ultime tendenze della moda per le donne nel mondo dei giochi di carte, evidenziando come le linee di abbigliamento Reraise si adattino a questi trend.
- **Newsletter:** Inviare newsletter specifiche con consigli di stile, offerte esclusive per le donne e highlight dei nuovi arrivi.

• Luca (Pacchetti Inizio Gioco e Sconti):

- **Social:** Postare contenuti interattivi che mostrino il valore aggiunto dei pacchetti di "inizio gioco", con dimostrazioni e recensioni. Creare un hashtag per tracciare l'esperienza degli utenti.
- **Ads:** Impostare campagne pubblicitarie che promuovano i vantaggi dei pacchetti di inizio gioco e i codici sconto per i nuovi clienti.
- **Blog:** Pubblicare guide e suggerimenti per i principianti nei giochi di carte, collegando i benefici dei prodotti Reraise all'avvio nel gioco.
- **Newsletter:** Includere nella newsletter promozioni speciali, anteprime dei pacchetti di inizio gioco e testimonianze di clienti soddisfatti.

DA TUTTE QUESTE CONSIDERAZIONI, LA STRATEGIA DI MARKETING CHE NE È EMERSA PER LE TRE DIFFERENTI AUDIENCE PERSONAS È:

PREMIUM

5. Feedback e Coinvolgimento:

- **Social:** Incoraggiare i clienti a condividere le loro esperienze e come indossano i prodotti Reraise usando un hashtag dedicato. Creare concorsi o challenge che premiano il miglior UGC.
- **Ads:** Utilizzare le recensioni positive e i contenuti generati dagli utenti nelle campagne pubblicitarie per aumentare la credibilità e l'attrattiva.
- **Blog:** Creare una sezione del blog dedicata alle storie dei clienti, con post che presentano come utilizzano i prodotti durante le sessioni di gioco.
- **Newsletter:** Inviare sondaggi e richieste di feedback nelle newsletter, offrendo incentivi per la partecipazione. Condividere i migliori UGC e le recensioni nei messaggi.

6. Follow-up e Fidelizzazione:

- **Social:** Utilizzare i social media per annunciare nuovi arrivi, offerte esclusive e eventi, mantenendo la community informata e coinvolta.
- **Ads:** Creare annunci mirati per riattivare clienti precedenti, mostrando i benefici del programma fedeltà e le offerte esclusive.
- **Blog:** Pubblicare contenuti che esaltino i vantaggi del programma fedeltà e come i clienti possono trarre vantaggio dalla partecipazione continua.
- **Newsletter:** Regolarmente aggiornare i clienti tramite newsletter sui loro progressi nel programma fedeltà, nuove collezioni in anteprima e offerte speciali per mantenere l'engagement.



REALIZZATO DA FR MARKETINGAGENCY



tel
+123-456-7890



Website
www.reallygreatsite.com



indirizzo
123 Anywhere ST., Any City, ST 12345

