

AUDRER

anagramma di “Ardeur”

Ardore : veemenza, intensità di passioni,
desiderare con ardore o desiderio struggente.

Audrer è una linea di cosmetici e make-up
creata da Giulia de Lellis, famosa influencer
appassionata da sempre dal settore della
cosmetica.

Con pochi prodotti Giulia è riuscita a
soddisfare diverse esigenze e desideri, per ogni tipo di pelle ad ogni tipo di età.



Target : Donna dai 20 anni, che ha il
desiderio di prendersi cura di sé e di
sentirsi bella anche con un semplice
rossetto!

*“Un makeup eccellente inizia con
un’eccellente cura della pelle”*

PUNTI DI FORZA

- la fondatrice/influencer ha un seguito importante, negli anni ha guadagnato la **fiducia** di milioni di follower.
- **buona reputazione.**
- organizzati numerosi **pop-up store** che permettono di entrare a contatto diretto con i clienti, raccontare la storia del brand e attirare l’attenzione di nuovi clienti. Anche il solo desiderio di incontrare la famosa influencer e fondatrice è già un motivo per parteciparvi.
- **sito web e negozio fisico** (fa parte della catena di Sephora).

PUNTI DI DEBOLEZZA

- si prova **antipatia** verso l’influencer di conseguenza non si ha un interesse e desiderio a cercare, informarsi o addirittura acquistare.
- **concorrenza** : ormai è diventata una moda (tra influencer) avere un proprio brand, è un’**idea poco innovativa**.

VALUE PROPOSITION

Audrer aiuta le donne a prendersi cura della propria pelle attraverso creme, sieri e oli che non ungono ma offrono idratazione oltre a illuminare, nutrire e proteggere sia la pelle del viso che quella del corpo.



IL LOGO E IL TONO DI VOCE

Il logo è caratterizzato da semplicità: il colore scelto è un rosso scuro (utilizzato anche per il packaging di alcuni prodotti) mentre per la scritta si sceglie di optare per la semplicità rendendolo facilmente riconoscibile. Il tono di voce che trasmette è chiarezza, un senso di calma e tranquillità.

I valori sono:

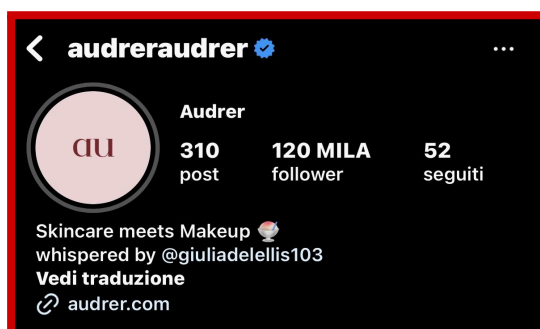
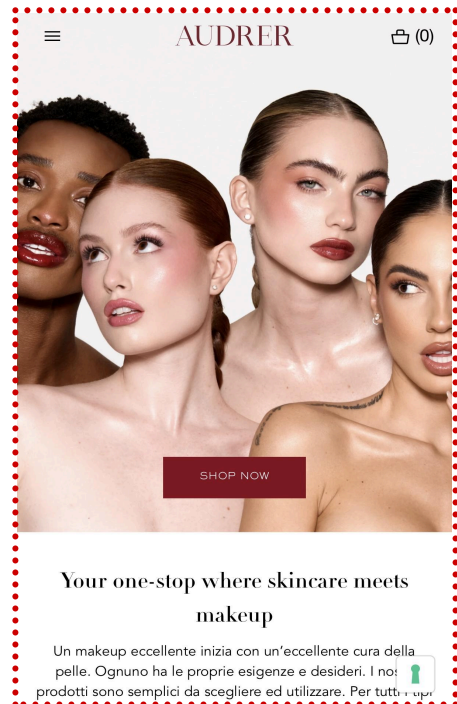
- **passione** - la passione per la cosmetica è ciò che ha spinto Giulia a creare il suo brand.
- **impegno e determinazione** - grazie a anni e anni di studio e lavoro con professionisti del settore sono riusciti a realizzare prodotti adatti a soddisfare ogni esigenza.
- **fiducia e fedeltà.**

La qualità dei prodotti è medio-alta.

I prezzi si aggirano tra i 20 e i 60 euro.

MARKETING MIX

- **PRODUCT** = i prodotti sono formulati con ingredienti di origine naturale e vegetale, non contengono fragranze aggiunte né oli essenziali. Il design, come il packaging, è semplice e raffinato. Utilizzati, oltre al rosso, colori pastello tra cui rosa e bianco, che trasmettono freschezza e classe. I contenitori sono realizzati in modo da facilitare l'applicazione dei prodotti con dosatori precisi, e le dimensioni di alcuni prodotti consentono di essere portati in borsa favorendo i ritocchi durante la giornata.
- **PRICE** = il prezzo è flessibile. Sul sito troviamo per i nuovi iscritti alla newsletter uno sconto del 10% sul primo ordine. Inoltre vengono offerti sconti (o codici sconto da influencer) per la festa della donna o il giorno di San Valentino, il Black Friday e le festività natalizie. Ci sono anche periodi in cui sono disponibili cofanetti con due o tre prodotti a un prezzo più conveniente.
- **PLACE** = il canale di distribuzione è online. Dal sito web i clienti possono acquistare i prodotti e scegliere di pagare anche a rate con Scalapay. La spedizione varia dai 3-5 giorni ed è gratuita per gli ordini superiori ai 50 euro. Inoltre, per aumentare la visibilità e accessibilità, da poco Audrer è entrata a far parte di punti vendita fisici tra cui Sephora.



- **PROMOTION** = la fondatrice pubblicizza quotidianamente i suoi prodotti sulla sua pagina Instagram e TikTok. Sa anche di poter contare su numerosi influencer e beauty

influencer ai quali manda a casa i nuovi prodotti da sperimentare, ricevendo recensioni e incuriosendo anche coloro che non ne avevano mai sentito parlare.