

ESERCITAZIONE 4

Valentina Pees

Identificazione degli obiettivi

V222P è un e-commerce di abbigliamento sportivo fitness . Siamo una startup che offre abbigliamento sportivo accessibile, di alta qualità per qualsiasi fisicità . Essendo un brand in fase di lancio gli obiettivi principali saranno far conoscere il brand (awareness), acquisire nuovi clienti e infine fidelizzarli.

Strategie di Ottimizzazione

1 Come migliorare il PAR?

Per acquisire nuovi clienti è fondamentale una landing page strategica. Le CTA devono essere ben chiare , ben visibili e invogliare all'acquisto “ acquista ora, scopri di più”. Le immagini all'interno del sito devo essere di alta qualità, accattivanti per rafforzare il messaggio .Il messaggio dev'essere ben chiaro, nella Headline il visitatore deve vedere cosa offriamo e perchè è vantaggioso acquistare da noi (capi confortevoli, di qualità ed economici).Includeremo delle prove sociali dove le recensioni dimostreranno che le nostri clienti sono soddisfatte dei nostri prodotti.

2 Come ridurre il CPL e il CAC?

Per ridurre il CPL E IL CAC segmenteremo il pubblico e indirizzeremo le campagne a solo quelle persone che potrebbero essere nostri eventuali clienti. Ciò ci permettere di evitare sprechi con persone che non rientrano nel nostro target. Ottimizzeremo le ADV incentrandoci solo sulle campagne che hanno avuto più riscontro ed elimineremo quello che non funziona.

3 Come aumentare il LTV e il BAR

Per aumentare il BAR ci serviremo dei programmi fedeltà , i nostri clienti posso invitare altre persone ricevendo un vantaggio (sconti o punti) e i nuovi clienti usufruiranno di un incentivo per acquistare. Per aumentare il LTV creeremo una customer experience personalizzata. Utilizzeremo i dati dei clienti in base agli acquisti precedenti per offrire raccomandazioni personalizzate. Invieremo anche delle email personalizzate offerte speciali.

4 Come aumentare il ROAS e il MER?

Per aumentare il ROAS e il MER ottimizzeremo gli annunci pubblicitari. Indirizzeremo gli annunci alle persone che mostrano interesse per l'abbigliamento fitness. Utilizzeremo il retargeting per raggiungere chi ha visitato il sito ma non ha acquistato. Attueremo un bilanciamento tra pubblicità e strategie organiche: Accanto agli annunci a pagamento, Investiremo in contenuti organici (come post sui social, blog e collaborazione con influencer) per costruire un pubblico fedele e ridurre il costo per acquisizione.