

# ESERCITAZIONE 3

Valentina Pees

## COSTRUZIONE DEL FUNNEL DI MARKETING

### Awareness

Per aumentare la visibilità del brand e attirare nuovi clienti ci serviremo di diversi strumenti uno tra questi i **social media**. Utilizzeremo Instagram e TikTok per raggiungere il nostro target di riferimento al fine di creare una forte connessione emotiva con il pubblico. Pubblicheremo contenuti visivi di alta qualità dove verranno mostrate collezioni, storytelling dove spiegheremo come nasce il Brand e i suoi valori, testimonianze di clienti e video di allenamenti fitness dove si indossa V222P. Investiremo in una solida strategia **seo** per far in modo che il brand appaia tra i primi risultati di ricerca ottimizzando le keyword come “abbigliamento sportivo femminile” “abbigliamento sportivo per tutte le taglie” “abbigliamento sportivo economico” “leggings donna fitness” “top sportivo fitness”. Le **ADV** sulle piattaforme social saranno fondamentali per accrescere la notorietà del brand. Creeremo diversi tipi di annunci video dove mostreremo persone che si allenano con i capi V222P, Storie ADV dove si può cliccare il tasto “acquista ora”, caroselli adv. Le influencer marketing saranno fondamentali per farci conoscere al pubblico, grazie al loro elevato numero di followers, il nostro brand acquisirà notorietà. Chiederemo loro di creare dei contenuti dove indossano i nostri prodotti esaltandone le qualità, allo scopo di far diventare il brand di tendenza. Esempio campagna awareness con influencer: la storia inizia con un montaggio dinamico dove la fitness influencer eseguirà una serie di esercizi (squat, affondi, panca, alzate laterali). Nel frattempo una voce narrante (la stessa dell'influencer) racconta quanto i nostri capi siano performanti. In basso in grande tasto swipe up “scopri di più” che rimanda alla nostra pagina e-commerce.

### Interest

Per generare interesse nel pubblico invieremo delle **email marketing**. Racconteremo chi siamo, qual è la nostra mission e perché ci differenziamo dagli altri brand. Allegheremo foto e recensioni e offriremo uno sconto per i nuovi iscritti. Faremo delle **webinar** con il tema “come sentirsi sicure di sé indossando abbigliamento fitness inclusivo”. Faremo un'introduzione al brand dove si spiegherà la mission, diremo quali sono i problemi comuni degli altri brand e mostreremo testimonianze e casi studio.

### Consideration

In questa fase, dove vogliamo dimostrare che i nostri prodotti sono i migliori saranno utilissime se non fondamentali le **testimonianze** dei nostri clienti. Mostreremo recensioni di clienti soddisfatti che hanno testato i nostri prodotti. Inoltre creeremo una tabella di dove mostreremo quanto costano i nostri capi e i materiali che utilizziamo e confronteremo questi dati con quelli dei **competitor** al fine di dimostrare che i nostri prodotti spiccano per qualità e convenienza. Faremo anche dei casi studio grazie ai quali si potrà capire come i nostri capi possono migliorare l'esperienza fitness. Citeremo quali sono i problemi comuni e come possiamo risolverli e inoltre proporremo dei test qualità dei nostri materiali.

## Action

Per facilitare la procedura di acquisto semplificheremo il **checkout** con pochissimi passaggi ( vedi Amazon dove apri il prodotto e puoi cliccare direttamente su “acquista ora”). Offriremo diverse modalità di pagamento da PayPal , carte di credito oppure soluzioni di pagamento rateali. Permetteremo ai clienti ospiti, quelli non iscritti alla pagina di poter acquistare ugualmente nel nostro e-commerce. Le **CTA** come “acquista ora” o “aggiungi al carrello” saranno visibili ben posizionate e facilmente cliccabili. Creeremo delle offerte limitate al fine di innescare nel cliente l'urgenza di acquistare. Integreremo una **chatboat** assistenza che possa rispondere alle domande più frequenti come ad esempio la disponibilità delle taglie e invieremo delle email con delle informazioni utili come la tracciabilità delle spedizioni. Come strategia di conversione non faremo pagare alle nostre clienti i costi di spedizione.

## Loyalty

Per fidelizzare il cliente dopo che ha acquistato utilizzeremo alcune strategie di marketing. Offriremo dei **programmi fedeltà** che prevedono di accumulare dei punti per ogni acquisto, ad esempio 1 punto per ogni euro speso. Dopo ogni acquisto invieremo **email** dove ringrazieremo il cliente per averci scelti, e nei giorni a seguire gli manderemo un'altra email dove gli chiederemo di lasciarci un feedback. Proporremo dei contenuti esclusivi dove mostreremo ai nostri clienti un'anteprima esclusiva della nostra nuova collezione.

## Advocaty

Il nostro obiettivo sarà far diventare i nostri clienti in ambasciatori portando nuovi acquirenti. Il programma di **referral** incentiva i nostri clienti a consigliare il nostro e-commerce. Offriremo degli sconti, o punti a tutti quei clienti che portano nuovi acquirenti. Incentiveremo **I'UGC** offrendo a tutti quei clienti che lasciano una recensione positiva sui nostri prodotti e premieremo coloro che lo fanno con sconti.

Esempio pratico: Offriremo uno sconto del 50 % a tutti quei clienti che portano un nuovo acquirente incentivando il passaparola.