

## Esercizio giorno 2

L'azienda **Deorod** sta per lanciare sul mercato una crema deodorante senza profumi, sostanze chimiche ed alcol.

1. Costruire una **strategia** di contenuti di **domanda latente** e **domanda diretta** per stimolare l'attenzione delle persone che risponda a queste domande:

- Chi è e come individuo il mio cliente ideale?
- Come si informa e decide di acquistare?
- Quali sono i dubbi e i timori che potrebbero bloccare l'acquisto?
- Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

Inoltre:

- Quali sono secondo voi i contenuti più efficaci da realizzare?
  - A. Per i Social
  - B. Per i motori di ricerca

2. Abbozzare una serie di **Copy** da utilizzare per i testi delle **Inserzioni Social** per la domanda latente e nel **Titolo** e nello **Snippet** per la domanda diretta

**Domanda 1**- essendo il prodotto in questione un prodotto di prima necessità e difficile individuare un cliente ideale in quanto il deodorante è usato da tutti ma possiamo sicuramente immaginare

che chi compra maggiormente questi prodotti siano sportivi e persone con molta attenzione per la propria cura.

**Domanda 2**- La persona che si informa è sicuramente qualcuno che abbia in mente una domanda specifica alla quale non sa rispondere e che sicuramente andrà su internet per avere una risposta.

Solo nel momento in cui la nostra risposta sarà esaustiva e abbastanza persuasiva potremmo portarla ad acquistare.

**Domanda 3**- I dubbi che possono fermare l'acquisto sono quelli che ci poniamo anche noi tutti i giorni ossia:

-l'affidabilità dell'azienda

-l'efficacia del prodotto

-l'assistenza successiva all'acquisto

**Domanda 4**- I competitor sono tutti coloro che hanno da vendere un prodotto uguale al nostro che sia migliore o peggiore, e sono coloro che nei limiti delle regole commerciali cercano come noi di prendersi la maggior fetta possibile di mercato.

### Strategia 1 per la domanda latente:

Considerando che il cliente target in questione non è qualcuno alla ricerca del nostro prodotto questa campagna sarà più incentrata nel cercare di attirare più persone possibili mettendo in risalto in punti di forza del prodotto nella maniera più semplice ed efficace possibile.

Possiamo individuare però con prima scrematura della vasto pubblico alcune tipologie di clienti tipo:

-sportivi

-persone con varie patologie di sudorazione eccessiva o altre patologie riguardanti la pelle che richiedono maggiore cura

-persone che hanno effettuato acquisti ricorrenti di prodotti per la cura della salute, (specialmente se fra i vari acquisti mostrano preferenze per i prodotti naturali)

Una volta create le ads inerenti e individuato in piccola parte un target potenziale si potrebbe proseguire con la pubblicazione delle ads su i vari social e su quelle pagine che nel breve periodo risultano maggiormente di tendenza.

La ricerca dei luoghi su internet di maggior tendenza inerenti ai nostri prodotti potrebbe essere effettuata tramite google trend.

Utilizzando questo strumento potremmo andare ad individuare i migliori luoghi dove andare a pubblicare le nostre ads che potranno suscitare maggiore interesse e raggiungere così il maggior numero di potenziali clienti.

### Strategia 2 per la domanda diretta:

Per questa strategia essendo che il cliente sa già cosa vuole si potrebbe cercare di mettere in evidenza:

-le differenze rispetto ai nostri competitor

-i benefici dei nostri prodotti

-i danni causati da sostanze chimiche e alcol

Oltre a questo sarà pure molto importante cercare di rispondere nel miglior modo possibile alle domande dirette riguardanti il nostro prodotto e per facilitarci il lavoro possiamo utilizzare "answer the public" in modo da vedere quali sono le domande più frequenti e quali consentono il miglior tasso di conversione.

Inserzione tipo per domanda latente :  
Stanco di cambiare magliette di continuo?  
Vieni a scoprire la nuova linea "Dove"



→ Altri esempi di immagini di immagini da usare per il pubblico latente



Google search results for "quali sono i migliori deodoranti deorod". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "Tutti", "Shopping", "Immagini", and "Notizie". The search results show "deodoranti" and "deodoranti uomo" as suggestions. The first result is "MIGLIOR DEODORANTE ASCELLE UOMO" with a snippet: "Se cerchi invece un deodorante antitraspirante uomo, la risposta **deorod MEN Deep Spray**. Antibatterico, mantiene la pelle asciutta per 48 ore senza lasciare residui. Gode di una tollerabilità cutanea dermatologicamente comprovata e ha una formula Anti-Batterica con carbone attivo."

→ Titolo

→ Snippet

