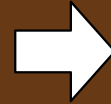


ANDREA MATTIELLO

Progetto Shopify



Agenda



ABOUT



TARGET



TONO DI VOCE



COMPETITOR



ANALISI SWOT



SITO E-COMMERCE



About Planty of Food

L'azienda ha l'obiettivo di creare **composte e succhi di frutta** che siano più salutari e più gustosi rispetto ai prodotti tradizionali, sempre però nel **rispetto dell'ambiente**.

I prodotti sono **più ricchi di frutta** e con un **tenore zuccherino più basso** rispetto alla media. Gli zuccheri utilizzati provengono esclusivamente dalla frutta, cosa che comporta un **minor apporto calorico al prodotto finito**.



Il **logo**, creato con Canva, rappresenta un albero, simbolo da cui cogliere i frutti donatici dalla natura per creare i prodotti in questione. Lo stesso è stato utilizzato anche come **favicon**.



I nostri valori

PEOPLE FIRST



Il benessere di tutti gli individui coinvolti nella produzione è al centro delle nostre priorità.

TERRITORI ITALIANI



Tutti gli ingredienti provengono unicamente da campi coltivati in Italia.

ECOSOSTENIBILITÀ



Rispetto per l'ambiente nei processi produttivi.

QUALITÀ INGREDIENTI



Alti standard di coltivazione e produzione di composte e succhi.

Clienti

Per stabilire il pubblico di destinazione ho effettuato una scrupolosa ricerca. Non ho solamente utilizzato Audience Insights ma sono andato oltre. Ho effettuato ricerche sul web, controllato i commenti agli articoli su confetture e succhi, visionato i post in cui vengono taggati i player del mercato e studiato i profili degli utenti che maggiormente interagiscono con brand simili.

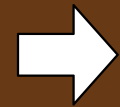
Si tratta, principalmente, di **persone molto informate** che si trovano in una **fascia di età molto vasta che va dai 25 ai 54 anni** e con un livello culturale e sociale elevato.

È un pubblico attratto dal cibo biologico per scelta e non per necessità, che quindi ha la **possibilità economica** per compiere un acquisto mirato.

Soprattutto per le composte si tratta anche di un pubblico (in questo caso in prevalenza femminile) **amante delle ricette di dolci** che non acquista per forza bio. Molti di loro si definiscono **food blogger o chef**.

Per ultimo ho notato che molti consumatori di confetture scelgono marchi di qualità superiore proprio per il **minor apporto di zuccheri artificiali**.

Target Audience



PUBBLICO DI DESTINAZIONE PRINCIPALE

Demografia: Uomini e donne tra i 35 e i 44 anni.
Situazione sentimentale: Sposati con figli di meno di 12 anni.

Caratteristiche: Reddito medio-alto con una spesa bio che incide dal 40 all'80% sul totale del carrello alimentare. Acquistano in negozi specializzati.



PUBBLICO DI DESTINAZIONE SECONDARIO

Demografia: Donne tra i 25 e i 34 anni.
Situazione sentimentale: Single o impegnati, ma senza figli.

Caratteristiche: Laureati. Privilegiano gli acquisti al supermercato oppure online. Adorano condividere le loro ricette sui social.



Buyer Personas



SABRINA

Età: 39

Occupazione: Architetto

Relazione: Sposata con un figlio.

Comportamento: Vegetariana.

Acquista prevalentemente bio da diversi anni, fa sempre la differenziata e quando può mangia bio anche fuori casa.

Interessi: Il benessere psicofisico per lei e per la sua famiglia.



STEFANO

Età: 28

Occupazione: Ricercatore universitario

Relazione: Single senza figli.

Comportamento: Compra bio da un paio d'anni soprattutto per ragioni etiche. È affezionato alle buone pratiche.

Interessi: La tutela dell'ambiente e la lotta agli sprechi.



FABIANA

Età: 53

Occupazione: Infermiera

Relazione: Sposata con tre figli.

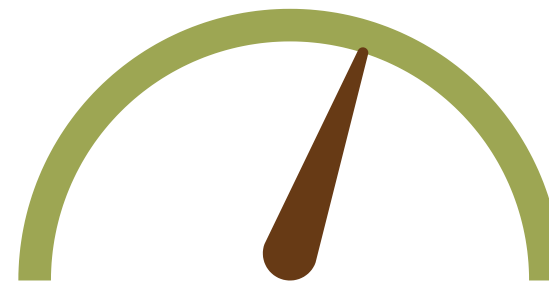
Comportamento: Si è avvicinata da poco al mondo bio, soprattutto perché attratta dalle promozioni. Gli acquisti avvengono poco di frequente. 2 o 3 volte al mese.

Interessi: Il risparmio senza però rinunciare alla qualità.

TONE OF VOICE

La scelta del “tono di voce” è una conseguenza del pubblico di riferimento individuato. **La comunicazione si mantiene scherzosa e amichevole** attraverso un **linguaggio colloquiale**, ma allo stesso tempo **rispettoso** così da essere adatto sia per il segmento più giovane che per quello più adulto.

Serio



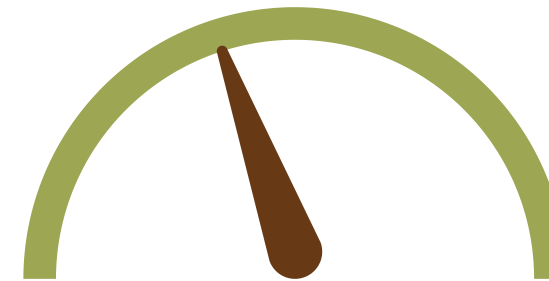
Spiritoso

Formale



Informale

Rispettoso



Irriverente

Pragmatico



Gioioso

Analisi Competitor

I leader di mercato sono aziende affermate e strutturate, come nel caso di **Alce Nero**, **La Finestra sul Cielo** e **Fior di Loto**.

A differenza nostra però **non vendono solo due o tre linee prodotto**, bensì una vasta gamma di altri alimenti biologici.

Nella mia analisi però mi sono voluto concentrare su **Alce Nero** per due motivi in particolare:

- Ha un grande seguito di follower e ambassador.
- Vende direttamente sul proprio e-commerce, cosa che non tutti i venditori di alimenti bio fanno.



Per l'analisi di reverse engineering ho utilizzato diversi tool come FB Ad Library, Pingdom, Bulit with, Ubersuggest e Not Just Analytics



alcenero.com

S

STRENGTHS

- Sostenibilità
- Prodotti locali di qualità
- Alimenti salutar
- Comunicazione originale

W

WEAKNESSES

- Gamma prodotti limitata
- Brand poco conosciuto
- No presenza offline

O

OPPORTUNITIES

- Utilizzare una comunicazione originale
- Focus sugli agricoltori e le loro storie
- Versioni mobile migliorabili

T

THREATS

- Difficoltà nel farsi notare
- Non riuscire a entrare in catene di supermercati biologiche
- Prezzi competitivi

Sito web



INDIRIZZO E PASSWORD

<https://compostina-bio.myshopify.com/>
ewheod



Purtroppo ho inserito il dominio errato e non sono riuscito a modificarlo perché non mi dà altre opzioni

Cambia dominio primario?



Sei sicuro di voler cambiare il tuo dominio primario? Ecco cosa vedranno i tuoi clienti e i motori di ricerca.

DOMINIO PRIMARIO ATTUALE

☒ compostina-bio.myshopify.com

Annulla

Salva

Struttura del sito



Menù principale

Il menù è volutamente breve e semplice da navigare per rendere facile trovare i prodotti desiderati e un modo per mettersi in contatto.



Menù footer

Nel menù secondario alla base del sito ho collegato tutte le informative necessarie per rendere il sito trasparente e in regola con le normative.



Barra degli annunci

Nella barra in alto ho scritto un messaggio che indica all'utente come poter usufruire della spedizione gratuita.



Blog

Ho inserito un blog per evidenziarne la sua importanza nell'attrarre nuovi clienti. Ho aggiunto tre ipotetici articoli che richiamano le argomentazioni che maggiormente coprirei: ricette, benefici dei prodotti e storie di agricoltori.

App integrate



Customer privacy

App di Shopify per richiedere con un banner in basso il consenso al trattamento dei dati in conformità al GDPR.



Privy

App per invitare i visitatori a iscriversi alla newsletter tramite pop-up (dopo 10 secondi di navigazione) e tab sulla sinistra dello schermo desktop.



Tidio

App di messaggistica per permettere la comunicazione via chat con i visitatori del sito tramite icona in basso a destra.



PushOwl

App per notifiche push. Sono partito con una campagna di di saldi per un prodotto specifico. Se avessi un account premium avrei impostato anche una campagna di cart recovery.

SEO



RICERCA KEYWORD

Ho effettuato una ricerca delle keyword maggiormente utilizzate nella search intent degli utenti a cui punto.



MODIFICA SEO

Le keyword selezionate sono state inserite nel testo della pagine e nelle apposite sezioni di Shopify dedicate alla SEO insieme a una chiara CTA.



ALT TEXT

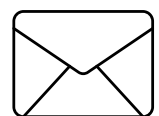
Tutte le immagini e video sono state nominate e descritte tramite Alt text con keyword apposite.



URL

Gli URL sono stati abbreviati e personalizzati sia per rendere la lettura più semplice sia per renderli il più coerenti possibile.

Grazie



EMAIL ADDRESS

andrea.mattiello18@gmail.com



PLANTY OF FOOD