



mud

Project Work di **Martina Pesciotta**

Che cos'è nuud?

- Previene gli odori neutralizzando i batteri grazie al micro argento
- Efficace per 3-7 giorni con una sola applicazione. Puoi fare sport, muoverti, fare la doccia: niente ne ostacola l'efficacia
- Super concentrato: il nostro tubetto da 20 ml dura 10 settimane
- Formula brevettata



Crema Antiodorante

VALUE PROPOSITION

Dare un **opzione** diversa al **mercato italiano** che vada incontro all'**esigenza** di trovare un "deodorante" che abbia **ingredienti naturali**, che sia **vegano**, **cruelty free** e che davvero funzioni per **combattere il cattivo odore**.



OBIETTIVI DI BUSINESS

e

OBIETTIVI DIGITALI



OBIETTIVO di BUSINESS



Main Goal:

Vendere il prodotto
nel mercato italiano.

OBIETTIVI DIGITALI

Awareness: far conoscere nuud ed esporre i suoi vantaggi.

Interest: incuriosire il potenziale target con la nostra value proposition e con contenuti accattivanti.

Desire: portare gli utenti sulla pagina prodotti, una volta atterrati sul sito.

Acquisition: acquisto dello Starter Pack o/e acquisizione dati utente.



RICERCA delle KEYWORDS



KEYWORDS



"Deodorante **Vegano**"

"Deodorante **Vegan**"

"Deodorante **Cruelty Free**"

"Deodorante **Naturale**"

"Deodorante **Bio**"

fonti:

- AnswerThePublic
- UberSuggest
- Google

Competitor Diretti / Indiretti

Diretti:

Bam&Boo



Just⁺

POWERED
BY PLANTS



Indiretti:

amazon

BioVeganShop
COSMETICS & CO.

ECCO Verde

seevegan

FUNNEL AIDA

Fasi FUNNEL	OBIETTIVO	CANALI	KPI
AWARENESS	Far conoscere nuud ed esporre i suoi vantaggi	<ul style="list-style-type: none">- Campagne social media (Instagram/FB)- Campagne Influencer	<ul style="list-style-type: none">- Visualizzazioni video campagna social media- Reach raggiunta dalla campagna influencer
INTEREST	Incuriosire il potenziale target con la nostra value proposition	<ul style="list-style-type: none">- Campagne Search Marketing- Pubblicazione contenuti Instagram/FB e ciò che ne deriva (commenti/like/condivisioni)- Blog posting sul sito nuud	<ul style="list-style-type: none">- CTR (click through rate)- Numeri Insights per post/reels/storie pubblicati- Numero lettori articoli del blog nuud
DESIRE	Portare gli utenti sulla pagina prodotto una volta atterrati sul sito	<ul style="list-style-type: none">- Direct marketing email- Tramite la call to action "Scopri di Più" presente nell'ADV- Campagne di retargeting - Campagne influencer	<ul style="list-style-type: none">- Numero di click al link nella mail- Numero swipe up- Numero di click sull'annuncio e di utenti che hanno concluso l'acquisto - Numero di swipe up/click sul link (call to action)- Numero di acquisti tramite codice sconto affiliato
AQUISITION	Acquisto dello starter pack o/e acquisizione dati utente	<ul style="list-style-type: none">- Creazione account sul sito per ottenere sconto primo acquisto- Lead form su IG/FB (a seguito di Adv) <p>(Poi utilizzare i contatti ottenuti per creare email di Direct Marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none">- Numero di account creati- Numero di contatti (email, numero di telefono ecc.) ottenuti- Transazioni/ Revenue generati dall'acquisto

CUSTOMER JOURNEY MAP

FASI	AWARENESS	INTEREST	DESIRE	ACTION
TOUCHPOINT	<ul style="list-style-type: none"> - Call to action (swipe up “Scopri di Più” di un ADV IG) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pagina del sito - Pubblicità Search Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Pagina dei prodotti con i loro prezzi 	<ul style="list-style-type: none"> - checkout - lead form
BISOGNI DELL'UTENTE	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente ha bisogno di un deodorante naturale composto da ingredienti non aggressivi per la pelle e che rispetti l'ambiente utilizzandolo. 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente vuole raccogliere maggiori informazioni in merito al deodorante nuud per comprendere se è il prodotto adatto alle sue esigenze 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente confronta le varie soluzioni fornite dal sito (starter pack, starter pack, family pack, duo deal ecc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente acquista uno dei prodotti offerti da nuud
AZIONI DELL'UTENTE	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente naviga su internet per trovare un deodorante adatto alle sue esigenze - l'utente scorre le storie di Instagram e fra queste appare la sponsorizzazione Nuud 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente atterra sul sito e inizia a reperire informazioni in merito a nuud 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente scopre le soluzioni fornite alla pagina “Prodotti” 	<ul style="list-style-type: none"> - l'utente crea account per ricevere lo sconto sul primo acquisto - l'utente compila il lead form
CRITICITA'	<ul style="list-style-type: none"> - le ADV sono solo su IG e quindi non è facile riuscire a coprire tutti i target 	<ul style="list-style-type: none"> - le informazioni sul prodotto/ la value proposition non è abbastanza chiara sul sito questo porta l'utente ad abbandonare il sito. 	<ul style="list-style-type: none"> - lo shop non indica una serie di informazioni importanti subito (quantità di prodotto, quanto dura ecc.) portando l'utente a perdere tempo nella ricerca di queste info e nella scelta della decisione finale 	<ul style="list-style-type: none"> - la registrazione per la creazione dell'account è un pò troppo lunga e richiede troppe informazioni all'utente portandolo ad abbandonare

Buyer Personas



Nome: Sara

Età: 27 anni

Career: Insegnante di Yoga e Nomade Digitale

Interessi: ha a cuore l'ambiente e la natura e ama viaggiare

Social Network: Instragram, Facebook, Youtube, Pintrest

Preferred Method of

Communication: Social media, DM, Email, Phone, Face-To-Face



Nome: Giulia

Età: 19 anni

Career: Studentessa Universitaria vegetariana

Interessi: riscaldamento globale, ecosostenibilità, inclusione sociale

Social Network: Instragram, Facebook, Twitter, Youtube

Preferred Method of

Communication: Social media, Phone, Face-To-Face, Telegram



Nome: Antonio

Età: 30 anni

Career: Sviluppatore siti/app

Interessi: Da poco si sta interessando agli ingredienti con i quali sono realizzati i deodoranti a causa di una serie di allergie alla pelle.

Social Network: Facebook, Instragram, Youtube, LinkedIn

Preferred Method of

Communication: Social media, Telegram, Email, Phone, Face-To-Face

STRATEGIA



STRATEGIA

Awareness:

far conoscere nuud ed esporre i suoi vantaggi.

Interest:

incuriosire il potenziale target con la nostra value proposition e con contenuti accattivanti.

Canali:

PAID



Campagne
Social Adv
- IG/FB

SHARED



Social
post
organici

Campagne Social - IG/FB



TIPO 1

CONTENUTO: storia IG/FB

OBIETTIVO: views

KPI: N. views campagna storia

TIMING: 1 mese

BUDGET: 10€ x 30 gg = **300€**

TIPO 2

CONTENUTO: video collaborazione Micro Influencer

OBIETTIVO: Reach and Frequency

KPI: N. Reach - N. Frequency

TIMING: 1 mese

BUDGET: 10€ x 30 gg = **300€**

BUDGET CREAZIONE VIDEO: 250€

CALL TO ACTION:



Post Organici- IG/FB



CONTENUTO: post carosello/ post singolo/ reel

OBIETTIVO: presentare Nuud, farlo conoscere ed esporre i suoi vantaggi.

ARGOMENTI: Perché scegliere Nuud, come/quando utilizzare nuud, esperienze con il prodotto...

KPI: engagement rate, impression, like, condivisioni, salvati.

TIMING: 1 mese (valutazione dell'andamento dei contenuti per poi riprodurre quelli che funzionano meglio)

STRATEGIA

Desire:

portare gli utenti sulla pagina prodotti, una volta atterrati sul sito.

Action:

acquisto dello Starter Pack o/e acquisizione dati utente.

Canali:

PAID



Campagne
Social Adv
- IG/FB

OWNED



Sito
(Landing
Page)

Lead Generation - IG/FB



CONTENUTO: storia IG/FB

OBIETTIVO: lead generation

KPI: N. di contatti ottenuti/
account realizzati/ prodotti
venduti

TIMING: 1 mese

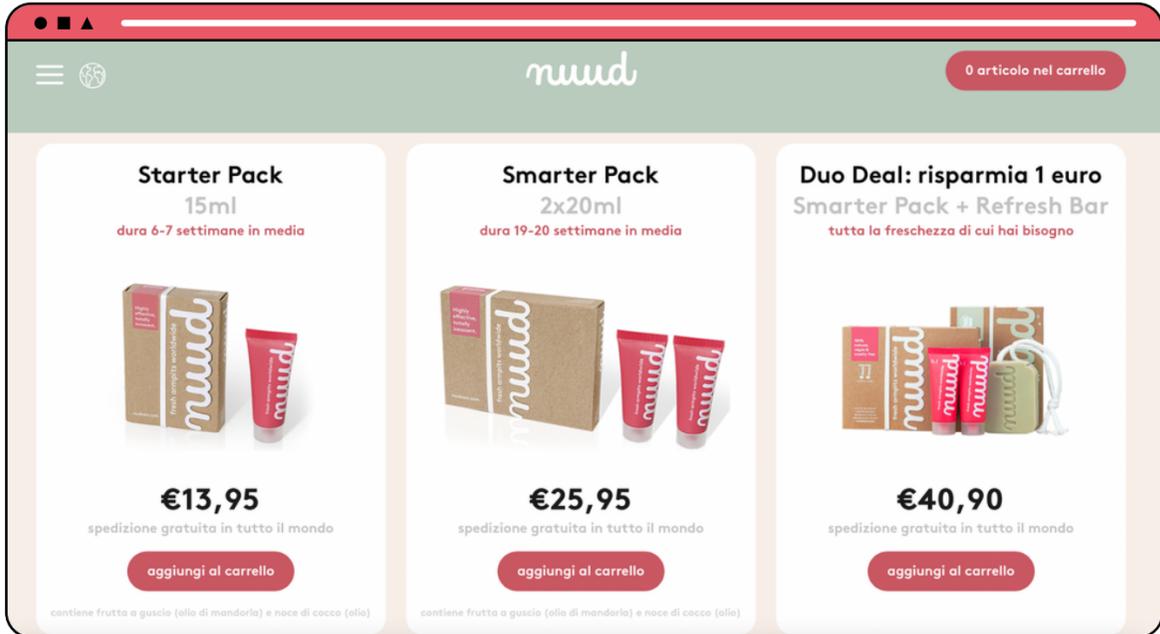
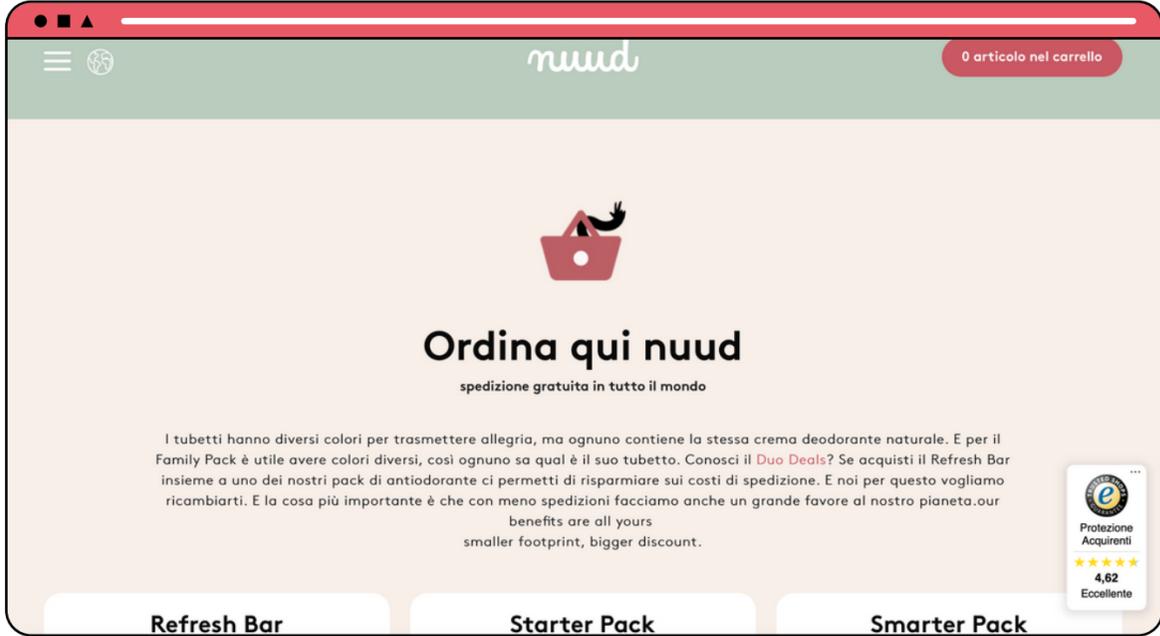
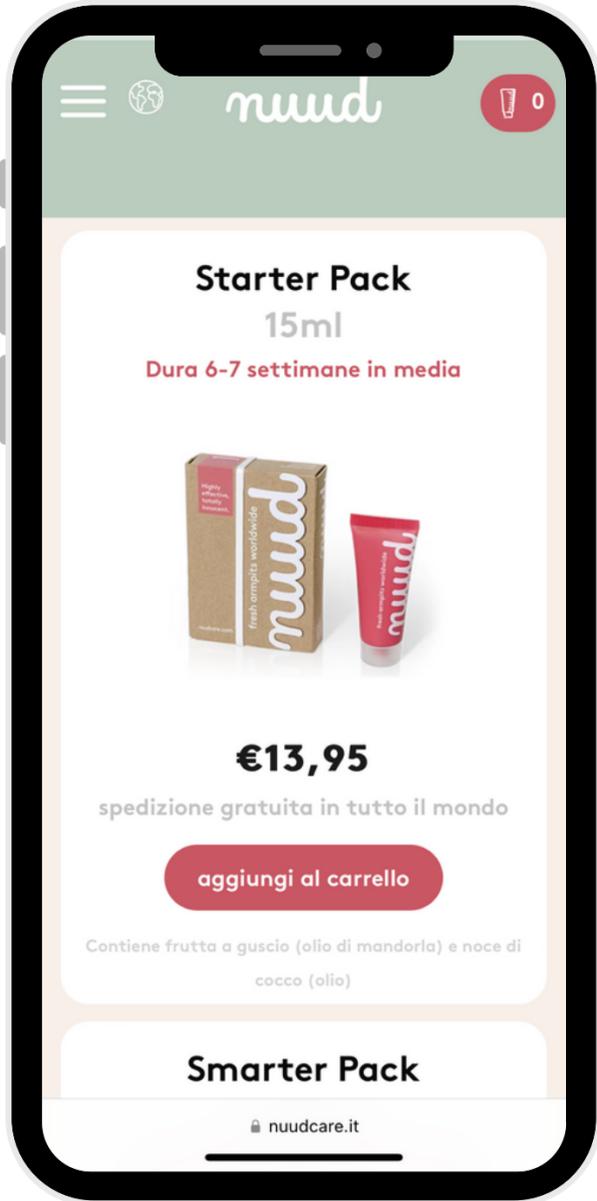
BUDGET: 10€ x 30 gg = **300€**

CALL TO ACTION:



fonti:
Unsplash

Lead Generation - Landing Page



Lead Generation - Account

The mobile app interface shows a 'Crea account' form with the following fields: Nome, Cognome, Email, and Password. Each field is a single-line text input. At the bottom, there are two buttons: 'Crea' (red) and 'Torna al negozio' (green). A 'Privacy - Term' link is visible in the bottom right corner.

nuud 0

Crea account

Nome

Cognome

Email

Password

Crea Torna al negozio

Privacy - Term

The desktop website interface shows a 'Crea account' form with the following fields: Nome, Cognome, Email, and Password. Each field is a single-line text input. At the bottom, there are two buttons: 'Crea' (red) and 'Torna al negozio' (green). A 'Protezione Acquirenti' badge is visible in the bottom right corner, showing a 4.62 rating and 'Eccellente' status. A '0 articolo nel carrello' notification is in the top right corner.

nuud 0 articolo nel carrello

Crea account

Nome

Cognome

Email

Password

Crea Torna al negozio

Protezione Acquirenti
★★★★★
4,62
Eccellente



Project Work di **Martina Pesciotta**