

CREO GROUP WELLNESS



Road To Richness Book®

Calendario SuperSexy

Strategia di Marketing Collaborativo

SVILUPPATA DA
Creo Group™ Wellness



Indice

Introduzione.....	3
Dati di progetto.....	4
Analisi del Mercato.....	5
Obiettivi del Progetto.....	6
Analisi Finanziaria.....	7
Road Map Futura.....	8
Attività Web online.....	9

Introduzione

Riepilogo del progetto dopo la prima fase della strategia

Il progetto di Calendario Super Sexy è molto interessante dal punto di vista della espansione e fin da subito abbiamo trovato grandi opportunità nel supportare e sviluppare questo progetto. Dal momento che questo è un prodotto stagionale, è fondamentale valutare un piano di crescita che sia valido tutto l'anno; infatti abbiamo già accennato alla possibilità di creare nuove opzioni di sviluppo con l'ausilio di una community.

Il nostro principale obiettivo è, oltre a sfruttare questo dell'anno con l'evento di San Valentino, quello di far crescere e dare un aspetto e una struttura organizzativa molto professionale.

Il calendario super sexy ha dentro di sé molti aspetti di crescita personale e di coppia, non un banale calendario con "frasi da rimorchio" per questo merita il rispetto e la riverenza che lo rende uno strumento di grande valore.

Attualmente il prezzo del solo calendario è di 29,00€ di listino e la tecnica dello sconto è una delle varie tecniche possibili.

Vogliamo utilizzare anche altre tecniche per promuovere il calendario, come per esempio:

- feste e occasioni speciali (anniversari, matrimoni, addii ai nublati e celibati)
- coppie in crisi (quindi persone che hanno il fuoco della passione spento)
- arrivare ai vip e agli influencer (senza pagarli, essere quindi la sorpresa e la novità)

Nel progetto di sviluppo vogliamo anche ricercare e trovare prodotti di brand affini a questa filosofia e vendere in affiliazione questi prodotti, incrementando così il fatturato anche con prodotti paralleli.

Successivamente al primo step che prevede l'ottimizzazione del sito web e dell'impalcatura social e la realizzazione di articoli tematici che possano posizionarsi organicamente, vogliamo sviluppare una piattaforma di scambio (community) per dare la possibilità a partner e servizi in target di trovare uno spazio per farsi pubblicità e guadagnare anche da lì (es: catering per matrimoni, organizzatori eventi matrimoni, avvocati matrimonialisti, etc). Quindi trovare partner e sponsor per incrementare il giro di consapevolezza del brand.

Dati di progetto

Da quanto tempo esistiamo

Poco più di 12 mesi

Il target specifico

Il target di riferimento per questo progetto è:

Uomo	x	20-30 anni	x	Interessi: coppie o single che sono alla ricerca di nuove esperienze nel rapporto di coppia.
Donna	x	30-40 anni	x	
		40-50 anni	x	
		50-60 anni	x	
		+60	x	

I prodotti / servizi trattati

I nostri prodotti / servizi sono:

Calendario Super Sexy prodotto su Amazon [Link](#)

Luogo di sponsorizzazione preferito

Dove andare a prendere nuovi clienti:

L'attività di promozione online iniziale verrà svolta tramite facebook. In secondo luogo verrà sviluppata anche tramite ricerca google. Infatti possiamo uscire in ricerche generiche come "Calendario". Ecco il [link](#) dell'andamento delle ricerche. ([Link2](#) per "Calendario Sexy")

Contenuti del progetto

[Link file condiviso](#) Questo è il documento dove trovare i testi del sito

[Link file articoli](#) web Questo è il documento dove trovare gli articoli pubblicati

Analisi del Mercato

Studio del mercato, interessi e tendenze per la crescita del progetto

Facendo semplici ricerche online, come primo passo, abbiamo verificato che esempi come “Il calendario filosofico” ha tanti materiali online ed è venduto in tutte le salse. Per capire meglio la ricerca che a noi compare è questa: [link](#). In ogni caso nel caso del calendario super sexy lo sviluppo delle ricerche effettuate con un tool specifico ci hanno confermato che attualmente tramite la ricerca è sconveniente investire denaro, prima di tutto dobbiamo generale consapevolezza.

Quindi dovremo utilizzare i canali social per promuovere il nostro funnel e far scoprire la sorpresa del nostro brand a persone sconosciute. Di seguito una lista di ricerche effettuate.

[Link di analisi delle domande online: parola chiave “Calendario”](#)

[Link di analisi delle domande online: parola chiave “Calendario Sexy”](#) (0 domande)

[Link di analisi delle domande online: parola chiave “Calendario Filosofico”](#)

Ci troviamo di fronte ad un prodotto nuovo e poco conosciuto, dovremo quindi lavorare sulla consapevolezza e sul posizionamento organico (richiede dai 6 ai 12 mesi).

Tendenze attuali e previsione future dell'andamento di mercato

Il futuro del progetto dipende solo dal nostro operato e da come utilizzeremo il budget per sviluppare le campagne web. Nuove vendite porteranno linfa per il futuro. Utilizzare amazon nel futuro dovrà essere un piano b, dopo un periodo di utilizzo per il momento ottimale e funzionale. Nel prossimo futuro dovremo implementare la struttura di stampa e consegna per garantire un servizio veloce.

La scelta è di indirizzare il progetto su una delle 3 aree qui sotto:

- prodotto
- supporto
- delivery

Definire quale di queste è prioritaria permetterà di sviluppare il marketing del progetto nella giusta direzione.

Analisi della concorrenza vista dal nostro punto di vista

Analizzando il competitor suggerito abbiamo visto la sua struttura digitale e di base My Secret Case è un sexy shop, quindi un pò distante dal punto di vista di Calendario Sexy. Cercando online tutto quello che è possibile trovare è calendari con donne nude e cose non affini all'oggetto del progetto.

Questo ci da una possibilità in più prima di tutto di sviluppare al meglio il brand e avere un vantaggio competitivo, dall'altro dovremo contrastare la possibilità che venga mal interpretato ad una prima visita.

Vuol dire che chi ci troverà online all'inizio potrebbe pensare che una cosa "pornografica", in realtà con sua grande sorpresa scoprirà che dietro a questo progetto c'è ben altro e molto più profondo.

Obiettivi del Progetto

Gli obiettivi del progetto a breve Termine

- 1) Attivare il funnel per portare traffico sul sito web (landing page) per generare vendite tramite Amazon.
- 2) Subito dopo passeremo all'ottimizzazione del sito web per sviluppare il posizionamento organico e sviluppare il brand online
- 3) Sviluppare nuove forme di business, attraverso l'invio di informazioni periodiche e campagne mirate.

Il resto del lavoro sarà svolto per ottenere risultati nel medio termine:

- 100 post social organici da creare seguendo la lista delle informazioni nel documento specifico e sviluppare quindi un anno di contenuti che tengano i canali attivi.
- nuove landing page per attivare altre offerte e nuove opportunità del business
- blog informativo e posizionato seo, secondo le keyword richieste

Obiettivo “Posizionamento”

Il posizionamento ricercato nel medio-lungo termine è dedicato a ricercare le parole chiave e la lista delle parole chiave di partenza da quelle fornite in fase di intervista.

[Link parole chiave](#)

La CTA (chiamata all'azione) della strategia

Nel caso del calendario super sexy le cta possono essere svariate, eccone alcune per avere un'idea di partenza:

- rinnova la vita di coppia
- rompi la monotonia della coppia
- respira una nuova aria nella coppia
- sentiti più sexy
- sentiti te stesso*

Sentiti te stesso per vivere la vita che vuoi senza limiti. (effetto wow)

Analisi Finanziaria

Sviluppo analisi Finanziaria-Economica del progetto

Tramite il percorso di sviluppo e vendita seguiremo il listino fornito da te.

36,90 € prezzo di listino

29,90 € su amazon

24,90 € con coupon di sconto (acquisto emozionale) [funnel]

[Sviluppo Conto Economico Previsionale](#)

Strumenti fondamentali per lo sviluppo e la crescita del progetto nei prossimi 3 anni

[Conto Economico Previsionale](#)

[CashPlanRoad to Richness](#)

[Controllo di Gestione](#)

[Know How Bancario](#)

[Recupero Crediti](#)

[Fundrasing](#)

Utilizza questi documenti per acquisire ulteriori conoscenze in materia finanziaria per gestire la tua azienda al meglio. Le linee guida da avere sempre a portata di mano.

Ovviamente noi saremo accanto a te per ottimizzare i processi e sviluppare la giusta consapevolezza con la quale ottenere il risultato milionario desiderato

Azioni Concrete

Strumenti e attività messe in campo nel dettaglio

Sito Web

- Sito web strutturato con grafica responsive e funzionalità impostate
- Pubblicazione di post/articoli tematici (cadenza di 4 ogni mese)
- Creazione di Mailing list automatica (funnel) con 20 mail periodiche
- Attività di offerte periodiche legate alle date speciali ed eventi importanti:
 - Capodanno (1 gennaio)
 - Festa nazionale (2 giugno)
 - Befana (5 gennaio)
 - Ferragosto (15 agosto)
 - Carnevale (variabile)
 - Ognissanti (2 novembre)
 - Pasqua (variabile)
 - Immacolata (8 dicembre)
 - Festa nazionale (25 aprile)
 - Festa dei lavoratori (1 maggio)

Social

- Creazione di 100 post e relativa pubblicazione sui canali social dell'azienda (avrà accesso alla piattaforma dedicata per pubblicare su tutti i social presenti in un'unica azione)
- Creazione dei post tematici legati alle feste comandate
- Creazione di altri post speciali, legati ad altre ricorrenze o date importanti (da comunicare preventivamente)
- nota per smm: post con risposta diretta (interazione e commenti).

Sponsorizzazione

- ricerca degli obiettivi principali
- ricerca delle parole chiave fondamentali
- ricerca dei post di tendenza per scovare gli hashtag da usare
- scelta della piattaforma migliore (Google, Meta, LinkedIn, TikTok)

Elementi e Tools

Funzioni per il sito web

Tools esterni utilizzati per analisi e misurazioni

- Google Analytics (traffico web)
- Ahref (seo) Semrush (seo - ads) Search Console (seo)
- Cookie Yes (cookie policy)
- Sendgrid (invio mail dal sito web)

Hosting utilizzato

Aruba

Accesso: vedi gestionale

Database

-

Road Map Futura

I passi ottimizzati nel tempo

Q1-24

Sviluppo del funnel e attivazione campagne per festività di San Valentino, creazione e sviluppo di email automatiche da integrare nel funnel per assicurare la vendita del calendario.

Q2-24

Sviluppo e incremento attività di creazione Articoli web e sviluppo 100 post organici da programmare. Sviluppo community online (sito web o social, da definire).

Q3-24

Massimizzazione delle sponsorizzate e incremento del budget tramite facebook. Proseguimento del lavoro seo.

Q4-24

Attivazione delle sponsorizzate tramite google e incremento ulteriore del budget. Ottimizzazione dei processi e inizio delega ad altri operatori.

Q1-25

Analisi e check per conclusione primo anno di lavoro.

La Strada della Ricchezza non finisce qui, questo è solo il primo anno, man mano inseriremo altre indicazioni e progetti futuri.

Attività Web online

Le attività costanti che intendiamo sviluppare da oggi in avanti

Come primo passo ci occuperemo di sviluppare nel dettaglio il funnel funzionale e attivare le campagne tramite facebook.

Successivamente avvieremo le normali procedure di sviluppo di

100 argomenti per sviluppare, post social, articoli web e mail tematiche.

Ipotesi programma di registrazione per chi non vuole comprare il calendario e quindi si può creare un invio giornaliero di “pillole del sesso, idee e suggerimenti per mettere il pepe nella coppia”.

Tramite il link qui sotto si può trovare il file con gli argomenti da sviluppare

[Link per gestione Piano Editoriale](#)

Conclusioni

La tua Road to Richness è conclusa, leggi il riepilogo

Questa strategia di marketing è stata concepita e implementata con l'obiettivo di guidare il tuo progetto verso il successo e la crescita sostenibile nel mercato odierno in continua evoluzione. Attraverso un'analisi approfondita, pianificazione strategica e esecuzione attenta, siamo fiduciosi di aver posto solide basi per ottenere risultati significativi.

Abbiamo lavorato con dedizione per definire obiettivi chiari e misurabili, mirando a superare le sfide e sfruttare le opportunità che il panorama di mercato offre. Le tattiche e i canali selezionati sono stati scelti per massimizzare la nostra presenza e il coinvolgimento degli utenti, garantendo al contempo che ogni sforzo di marketing sia allineato alla nostra identità e alla visione aziendale.

L'implementazione della strategia è stata eseguita con precisione, curando ogni dettaglio per garantire un impatto significativo sul pubblico di riferimento. Monitoreremo attentamente le performance e là dove sarà necessario, anche adottando il nostro supporto, apporteremo regolari ottimizzazioni per massimizzare i risultati e seguire le dinamiche mutevoli del mercato.

I risultati ottenuti durante il percorso dimostreranno l'efficacia delle nostre azioni e la validità delle scelte strategiche. Tuttavia, consideriamo questa fase solo il punto di partenza per una crescita continua e un successo duraturo negli anni. L'impegno per l'innovazione, l'esplorazione di nuovi approcci e l'adattamento alle mutevoli esigenze dei nostri clienti rimangono al centro della nostra visione di marketing.

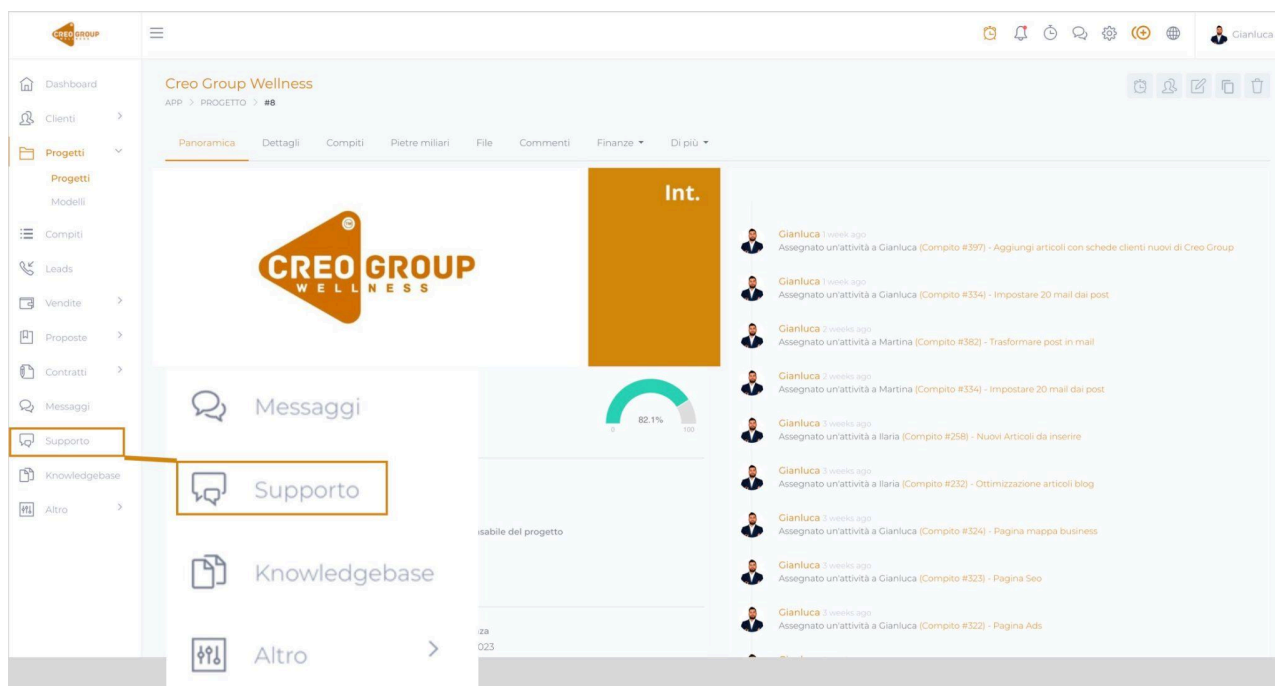
Guardando avanti, continueremo a sfidare noi stessi, cercando nuove opportunità di esposizione e affinando costantemente l'operato per ottenere e raggiungere il risultato desiderato. Insieme, possiamo affrontare le sfide future con fiducia e mantenere il nostro impegno per l'eccellenza, sfruttando al meglio il potenziale di ogni iniziativa di marketing futura.

Questo schema sarà la nostra guida futura che utilizzeremo per monitorare, adattare e verificare lo stato della strategia scelta, insieme ai dati che costantemente usciranno fuori per avere successo nel nostro business.

Supporto Diretto

Come ricevere supporto e assistenza in ogni momento

Nel nostro Crm online potrai entrare e visitare la sezione di supporto per aprire un ticket con il quale ricevere assistenza tempestiva.



Apri la sezione Supporto > clicca sul tasto + in alto a destra e compila i campi

