

NAILS-MAIL: strategie per massimizzare il valore di un marchio e per creare una *community*.



- **AZIENDA**

Azienda specializzata in cosmesi per unghie.

- **CONTESTO**

Mercato molto competitivo caratterizzato da grandi *players* a livello internazionale e suddiviso in due macrosettori: settore vendita ingrosso/dettaglio di prodotti per la cosmesi e settore formazione per la certificazione di onicotecniche professioniste.

- **TARGET**

Donne 10-60 anni, di qualsiasi classe sociale e livello di istruzione;
centri estetici specializzati in cura delle unghie.

- **OBIETTIVI**

La strategia ha puntato ad un ripensamento generale del *business* del cliente sotto diversi aspetti: miglioramento dell'immagine del marchio e della sua *awareness* attraverso un progetto di *restyling* del sito; creazione di una *community* e di una rete di onicotecniche professioniste certificate Nails-Mail; riposizionamento del marchio, non solo nel settore della vendita al dettaglio, ma anche in quello della formazione; incremento dei profitti attraverso un miglioramento del processo di acquisizione del *prospect* e del tasso di fidelizzazione della clientela.



Cosa vuol dire diventare Nails Mail Professional ?

A close-up photograph of a person's hands with long, red-painted fingernails. The hands are positioned in the lower-left area of the graphic, with pink orchid flowers in the background.

- 1** **Formazione per ricostruzione e manutenzione delle unghie;**
- 2** **Avanzate tecniche nel campo della Nails Art;**
- 3** **Kit di strumenti certificati e all'avanguardia;**
- 4** **Supporto costante dell'azienda specializzata Nails-Mail;**
- 5** **Intraprendere una nuova professione!**

• STRATEGIA DI MARKETING SITOVIVO

Il primo passo della strategia di marketing ideata da **SitoVivo** è stato la creazione del sito, puntando principalmente sulla valorizzazione di elementi di fiducia, usabilità e *design*.

L'uso della **Suite SitoVivo**, gestionale integrato per il *web marketing one-to-one*, ha permesso inoltre:

- la profilazione ed identificazione automatica dell'utente;
- la verifica e l'ottimizzazione dei percorsi di navigazione dell'utente all'interno del sito;
- la fidelizzazione della clientela tramite procedure automatiche e la presenza di aree riservate all'assistenza in *real time*.

Il secondo passo è stato creare nel sito un'area dedicata alla formazione di onicotecniche professioniste, con video-lezioni scaricabili da autorisponditori.

L'attività di consulenza si è anche soffermata sulla creazione di canali di traffico qualificato al sito, attraverso:

- una gestione coordinata degli investimenti pubblicitari a pagamento, con preventiva identificazione delle *keywords*, dei prodotti e canali più rilevanti e con analisi dei **click fraudolenti**;
- una ottimizzazione periodica del posizionamento organico;
- strategie di social media marketing su Facebook al fine di favorire la nascita di una *community*.

Il supporto strumentale fornito dalla Suite SitoVivo ha consentito inoltre al cliente di gestire in maniera molto semplice ed immediata da un unico pannello tutte le attività strategiche di *web marketing one-to-one*.

• RISULTATI OTTENUTI

L'utenza è stata profilata in base a comuni interessi ed abitudini ed identificata anagraficamente per **oltre il 10%**.

La fidelizzazione del cliente è aumentata con un tasso di riacquisto del **50%**.

La *fan page* di Nails-Mail ha inoltre contribuito ad aumentare gli accessi qualificati al sito, raccogliendo sempre più "affezionati".