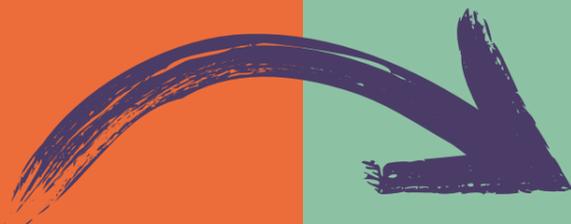




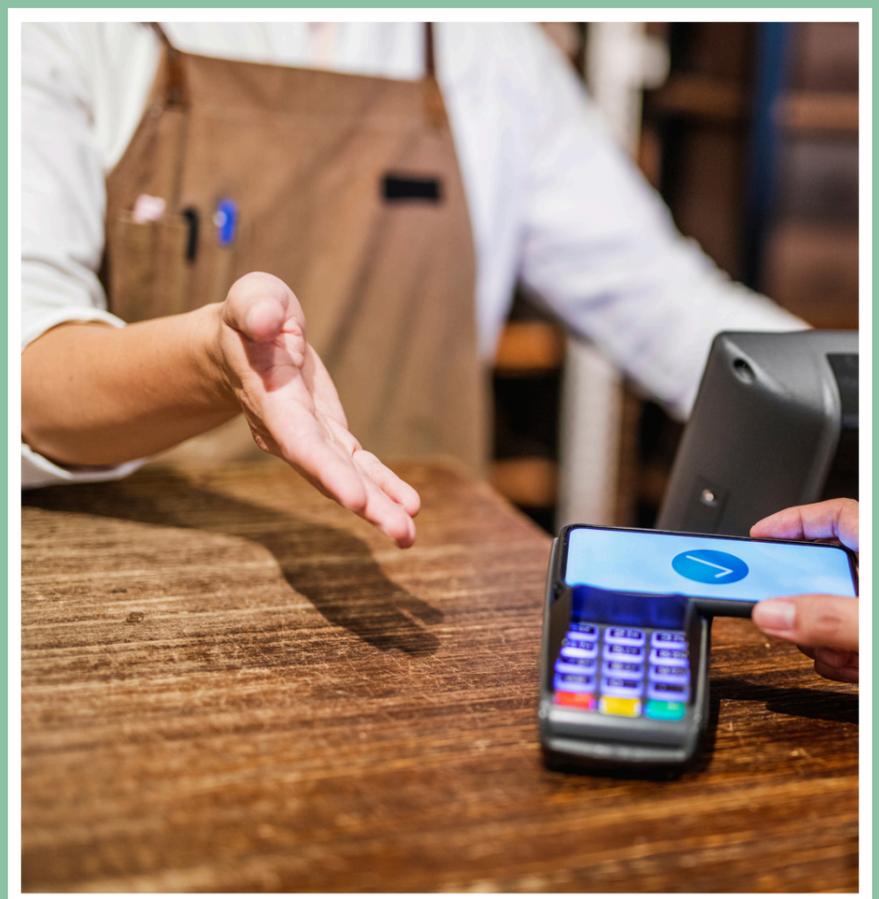
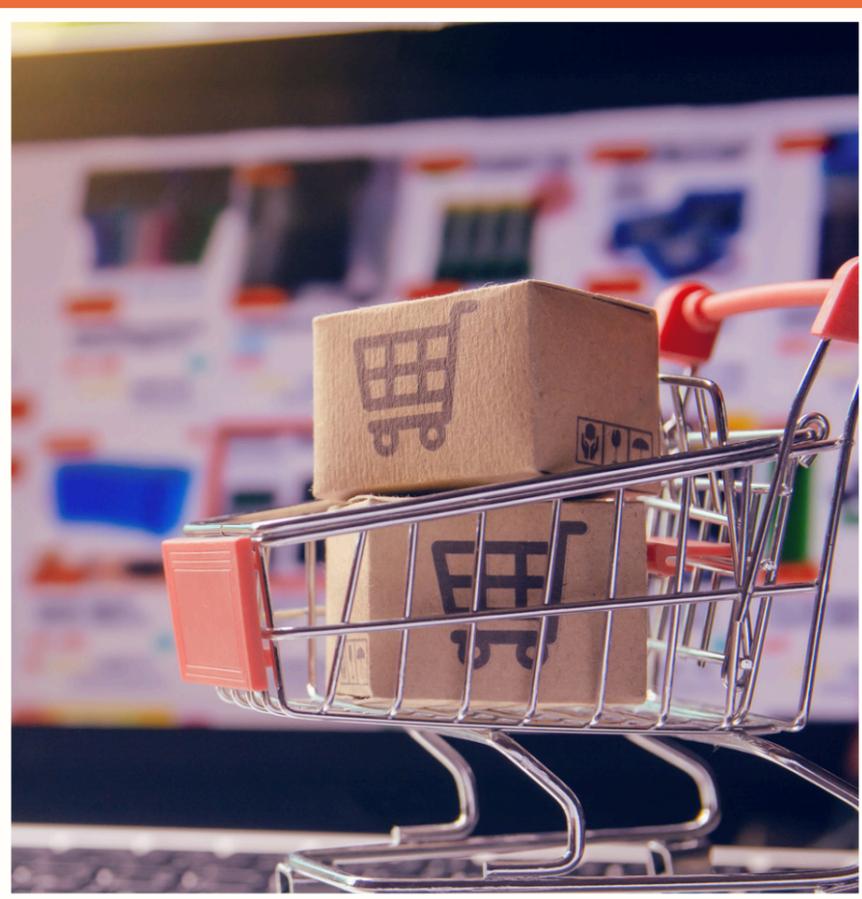
Dal B2C al B2B

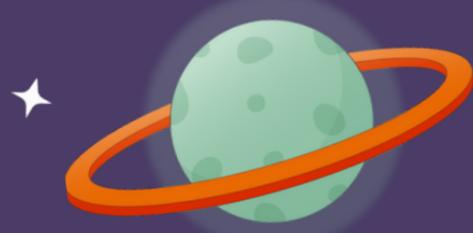
Come ampliare strategicamente un business **eCommerce DTC** espandendosi con Retailer B2B



eCommerce DTC

Retailer B2B

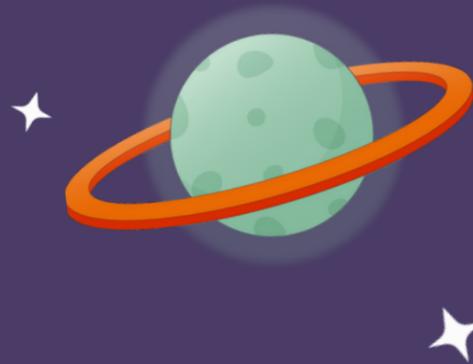




CONTESTO E AZIENDA

- **Christmas The Original** è il Leader in Italia per la vendita decorazioni di Natale 🎄 personalizzate.
- La vendita avviene con canali proprietari, tramite **sito eCommerce** e **vari flagship store**.
- **Secret Key dal 2020** gestisce il Marketing strategico e operativo a 360°.

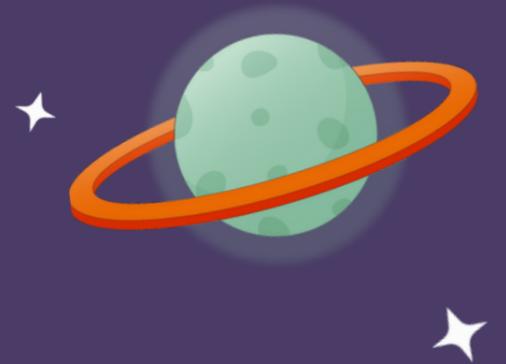




LA SFIDA: AMPLIARE IL BUSINESS

- Il canale di vendita diretto è in crescita costante e genera ottimi profitti. A inizio 2023 con la proprietà ragioniamo su **come accelerare la crescita del fatturato e la presenza del marchio a livello nazionale.**
- Visto che l'apertura e la gestione diretta di **Flagship Stores** è molto complessa e onerosa, si è deciso di tentare una **espansione tramite Reseller B2B** (commercianti con articoli e target affini).





IL TARGET B2B

Bisognava quindi **intercettare e persuadere** commercianti con negozi in target, a cui proporre la vendita di prodotti Christmas The Original attraverso l'introduzione di **corner tematici**.

La tipologia di negozi ideali erano librerie, cartolerie, negozi di articoli per la casa, articoli da regalo e similari.



ESEMPIO DI CORNER





COME VALIDARE IL POTENZIALE

Per validare il potenziale di mercato e capire l'effettivo **Market-Fit** nei confronti del target **B2B**, abbiamo deciso di lanciare un Funnel di Lead Generation Light.

Parliamo quindi di un segmento minimo operativo in stile **Lean Marketing per Start Up**.

Questo approccio implica un investimento contenuto che **riduce i rischi di sprecare budget**.

Con un Funnel Light si verifica la **traction**, si estraggono i primi KPI su cui fare valutazioni, si capisce cosa ha funzionato, e poi, **a fronte di risultati incoraggianti, si può decidere di scalare** aumentando i budget e ampliando il Funnel.





IL FUNNEL DI LEAD GENERATION

Il Segmento minimo operativo era composto da Campagne Meta Ads con creatività ad hoc, che portavano traffico ad una **Landing Page studiata appositamente per persuadere il target.**





CAMPAGNE META ADS

Abbiamo lanciato campagne Meta su aree geografiche circoscritte, **in zone in cui il brand era già presente e conosciuto.**

Spiegare il prodotto e il suo potenziale da zero al target B2B sarebbe stato più difficile.





LEVE E ANGLE PERSUASIVI

Abbiamo utilizzato 4 leve principali per persuadere il Target B2B attraverso creatività statiche e in formato video:

- **Opportunità:** *“Aumenta le tue possibilità di guadagno e accresci il tuo fatturato.”*





LEVE E ANGLE PERSUASIVI

- **Autorevolezza:** numeri come "*Più di 500 mila clienti soddisfatti*" e "*Oltre 1 milione di prodotti venduti*" sono serviti a costruire fiducia e a dimostrare il reale potenziale.





LEVE E ANGLE PERSUASIVI

- **Emotività:** video per sottolineare l'aspetto emotivo del regalare un dono unico e personalizzato. Frasi come "Regala un'emozione" mirano a creare un collegamento emotivo con il pubblico.
- **Immedesimazione:** Mostrare contesti di utilizzo realistici e situazioni in cui i prodotti possono essere esposti consentiva di immaginare e visualizzare i prodotti in un negozio.

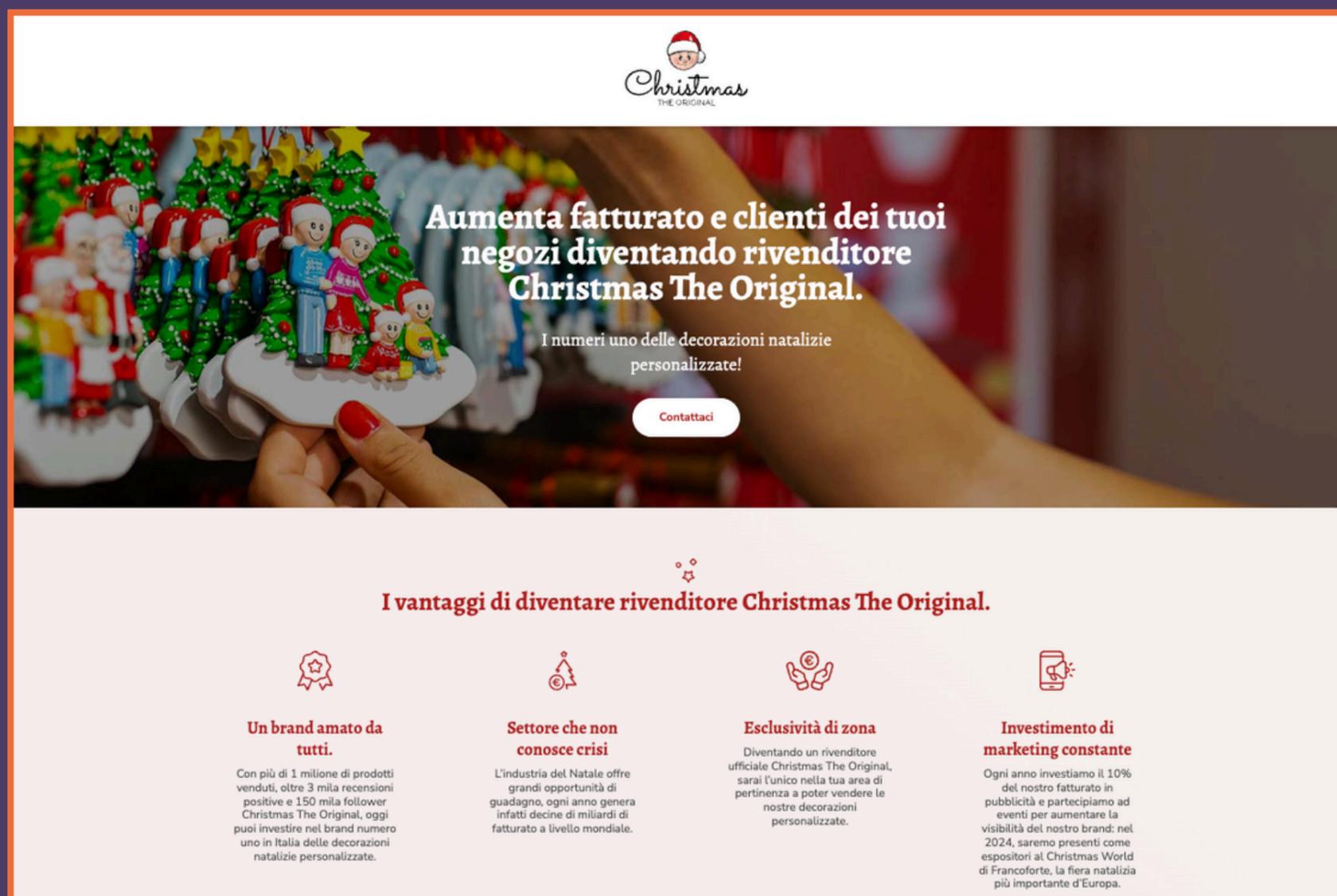




LANDING PAGE

La landing page che abbiamo progettato e realizzato è stata cruciale per massimizzare le conversioni, grazie a elementi come:

- **Headline diretta e concreta:** comunica il beneficio principale a livello economico.
- **Vantaggi:** elementi chiari che mostrano i vari lati positivi per il rivenditore.





LANDING PAGE

- **Numeri e statistiche:** dati concreti come "700K+ clienti soddisfatti" e "2M+ prodotti venduti", per rafforzare la fiducia.
- **Immagini di impatto:** Le foto dei negozi allestiti in vari modi mostrano visivamente il risultato finale, aiutando il target a visualizzare i prodotti nel proprio store.

700K⁺
Clienti soddisfatti

2M⁺
Prodotti venduti

300K⁺
Follower

5M⁺
Like

Alcuni punti vendita



Diventa un rivenditore



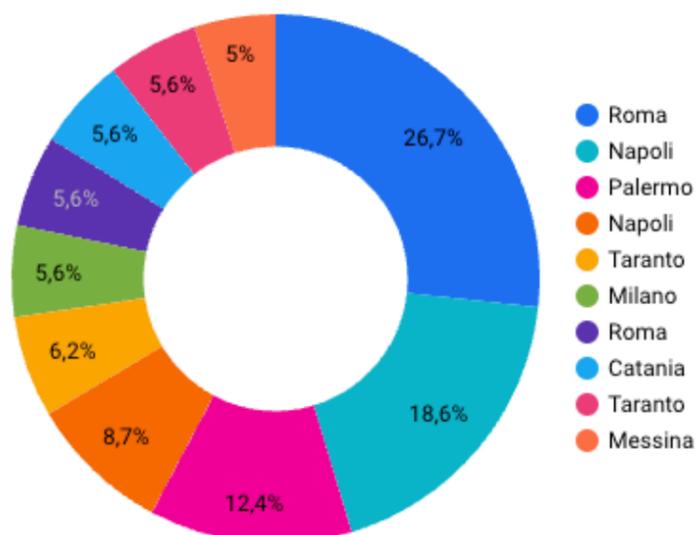


RISULTATI OTTENUTI

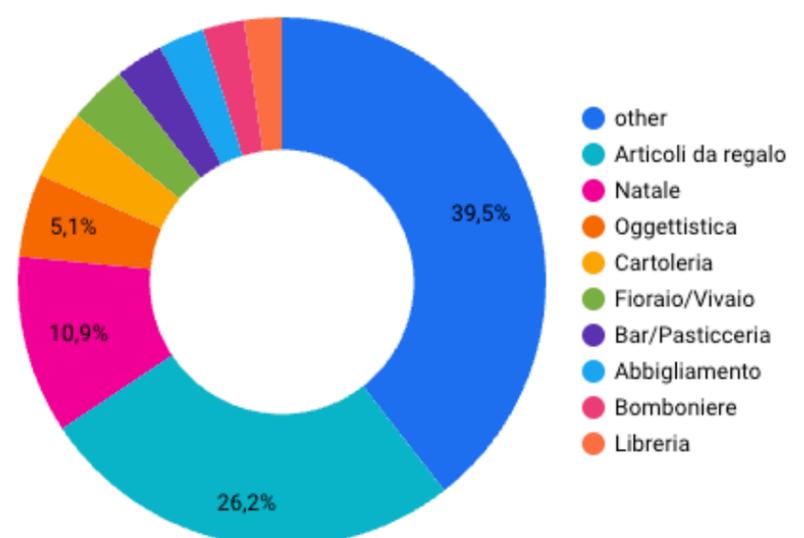
- Oltre 1.300 lead qualificati, con un costo per lead (CPL) di circa 4,5€.
- 68 nuovi clienti acquisiti, con un **ordine minimo di 600€ ciascuno.**
- CAC 87,78 €
- **ROI del 710% solo sul primo ordine** 

Spesa Meta B2B 5.969,00 €	Lead 1.322	CPL 4,52 €	Clienti 68	CAC 87,78 €
-------------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------

Località Negozi



Tipologia Negozi



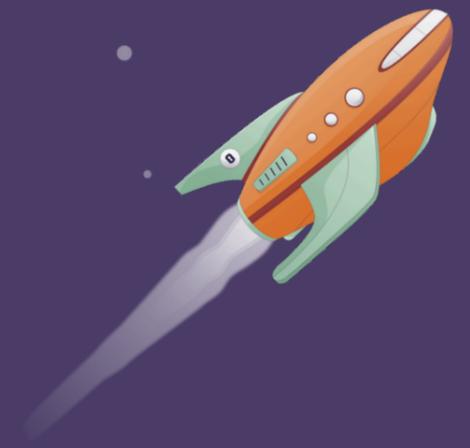


IMPATTO A LUNGO TERMINE

L'acquisizione di un cliente B2B ha generato tre risultati positivi per l'azienda:

- **CLTV E ROI INCREMENTALE:**
i commercianti dopo aver validato il potenziale del prodotto, effettueranno altri acquisti nel tempo e di valore superiore. Il 1° ordine di 600€ è infatti cautelativo.
- **DIFFUSIONE DEL BRAND:** la distribuzione retail incrementa la presenza sul territorio, generando brand awareness, crescita della base clienti e del passaparola.
- **BILLBOARD EFFECT:** I clienti intermediati acquisiti tramite retailer, in futuro acquisteranno in quota parte direttamente sull'eCommerce o nei Flagship Stores di Christmas the Original.





FASE DI SCALING

Dopo aver validato il potenziale di mercato attraverso il Funnel Light, **stiamo scalando** per massimizzare le performance.

Come lo stiamo facendo?

- **INCREMENTO DI BUDGET:** controllo costante dei KPI per assicurarsi che il CPL e il CAC rimangano profittevoli.
- **ESPANSIONE GEOGRAFICA:** ampliamento aree geografiche anche in zone d'Italia in cui il brand non è presente.
- **TESTING CREATIVO:** stiamo testando nuove leve e angles persuasivi.





Questo post ti è stato utile?



Condividilo con i tuoi contatti;



Salva il post per rileggerlo in futuro;



Seguimi per non perdere altri contenuti;

Hai bisogno di supporto strategico e operativo per migliorare fatturato e profitti della tua azienda?

Vai su www.secretkey.it e contattaci!