

**UNITI&VICINI**  
**PROJECT**

# DESCRIZIONE TARGET

**TARGET:** Persone di una certa età abituati a comprare nel negozio locale

**SITUAZIONE ATTUALE:** Difficoltà nell'ottenere i beni che necessitano

**PROBLEMI:** impossibilità di andare nei negozi di sempre, difficoltà a comprendere i meccanismi dei siti come amazon e lentezza nelle consegne

**DESIDERI:** ricevere i beni di necessità senza avere a che fare con sistemi complessi e comprare locale

# DESCRIZIONE CLIENTE

Business locali che non hanno i mezzi per sostenere la perdita fisica dell'attività, moltissime aziende senza alcuna presenza digitale

**PUNTI DI FORZA:** clienti abitudinari, generazione altospendente rispetto agli user digitali, aziende affermate

**PUNTI DEBOLI:** "ignoranza" digitale e tempo necessario per comprendere i meccanismi troppo lenti

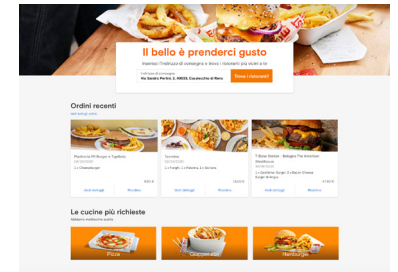
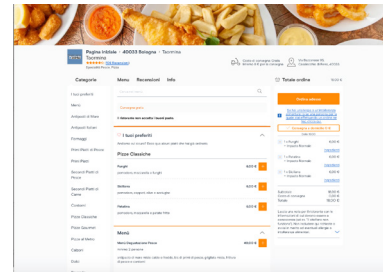
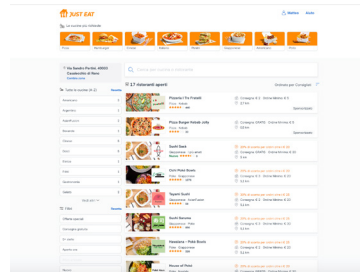
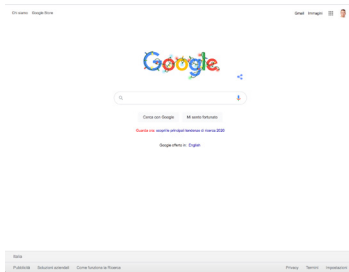
**RISORSE SU CUI INVESTIRE:**

- Umane: PR e comunicazione con i business
- Programmazione del sito
- Pubblicità del servizio

# SOLUZIONI

- Sito realizzato come Google in cui si inserisce nella keyword ciò che si cerca. Background che cambia a seconda della città di riferimento.
- Una volta che si cerca ci si trova davanti a una catalogazione dei servizi in stile Just Eat, ma con foto personalizzate, in cui ci si trova davanti alle realtà locali che possiedono quel bene di necessità, con filtri utili come Vicinanza, Costo minimo spedizione, Presenza di Prezzi, Presenza di foto dei prodotti e così via. Per ovviare il "problema" della registrazione di tutti gli user saranno in evidenza contatti e presenza digitali dei business, presente anche numero di telefono per permettere anche ai più scettici sulle registrazioni di avere la possibilità di ordinare dalla piattaforma e di parlare con l'esercente.
- Possibilità di ricevere notifiche per mail o da cellulare, che magari a quell'età è più facilmente consultabile, con esplicito ad ogni messaggio il modo per disattivare il servizio.
- Per pubblicizzare e per aumentare la brand awareness campagne social con prevalenza Facebook ispirazionale allo stare uniti e a celebrare la propria città. Anche un video inoltrabile con whatsapp ispirazionale potrebbe essere molto utile dato l'utilizzo dell'app di messaggistica verde.
- Possibile bot su Whatsapp che semplifica ulteriormente il servizio in cui uno scrive ciò di cui ha bisogno e lui ti risponde con i 5 suggerimenti principali con relativi link di atterraggio
- Convenzioni con le aziende più intraprendenti nell'avere alcuni posti sponsorizzati (SEM) così come funziona in Google, ma rendendolo evidente per permettere comunque una concorrenza democratica
- Video tutorial per ogni funzione, sia per gli utilizzatori che per i business, in modo tale che possono vedere tutti i passaggi che devono compiere e comprendere il tutto con la massima semplicità.

# ESEMPI



# FONTI DI GUADAGNO

- Affiliate marketing: percentuali sulle vendite dalla piattaforma
- Costo servizio non troppo alto, più legato alle percentuali
- Possibili fondi dello stato per l'aiuto alle economie locali ed evangelizzazione digitale
- Convenzioni con aziende digitali interessate ad avere un contatto con business privi di presenza digitale
- Convenzioni con business interessati a realizzare pubblicità dai nostri social o direttamente dal bot / newsletter
- Vendita di prodotti ispirazionali che fanno sentire uniti, magari con una percentuale per una buona causa di una qualche realtà della zona

# OBIETTIVI FINALI

- Aiutare il consumatore ad avere i beni che vorrebbe
- Aiutare più aziende possibili a non dover chiudere
- Non obbligare per forza a un investimento cospicuo come può essere una presenza digitale singola
- Migliorare l'economia della zona
- Far sentire più uniti e scoprire nuove realtà locali