

P R O G E T T O   A N A L I S I  
S T R A T E G I C A

DI FEDERICA GENTILE

# I N D I C E

- **Introduzione 3-4**
- **Contesto e Mercato 5-7**
- **Analisi Brand 8**

Sito Web 9

Instagram 10

Facebook 11

YouTube 12

- **Analisi competitor 13**

Veja 14-15

Womsh 16-17

Confronto brand 18

- **Analisi SWOT 19**
- **Target**
- **Dati demografici Target 21**
- **Dati psicografici Target 22**
- **Obbiettivi SMART 23**
- **Posizionamento 24**



# I N T R O D U Z I O N E

**BRAND** ID.EIGHT è un brand di sneakers ecosostenibili realizzate con scarti alimentari e materiali riciclati. Nasce dalla collaborazione tra Dong Seon Lee, Creative Designer Director, e Giuliana Borzillo, Brand Manager. Le calzature, unisex e ispirate agli anni '90, combinano design elegante e basso impatto ambientale.



## FOUNDERS

Dong, laureato in moda a Seoul, arriva in Italia con una borsa di studio. Giuliana, con studi universitari a Napoli e un master al Polimoda di Firenze, si incontra con lui nel 2017 durante una fiera. Tra i due è subito amore. Dopo una lunga relazione a distanza—Dong lavora come stilista in Germania e Giuliana come product manager in Italia—decidono di andare a convivere.

**“ID STA PER IDENTITÀ E  
EIGHT INCARNA  
L’INFINITO, LA CAPACITÀ  
DI RIGENERARSI E QUINDI  
L’ECO-SOSTENIBILITÀ”**





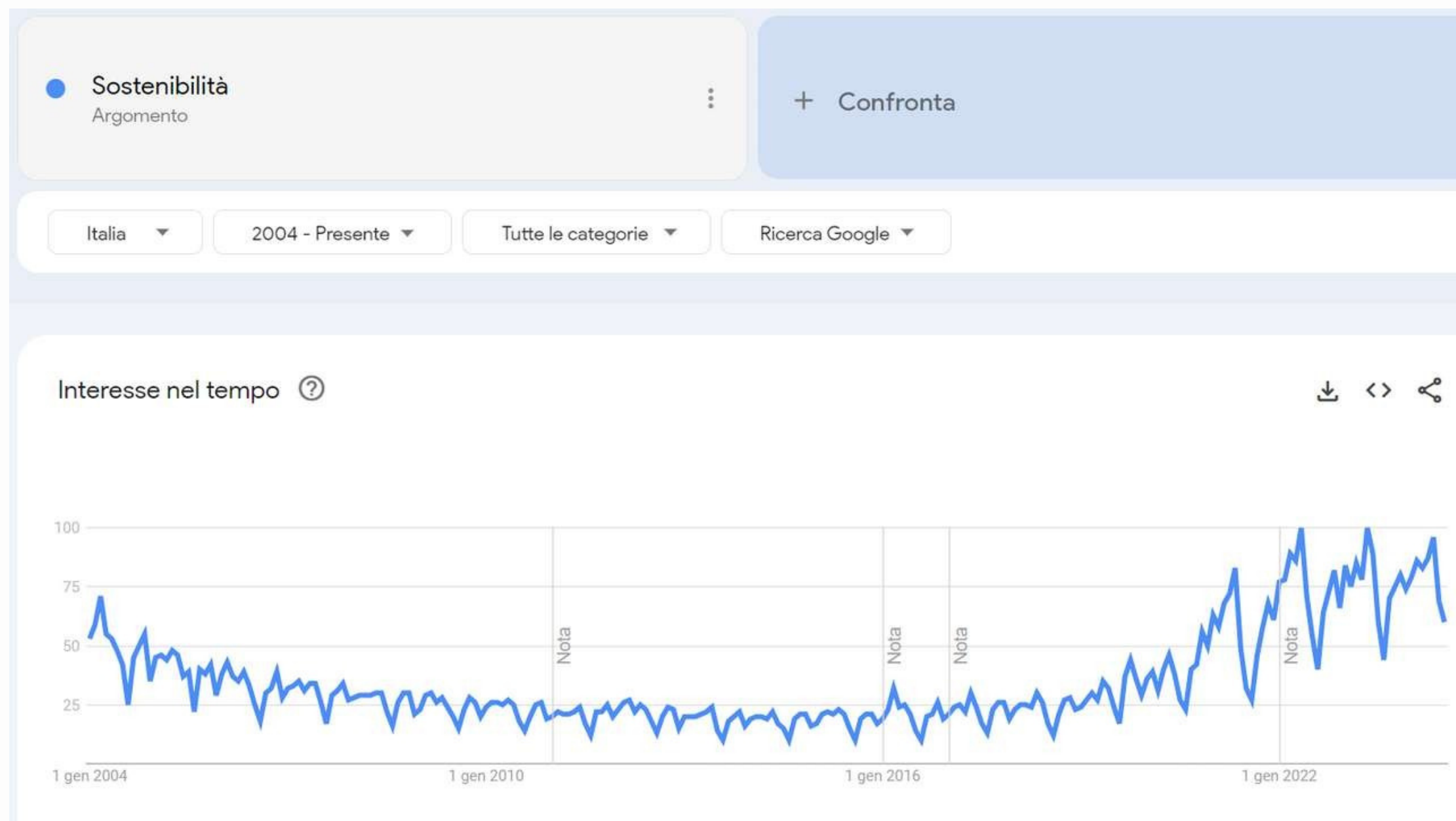
**MISSION** Dong e Giuliana, scoprendosi giorno dopo giorno, decidono di unire le loro attitudini complementari. Dong, appassionato di design fin da giovane, sogna di creare una linea di scarpe che esprima la sua identità orientale e il suo stile anni '90. Giuliana, sensibile alla sostenibilità e appassionata di marketing nella moda, desidera fondare un brand ecosostenibile con un design ricercato. Insieme, realizzano il loro sogno con ID.EIGHT.



## VISION

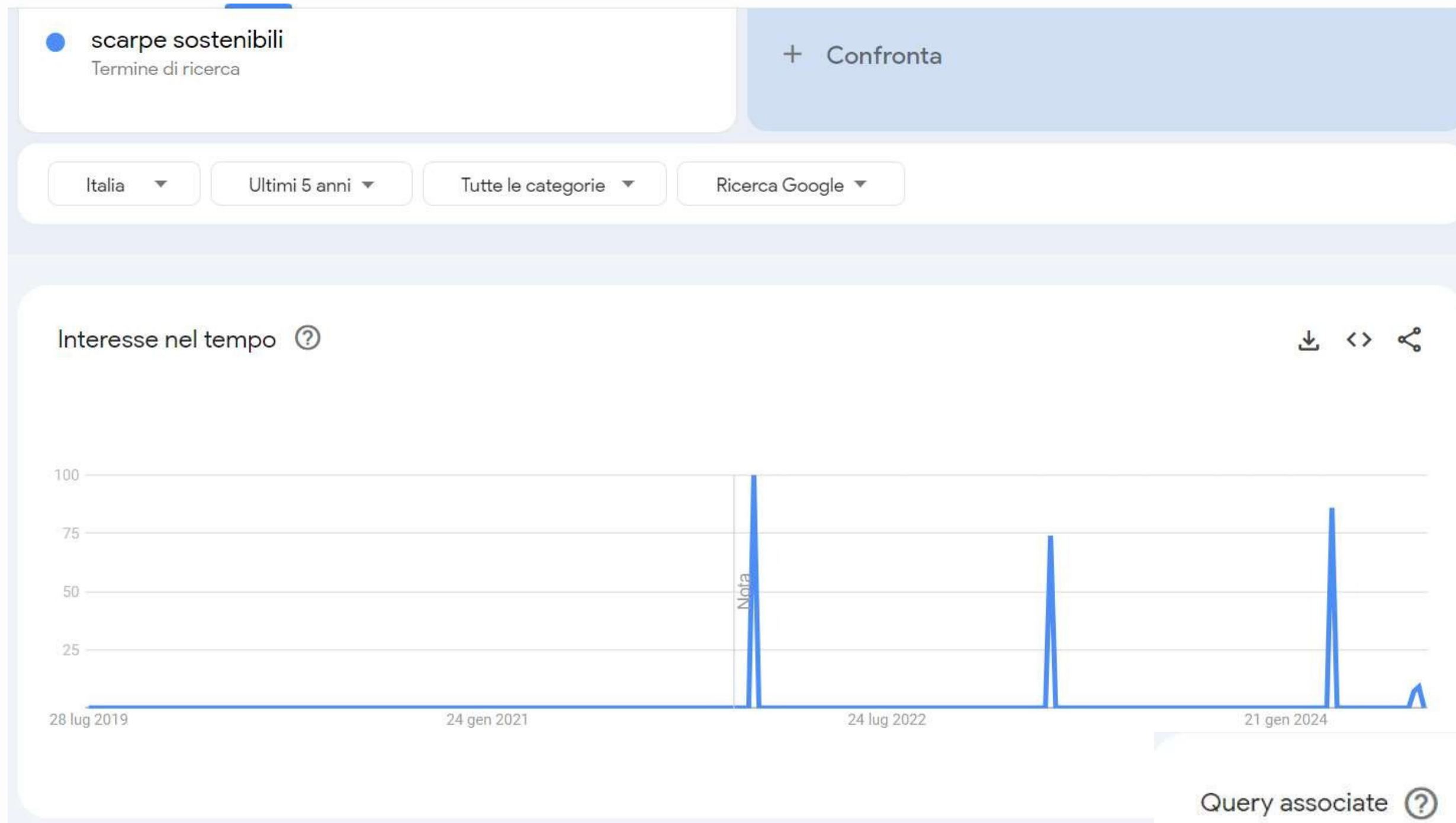
Giuliana e Dong trasformano i loro sogni in realtà, fondando il loro progetto sull'amore. ID.EIGHT viene lanciato ufficialmente a febbraio 2020 con una campagna di crowdfunding, ricevendo il supporto di 320 sostenitori che hanno creduto sin dall'inizio nel brand.

# C O N T E S T O   E   M E R C A T O



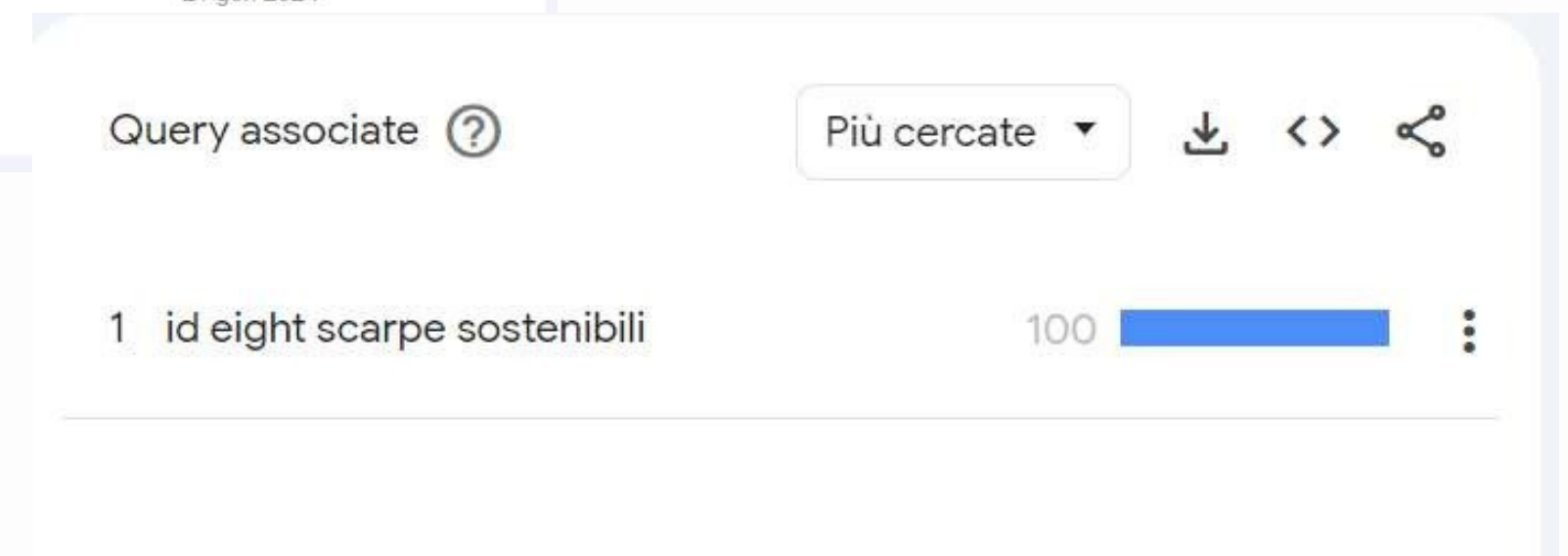
Analizzare il mercato implica identificare le esigenze e le problematiche del nostro pubblico di riferimento, e valutare le soluzioni proposte dai concorrenti nel settore. Come in ogni analisi, si parte dai dati oggettivi. In questo caso, ho utilizzato Google Trends per verificare l'effettiva richiesta del prodotto da parte dei clienti e per determinare a che punto del ciclo di vita si trovi il prodotto.

I dati mostrano che dal 2022 le ricerche sul tema della sostenibilità sono in costante aumento, in linea con la crescente disponibilità di prodotti sostenibili sul mercato.



Facendo una ricerca più specifica digitando "scarpe sostenibili" su Google Trends, possiamo notare che dal 2022 si raggiunge il picco di ricerche in Primavera

Possiamo anche notare che la prima query associata è il nome del nostro brand, seguito da "scarpe sostenibili".





29 mar 2024

### Una delusione molto costosa

Ho acquistato 2 paia di scarpe Id.eight.  
Un paio che ho acquistato per il mio compagno si è rotto dopo qualche mese di utilizzo. Il secondo paio è apparentemente integro, se non fosse che quando cammino sul bagnato entra acqua dalle punte. Ho inoltre trovato il modello duri particolarmente scomodo.  
In generale sono rimasta molto delusa anche visto il costo, non proprio contenuto.

Data dell'esperienza: 30 giugno 2023

👍 Utile    🔗 Condividi



↳ **Risposta di ID.EIGHT**

29 mar 2024

Gentile cliente,

Grazie per aver condiviso la sua esperienza e ci dispiace sinceramente per i problemi riscontrati con i nostri prodotti. La soddisfazione dei nostri clienti è di fondamentale importanza per noi, e ci impegniamo a fornire prodotti di alta qualità.

Vorremmo trovare una soluzione che sia soddisfacente per entrambi i problemi riscontrati.

La invitiamo cortesemente a contattarci all'indirizzo [hello@id-eight.com](mailto:hello@id-eight.com) in modo da poter discutere più approfonditamente della situazione e trovare una risoluzione adeguata. Siamo qui per aiutarla e assicurarci che sia completamente soddisfatta dei nostri prodotti.

Ancora una volta, ci scusiamo per il disagio causato e apprezziamo la sua pazienza e comprensione.

Cordiali saluti,  
Il team di ID.EIGHT



23 mag 2024

### Un servizio clienti eccezionale

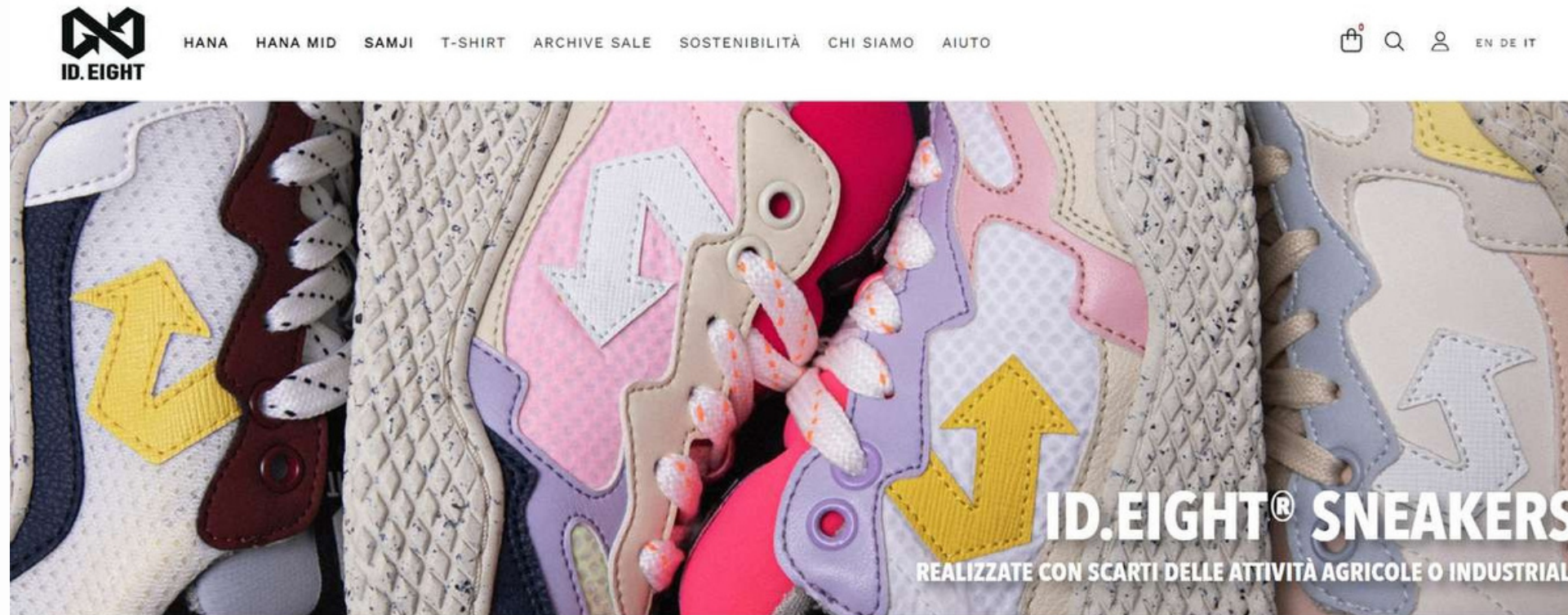
Dopo aver letto la mia recensione sulle scarpe Hana white, la id eight mi ha fatto sapere che avevano avuto una partita di materiali difettosi e che erano ben felici di rimpiazzare le scarpe che si erano “crepate” . Sono stati di parola e oggi sono arrivate un paio di meravigliose Hana White nuove !! Sono davvero colpita da quanto sono stati onesti e questo unitamente al fatto che le loro scarpe sono davvero molto belle e comodissime fa per me una grande differenza! Continuerò a sostenerli anche per la loro scelta ecologica e allineata con l’ambiente..

Data dell'esperienza: 22 maggio 2024

Per ottenere una visione più chiara delle opinioni dei consumatori e comprendere meglio le loro esigenze, ho deciso di dare un’occhiata anche ad alcune recensioni su Trus Pilot. Da una prima lettura emerge chiaramente che si tratta di un prodotto molto ricercato e che suscita un notevole interesse. Tuttavia, non tutti gli utenti hanno avuto una buona esperienza con il brand, ma è comunque da apprezzare la prontezza del servizio clienti nel rispondere anche a questi feedback. L'analisi complessiva rivela che il prodotto è in crescita e già molto apprezzato per il suo design. Risponde a una forte esigenza del cliente, quella di indossare calzature eco-friendly ed etiche. Osservando le pagine social del brand, si nota un buon livello di engagement, considerato che si tratta di un mercato ancora di nicchia.

A N A L I S I  
B R A N D

# S I T O   W E B



Il sito è stato strutturato in modo eccellente e intuitivo. In alto a sinistra, troviamo il logo aziendale insieme alle sezioni dedicate ai vari prodotti, alla sostenibilità e alla storia dell'azienda, oltre a un'area riservata all'assistenza.

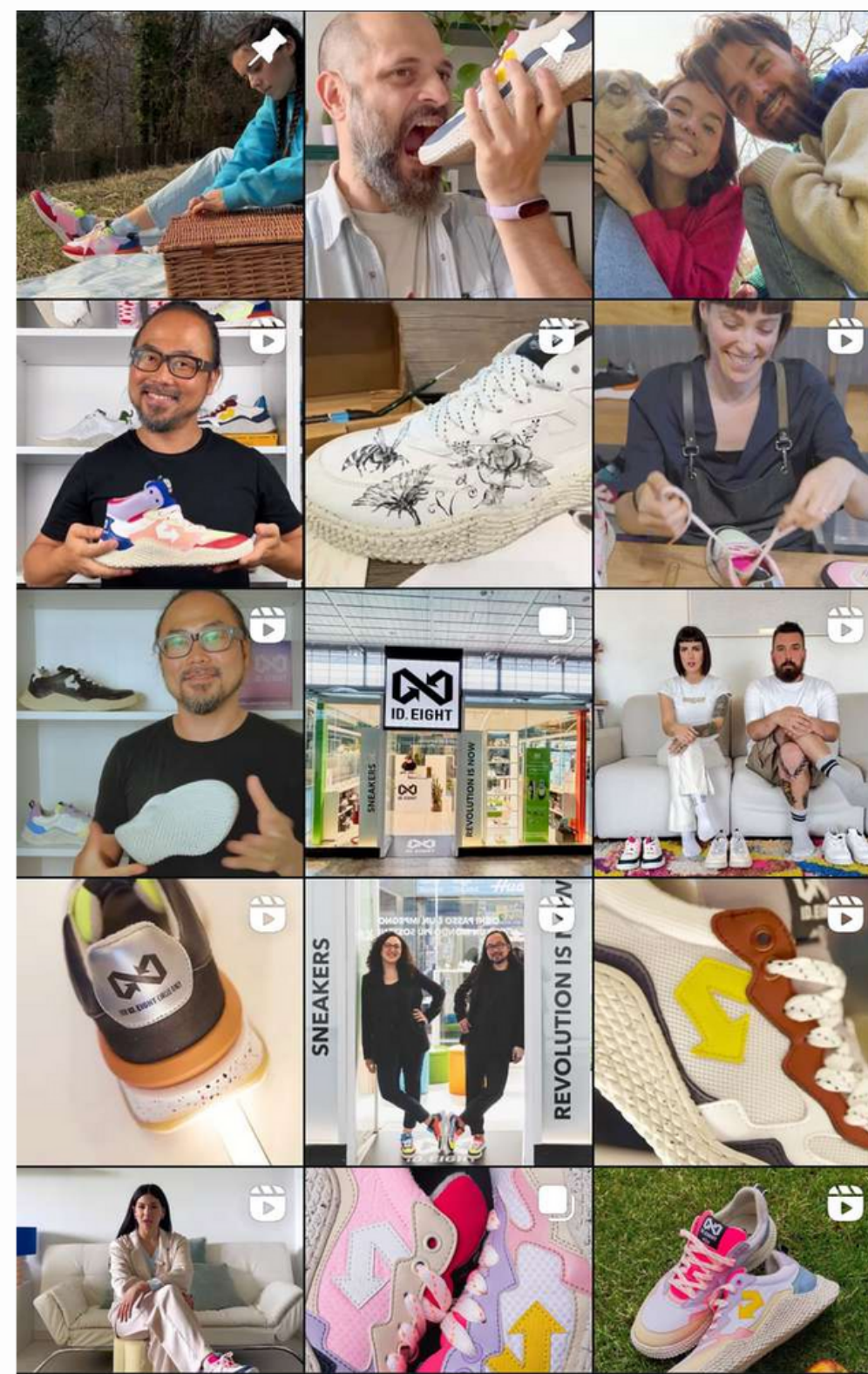
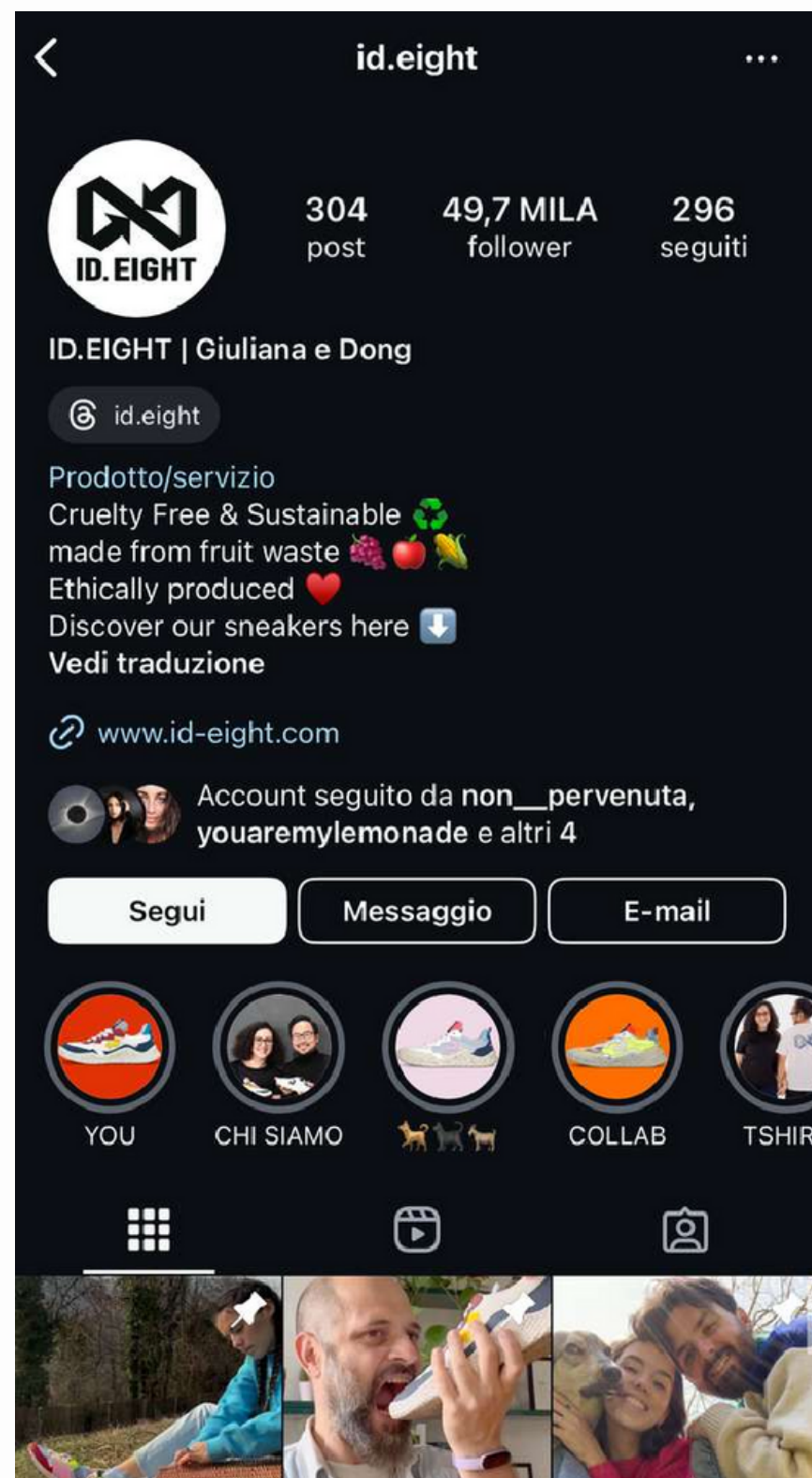
Nella parte opposta, in alto a destra, sono facilmente accessibili la barra di ricerca, il pulsante di registrazione e il carrello.

L'interfaccia grafica del sito offre un ottimo contrasto tra immagini e testo, mantenendo una coerenza visiva con il brand.

I prodotti sono presentati con immagini dettagliate che consentono di esaminarli da diverse angolazioni, accompagnati da descrizioni ricche di informazioni utili.

L'esperienza di navigazione è fluida, senza necessità di scorrimento e rispetta pienamente i principi di coerenza, chiarezza e usabilità.

# I N S T A G R A M

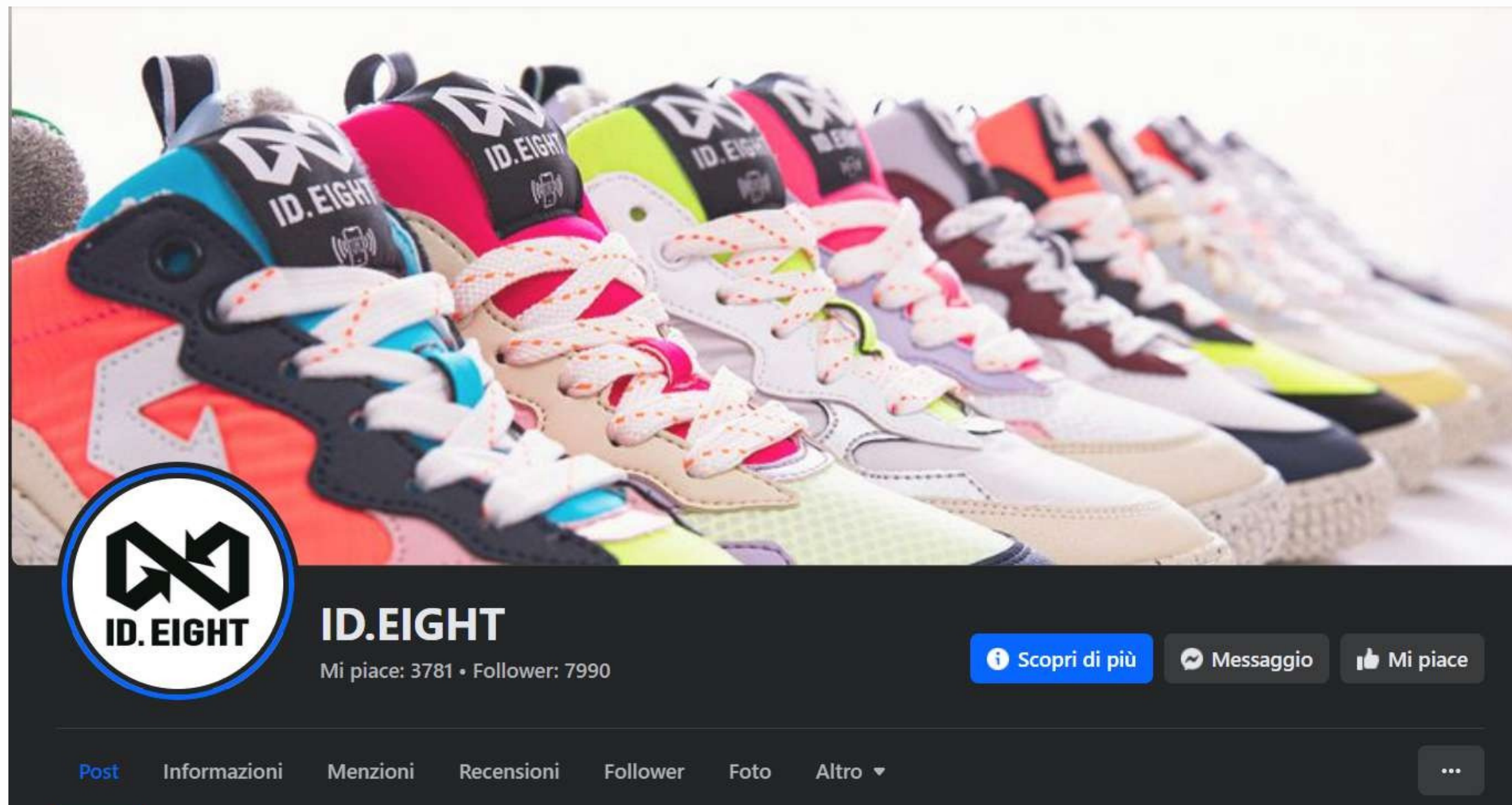


Il profilo Instagram conta 49.700 follower, ogni post riceve in media 3.827 like e 86 commenti. I contenuti pubblicati variano tra foto, caroselli e reel, con una cadenza settimanale regolare. I post sono in perfetta sintonia con il brand e risultano particolarmente coinvolgenti per il pubblico.

Le Instagram Stories vengono condivise con regolarità, rafforzando il legame con la community e mostrando il lato umano dell'azienda.

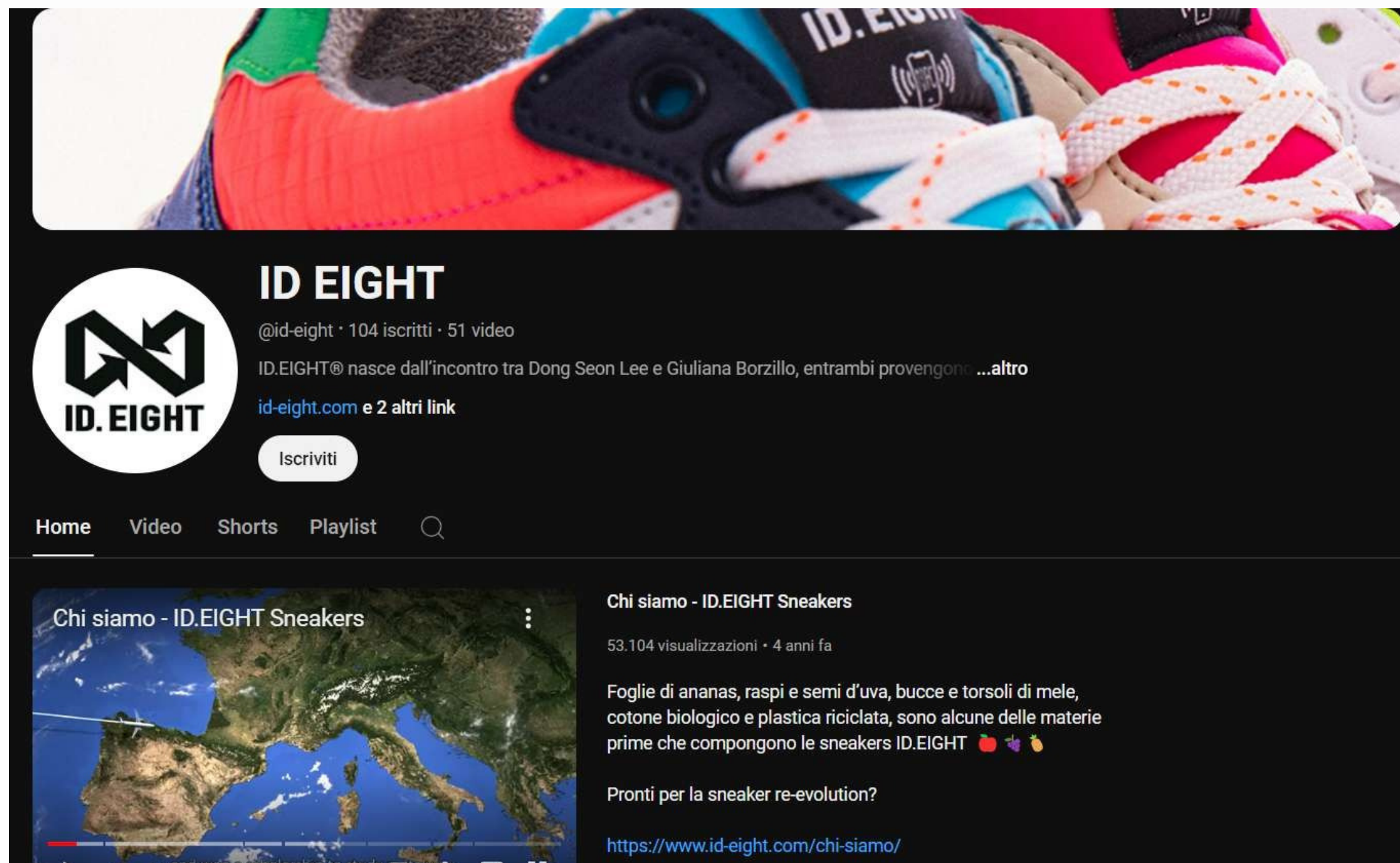
Anche la biografia e le storie in evidenza sono curate con attenzione, contribuendo a un'immagine complessiva ben strutturata e accattivante.

# F A C E B O O K



Il profilo Facebook conta 7.990 follower e 3.781 "mi piace". L'immagine del profilo presenta il logo dell'azienda, mentre la copertina mostra una foto di una selezione di prodotti disponibili sul sito web. Le storie vengono pubblicate regolarmente anche su questa piattaforma, mantenendo un contatto continuo con la community. Le informazioni sul profilo sono presentate in modo chiaro e organizzato. Ho inoltre notato le numerose recensioni.

# Y O U T U B E



Il loro canale YouTube ha 104 iscritti e 51 video. La foto del profilo è il logo dell'azienda, mentre la copertina in alto mostra un paio di scarpe, ma la visualizzazione da desktop risulta problematica. Il canale appare poco curato, e non vengono pubblicati nuovi video da circa 1 anno.

# A N A L I S I C O M P E T I T O R S

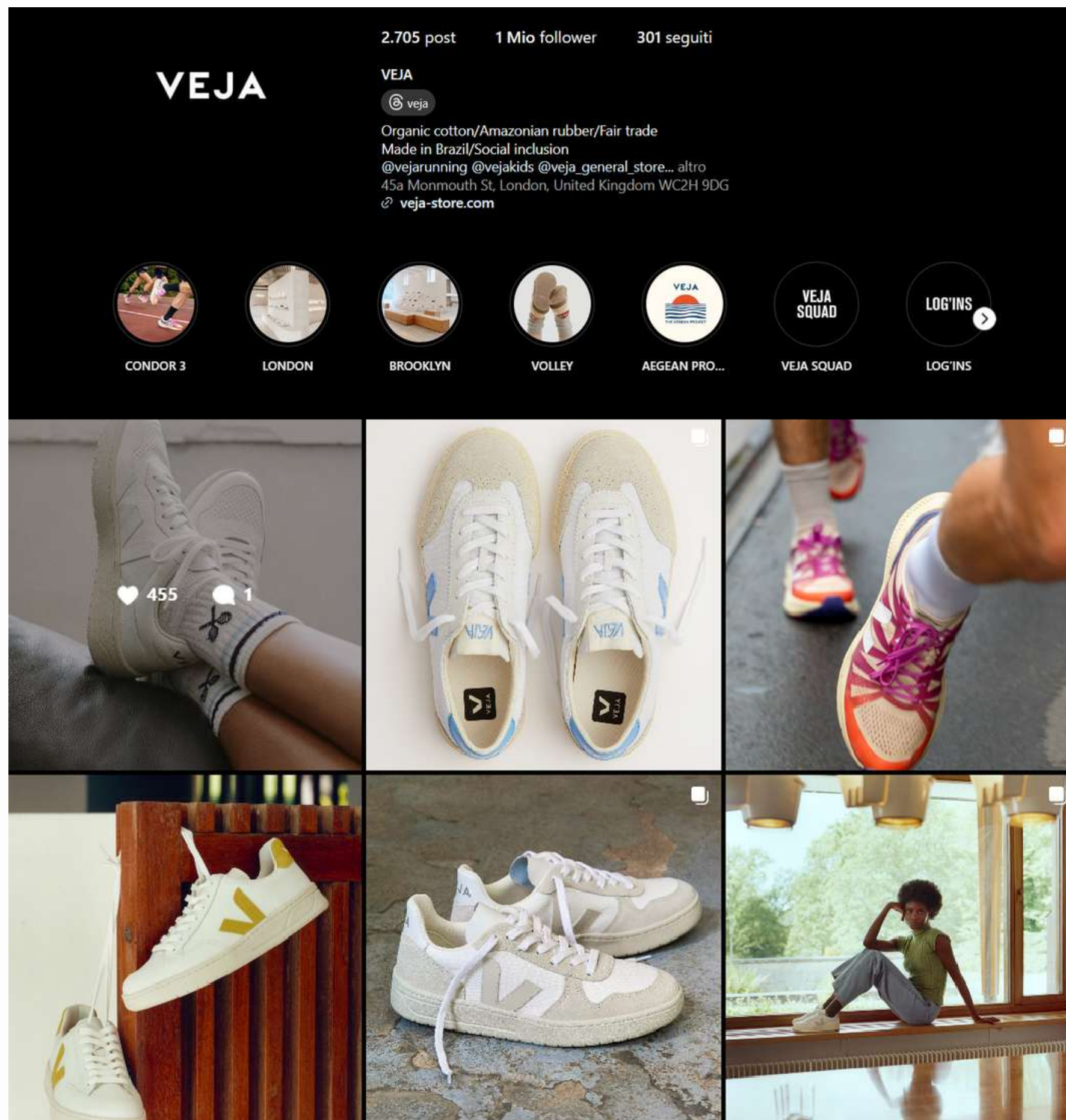
# V E J A



## **Gamma di Prodotti e Offerta**

Veja è conosciuta per le sue scarpe ecologiche, realizzate con materiali sostenibili come cotone biologico, gomma naturale e pelle vegetale. L'offerta del brand comprende una vasta gamma di modelli sia casual che sportivi, disponibili in diverse varianti di materiali e design, per soddisfare le esigenze di un target attento alla sostenibilità senza rinunciare allo stile.

**Strategia di Marketing e Comunicazione del Brand** La strategia di marketing di Veja si basa su un forte impegno per la trasparenza e la sostenibilità nella produzione. Il brand promuove attivamente la propria etica e la filiera di approvvigionamento attraverso una comunicazione chiara e dettagliata. Veja utilizza il proprio sito web e i social media per raccontare le storie dietro i prodotti, mostrando come ogni componente sia ottenuto in modo etico e sostenibile. Questa trasparenza fidelizza i consumatori e posiziona Veja come un leader nel settore delle calzature sostenibili.



## Presenza Online

Veja è molto attiva online, utilizzando diverse piattaforme social per promuovere il brand e i suoi valori. Il profilo Instagram di Veja è un esempio di comunicazione visiva coerente con l'impegno ambientale del brand.

Le immagini e i video pubblicati sono di alta qualità e riflettono l'estetica pulita e minimalista del brand, con un forte focus su elementi naturali e sostenibili. Veja interagisce con la propria community attraverso post educativi che spiegano i materiali utilizzati e il processo di produzione, oltre a condividere contenuti generati dagli utenti che indossano le scarpe Veja. La coerenza visiva del profilo e l'interazione attiva con i follower rafforzano il messaggio del brand e creano una community di consumatori informati e impegnati nella sostenibilità.

# W O M S H



## Lo stile WOMSH

Scegli il cambiamento.  
Scegli la bellezza. Scegli Womsh.



**Bolder**

SCOPRI LA COLLEZIONE >



**Hyper**

SCOPRI LA COLLEZIONE >

## Gamma di Prodotti e Offerta

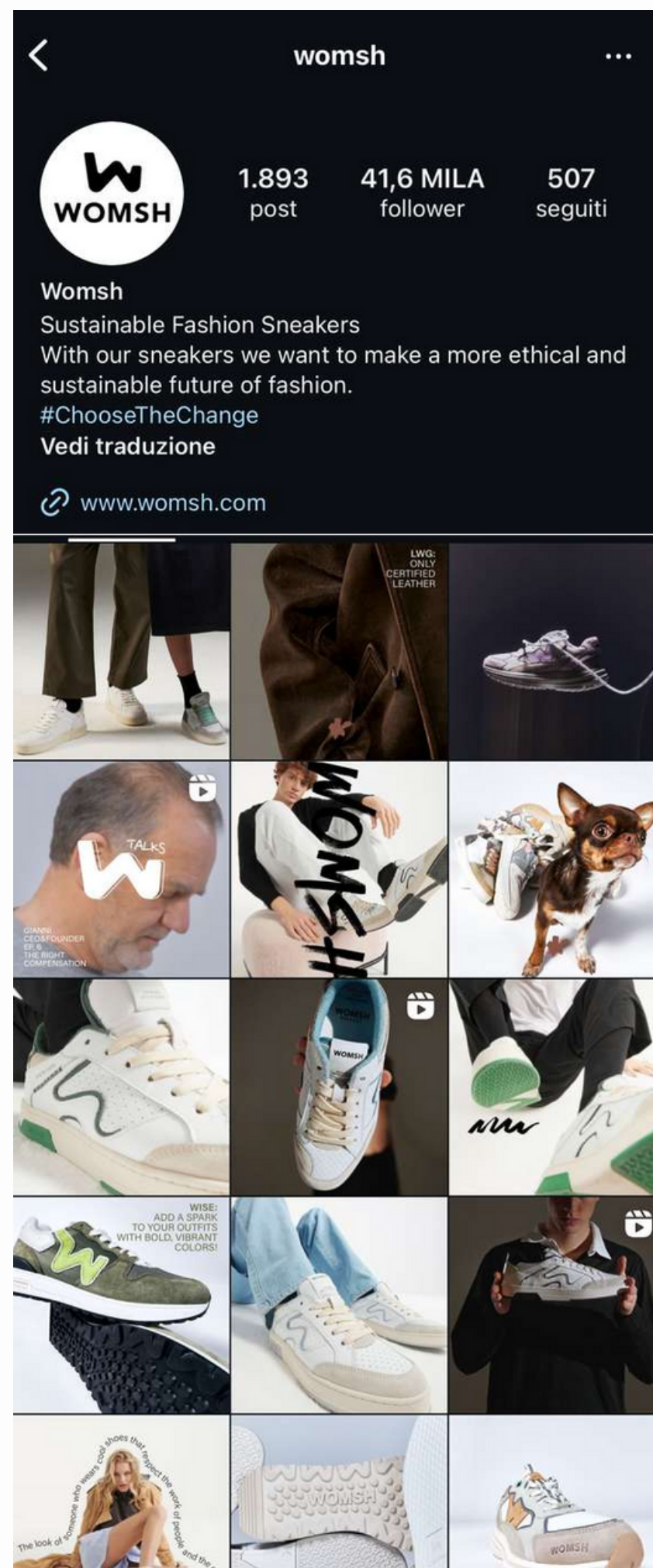
Womsh è nota per le sue sneakers Made in Italy, caratterizzate da alti standard di sostenibilità e riciclabilità.

La gamma di prodotti include sneakers casual, sneakers vegane e la popolare "ugly sneaker," oltre a edizioni limitate e collaborazioni speciali.

## Strategia di Marketing e Comunicazione del Brand

La strategia è incentrata su valori etici, qualità artigianale e stile. Il brand promuove il concetto di "moda consapevole," cercando di educare i consumatori sull'importanza della sostenibilità nella moda.

Questo impegno per la sostenibilità si riflette nell'uso di materiali riciclati e in iniziative che promuovono il basso impatto ambientale nella produzione, come la possibilità di riciclare le sneakers usate. Womsh utilizza una comunicazione chiara e trasparente per sottolineare il suo impegno ambientale, presentando il brand come un leader nel settore della moda sostenibile.



## Presenza Online

Attivo su diverse piattaforme online, utilizzando il sito web ufficiale, blog e articoli educativi per promuovere i suoi valori. Collabora con influencer e brand sostenibili, partecipa a eventi e fiere di moda sostenibile, fondamentali per la loro strategia di promozione.

Su Instagram, ha una presenza visivamente coerente, caratterizzata da fotografie professionali dei prodotti, contenuti dietro le quinte che mostrano il processo di produzione e video esplicativi sull'impegno ambientale. Il profilo utilizza colori naturali e toni terrosi che riflettono il focus sulla sostenibilità. Interagisce attivamente con la community, rispondendo ai commenti, utilizzando storie Instagram per coinvolgere i follower, e promuovendo campagne di sostenibilità.

La coerenza visiva del profilo, con un layout pulito e minimalista, supporta l'immagine del brand come un pioniere della moda etica e sostenibile.

# CONFRONTO BRAND

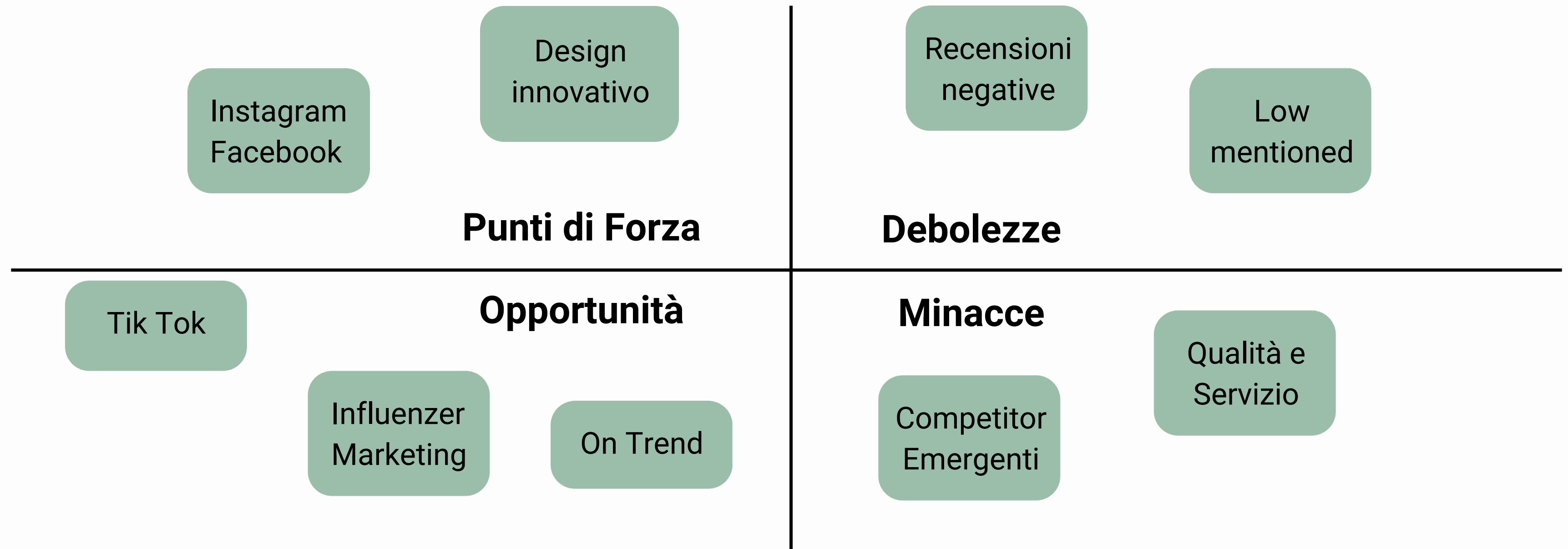
Ho approfondito la mia ricerca mettendo a confronto (con la prova gratuita di mention) i profili instagram di ID.EIGHT e il suo competitor principale, Veja, un brand internazionale nato nel 2005, una realtà già ben affermata.

Per questo motivo notiamo che Veja performa decisamente meglio in termini di reach. Nonostante i numeri non siano paragonabili possiamo comunque trarre qualcosa di utile da questo confronto: Veja ha un approccio più “da magazine” e meno spontaneo rispetto a ID.EIGHT, che al contrario, tramite un approccio più spontaneo e di storytelling è cresciuto in poco tempo.

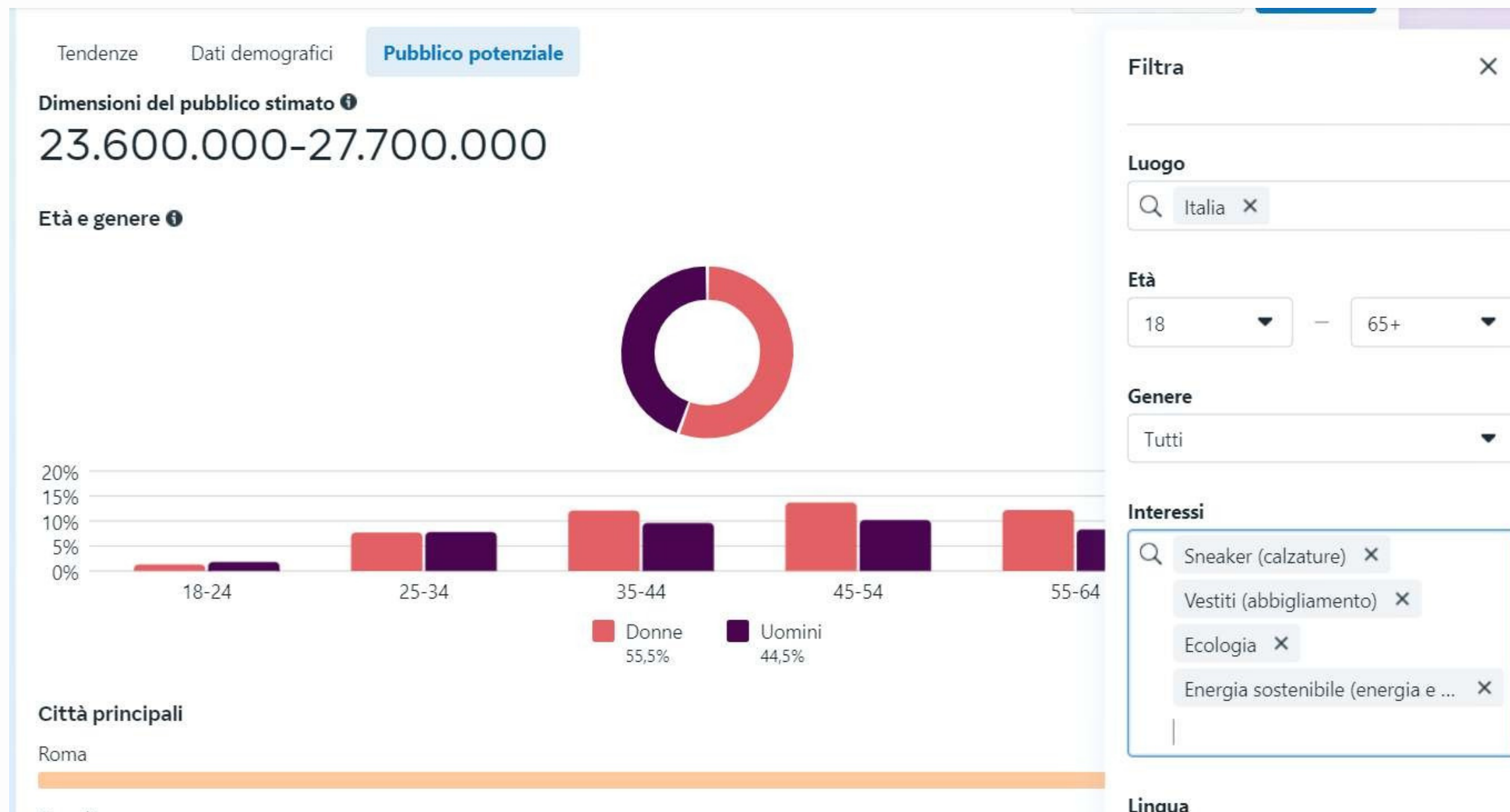
| Top Posts Instagram07/09/2024 to 08/07/2024 |                                                                                                                                  |          |               |                       | Top Posts Instagram07/09/2024 to 08/07/2024 |                                                                                                                                          |          |              |                       |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|-----------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|-----------------------|
| PUBLISHED                                   | POST                                                                                                                             | TYPE     | ENGAGEMENT    | LAST REFRESH          | PUBLISHED                                   | POST                                                                                                                                     | TYPE     | ENGAGEMENT   | LAST REFRESH          |
| 07/28/2024<br>4:02 PM                       |  The Volley#veja #vej<br>avolley              | Carousel | ♥ 5.1K   💬 18 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 07/24/2024<br>5:42 PM                       | ID.EIGHT e DiSanaPianta han<br>no un obiettivo comune: ridur                                                                             | Video    | ♥ 629   💬 41 | 08/08/2024<br>7:27 AM |
| 07/10/2024<br>5:30 PM                       |  The new collection is<br>out!#veja #newcolle | Photo    | ♥ 4.9K   💬 30 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 07/14/2024<br>12:24 PM                      | È online l'Archive Sale di ID.El<br>GHT! Per un periodo limitato                                                                         | Video    | ♥ 382   💬 29 | 08/08/2024<br>7:27 AM |
| 08/06/2024<br>5:59 PM                       |  New corner VEJA leb<br>onmarcherivegauch     | Carousel | ♥ 4.8K   💬 15 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 07/10/2024<br>4:48 PM                       |  E tu, sei pront* a fare<br>un passo verso il futur | Carousel | ♥ 358   💬 33 | 08/08/2024<br>7:27 AM |
| 07/17/2024<br>6:06 PM                       |  The Volley#veja #vej<br>avolley              | Carousel | ♥ 4.2K   💬 15 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 07/26/2024<br>5:15 PM                       | Mia più grande passione è se<br>mpre stata disegnare. Per an                                                                             | Video    | ♥ 253   💬 15 | 08/08/2024<br>7:27 AM |
| 07/11/2024<br>5:03 PM                       |  The sneaker repair te<br>mple #veja #vejagen | Carousel | ♥ 3.9K   💬 74 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 07/27/2024<br>5:53 PM                       | HANA MID: la nostra prima sn<br>eaker basket, con extra supp                                                                             | Video    | ♥ 195   💬 10 | 08/08/2024<br>7:27 AM |
| 07/12/2024<br>2:01 PM                       |  The Campo#veja #v<br>ejacampo                | Photo    | ♥ 3.6K   💬 14 | 08/08/2024<br>7:27 AM | 08/05/2024<br>10:28 PM                      | SPOILER: mai                                                                                                                             | Video    | ♥ 149   💬 4  | 08/08/2024<br>7:27 AM |

# A N A L I S I S W O T

L'analisi SWOT è uno strumento utilizzato dalle aziende per esaminare i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e le minacce di un determinato business. Questa analisi aiuta a identificare le aree di miglioramento e le potenziali aree di crescita.



# T A R G E T



Ho utilizzato il tool di Facebook "Audience Insight" per individuare il target aziendale. Ho impostato i seguenti parametri:

- Luogo: Italia Età: 18 - 65+
- Genere: Uomini e Donne
- 

Interessi:

- Sneaker (calzature)
- Abbigliamento
- Ecologia
- Energia sostenibile

Da questa prima analisi emerge che le donne rappresentano una fetta più rilevante del pubblico potenziale, con una percentuale del 55,5%. Il range di età ottimale da considerare va dai 25 ai 65+ anni, con un picco significativo tra i 35 e i 55 anni.

# D A T I D E M O G R A F I C I

## **Età:**

- Giovani Adulti: 18-34 anni. Questa fascia include studenti, giovani professionisti e millennial che sono più sensibili alle questioni ambientali e alla moda sostenibile.

## **Genere:**

- Unisex: ID.EIGHT può attrarre entrambi i generi. La moda sostenibile spesso ha un appeal universale.

## **Reddito:**

- Classe Media e Alta: Le scarpe ecosostenibili spesso hanno un prezzo più alto rispetto ai prodotti convenzionali.

## **Localizzazione:**

- Urbano: Clienti che vivono in città, dove l'interesse per la sostenibilità e le opzioni di moda eco-friendly è generalmente più elevato.



# D A T I P S I C O G R A F I C I



## **Valori e Stile di Vita:**

- **Sostenibilità:** Persone che danno priorità all'acquisto di prodotti eco-friendly e sostenibili. Apprezzano le pratiche aziendali etiche e i materiali riciclati o a basso impatto ambientale.
- **Consapevolezza Ambientale:** Clienti che sono consapevoli dei problemi ambientali e cercano di ridurre il loro impatto ecologico attraverso le loro scelte di consumo.

## **Interessi**

- **Eco-Lifestyle:** Persone che seguono uno stile di vita ecologico, che può includere altre scelte sostenibili come il cibo biologico, i trasporti ecologici e i prodotti naturali.
- **Tendenze di Moda:** Seguono le tendenze della moda e sono alla ricerca di scarpe che combinano estetica e responsabilità ambientale.

# USER PERSONAS



Giulia, 30 anni, ingegnere e da molto tempo sceglie abiti realizzati con tessuti riciclati e di seconda mano, per contribuire al benessere del nostro prezioso pianeta.

Martina, 21 anni, è una ginnasta che predilige abiti sportivi e alla moda. Al momento, non conosce marchi eco-sostenibili che rispecchino il suo stile.



Marco, 25 anni, è un uomo creativo e indipendente che lavora in un'agenzia di comunicazione. Adotta uno stile eccentrico e alla moda, assicurandosi che ogni suo look sia completamente etico e sostenibile.

Claudia, 45 anni, lavora in farmacia e ama le sneakers più stilose e ricercate. In futuro, desidera considerare scelte più ecologiche.



# O B B I E T T I V I S M A R T

Ho pensato ad alcuni obiettivi basandomi sull'approccio SMART (Specifico, Misurabile, Achievabile, Rilevante e Temporale) in linea con gli obiettivi, con il contesto e le esigenze del brand:

- Lanciare un format di post educativi su Instagram che spieghino come i materiali utilizzati per le scarpe di ID.EIGHT contribuiscano alla sostenibilità entro sei mesi.
- Collaborare con 4 influencer di moda su Instagram per creare contenuti visivi che mostrano le scarpe di ID.EIGHT in outfit alla moda, con la campagna da completare entro i prossimi 4 mesi.
- Realizzare e pubblicare tre campagne pubblicitarie su Facebook e Instagram con video coinvolgenti e offerte speciali, assicurandoti che ogni campagna includa una chiara call to action, entro un anno.
- Avviare almeno due iniziative di marketing con organizzazioni no-profit che lavorano per la riduzione dei rifiuti o la promozione della moda sostenibile nel corso dell'anno.

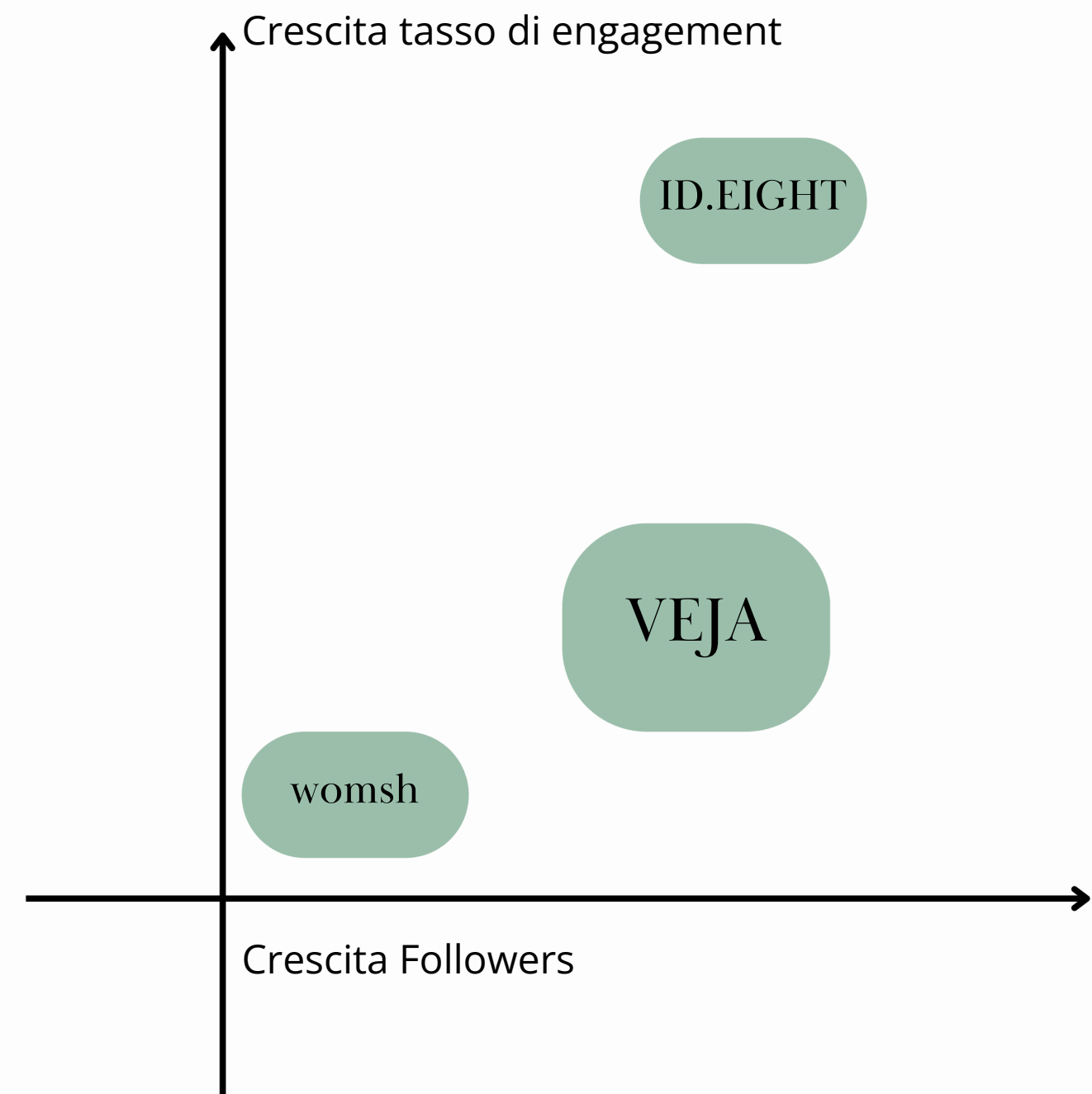
# P O S I Z I O N A M E N T O

Il processo di acquisto può essere influenzato dal modo in cui un brand si posiziona nella mente del consumatore, in base alle percezioni, impressioni e sensazioni legate al prodotto rispetto a quelli offerti dai concorrenti.

Il tono di comunicazione sarà giovane, divertente, semplice ed efficace, presentando il brand in modo chiaro e trasparente, ma includendo anche tutte le informazioni necessarie affinché il cliente possa prendere una decisione informata.

"Perché dovrei scegliere il tuo prodotto?"

La proposta di valore riguarda un brand di sneakers cruelty-free, sostenibili e realizzate con materiali di scarto, prodotte in modo etico. Si rivolge a chi cerca un brand che non solo soddisfi le proprie esigenze estetiche, ma che rispetti anche l'ambiente. Anche se ci sono sempre più brand che utilizzano materiali riciclati, spesso questi non rispondono alle aspettative degli utenti che cercano scarpe sportive, alla moda e versatili.



G R A Z I E   P E R  
L ' A T T E N Z I O N E