

The logo for Vinya Ayurveda Italiana, featuring the word "vinya" in a stylized green font with a dot above the 'i', and a circular emblem to the right containing the text "ayurveda italiana".

vinya



CASE STUDY

Premiata Erborista fa crescere la sua fedele
base di clienti oltre il territorio bolognese

A16

ADV | Marketing Automation | SEO

Virya Ayurveda Italiana nasce a Bologna nel 1994. Ayurveda in sanscrito significa "La scienza della vita" ed è considerata da molti studiosi la più antica scienza curativa.

La storia di Virya



Il marchio è il risultato della continua e fruttuosa collaborazione tra la dott.ssa Anna Camatti, titolare dell'azienda, laureata in Chimica e Tecnologie Farmaceutiche, e il dott. Guido Sartori, medico ayurvedico e farmacologo. Grazie alla loro decennale esperienza sul campo e ad un continuo lavoro di ricerca, sono stati in grado di catalogare circa 100 piante mediche provenienti da tutta Italia e in particolare dalla regione mediterranea utilizzati per creare integratori alimentari ayurvedici unici, venduti nello storico negozio presente sul territorio bolognese, attraverso la rete di farmacie ed erboristerie in tutto il territorio nazionale e attraverso l'e-commerce.

L'erboristeria di Anna a Bologna ha costruito, nel corso degli anni, una base di clienti fedele.

Con l'obiettivo ultimo di ampliare il bacino di utenti e delle collaborazioni al di fuori della storica città emiliana, Virya ha scelto A16 per progettare e implementare una strategia digitale con l'obiettivo di **aumentare il traffico al sito e le vendite online.**

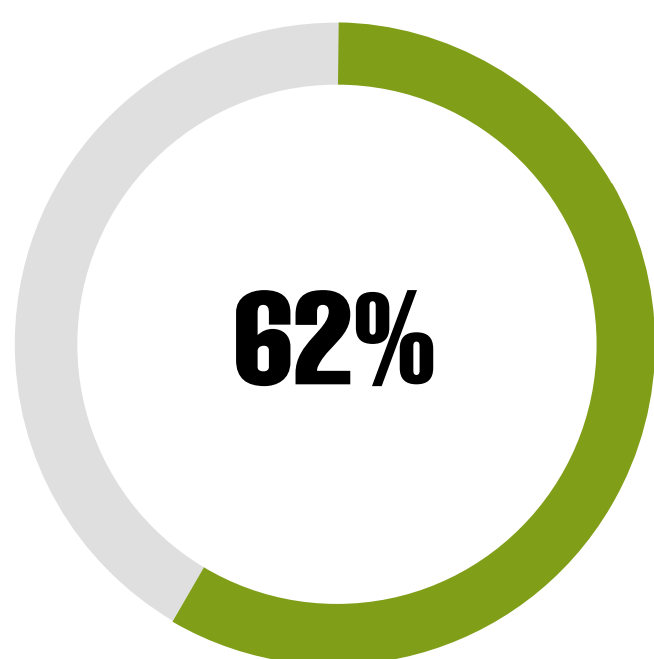
Per accrescere il traffico organico verso il sito web, il nostro SEO specialist ha ideato una formazione specifica per il suo team di marketing con l'obiettivo di creare un piano di contenuti mirati a **migliorare il ranking del sito sui motori di ricerca.** Il crescente traffico organico è stato quindi potenziato da un piano editoriale SEO-oriented e da una campagna di lead generation per clienti B2B e B2C.



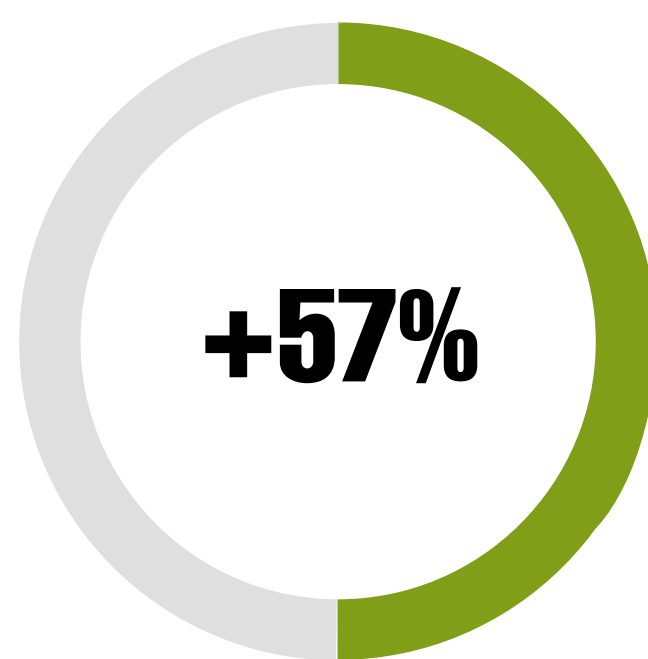
Il nostro team di Marketing Automation ha inoltre implementato un potente strumento di automazione con il quale ha progettato e attuato campagne automatizzate al fine di trasformare i visitatori anonimi in clienti attivi.

In una prima fase, sono state attivate 5 campagne essenziali di Marketing Automation con lo scopo di aumentare il coinvolgimento dei clienti e, in un secondo momento, sono state aggiunte ulteriori campagne mirate a trasformare gli acquirenti occasionali in clienti fidelizzati. Durante la pandemia di Covid-19 lo sviluppo di un'alternativa online al tradizionale negozio fisico era essenziale per mantenere l'attività in funzione, consentendo ai clienti di acquistare i prodotti nella sicurezza delle loro abitazioni.

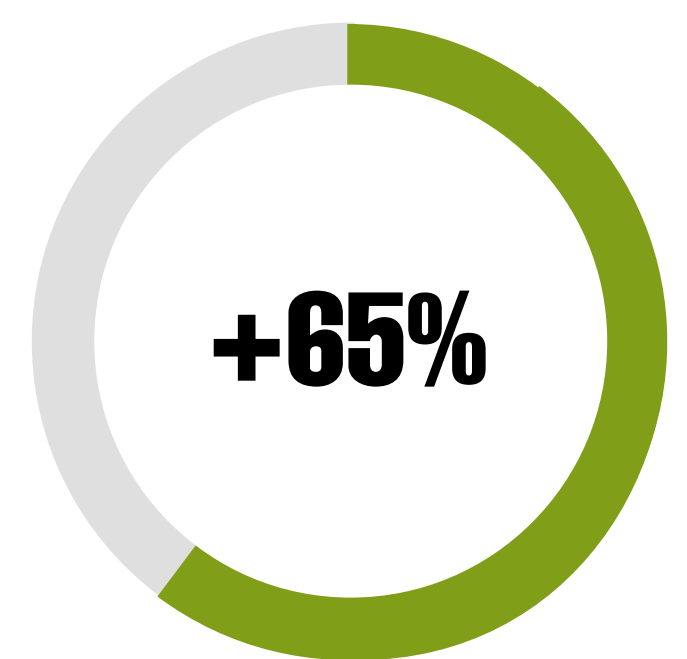
Grazie al sito web ottimizzato e ad un piano editoriale SEO-oriented, il traffico organico di Virya è aumentato del 62%, con una percentuale di incremento del 61% di nuovi utenti. La campagna di lead generation, in contemporanea, ha portato un aumento del 37% delle conversioni con un incremento del numero di ordini online del 57% e di quello delle vendite del 65%.



Traffico organico



Ordini online



Ricavo di vendita



Lavorare con AI6 mi offre la tranquillità necessaria per potermi concentrare sulla mia principale attività: sviluppare nuovi prodotti ayurvedici innovativi. A

Illo stesso tempo, la Marketing Automation sta lavorando in background per ampliare in maniera costante la community di sostenitori dell'Ayurveda

Anna Camatti
proprietaria e CEO Virya



AI6

Siamo un gruppo di professionisti del marketing altamente qualificati che ascoltano i dolori dei clienti, sono in grado di interpretare i loro dati e comprendere i loro obiettivi di business.

Sviluppiamo tecnologie e integriamo i nostri servizi in soluzioni, su misura per le esigenze dei nostri clienti per aumentare la loro maturità digitale. In definitiva, siamo appassionati di far sì che i nostri clienti abbiano successo nel breve e nel lungo periodo.