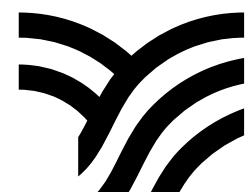




WE ARE CREATIVE

Marketing Strategy





WE ARE CREATIVE

"**We Are Creative**" nasce con l'obiettivo di affrontare uno dei problemi più urgenti del settore moda: lo spreco di abiti. Il progetto propone una soluzione innovativa e sostenibile, trasformando capi dismessi in pezzi unici, reinterpretandoli in chiave moderna e creativa. L'idea è quella di dare nuova vita agli abiti, adattandoli alle tendenze contemporanee e promuovendo una moda circolare e responsabile.

About Us





WE ARE CREATIVE

L'elemento distintivo del brand è la creazione di un'applicazione intuitiva che permette agli utenti di fotografare i propri abiti usati e scegliere come modificarli. Lo user può selezionare diversi tipi di trasformazioni, come accorciare o allungare un capo, aggiungere dettagli o accessori, modificare le maniche, e molto altro. L'app elabora una o più proposte di trasformazione, complete di dettagli e costi, offrendo la massima trasparenza e personalizzazione.

About Us





WE ARE CREATIVE

Il nostro target!

Segmento	Descrizione	Bisogni e Motivazioni	Comportamento di Acquisto
Giovani Adulti (18-30 anni)	Appassionati di moda, attenti alla sostenibilità, tech-savvy, seguono trend di moda su social media.	Vogliono personalizzare il proprio stile, ridurre lo spreco, essere alla moda, ma con un occhio all'ambiente	Acquistano online, seguono influencer, cercano esperienze personalizzate.
Appassionati di moda (25-40 anni)	Persone che seguono le ultime tendenze, frequentano eventi di moda e amano sperimentare con il proprio stile.	Vogliono distinguersi con abiti unici, seguire trend innovativi, avere accesso a pezzi esclusivi e personalizzati.	Acquistano tramite social media, partecipano a eventi moda, sono sensibili al design e all'artigianato.
Consumatori eco-consapevoli (20-45 anni)	Fortemente orientati alla sostenibilità, cercano brand che condividano i loro valori.	Vogliono ridurre il proprio impatto ambientale, scegliere tessuti sostenibili, e contribuire a una moda più responsabile.	Prediligono brand eco-friendly, si informano tramite blog e social, preferiscono servizi che offrono trasparenza e sostenibilità.



WE ARE CREATIVE

Analisi dei competitor!

Competitor	Descrizione	Punti di forza	Punti di debolezza
Re-fashion	Servizio di trasformazione abiti con focus sulla sostenibilità, offre modifiche personalizzate per ridurre lo spreco.	- Esperienza consolidata nel settore sostenibile. - Ampia rete di clienti. - Uso di tessuti sostenibili e processi ecologici.	- Prezzi elevati. - Servizio limitato a poche città. - Processo di trasformazione meno tecnologico rispetto a un'app dedicata.
Vinted	Piattaforma online per comprare e vendere abbigliamento usato, con focus sull'economia circolare.	- Ampia base utenti. - Prezzi competitivi. - Interazione sociale tra utenti (recensioni, chat).	- Non offre personalizzazione o trasformazione. - Meno attenzione alla sostenibilità creativa. - Processo più orientato alla vendita che alla moda.
Patagonia Worn Wear	Programma di Patagonia che ripara e ricicla abiti outdoor per ridurre l'impatto ambientale.	- Brand globale con forte identità eco. - Alta qualità dei materiali e delle riparazioni. - Fidelizzazione del cliente tramite programmi di sostenibilità.	- Limitato al settore outdoor. - Meno focus sulla trasformazione creativa. - Servizio non personalizzabile.
Remake	Brand di moda sostenibile che utilizza abiti usati per creare nuovi capi con design innovativi e attenzione alla qualità artigianale.	Moda etica con forte focus sulla sostenibilità. - Design originale e di alta qualità. - Community attiva e coinvolta.	- Prezzi elevati. - Target specifico di nicchia. - Copertura limitata a mercati specifici.



WE ARE CREATIVE



I nostri punti di forza!

- **Innovazione Tecnologica:**

L'app dedicata consente agli utenti di fotografare il proprio abito e scegliere tra diverse opzioni di trasformazione, offrendo un'esperienza digitale avanzata e personalizzata.

- **Sostenibilità:**

L'uso di tessuti naturali (canapa, cotone biologico, lino, ecc.) e il focus sulla riduzione dello spreco abbracciano la crescente domanda di moda sostenibile.

- **Personalizzazione Totale:**

I clienti possono scegliere come modificare l'abito (lunghezza, aggiunta di accessori, tipo di maniche, ecc.), ottenendo capi unici che rispecchiano il proprio stile.

- **Servizio a Domicilio:**

Il ritiro e la consegna a domicilio rendono il servizio estremamente comodo, aumentando la soddisfazione del cliente e la probabilità di fidelizzazione.

- **Prezzi Flessibili (Basic e Premium):**

Le opzioni di prezzo permettono di soddisfare una clientela ampia, adattandosi sia a chi cerca convenienza sia a chi desidera un servizio più rapido e premium.

- **Copertura Nazionale:**

Stabilimenti strategicamente posizionati a Milano, Verona, Bologna, Roma, Napoli, e Reggio Calabria garantiscono una copertura efficiente e capillare in tutta Italia.

- **Focus sulla Moda Circolare:**

Il brand si inserisce in un mercato in crescita, capitalizzando sull'interesse crescente per l'economia circolare e la moda sostenibile.

- **Esperienza Cliente Ottimale:**

L'app offre un'esperienza utente fluida, con notifiche, personalizzazione del profilo, e facile gestione degli ordini.

- **Brand Identity Forte:**

Il nome "We Are Creative" e l'approccio artigianale e sostenibile contribuiscono a creare una forte identità di marca legata all'innovazione e alla responsabilità sociale.



WE ARE CREATIVE



I nostri punti di debolezza!

- **Dipendenza dalla Tecnologia:**

L'app è il cuore del servizio; eventuali problemi tecnici o difficoltà di utilizzo potrebbero compromettere l'esperienza utente e la reputazione del brand.

- **Logistica Complessa:**

Il servizio di ritiro e consegna a domicilio richiede una logistica efficiente. Problemi di coordinamento potrebbero influire sulla puntualità e qualità del servizio.

- **Prezzi Potenzialmente Elevati per la Fascia Premium:**

Sebbene ci sia una fascia basic, il target premium potrebbe trovare i prezzi elevati rispetto alla concorrenza.

- **Concorrenza Aggressiva:**

I competitor già affermati nel settore della moda sostenibile e personalizzata potrebbero erodere rapidamente la quota di mercato.

- **Complessità del Processo di Trasformazione:**

Non tutti gli utenti potrebbero essere interessati o a proprio agio con l'idea di modificare drasticamente i propri abiti, limitando il bacino di utenza.

- **Educazione del Cliente:**

Essendo un servizio innovativo, sarà necessario investire molto nella comunicazione per educare il pubblico sul processo di trasformazione e sostenibilità.

- **Limitata Esperienza Artigianale Locale:**

Il forte uso della tecnologia potrebbe ridurre la percezione del brand come artigianale, un elemento apprezzato in questo tipo di servizio.

- **Rischio di Scalabilità:**

Espandere il servizio su scala nazionale o internazionale potrebbe essere complesso senza perdere la qualità artigianale e sostenibile del processo.



WE ARE CREATIVE

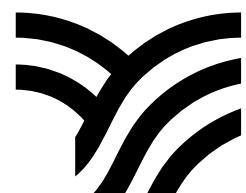
Touch point!

Touch point	Descrizione	Obiettivo	Canali
Sito Web e App	Piattaforma principale per esplorare servizi, effettuare ordini, personalizzare abiti e gestire gli account.	Offrire un'esperienza utente fluida e coinvolgente, convertire visitatori in clienti.	App iOS/Android, sito web responsivo, blog integrato.
Social Media	Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest per engagement visivo, storytelling, e trend moda.	Aumentare la brand awareness, coinvolgere la community, promuovere trasformazioni di abiti.	Post, storie, reels, campagne hashtag, collaborazioni con influencer.
Email Marketing	Newsletter mensili per aggiornamenti, offerte, e storie di clienti soddisfatti.	Fidelizzare i clienti, promuovere offerte speciali, migliorare la retention.	Email personalizzate, campagne drip, offerte stagionali.
Servizio a Domicilio	Ritiro e consegna abiti direttamente a casa, migliorando la comodità.	Offrire un'esperienza cliente unica e comoda, aumentare la retention attraverso la facilità d'uso.	Prenotazione tramite app, notifiche push per aggiornamenti sugli ordini.
Collaborazioni Locali	Partnership con negozi vintage, artigiani, e associazioni locali.	Espandere la visibilità locale, creare alleanze strategiche per rafforzare il brand.	Negozi vintage, fiere locali, associazioni eco-friendly.
Eventi Pop-up e Fiere	Presenza in eventi moda e sostenibilità per far provare il servizio dal vivo e acquisire clienti locali.	Far conoscere il servizio, creare esperienze dirette con il cliente, aumentare la visibilità locale.	Eventi moda locali, fiere green, mercatini artigianali.



WE ARE CREATIVE

Customer Journey e Funnel





WE ARE CREATIVE

Awareness

Obiettivo: Far conoscere "We Are Creative" al pubblico target e creare interesse per il brand. Far crescere la community sui social network almeno per arrivare a raggiungere 3000 followers

Social Media Marketing:

Piattaforme: Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest.

Contenuti: Foto di abiti prima/dopo la trasformazione, video "dietro le quinte" del processo creativo, storie di clienti.

Hashtag: #wearecreative, #modasostenibile, #trasformailtuostile.

Collaborazioni con Influencer:
Micro-influencer nel settore moda e sostenibilità per creare contenuti autentici.

PR e Comunicati Stampa:
Articoli su blog di moda, riviste eco-friendly e testate locali.

Eventi Pop-up ed Esperienziali:
Eventi in città chiave per far provare il servizio dal vivo.

Content Marketing:
Blog con articoli su moda sostenibile, guida alla personalizzazione e consigli di stile.





WE ARE CREATIVE

Consideration

Obiettivo: Educare il cliente e posizionare "We Are Creative" come la soluzione migliore per le sue esigenze.

Email Marketing:
Serie di email educative per spiegare il processo di trasformazione e la filosofia sostenibile.

Testimonianze e Recensioni:
Recensioni di clienti soddisfatti su sito web, social media, e Google My Business.

Video Tutorial:
Guide video che mostrano come l'abito può essere trasformato, evidenziando la qualità e la sostenibilità.

Contenuti Interattivi sull'App:
Quiz per scoprire lo stile personale e suggerimenti di trasformazione.





WE ARE CREATIVE

Conversion

Obiettivo: Convertire l'interesse in un acquisto effettivo. Come? Attraverso promozioni a tempo limitato e testimonianze di cliente che mostrano il prima e dopo.

User Experience (UX) Ottimale nell'App:

Processo fluido e intuitivo per fotografare, personalizzare e ordinare la trasformazione.

Promozioni a Tempo Limitato:

Offerte speciali per le festività o eventi legati alla sostenibilità.

Servizio Clienti Proattivo:

Chat live sull'app per supporto immediato.

Garanzia di Qualità:

Garanzia soddisfatti o rimborsati per rassicurare i clienti.

Testimonianze Video:

Video di clienti che mostrano il prima/dopo per aumentare la fiducia.





WE ARE CREATIVE

Retention

Obiettivo: Mantenere il cliente coinvolto ed incentivarlo a riacquistare. Attraverso sconti speciali riservati ai clienti abituali oppure attraverso opzioni di personalizzazione

Offerte Esclusive:

Sconti speciali per clienti abituali o per festività.

Anniversario Cliente:

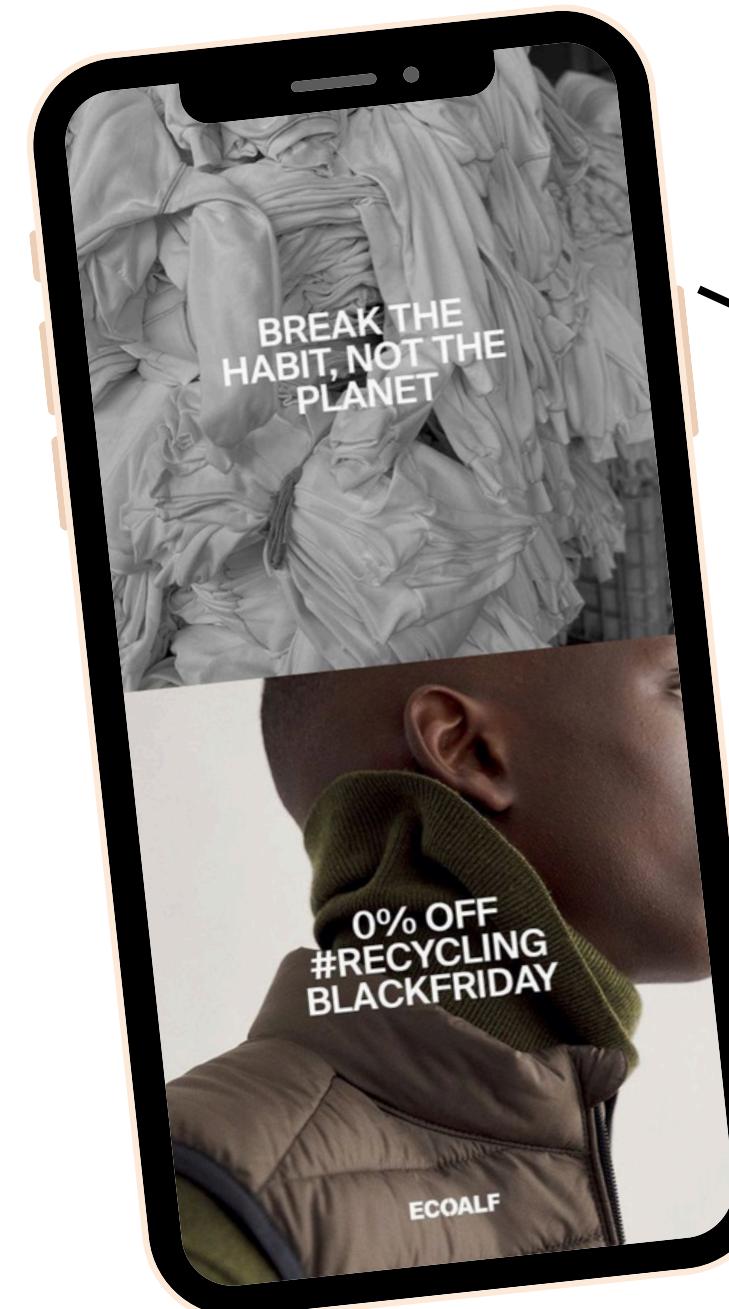
Sconti per celebrare l'anniversario del primo acquisto.

Comunicazione Costante:

Email e notifiche push con aggiornamenti, nuove opzioni di personalizzazione, e trend moda.

Programma Fedeltà:

Punti per ogni acquisto che possono essere convertiti in sconti.



Newsletter per chi è cliente abituale, con scontistica personalizzata



WE ARE CREATIVE

Advocacy

Obiettivo: Il cliente diventa promotore attivo del brand! Attraverso contenuti UGC oppure attraverso incentivi per ogni nuovo cliente

Referral Program:

Incentivi per ogni nuovo cliente portato (es. 10% di sconto per ogni referral).

Social Sharing:

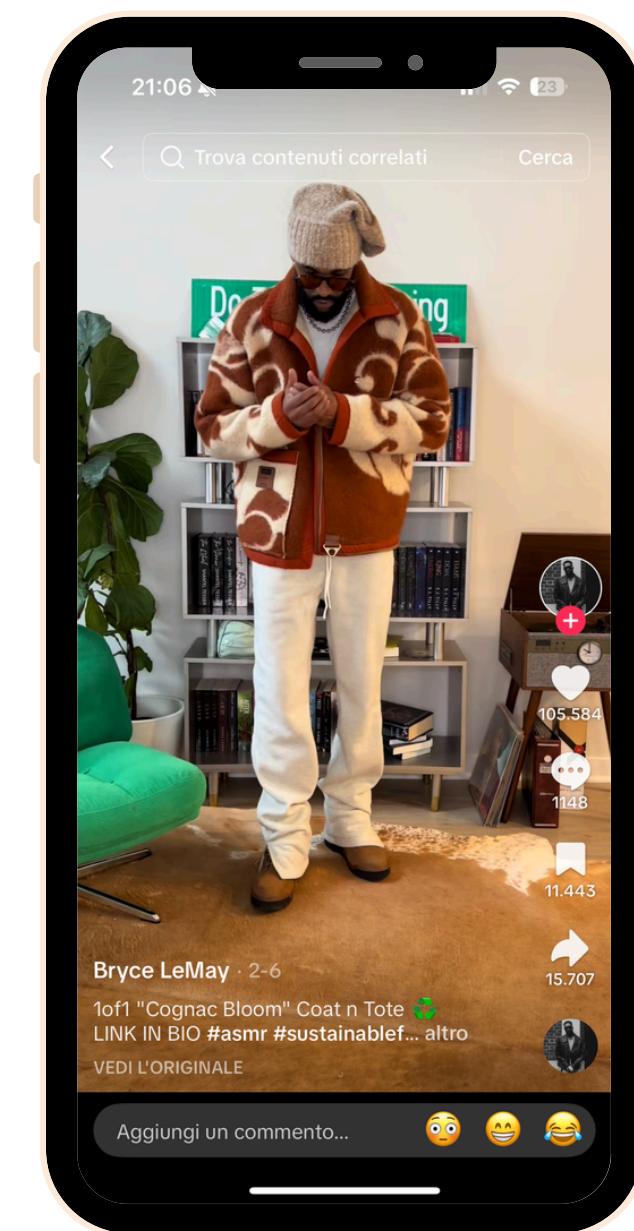
Incentivi per i clienti che condividono le loro trasformazioni sui social.

Community Engagement:

Creazione di una community online per condividere storie, consigli di moda, e idee sostenibili.

Testimonianze Video:

Invitare i clienti a creare video raccontando la loro esperienza.



UGC