



PROGETTO LINKEDIN PERAZIENDE

Lorenzo Campani

GREEN CLOTHES



Green Clothes è un e-commerce di abbigliamento di seconda mano, che utilizza solo tessuti biologici, riciclati ed ecosostenibili di gran qualità.

Questa caratteristica davvero importante differenzia questa azienda dai suoi competitor.

Green Clothes tutela l'ambiente e i propri clienti

TARGET



Claudia Veri

Età: 25

Stato: fidanzata

Lavoro: impiegata

Obiettivo: Essendo vegana Claudia ama gli animali e l'ambiente, per questo compra esclusivamente da aziende attente all'inquinamento.



Antonio Rossi

Età: 40

Stato: sposato

Lavoro: avvocato

Obiettivo: Antonio possiede un negozio di abbigliamento in centro a Milano, e ha notato che gli indumenti green sono sempre più richiesti.

OBIETTIVO

L'azienda ha come obiettivo principale l'aumento di utenti sul proprio sito web, questo comporterebbe un aumento della notorietà del brand e maggiori probabilità di acquisto da parte dei visitatori!

Linkedin ci metterà in contatto con persone interessate al nostro abbigliamento e molto attente al rispetto dell'ambiente.

COMPETITOR



Defeuia realizza abbigliamento ecologico per uomo donna e bambini.

Analizzando però i social media notiamo una presenza significativa su instagram e facebook ma una totale assenza del profilo aziendale linkedin.



Rifò produce capi e accessori di alta qualità, realizzati con fibre tessili rigenerate e rigenerabili.

Rifò utilizza molto i social, soprattutto instagram dove può vantare 36,5 mila follower, linkedin e facebook vengono messi in secondo piano con aggiornamenti saltuari.

CLIENTI

Ci sono 2 tipologie di clienti a cui saranno indirizzati i nostri annunci:



I clienti che vorranno il nostro
prodotto, per vestirsi nel rispetto
dell'ambiente



I rivenditori che vorranno il nostro
prodotto, all'interno del loro negozio

Linkedin è in primis un canale B2B, quindi rivolgersi a dei rivenditori è fondamentale.

OTTIMIZZAZIONE PAGINA

TITOLO E DESCRIZIONE

Il titolo riprende il nome dell'azienda, la descrizione spiega nel dettaglio il compito di Green Clothes, evidenziando con alcuni dati il forte impatto ambientale di questo settore.

CTA

Come CTA ho utilizzato
visita il sito web

*Cliccare sul logo per essere indirizzati alla pagina aziendale



COPERTINA

L'immagine di copertina raffigura la stretta vicinanza della natura al nostro brand, e lo slogan ne accentua il valore.

HASHTAG

Gli hashtag usati:
#ecosostenibilità
#vestiti
#ambiente

CRESCITA PAGINA

1

Il primo passo importante da fare, sarà quello di invitare tutti i dipendenti ad indicare la pagina come luogo di lavoro e a loro volta invitare altre persone cosicché il numero di collegamenti aumenterà in breve periodo.

2

il secondo passo sarà quello di creare contenuti adeguati da pubblicare sulla pagina in determinati periodi di tempo, in modo tale da non lasciare la pagina inattiva e scarna di contenuti

3

Bisognerà utilizzare uno stile di comunicazione molto formale, e mai aggressivo

STRATEGIA

La Prima strategia che andremo ad adottare avrà come obiettivo le visite al sito web, Questo perché abbiamo bisogno di utenti sul sito che andremo ad analizzare con Linkedin Insight Tag, con lo scopo di effettuare un retargeting su eventuali utenti interessati.

Il target sarà su uomini e donne di età compresa tra i 18 e i 54 residenti in Italia

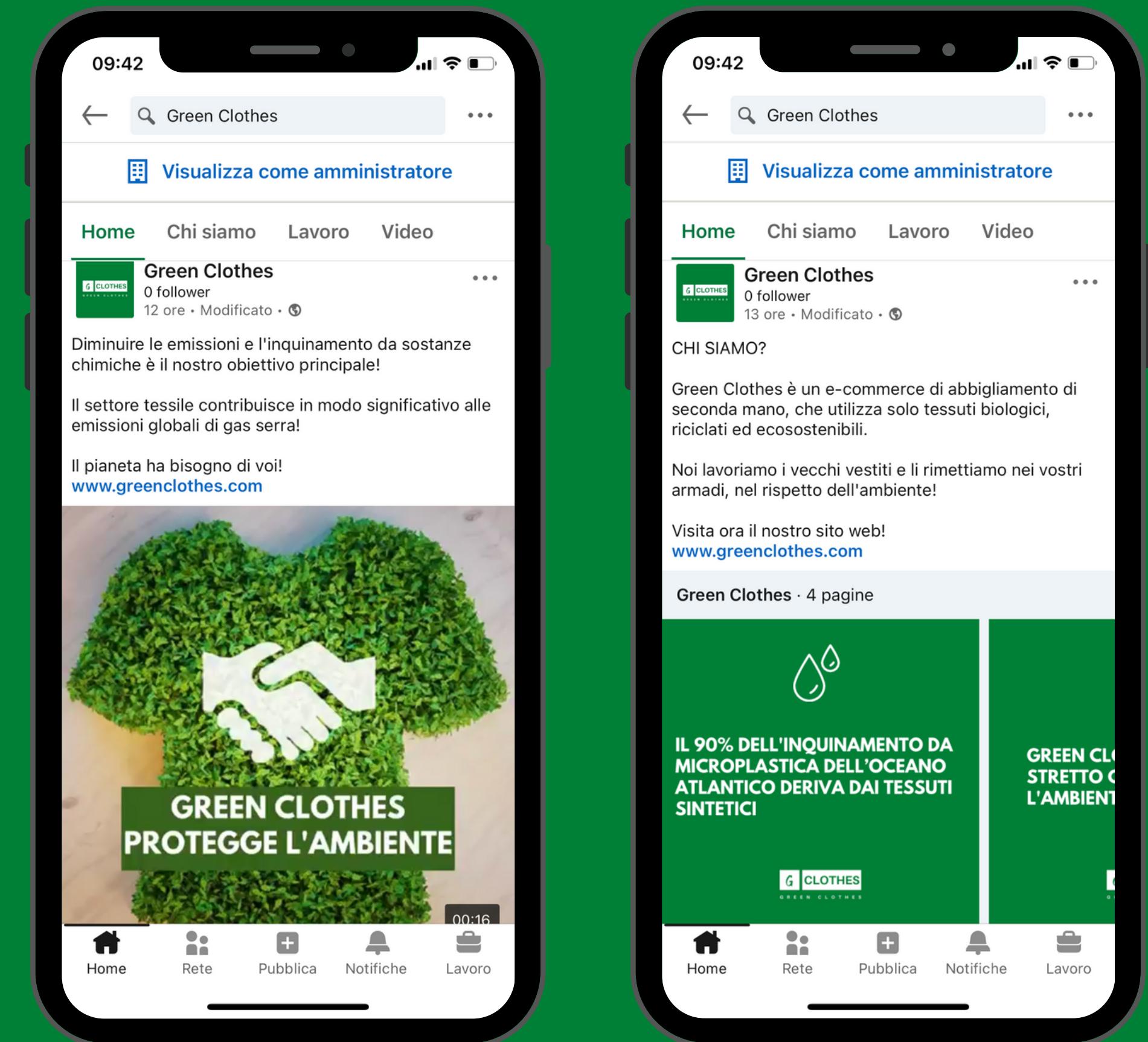
Avendo bisogno di un budget più sostanzioso di un retargeting, la prima campagna avrà a disposizione 30€ giornalieri per tutta la sua durata di 20 gg.

La seconda strategia come anticipato prima avrà come obiettivo il remarketing degli utenti arrivati sul sito web e un budget di 20€ al giorno per 20 gg.

Ads

La campagna 1 con obiettivo traffico sul sito web, comprende due post che cercano di spiegare brevemente l'obiettivo dell'azienda, inserendo dati importanti sull'inquinamento del settore tessile.

In entrambi i post ci sono CTA e link che rimandano al sito.



Ads



The image displays four separate rectangular ads arranged in a 2x2 grid, all sharing a consistent design style with a white background and a green logo in the bottom right corner.

- Top Left Ad:** Features two white teardrop icons above the text: "IL 90% DELL'INQUINAMENTO DA MICROPLASTICA DELL'OCEANO ATLANTICO DERIVA DAI TESSUTI SINTETICI".
- Top Right Ad:** Features a white tree icon above the text: "GREEN CLOTHES LAVORA A STRETTO CONTATTO CON L'AMBIENTE".
- Bottom Left Ad:** Features a white folded cloth icon above the text: "I NOSTRI TRATTAMENTI SONO AL 100% ECOSOSTENIBILI".
- Bottom Right Ad:** Features a white recycling symbol icon above the text: "RICICLIAMO I VECCHI VESTITI E LI RIPORTIAMO NEI VOSTRI ARMADI".

Ads

Sempre per la campagna 1 ma sul target 2, questo post si riferisce ai rivenditori.

Utilizzando domande semplici cerchiamo di coinvolgere l'utente, convincendolo a contattarci.



Ads

Nella campagna 2 incentrata sul remarketing utilizzo due diversi post:

Il primo con CTA diretta all'iscrizione alla newsletter, e un conseguente sconto del 10%.

Il secondo post invece con CTA diretta all'acquisto del prodotto, con uno sconto del 20%, e in regalo per un periodo limitato la nostra sacchetta 100% eco.

