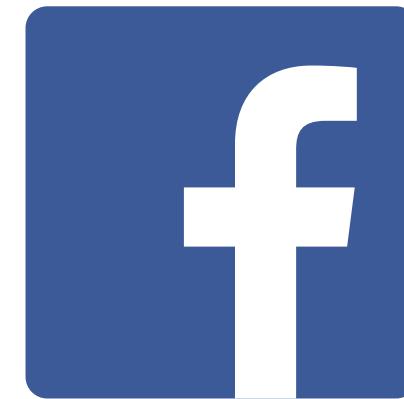


PROGETTO SOCIAL MEDIA



LORENZO CAMPANI

DESCRIZIONE

Calathea Design è un vivaio situato in via Mecenate da oltre 20 anni, che si occupa di piante da interni per arredare ogni tipo di stanza.



SCENARIO

Dopo 20 anni nel mercato delle piante da interni, l'azienda si è resa conto che nell'ultimo periodo c'è stata una netta diminuzione delle vendite, e dopo un'attenta analisi si è resa conto che la mancata presenza sui social ne è la ragione.

TARGET



Secondo i dati di Facebook il 62% del pubblico interessato all'arredamento è di sesso femminile, con una forte maggioranza tra i 25 e i 44 anni.

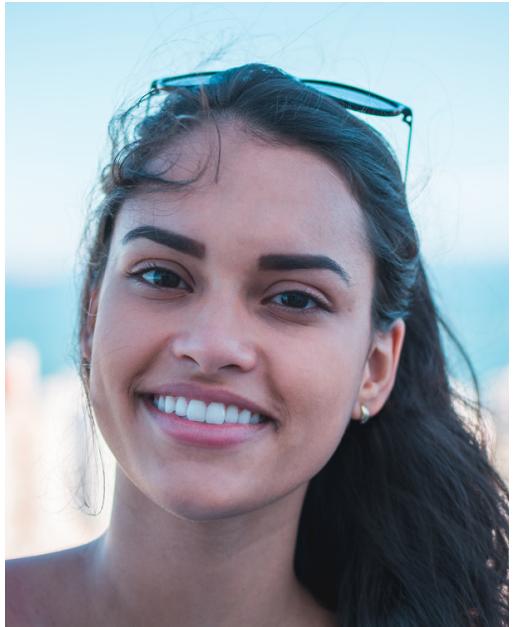
Il pubblico in questione sempre secondo le statistiche per il 52% è sposato e il 63% ha frequentato l'università.

*Statistiche riguardanti la città di Milano



BUYER PERSONAS

Claudia Reale



Età: 25
Stato: fidanzata
Lavoro: impiegata

Obiettivo: visto il lockdown Claudia ha deciso di rinnovare il suo studio.



Antonio Ricci



Età: 40
Stato: sposato
Lavoro: avvocato

Obiettivo: Antonio ha appena comprato una casa in centro, e vorrebbe arredarla con molto verde.



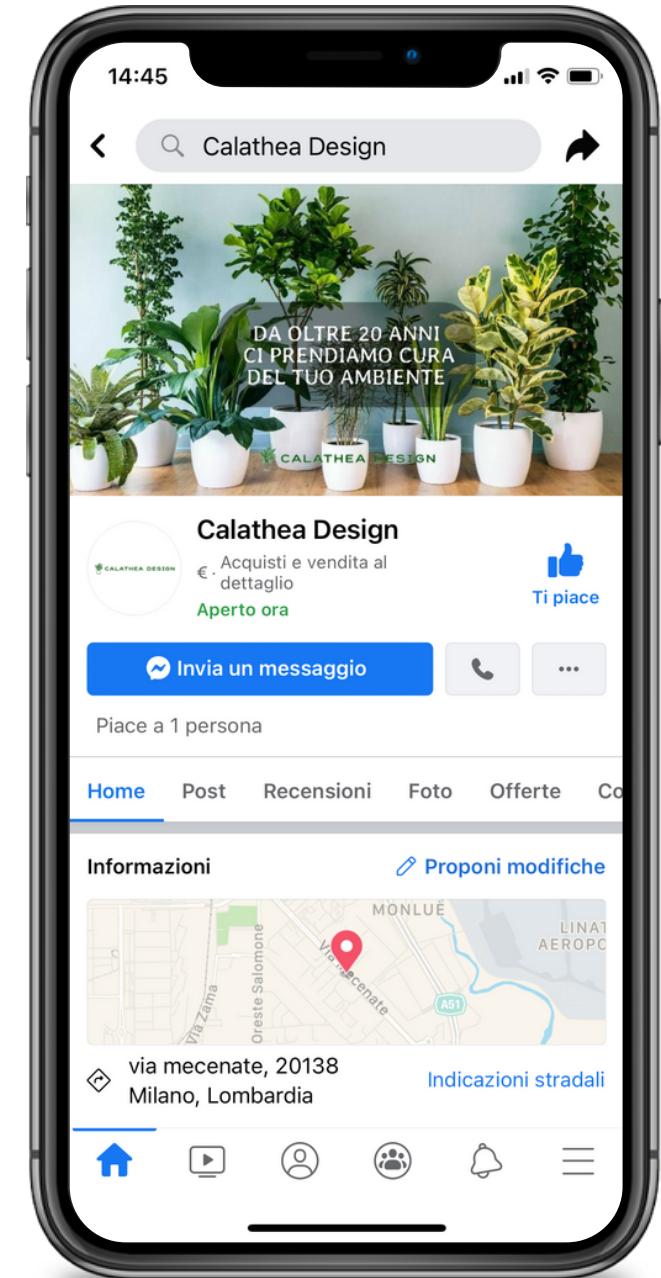
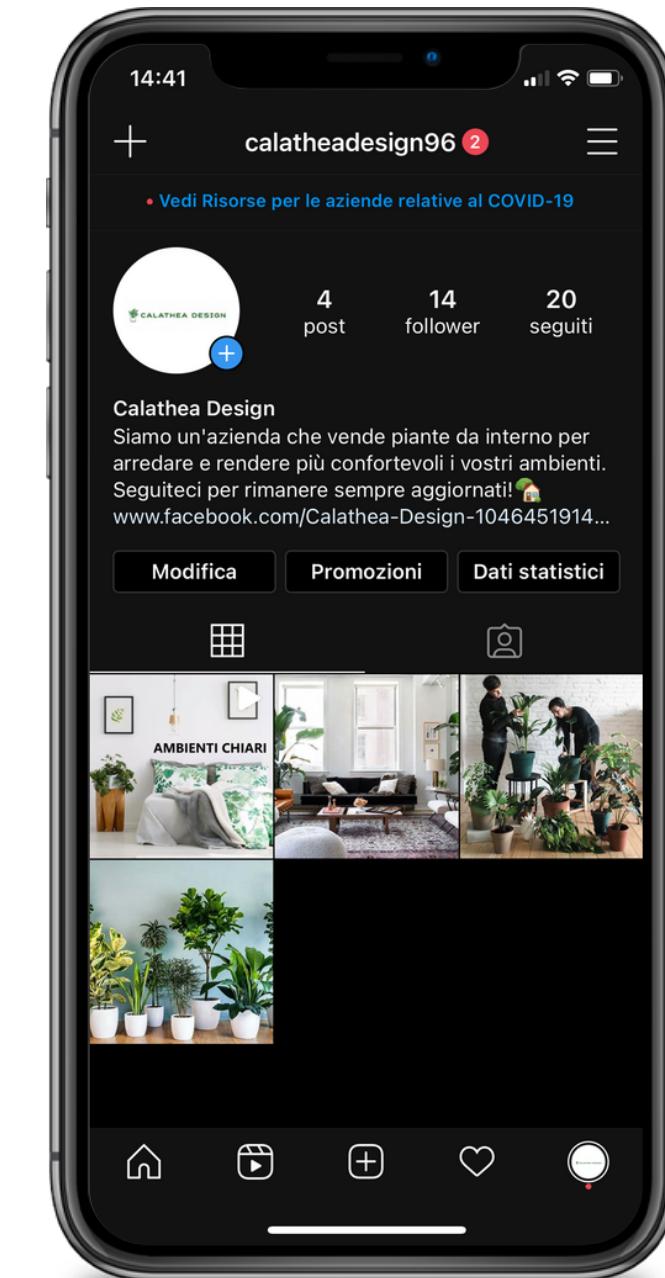
CALATHEA DESIGN

OBIETTIVO

L'obiettivo è quello di raggiungere 2000 follower in 2 mesi per far conoscere a più persone l'azienda, e quindi automaticamente avere più clienti.



OTTIMIZZAZIONE

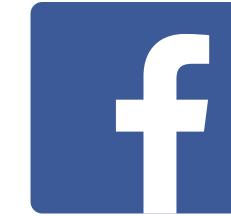


Per il link cliccare sull'icona di instagram e facebook

STRATEGIA

Il primo post su entrambi i social servirà a presentare alcune piante del catalogo, con lo scopo di far capire ai visitatori se l'azienda offre prodotti interessanti.

Tra le piante messe in evidenza, ho deciso di sceglierne alcune efficaci contro l'inquinamento, essendo Milano una città molto inquinata.



CALATHEA DESIGN

STRATEGIA

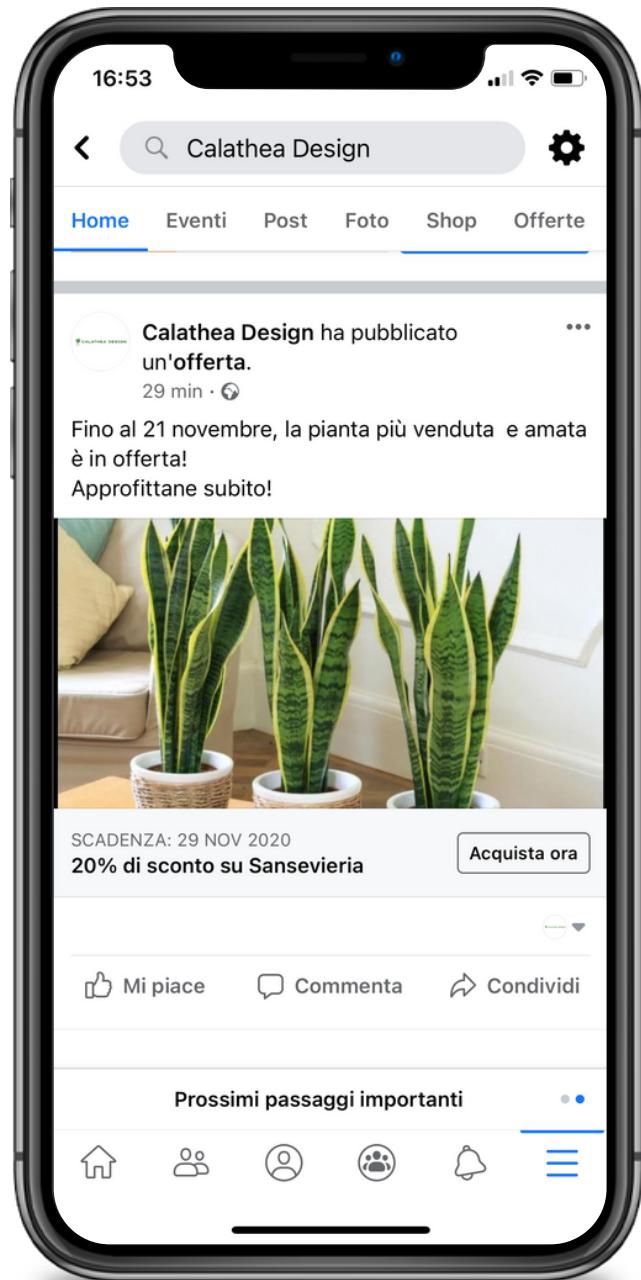
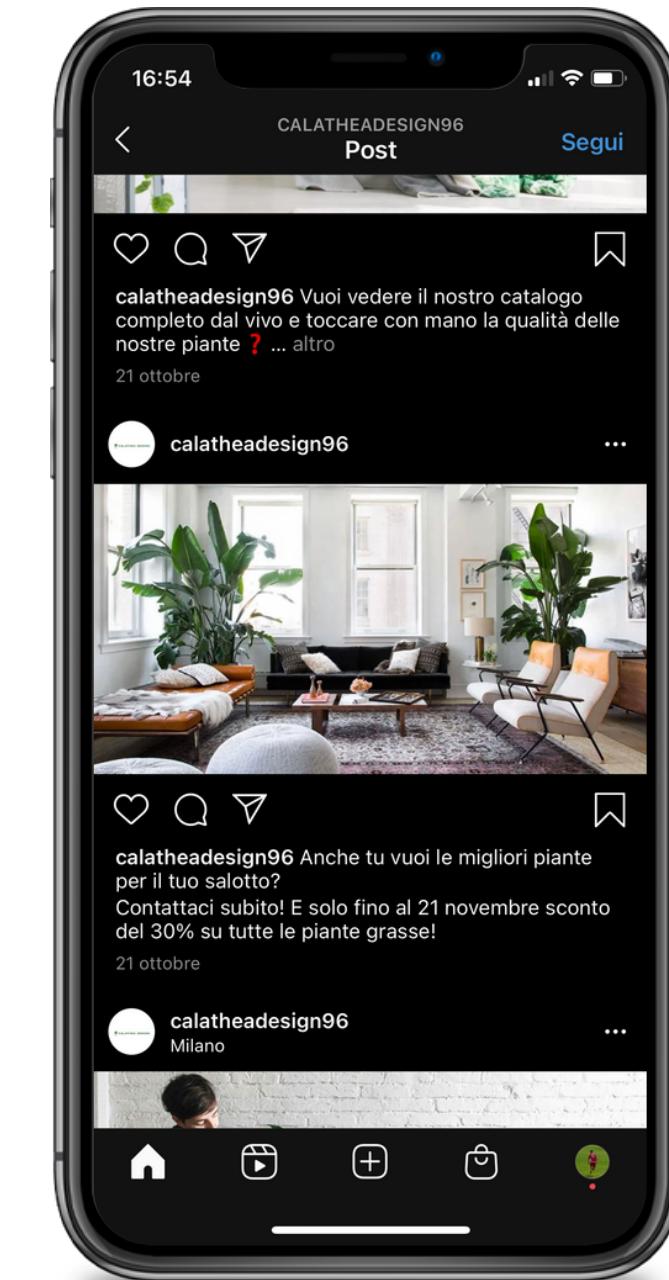
Dopo aver presentato un'anteprima del catalogo e attirato l'interesse del visitatore, passiamo alla presentazione dell'azienda per convincere l'utente ad avvicinarsi alla nostra azienda



CALATHEA DESIGN

STRATEGIA

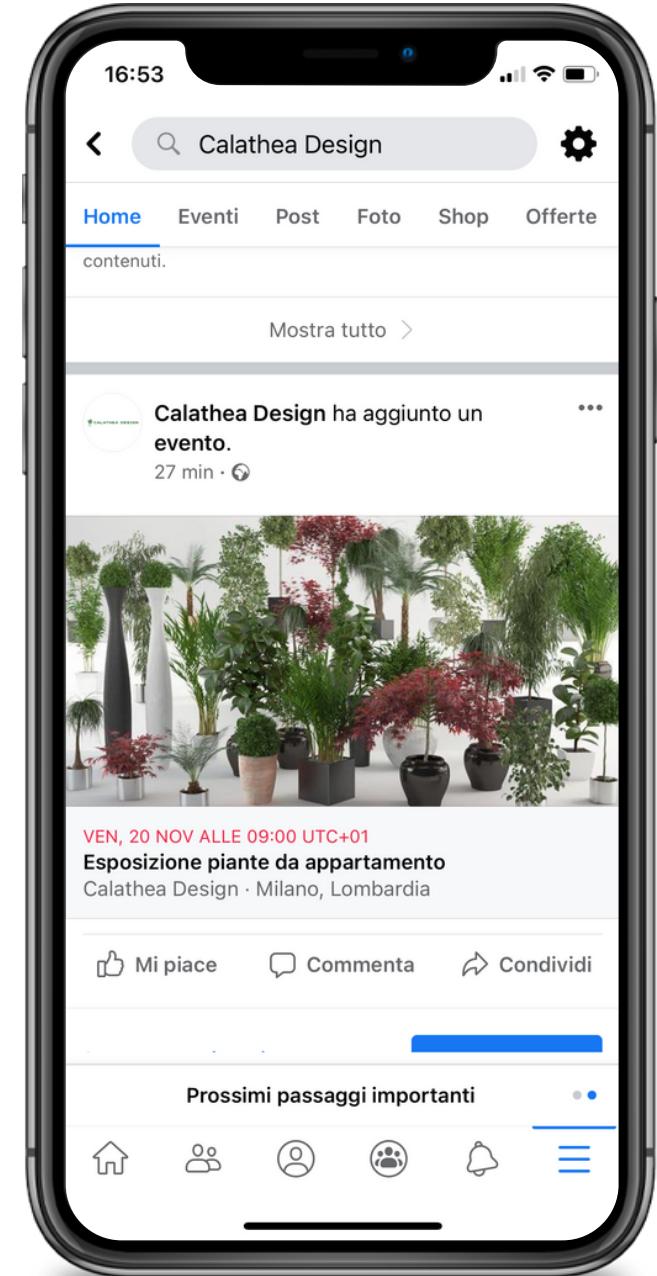
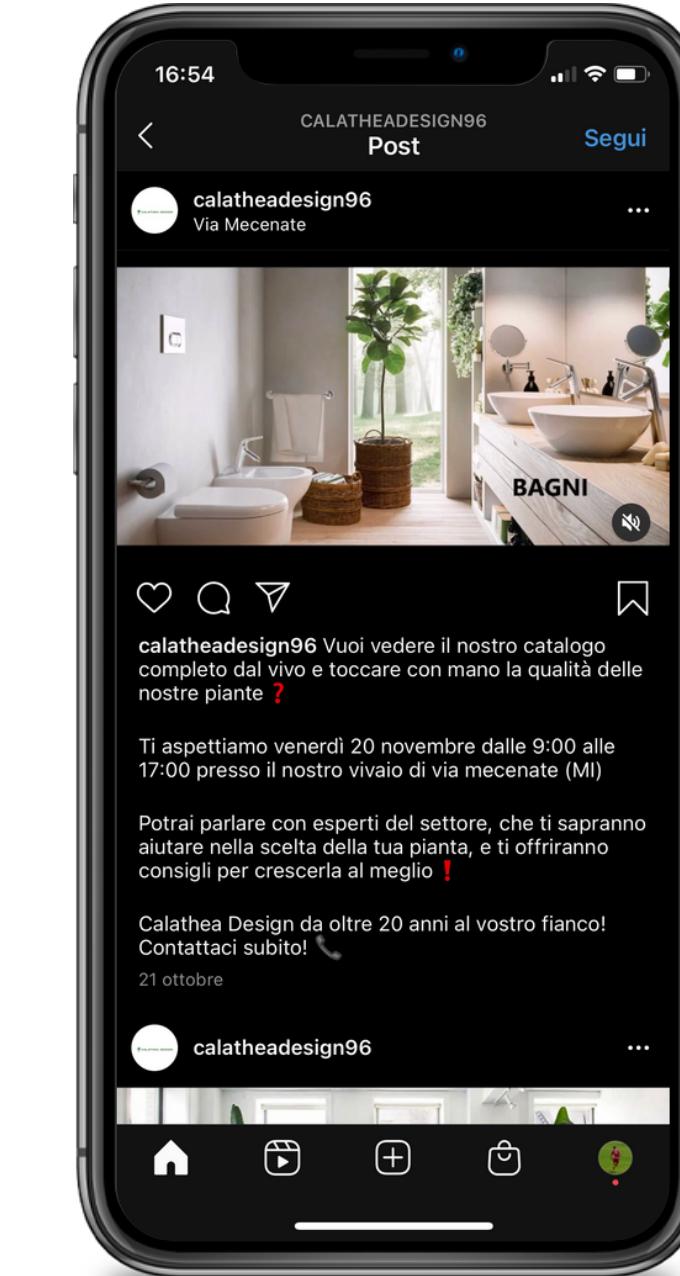
Dopo aver spinto il visitatore a scoprire chi siamo, cerchiamo di convincerlo ad acquistare attraverso promozioni su entrambi i social.



CALATHEA DESIGN

STRATEGIA

Infine per avvicinare ancora di più il cliente al brand o spingerlo ad acquistare, in caso non l'avesse ancora fatto, su facebook programmiamo un evento per vedere o acquistare, direttamente al vivaio.



CALATHEA DESIGN

PROGETTO SOCIAL MEDIA

LORENZO CAMPANI

