



ELENA ABATE

CONTENT WRITER

TABLE OF CONTENTS

01

BLOG & PRESS RELEASE

Art content | Exhibition | Magazine

02

EDITORIAL PLANNING

Exhibition | Marketing campaign

03

SEO-OPTIMIZED CONTENT

Biographies | Products

04

LANDING PAGES & BRAND IDENTITY

E-commerce content

05

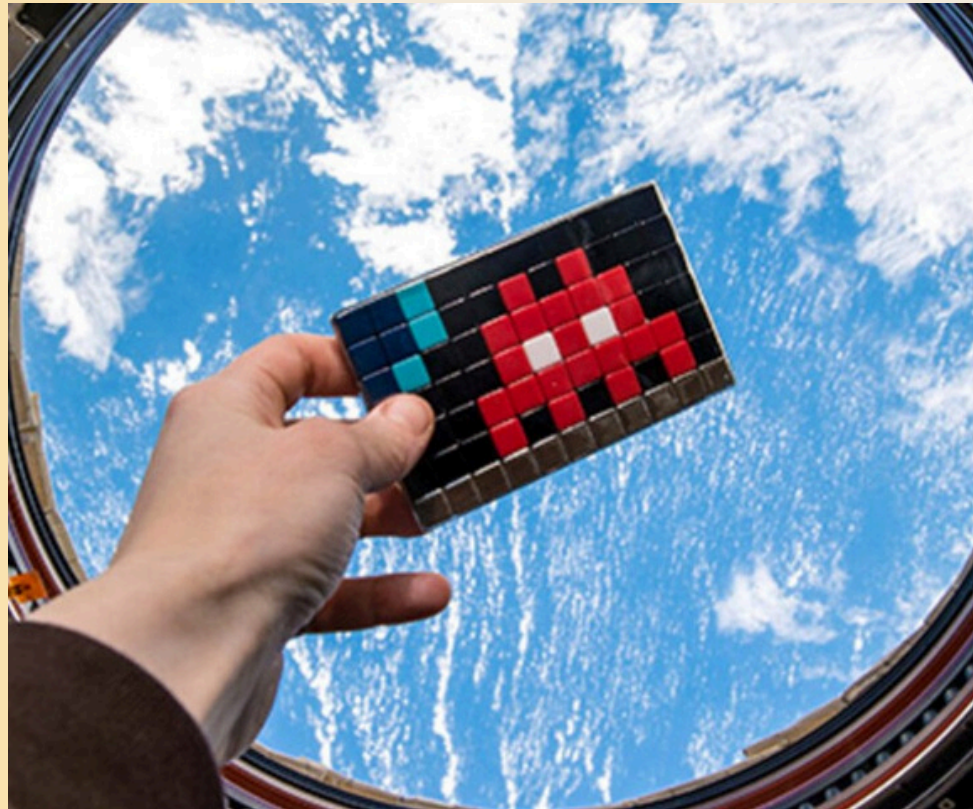
EDITING & TRANSLATION

Press Kit | Products

06

ACADEMIC WRITING

Philosophy | Literature



BLOG

5 CURIOSITÀ SU INVADER CHE (FORSE) NON CONOSCI

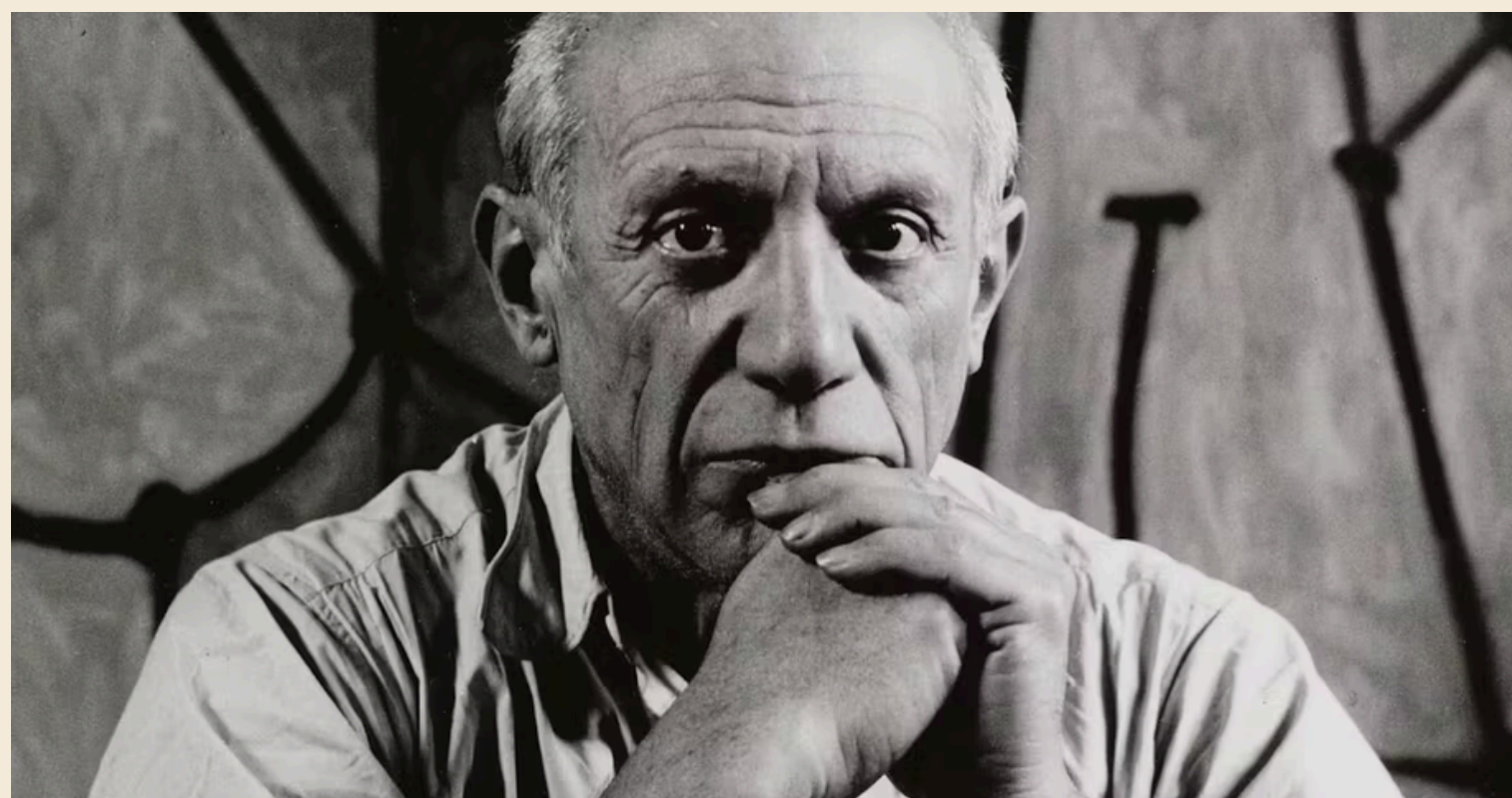
“ Sono in molti a credere che lo Street Artist Invader prenda nome d'artista dalla sua stessa pratica artistica, fatta di interventi di “invasione” nelle città del mondo. Tuttavia, questa credenza è falsa! Invader, infatti, prende il nome dal noto videogioco arcade Space Invader del 1978. Una schermata fissa in cui il cannone governato dal giocatore aveva l'obiettivo di eliminare la tutti gli alieni che cercano di occupare il pianeta Terra spostandosi solo orizzontalmente. ”

[QUI L'ARTICOLO COMPLETO!](#)



PABLO PICASSO: 50 ANNI DALLA SCOMPARSA DI UN MITO

[ALTRI I COMUNICATI!](#)



LO SPECCHIO NASCOSTO DI PICASSO

“

È storicamente riconosciuta la fama di **Pablo Picasso**: annoverato fra i **più influenti del XX secolo**, l'artista conta un'importante produzione di dipinti, sculture e litografie. La notorietà di Picasso risiede nel suo riuscito tentativo di ridefinizione delle possibilità dell'**arte visiva**. L'instancabile ricerca di innovazione ed il suo genio artistico hanno contribuito a ridisegnare i **confini dell'espressione artistica**, permettendo all'artista di occupare oggi una posizione cardinale nella storia dell'arte.

Tuttavia, non tutti gli amanti di Picasso sono a conoscenza della sua **estesa produzione di stampe**. Le numerose opere in cui l'artista ha utilizzato questa tecnica mettono in mostra le diverse **sperimentazioni** su vari temi, soggetti e stili.

Le stampe, inoltre, riflettono la **vita personale** dell'artista, raffigurando mogli, amanti, amici e personaggi politici a lui contemporanei. Grazie alle stampe, Picasso ci ha lasciato una documentazione il più possibile completa di sé e della sua **immaginazione**. ”

[PER LEGGERE!!](#)

EDITORIAL PLANNING

Il **piano editoriale** per questa **serie** di **articoli** di **blog** è incentrato sulla promozione delle **collezioni** di una Galleria d'arte in occasione del Natale 2023.

Dopo un'attenta analisi delle **ricerche** di **mercato**, si è deciso di inserire all'interno di ogni articolo **cinque categorie** di prodotti artistici, pensate per soddisfare le variegate esigenze dei clienti in questo periodo festivo.

Le **sezioni** includono suggerimenti per regali romantici, opere d'arte per piccoli e grandi spazi, fotografie, e pezzi in bianco e nero, oltre a consigli per chi desidera investire nell'arte.

Il **tono leggero** e **celebrativo** è pensato per rispecchiare lo **spirito natalizio**, invitando i lettori a esplorare le proposte della galleria.



SEO-OPTIMIZED CONTENT



BIOGRAPHIES

Per scrivere una biografia ottimizzata in ottica SEO, il lavoro che ho svolto includeva:

1. **Ricerca delle keyword:** Identificare le parole chiave rilevanti e ad alto volume di ricerca legate all'artista o al tema.
2. **Ottimizzazione del contenuto:** Utilizzare le keyword principali e varianti correlate per intercettare un pubblico più vasto.
3. **Sottotitoli SEO-friendly:** Organizzare il testo in sezioni con titoli ottimizzati per i motori di ricerca, facilitando la lettura e l'indicizzazione.
4. **Rilevanza geografica:** Adattare il contenuto al pubblico target, evidenziando elementi culturali o collaborazioni locali.

[QUI LE BIOGRAFIE!](#)

E-COMMERCE PRODUCTS

Queste schede prodotto ottimizzate SEO per un e-commerce di opere d'arte sono state realizzate con il seguente metodo di lavoro:

1. **Ricerca keyword:** Identificare le parole chiave specifiche per l'opera e l'artista termini legati a tecniche o quotazioni.
2. **Ottimizzazione del contenuto:** Descrivere l'opera in modo dettagliato, evidenziando caratteristiche chiave come l'edizione limitata, le dimensioni e le tecniche utilizzate.
3. **SEO Title e Description:** Creare un titolo conciso e una descrizione ottimizzata che includa parole chiave principali e punti salienti, come anno, tiratura, prezzo e disponibilità.
4. **Call-to-action:** Inserire inviti all'azione per stimolare l'utente a chiedere informazioni o visionare il prezzo.

[QUI I PRODOTTI!](#)



QUI!!

LANDING PAGES & BRAND IDENTITY

Lo scopo di branding di questa landing page è promuovere un **brand** di **gallerie d'arte**, primo network di gallerie d'arte in franchising in Italia.

Il concept mira ad attirare aspiranti **imprenditori** e appassionati, offrendo un **modello** di **business** sicuro e testato, supporto continuo e **innovazione** nel **mercato** artistico, incluso **l'e-commerce** esclusivo.

Nella landing page è stata inserita una **brochure** informativa che invita ad aprire una **galleria** nella **propria città**, unendo **passione** e **lavoro** in un progetto di successo.

“

The main character is the candied fruit, noble and sophisticated of sumptuous baroque banquets, that reigns supreme in the new fragrance.

It spreads over the skin like a sensual veil of confidence; however, as it radiates enthralling magic,

the scent blends with the freshness of zest with sparkling, airy and sunny accords of evocative charisma.

The complex alchemy of the parfum is not limited to the top notes: its secret lies in the skilful sphericity of its heart, in the soft accords of almond blossom, luscious red fruits and sweet heliotrope flowers. The kaleidoscope of flavours meets a masterful blend of precious woods in the base.

”



[DISCOVER MORE!](#)

ACADEMIC WRITING

“

According to Wittgenstein, the concept of aesthetics points to whether something is working or not, if it is pleasant or unpleasant, beautiful or ugly: in other words, aesthetics means to perceive that something has the right expression (or not), the right gesture (or not).

Aesthetics is about understanding why something is right or wrong, and indeed about providing reasons for this. Only by understanding why something is right (or not) it is possible to change the way a person perceives external things.

Accordingly, research in aesthetics has firstly to deal with “aesthetic uncertainty”, indeed with situations in which the subject feels dissatisfied or disgusted by something, but he does not know why he has this kind of reaction.

”



[HERE TO READ!](#)





CONTACTS

E-mail	elena.abate94@gmail.com
Portolio	<u>Link al Drive</u>
Phone	+39 340 16 71 698
Address	Caravaggio (BG), Italia