

Movies & Music

L'obiettivo proposto è creare una soluzione di marketing per un negozio che permette ad appassionati di musica e film di poter andare oltre il semplice streaming e riportare al centro dell'attenzione l'oggetto fisico, ambito dai collezionisti e non, che permette al cliente di poter esprimersi. Vinili in edizione limitata, cofanetti Blu-ray da collezione, stampe, poster, booklet, collaborazioni esclusive: ogni prodotto è scelto per parlare **a chi colleziona emozioni**.

Il nostro interesse è conoscere a fondo i nostri principali clienti in modo da poterli coinvolgere sempre di più con le nostre proposte, pertanto abbiamo identificato dei profili tipo.

Persona 1: "Il Cultore del Vinile"

- **Età stimata:** 35-50 anni
- **Professione:** Lavora in ambiti creativi o intellettuali (graphic designer, architetto, giornalista, insegnante universitario)
- **Abitudini d'acquisto:**
 - Acquisti regolari, spesso uscite speciali o ristampe.
 - Maggiore intesa nella qualità dell'audio
 - Predilige negozi specializzati o piattaforme con una curatela editoriale
- **Generi preferiti:**
 - Rock classico, jazz, elettronica, indie, colonne sonore
 - Interesse per etichette indipendenti o cult
- **Motivazioni:**
 - Nostalgia, ritualità dell'ascolto analogico
 - Collezionismo e status culturale
 - Esperienza fisica ed estetica dell'oggetto vinile

Persona 2: "Il Cinefilo Collezionista"

- **Età stimata:** 30-55 anni
- **Professione:** Dipendente o libero professionista appassionato di cultura visiva
- **Abitudini d'acquisto:**
 - Compra regolarmente edizioni speciali, restauri, cofanetti
 - Tenzionalmente fedele a etichette
 - Molto attivo nei gruppi social dedicati al collezionismo home video
- **Generi preferiti:**
 - Cinema d'autore, horror, cult, fantascienza, classici anni '60-'90

- **Motivazioni:**
 - Passione per il cinema di qualità maggiore
 - Collezionismo
 - Interesse per contenuti extra e booklet



Persona 3: "L'Esteta Crossmedia"

- **Età stimata:** 28-45 anni
- **Professione:** Creativo, freelance, lavora nel digitale
- **Abitudini d'acquisto:**
 - Acquisti più impulsivi ma frequenti
 - Attento alle edizioni con design curato, packaging, oggetti da esposizione
 - Interesse: mix tra musica e cinema (es. colonne sonore in vinile, film musical)
- **Generi preferiti:**
 - Eclettico: indie, elettronica, film d'autore, horror, animazione
- **Motivazioni:**
 - Estetica e storytelling
 - Ricerca di identità culturale
 - Condivisione (Instagram, collezione da mostrare)



Persona 4: "Il Fan Pop Contemporaneo"

- **Età stimata:** 25-40 anni
- **Professione:** Impiegato, libero professionista o creativo digitale (social media, video editing, e-commerce, IT)
- **Abitudini d'acquisto:**
 - Compra dischi e film legati a ciò che ascolta o guarda spesso in streaming
 - Alterna acquisti impulsivi a colpi mirati su edizioni limitate o oggetti da collezione (box Marvel, vinili esclusivi di artisti rap)
 - Attivo online: TikTok, Instagram, YouTube; scopre i prodotti tramite creator, unboxing e trend
- **Generi musicali:**
 - Rap, trap, hip hop (sia italiano che internazionale: da Salmo e Guè a Travis Scott e Kendrick Lamar)

- Occasionalmente anche R&B e urban-pop
- **Generi cinematografici:**
 - Cinecomic (Marvel, DC), Mission Impossible, Fast & Furious, 007, film d'azione e thriller ad alta tensione
- **Motivazioni:**
 - Passione per la cultura pop e urban
 - Valorizzazione dell'identità (vinile e home video come statement personale)
 - Interesse per il design, l'estetica, il collezionismo "cool"
 - Esperienza immersiva e legame emotivo con i franchise



Persona 5: "L'Iconoclasta Urbano"

- **Età stimata:** 30-45 anni
- **Professione:** Freelancer creativo, social media strategist, fotografo, art director o lavoratore tech con inclinazioni culturali forti
- **Abitudini d'acquisto:**
 - Acquista vinili e film in edizioni con forte impatto visivo o simbolico (cover iconiche, poster, oggetti da collezione)
 - È fedele agli artisti e alle saghe che ama: colleziona tutto di 007, Marvel, Kendrick, Kanye, ecc.
 - Si informa molto prima di acquistare, ma poi spende in modo deciso
- **Generi musicali:**
 - Rap, hip hop, trap – anche con attenzione all'aspetto concettuale o artistico (Kanye, Kendrick, J. Cole, Salmo, Marracash)
 - Apprezza edizioni in vinile con copertine forti o concept visuali
- **Generi cinematografici:**
 - Azione, cinecomic, thriller high-tech (Mission: Impossible, 007, Nolan, Fincher)
 - Ma anche classici iconici che hanno fatto la storia dello stile (James Dean, Steve McQueen, Taxi Driver, Scarface)
- **Motivazioni:**
 - Cerca figure forti, indipendenti, esteticamente potenti: l'eroe cool, il ribelle, il carismatico

- Ama collezionare non solo per passione, ma per raccontare sé stesso: ciò che ha in casa rappresenta la sua identità
- L'oggetto fisico è importante tanto quanto il contenuto: il vinile o il Blu-ray sono simboli culturali

Il segmento in esame è composto da dei clienti tipo che possiedono un elevato coinvolgimento culturale e affettivo; prediligono l'acquisto fisico di vinili edizione limitata o alternativa e steelbook 4k, oggetti che si contraddistinguono per la loro forma, estetica e identità. In media vengono spesi oltre 1000€ l'anno per non lasciarsi perdere occasioni importanti.

Sono state identificate delle caratteristiche comuni e principali per quanto riguarda i consumatori, quali:

- **Alta cultura di riferimento**, anche se espressa in più generi (classico, urban, cinefilo, estetico)
- **Ricerca di qualità e autenticità**: nel suono, nell'immagine, nel packaging
- **Emotività legata al possesso**: l'oggetto fisico è un'estensione della memoria
- **Forte senso estetico**: attenzione al design, alla grafica, alla fotografia
- **Motivazione autoriale**: collezionare è un atto espressivo

Seguendo uno schema ben delineato per quanto riguarda gli acquisti, come:

- **Alta frequenza**: comprano spesso, anche su impulso, ma con criterio
- **Alto valore per ordine**: acquistano edizioni speciali, box set, bundle, cofanetti
- **Preferenza per edizioni limitate, curate, iconiche**
- **Sensibilità al storytelling di prodotto**: apprezzano descrizioni editoriali, video unboxing, contenuti esclusivi
- **Canali preferiti**: siti web specializzati, newsletter curate.

E, soprattutto, cosa realmente cercano in un prodotto prima di acquistarlo:

- Qualità audio/video superiore rispetto allo streaming
- Esclusività e design: vinili colorati, cofanetti, steelbook, poster, inserti
- Valore da collezione o da esposizione

- **Narrazione:** vogliono che il prodotto racconti qualcosa anche visivamente

A noi interessa coinvolgere in maniera sempre più attiva il cliente, proponendo soluzioni di marketing innovative e mirate al bisogno del consumatore. Le strategie consigliate sono:

- **Storytelling di prodotto:** spiegare il valore emotivo e simbolico delle edizioni
- **Contenuti visivi forti:** foto lifestyle, video unboxing, focus sui dettagli
- **Esclusive limitate/temporanee:** alimentano la motivazione al collezionismo
- **Segmentazione personalizzata:** comunicazioni distinte per fan del vinile, del cinema d'autore o del pop action
- **Coinvolgimento della community:** premiarli, farli sentire parte di un club culturale

Ci concentreremo ora sul profilo anagrafico di un cliente tipo:



Buyer Persona: Michele Andolini



Profilo anagrafico

- **Nome:** Michele Andolini
- **Età:** 36 anni
- **Genere:** Maschile
- **Stato civile:** Single, relazioni stabili ma indipendente
- **Luogo di residenza:** Milano
- **Titolo di studio:** Laurea magistrale in Scienze della Comunicazione
- **Professione:** Consulente
- **Reddito annuo:** 40.000 – 55.000€
- **Canali digitali usati:** Instagram, YouTube, TikTok, Reddit, Apple Music



Interessi e passioni

- Grande appassionato di musica rap/trap (da Nas e Eminem fino a Kendrick, Ernia, Marracash, Travis Scott)
- Collezionista di vinili in edizione speciale, spesso a tema street culture
- Cinefilo ibrido: ama i blockbuster spettacolari (Marvel, Nolan, 007), ma adora anche icone vintage (James Dean, Kubrick, Taxi Driver, Scarface)
- Ama la fotografia urbana e gli interni curati, scatta spesso le sue collezioni per Instagram
- Segue regolarmente festival, concerti e fiere del vinile o del cinema

Abitudini d'acquisto

- Fa **almeno 12-15 ordini l'anno** tra vinili e film fisici
 - Alterna acquisti pensati a colpi di fulmine (quando vede qualcosa di limited, lo prende subito)
 - Compra soprattutto online, predilige siti ufficiali o rivenditori certificati.
 - È iscritto a newsletter, alert per preorder.
 - Gli piacciono molto le collaborazioni (es. artista x brand, o vinile + poster illustrato)
-

Motivazioni principali

Tipo di motivazione	Descrizione
Identità	Vuole che ciò che possiede lo rappresenti: “questo disco/film sono io”
Estetica	Ama gli oggetti belli, curati, ben fotografati e dettagliati
Esclusività	Predilige pezzi rari, limited edition, oggetti che non tutti hanno
Valore culturale	Apprezza quando un prodotto ha anche una storia o un significato simbolico
Rituale	Ascoltare un vinile o guardare un Blu-ray è un'esperienza, non solo intrattenimento

Bisogni impliciti e espliciti

- **Esprimere la propria personalità** attraverso oggetti culturali
 - **Sentirsi parte di una community** con gusti affini (vinile, cinema, street culture)
 - **Trovare store affidabili, belli e ben curati**, che abbiano anche “voce editoriale”
 - **Accedere a contenuti esclusivi**, guide, recensioni, consigli personalizzati
 - **Comprare in modo rapido ma consapevole**, con descrizioni dettagliate e belle immagini
-

Comportamento digitale

- Attivo su Instagram, segue brand e creator legati a musica e cinema
 - Guarda molti contenuti video: unboxing, recensioni, trailer
 - Salva post di prodotti che gli piacciono e li rivede nei momenti di pausa
 - Ama ricevere newsletter ben fatte, magari con consigli curati per il suo gusto
 - Partecipa a gruppi o forum per scoprire edizioni rare o sconti
-

Stile di vita

- Urban e indipendente, amante del design minimal ma con carattere
- Lavora da casa o da coworking, gestisce i propri tempi ma lavora molto
- Spende volentieri per ciò che ama: cultura pop, tecnologia, arte, viaggi

- Vive la cultura come esperienza: non è solo intrattenimento, è modo di vivere
-

Messaggi e leve efficaci

- “Limited edition da collezione”
 - “Versione alternativa”
 - “Solo pochi pezzi”
 - “Ogni film ha una storia da collezionare”
 - “Le uscite che non possono mancare nella tua collezione rap/azione”
-

Come fidelizzarlo

- Programma fedeltà che premia anche la qualità del gusto, non solo la quantità
- Accesso anticipato alle nuove uscite e ai preorder
- Newsletter e feed personalizzati in base ai suoi interessi musicali e cinematografici
- Collaborazioni editoriali con artisti, registi, illustratori
- Packaging curato e piccoli extra a sorpresa (stickers, mini-poster, sconti per i fan)

Per coinvolgere il cliente proponiamo 3 modi diversi per catturare subito l'attenzione del cliente e sfruttare le sue leve motivazionali spingendolo all'acquisto dei nostri prodotti.

Email/Post 1 – “Limited Edition Drop”

Oggetto: Hey, questo vinile è proprio per te 🔥

Testo:

Ciao Michele,

ho appena visto questo vinile in edizione limitata e ho pensato subito a te. È molto simile a prodotti già acquistati da te. Sono solo 300 copie, quindi se ti interessa meglio muoversi in fretta!

Non perdere l'occasione.

👉 [Dai un'occhiata al vinile]

Email/Post 2 – “L'estetica che parla di te”

Oggetto: Questo cofanetto Blu-ray è una vera chicca 📺 ✨


Testo:

Ciao Michele,



non si tratta solo di un cofanetto Blu-ray, è un pezzo di te. Design curato, booklet esclusivi e persino un poster da collezione.

Ci sono sia i grandi blockbuster che quei cult vintage che sai apprezzare. In alternativa potresti andare sullo speciale cofanetto contenente tutta la saga del franchise in questione.

Dai un'occhiata, secondo me ti piacerà.

 [Scopri il cofanetto]

Email/Post 3 – “Il tuo stile, la tua passione”


Oggetto: Vinili & film per chi vuole il massimo  

Testo:

Ehi Michele,

se ti piace il rap, la trap e i film d'azione tipo cinecomic, Mission Impossible o 007, allora questa selezione è fatta proprio per te. Vinili speciali, cofanetti da collezione e tutto quello che serve per raccontare chi sei attraverso la musica e il cinema.

La cultura è un viaggio e noi siamo la tua prossima tappa.

 [Dai un'occhiata alla selezione]