

NAONEXUS SOCIAL TEAM
CREATIVE REPORT
2024

NAONEXUS SOCIAL TEAM
CREATIVE REPORT
2024



Il seguente documento è proprietà del NaoNexus team.
Nessun materiale al suo interno può essere usato,
distribuito o riprodotto in forma parziale o completa
senza autorizzazione.
Tutti i diritti riservati.

Indice

Introduzione.....	5
La brand identity.....	5
Spiegazione del logo.....	5
Brainstorming logo.....	7
Design standard.....	8
Dimensionamento del logo.....	8
Margini di sicurezza.....	8
Lock-up.....	9
Pratiche da evitare.....	9
Tipi di contenuto multimediale.....	10
Diversificazione dell'audience.....	11
Contenuti a breve termine.....	12
Contenuti a lungo termine.....	14
Metodologia di lavoro.....	16
Tavola minima - palette colori.....	17
Suddivisione dei ruoli.....	18
Ruoli on-set.....	18
Ruoli off-set.....	18
Tavola minima - font.....	19



Introduzione

Benvenuti! Lo scopo di questo documento è di illustrare la brand identity, i processi di brainstorming, sketching e pre produzione dei video e dei contenuti multimediali del NaoNexus team. Buona lettura!

La brand identity

NaoNexus deriva dalla fusione di due parole: "Nao", il nome del robot che usiamo per programmare e realizzare le nostre idee. "Nexus", invece, significa nesso in latino.

La seconda parola, in particolare, vuole fare intendere quanto la squadra sia nesso di un progetto più grande, un intermediario tra la tecnologia e la vita di tutti i giorni, che collega l'intricato mondo della programmazione software, con tutte le sue complicazioni e difficoltà, a quello degli utilizzatori di tutti i giorni, i quali vogliono godere di un'esperienza utente finale senza attriti, semplice e bella da vivere.

Spiegazione del logo

"Nexus" è il fulcro della nostra idea, essere nesso di un qualcosa. Pertanto, la base del logo è la testa del NAO, mezzo con il quale lavoriamo, e sopra le due "N" che compongono il nostro nome, disposte l'una sovrapposta all'altra, in sensi opposti, quasi come se si completassero a vicenda, indicando che la tecnologia (NAO) non potrà mai vivere senza la sua applicazione (Nexus), e viceversa.



Lo schema colori utilizzato è quello del ciano con una sua colorazione più scura per la prima "N", mentre per complementarità si è aggiunta la seconda "N" color corallo. Questa colorazione, la quale prende spunto dalla cosiddetta "orange & teal vibe", è poi usata in tutte le nostre grafiche e documentazioni ufficiali non tecniche.



Negli scorsi due anni, il logo è stato modificato tramite l'aggiunta di un elemento che potesse riprendere il tema stesso del progetto e della NAO Challenge.

- Nel 2023 sono state aggiunte in basso a destra due foglie per evidenziare il nostro interesse verso la sostenibilità ambientale.
- Nel 2024 le foglie sono poi state sostituite con un diamante, simbolo dello sponsor di quest'anno, Swarovski, utilizzato per la messa in pratica del progetto.



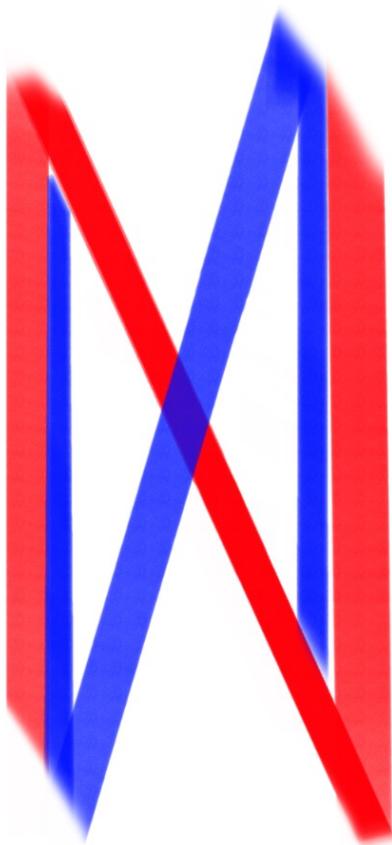
NAO Challenge 2023



NAO Challenge 2024

Brainstorming logo

In figura, un brainstorming primitivo del logo NaoNexus:



Design standard

Per una buona brand identity è fondamentale che ci sia continuità e coerenza tra gli elementi grafici del brand stesso.

In questo capitolo, vi illustreremo gli standard che noi usiamo per garantire continuità grafica in tutte le nostre pubblicazioni, post, documenti e UI.

Dimensionamento del logo

Qualsiasi essa sia la variante presa in considerazione del logo NaoNexus, si è obbligati a seguire le seguenti specifiche.

Guardate sempre il PDF al 100% di zoom per garantire una visione corretta della dimensione degli asset.

Dimensioni per la stampa:

- Minimo 20 x 18 mm per il logo.
- Minimo 70 x 18 mm per la scritta.
-

Dimensioni per le UI:

- Minimo 9 x 8 mm per il logo.
- Minimo 32 x 8 mm per la scritta.



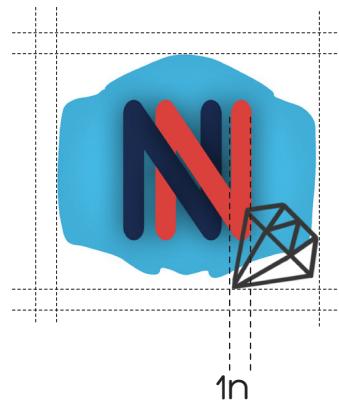
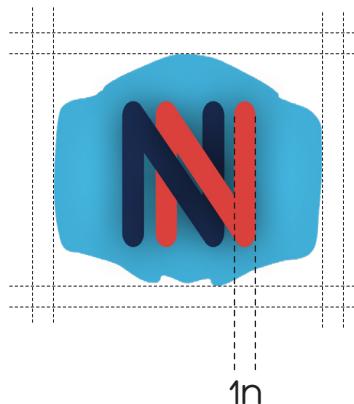
Dimensioni di stampa minime



Dimensioni UI minime

Margini di sicurezza

Il logo NaoNexus deve essere contenuto all'interno di un margine di una unità di larghezza "N" lungo tutto il suo perimetro. Margini aggiuntivi sono comunque tollerati.



Lock-up

Il lock-up del logo NaoNexus può essere orizzontale o verticale:

Lock-up orizzontale:

- Il logo NaoNexus deve stare a sinistra.
- La spaziatura fra loghi deve essere di 6 unità "N".
- La barra lock-up può sporgere oltre la larghezza dei loghi per un unità "N"

Lock-up verticale:

- Il logo NaoNexus deve stare sopra.
- La spaziatura fra loghi deve essere di 6 unità "N".
- La barra lock-up può sporgere oltre la larghezza dei loghi per un unità "N"



Pratiche da evitare

Ecco descritte di seguito alcune pratiche da non seguire quando si tratta il logo NaoNexus.



Tipi di contenuto multimediale

Negli scorsi anni il team social si è concentrato nel compiere un salto di qualità a livello di elaborazione delle immagini, continuità grafica e ricercatezza nel lessico dei post; migliorando la presenza sui social in modo che fosse più stabile e aprendosi in questo modo ad un pubblico internazionale. Quest'anno, la missione è stata mantenere una presenza stabile sui canali social, andando a diversificare e aumentare i tipi di contenuti portati anche sotto forma di shorts, massimizzando così i flussi di spettatori e i tipi di format. Il team infatti, per raggiungere un pubblico sempre più vasto, si è aperto a nuovi canali social tra cui X (Twitter), Linkedin e Facebook, diversificano il contenuto in base alla piattaforma.

Pertanto, i contenuti rilasciati quest'anno sui nostri thread social sono stati:

1. Video tradizionali:
 1. Presentazione del team
 2. Presentazione del progetto
2. Reels Instagram, TikTok e Facebook:
 1. Reels divertenti
 2. Reels intervista
 3. Rubrica informativa sul retail
 4. Reels esplicativi sul progetto OneRetail
3. Post e Storie Instagram e Facebook:
 1. Foto in stile "reportage"
 2. Biografie dei membri del team
 3. Caroselli esplicativi
 4. Storie miscellanee
4. Post Linkedin
 1. Incontri e analisi tecniche



Diversificazione dell'audience

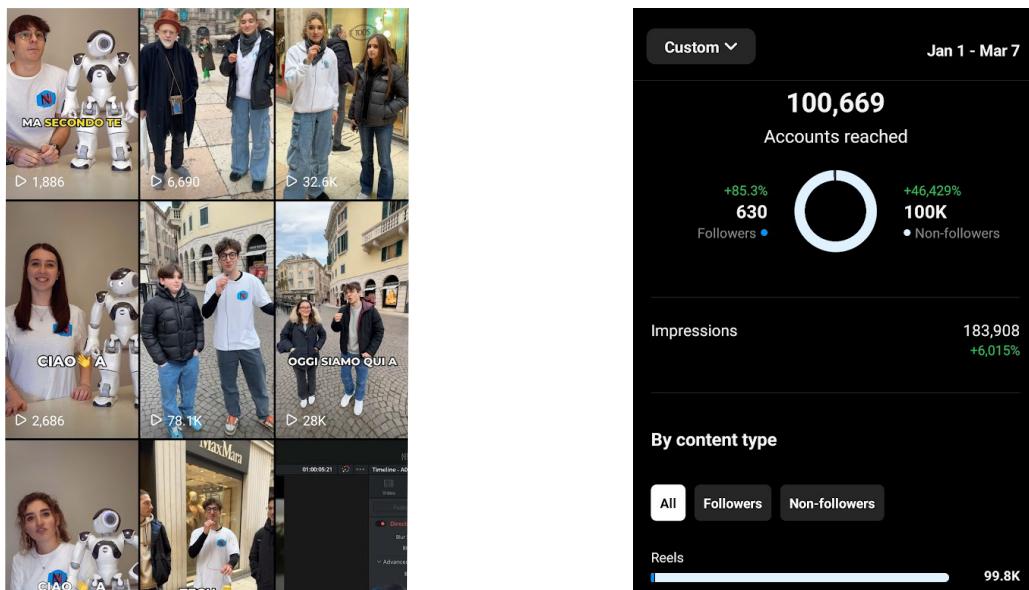
I tipi di contenuto multimediale ideati quest'anno sono stati pensati appositamente per permettere una diversificazione dell'audience e garantire un flusso di tocchi, like e condivisioni sui thread social più costanti. La segmentazione è stata la seguente:

1. Spettatori occasionali: contenuto divertente a basso valore informativo
2. Spettatori ricorrenti: contenuto educativo ad alto valore informativo

Attraverso gli spettatori di tipo occasionale ottenuti tramite i reels divertenti e intervista abbiamo costruito la visibilità temporanea per poter poi promuovere i nostri post più educativi, come la rubrica informativa sul Retail, oppure i caroselli o le biografie del team.

Il risultato della combinazione è risultato in un miglioramento generale delle interazioni sui nostri canali social come dimostrato dalle analitiche stesse di Instagram.

Solo nell'anno 2024 il profilo instagram di NaoNexus è riuscito a raggiungere più di 100K account diversi. Come sottolineato anche dalle statistiche di Instagram, questo è stato possibile soprattutto tramite i reels intervista e divertenti, che in alcuni casi hanno accumulato più di 70.000 visualizzazioni.



I dati forniti dai profili social evidenziano quindi come l'inserimento di contenuti a breve termine possa garantire un'audience stabile che interagisca con i contenuti a lungo termine.



Contenuti a breve termine

I contenuti a breve termine sono i seguenti:

1. Reels Instagram, TikTok e Facebook:
 1. Reels divertenti
 2. Reels intervista
2. Post e Storie Instagram e Facebook:
 1. Foto in stile “reportage”
 2. Storie misceillanee

I reel divertenti e intervista sono stati principalmente ideati seguendo i trend del momento di TikTok, come ad esempio l'intervista “Quanto costa il tuo tech?” o “I robot conquisteranno il mondo?”, oppure il meme su “The Last Ride”.

Le foto in stile “reportage”, per quanto elaborate con più cura e con un tono più serio rispetto ai reel, sono da considerare contenuto a breve termine perché non forniscono valore informativo; ciononostante, sono state utili per informare i nostri utenti sul progresso del progetto.



Reel intervista



Foto “Reportage”

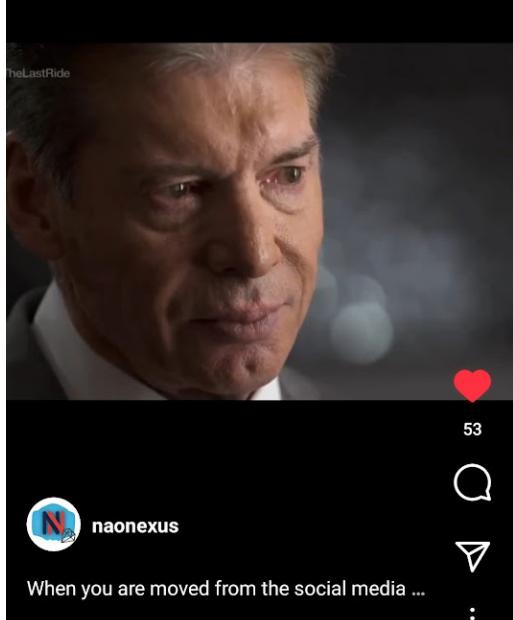
INTERNATIONAL DAY OF WOMEN AND GIRLS IN SCIENCE

o February 11th



Storia per la giornata internazionale delle donne nella scienza.

POV: Il supremo (prof) ti sposta dal team social al team coding.



Meme "The last Ride"



Storia di augurio per l'anno nuovo.



Meme "DJ Khaled"



Contenuti a lungo termine

I contenuti di tipo educativo a lungo termine sono i seguenti:

1. Video tradizionali:
 1. Presentazione del team
 2. Presentazione del progetto
2. Reels Instagram, TikTok e Facebook:
 1. Rubrica informativa sul retail
 2. Reels esplicativi sul progetto OneRetail
3. Post Instagram:
 1. Biografie dei membri del team
 2. Caroselli esplicativi

I primi due video YouTube per la NaoChallenge, sono stati utili mezzi di approfondimento per far capire al nostro pubblico velocemente ed efficientemente il progetto di quest'anno, presentare la nostra squadra e fornire una dimostrazione tangibile dell'utilizzo del NAO in un contesto realistico.

La rubrica informativa sul retail, ideata dal team social, è stata utile per offrire al pubblico veronese un modo per conoscere facilmente e comodamente il retail in tutte le sue forme, evidenziandone il funzionamento, i rischi e i vantaggi; in modo tale da aiutare il pubblico ad essere più consapevole delle realtà con cui si interfaccia quotidianamente.

I post biografici di Instagram introducono il pubblico ai membri, nuovi o vecchi che siano, del team NaoNexus.

I caroselli Instagram, in due diverse colorazioni, hanno contribuito ad informare l'audience sul progetto, sulle metodologie di lavoro utilizzate, e sulle innovazioni da noi pensate ed implementate quest'anno. Inoltre, con il secondo carosello, abbiamo approfondito i partner con cui abbiamo collaborato quest'anno, tra cui Swarovski e MorphCast.



THE TEAM



Rubrica Informativa



Biografie dei membri del team

2024 © NaoNexus Team 2024 © NaoNexus Team 2024 © NaoNexus Team

OUR AI MODEL

NaoNexus x MorphCast:

Il progetto OneRetail è stato pensato sfruttando la tecnologia sviluppata e distribuita da Cynny SpA, denominata "MorphCast".

MorphCast è un modello di intelligenza artificiale in grado di elaborare immagini da un flusso video, consentendo di stabilire lo stato emotivo del soggetto inquadrato e alcune altre caratteristiche apparenti quali l'età e il sesso e le espressioni emotive del viso.

Privato, efficiente, sostenibile:

- MorphCast gira solo sul lato client. Però più, è GDPR Compliant.
- Non è programmato per identificare l'utilizzatore, ma solo le sue emozioni.
- Tutti i dati collezionati per l'analisi vengono cancellati poco dopo e rimangono salvati solo in locale.
- È il modello di FER (facial expression recognition) più leggero al mondo, usando poche risorse computazionali.

Carosello esplicativo modello AI

2024 © NaoNexus Team 2024 © NaoNexus Team 2024 © NaoNexus Team

OUR PARTNER

NaoNexus x SWAROVSKI:

Swarovski si è dimostrata da subito il partner ideale per il progetto del team NaoNexus. Ha mostrato una grande curiosità per il progetto presentato dal team, condividendo anche i valori di sostenibilità e inclusività alla base di tutte le idee portate avanti da tutti noi.

Grazie alla collaborazione nata, il progetto OneRetail ha avuto modo di essere testato in un ambiente di lavoro reale, aiutandoci molto in fase di sviluppo.

Un workflow all'avanguardia:

- Tuteliamo la privacy dei nostri utilizzatori
- Utilizziamo la metodologia di lavoro DevOps
- Implementiamo applicativi cloud-native per lavorare in simultanea e da remoto
- Il deployment dei nostri software è disponibile su tutte le applicazioni grazie a Flutter
- Grazie alla produzione in parallelo produciamo più contenuto social in meno tempo

Carosello esplicativo partner

© NaoNeuxs Team



Metodologia di lavoro

A priori, sono state determinate le tempistiche dei contenuti da produrre su un calendario condiviso su Notion. A seguire, in base al tipo di materiale da produrre, sono state scelte varie strade per pre-produrre il lavoro.

1. Instagram e TikTok:

1. Sketching/Disegni preliminari dei post
2. Produzione del modello (template) post su Photoshop o Illustrator
3. Adattamento del modello in base alle specifiche del post

2. YouTube:

1. Brainstorming completo del video
2. Scrittura struttura video
3. Pre-produzione completa con scrittura del production book (caricato su GitHub)
4. Registrazione del video
5. Reshoot se necessario
6. Editing e revisione con il team

3. Contenuto a breve termine:

1. Shooting
2. Editing
3. Post diretto

NYU TISCH SCHOOL OF THE ARTS		
Shot List		
You can download the production book by clicking here!		
LOCATION 1:	Studio registrazione	
LOCATION 2:	Aula 4SA - settaggio studio	
LOCATION 3:		
SCENE 1: Eli in studio frustrata		
#	SHOT	DESCRIPTION
1	Wide	Portone della scuola
2	Medium - Close-up	Insegna stimate
3	Wide	Alberi piazza cittadella
4	Wide	Alberi giardini don
5	Wide	Fiorillino/Cazzata naturale
6	wide	Aula Info
7	Wide	Corridoio
8	Wide	Porta studio rec
9	CU	Ruben di profilo, sfucco su monitor/ellisa
10	CU	CU Elsa che fa voiceover
11	CU	Ruben risponde, fai quello che vuoi
12	CU	Eli risponde e guarda in cam
13	CU	STACCO BLACK
SCENE 2: MONTAGGIO		
#	SHOT	DESCRIPTION
14	Montage	Montage clip varie lavori
15	Medium	Eli presenta il team
SCENE 3: INTERVISTE		
#	SHOT	DESCRIPTION
13	Montaggio interviste	Interviste varie

Esempio di shot-list di un production book



Tavola minima - palette colori

In questa sezione, elenchiamo tutti i colori e i font utilizzati per i nostri documenti ufficiali di carattere non scientifico, per sito web ed elementi grafici per video oppure post.

Logo Cyan
#368db3

Logo Blue
#1a2b50

Logo Red
#d9413d

Light Carousel Cyan
#3399cc

Light Carousel Blue
#000033

Light Carousel Red
#d9413d

Grey Carousel Grey
#cfcfcf

Grey Carousel Blue
#03181e

Grey Carousel Red
#d9413d

Dark Carousel Cyan
#d3eff8

Dark Carousel Blue
#03181e

Dark Carousel Red
#d9413d

Document Cyan
C=100 M=0 Y=0 K=0



Suddivisione dei ruoli

La suddivisione dei ruoli è stata ulteriormente divisa in ruoli sul set (dunque durante gli shooting) e ruoli per i compiti di ogni giorno:

Ruoli on-set

Questi ruoli sono stati pensati per quando il team social deve creare contenuti foto/video, per cui è richiesta un'ampia collaborazione per garantire la qualità del contenuto:

- Alberto Rubini (Team Leader) - Regista, Camera Operator
- Arianna Antonelli - Makeup Artist, Assistente alla Produzione
- Davide Masini - Tecnico Audio
- Laura Mascalzoni - Manager Logistica

Ruoli off-set

A differenza dei ruoli on-set, questi incarichi sono stati ideati per quando non c'è bisogno di produrre un contenuto multimediale, per cui tutti possono concentrarsi sui propri task singolarmente:

- Alberto Rubini (Team Leader) - Editor Foto e Video
- Arianna Antonelli - Social Media Manager
- Laura Mascalzoni - Social Media Manager
- Davide Masini - Website Developer



Tavola minima - font

Font utilizzati per il sito web:

- 1. Montserrat Bold**
2. Montserrat Light

Font utilizzato per la scritta vicina al logo NaoNexus:

- 1. Arial Rounded MT Bold**

NAO**NEXUS**

Font utilizzati per caroselli/post Instagram:

- 1. Libre Franklin Extra-Bold**
2. Hero
3. DIN Condensed

Font utilizzato per il merchandising:

- 1. Arial Rounded MT Bold**
- 2. Montserrat Bold**
3. Montserrat Regular
4. Big Caslon CC
- 5. Allumi Std Extended Bold**



