

# Esercitazione W4D1

“CLOK” Francesco Fanuzzi

## Introduzione

**CLOK** si appresta a lanciare una nuova collezione di **timer da cucina**, pensata per chi ama cucinare con precisione e praticità, senza rinunciare a stile e design. Di seguito, un piano di contenuti che permetta di valorizzare questo nuovo prodotto, attirare l'attenzione del pubblico e guidare il processo di acquisto.

## 1. Analisi del pubblico e dei trigger point

### 1.1 Identifica il target del brand

Il pubblico a cui si rivolge la collezione di timer da cucina CLOK è costituito principalmente da:

- **Appassionati di cucina:** amatori e professionisti che desiderano monitorare con precisione i tempi di cottura.
- **Persone attente al design:** interessate a complementi d'arredo che uniscano estetica e funzionalità, anche in cucina.
- **Consumatori pratici:** alla ricerca di prodotti **affidabili, intuitivi e resistenti**.

### 1.2 Definisci i trigger point principali per la vendita

Cosa potrebbe far scattare la decisione d'acquisto? (Es. **scarsità, paura, riprova sociale**)

- **Scarsità:** evidenziare che la disponibilità dei timer CLOK è limitata o che esistono edizioni speciali, in modo da invogliare l'acquisto prima dell'esaurimento.
- **Paura:** sottolineare i rischi di un timer poco preciso (cibi bruciati, cotture sbagliate) e come il timer CLOK risolva questo problema, offrendo affidabilità e sicurezza.
- **Riprova sociale:** mostrare recensioni positive di clienti soddisfatti, testimonianze di chef o influencer gastronomici per rafforzare la credibilità del prodotto e invogliare il pubblico a fidarsi del brand.

### 1.3 Trova l'angolo comunicativo (Angle) più efficace

- **Lifestyle culinario:** raccontare come il timer CLOK si integri perfettamente nella routine di chi ama sperimentare nuove ricette, mostrando scene di vita quotidiana in cucina.

- **Innovazione:** mettere in evidenza le caratteristiche tecniche (materiali resistenti, design ergonomico, facilità di lettura) per distinguersi dai timer tradizionali.
- **Storytelling emozionale:** associare il timer a momenti di convivialità e condivisione, come cene in famiglia o tra amici, sottolineando l'importanza di un timing perfetto per il successo di ogni piatto.

## 2. Creazione di un piano editoriale strategico

### 2.1 Scegli un argomento centrale per il blog del brand

Un tema forte per il lancio del timer da cucina potrebbe essere: **“La precisione in cucina: come migliorare le tue ricette con un timer di design”**. Questo permette di parlare sia dell'aspetto funzionale sia di quello estetico, in linea con i valori di CLOK.

### 2.2 Struttura un piano editoriale con i tipi di contenuti

- **Cornerstone Content**

Un articolo lungo e approfondito dal titolo: **“La rivoluzione del timing in cucina: dall'orologio analogico ai timer di design”**. Questo contenuto deve:

- Presentare dati e **statistiche** sul tempo medio speso in cucina e sui vantaggi di una cottura precisa.
- Mettere in luce come i timer CLOK uniscano **funzionalità e design**.
- Fornire una panoramica storica e tecnologica del concetto di timer.

- **Pillar Content**

Articoli che approfondiscono singoli aspetti del Cornerstone, ad esempio:

- **“5 ricette che richiedono una precisione assoluta: come il timer CLOK può aiutarti”**.
- **“Design in cucina: perché anche l'occhio vuole la sua parte”**.  
Questi contenuti si focalizzano su specifici punti di forza del prodotto e rimandano al Cornerstone Content per ulteriori dettagli.

- **Brick Content**

Contenuti più specifici e di nicchia, come ad esempio:

- **“Consigli pratici per la manutenzione e la pulizia del tuo timer da cucina”**.
- **“Intervista al designer CLOK: dietro le quinte di un prodotto innovativo”**.
- **“La cucina come esperienza: come organizzare una serata a tema utilizzando il timer”**.

Questi contenuti offrono **praticità**, storie e curiosità che rafforzano l'autorevolezza di CLOK nel settore.

## 2.3 Pianifica il calendario di pubblicazione e specifica le risorse

- **Frequenza:**
  - 1 Cornerstone Content al mese.
  - 2 Pillar Content al mese.
  - 3 Brick Content al mese.

## 2.4 Quali formati e quali canali

- **Formati:**
  - **Articoli:** blog post, ricette, guide.
  - **Video:** tutorial di ricette che enfatizzino l'uso del timer CLOK.
  - **Infografiche:** schemi che mostrano i tempi di cottura ideali per diverse pietanze.
  - **Podcast:** interviste a chef e professionisti del settore.
- **Canali:**
  - **Blog aziendale:** per ospitare i contenuti principali e favorire l'approfondimento.
  - **Social media** (Instagram, Facebook, TikTok): per promuovere ricette veloci, tips e dietro le quinte del lancio del prodotto.
  - **YouTube:** per ospitare i video tutorial e dimostrazioni live.
  - **Newsletter:** per informare regolarmente la community su nuove ricette, promozioni e aggiornamenti di prodotto.

## 2.5 Ottimizza i contenuti per la SEO e il social engagement

- **Ricerca delle parole chiave:** utilizzare tool come Google Keyword Planner per individuare keyword pertinenti (es. "timer da cucina design", "cottura perfetta", "ricette precise").
- **Struttura del contenuto:** titoli in H1, sottotitoli in H2/H3, paragrafi brevi e uso di elenchi puntati.
- **Link interni:** collegare i Brick e i Pillar Content al Cornerstone, incoraggiando la navigazione interna.
- **Meta tag e snippet:** descrizioni concise e persuasive, con le keyword in evidenza.
- **Call to action:** invitare a condividere sui social, iscriversi alla newsletter o lasciare un commento con le proprie esperienze.
- **Coinvolgimento sui social:** creare challenge culinarie, hashtag dedicati e contenuti in real time per stimolare l'interazione.