

Esercitazione W3D1

“CLOK” Francesco Fanuzzi

Analisi del Pubblico e definizione del Main Topic

Settore del Brand	Main Topic	SubTopics	Pain Points
Arredamento & Home decor	Svegli e Orologi High End	Arredamento di Lusso/Design	Prezzo elevato <i>Vale veramente il prezzo premium?</i>
		Come scegliere l'orologio giusto per la casa	Esclusività e differenziazione <i>Perché scegliere CLOCK e non un brand più famoso? È un pezzo unico o posso trovarlo ovunque?</i>
		sveglia intelligente	Qualità dei materiali e durata
		timer da cucina tecnologici	Facilità acquisto - spedizioni & resi
		Quali sono gli orologi più eleganti per ufficio?	

Creazione di contenuti adatti al Funnel di Marketing

Awareness

Per quello che riguarda la fase di *awareness* e quindi il primo punto di contatto con la mia audience, si potrebbe fare l'esempio di uno **short form video** da distribuire su **Facebook**, **Instagram** e **TikTok**. Essendo lo scopo principale di questa operazione attirare l'attenzione di più persone possibili (*ovviamente in target*) c'è bisogno che il contenuto sia decisamente impattante e che ci distolga dallo scroll passivo.

Il video potrebbe ad esempio rappresentare i vari elementi del catalogo utilizzati all'interno di bellissime case di pregio e uffici di aziende multinazionali rinomate comunicando con voiceover, musiche e montaggio evocativi ed emozionanti.

Consideration

Per la parte di *consideration* ho pensato a una serie di **video di media-breve durata (5-7 minuti)** all'interno dei quali si intervistano le **persone affezionate al brand**. In questo modo oltre a costruire una solida **socialproof** si ha la possibilità di mostrare ai potenziali customer l'impiego dei prodotti nella vita di tutti i giorni da parte di svariate persone dando concretezza e rappresentanza ai vari use case.

Conversion

In ottica di finalizzare le vendite, una particolare cura deve essere dedicata alla realizzazione della **landing page e CTA**. L'obiettivo del design di questi due elementi è quello di ridurre al minimo le frizioni tra la *consideration* e la *conversion*. Una leva che si andrà a sfruttare sarà anche quella della **scarsità** comunicando dall'inizio fino al pagamento che ogni pezzo ha uno stock limitato.

Loyalty

Trattandosi di un brand di lusso è fondamentale creare una **comunità di amanti del brand**. Ho pensato di creare un **programma fidelity** (consultazione dal **sito** e comunicazioni via **mail**) diviso in categorie e livelli in base a quanti acquisti sono stati fatti e all'importo speso negli anni, ogni categoria avrà i suoi benefit come ad esempio inviti alle esposizioni e agli eventi, possibilità di customizzazione avanzate, anticipazioni sui nuovi prodotti, visite negli stabilimenti di produzioni o incontri con i designer.

Advocacy

Per incentivare l'*advocacy* ho pensato di creare un collegamento con il punto precedente: l'idea è quella di invitare alla partecipazione degli eventi sopracitati un'altra persona amica e affine al cliente affezionato. In questo modo il coinvolgimento sarà estremo e saremo sicuri che il nuovo cliente sia in target, così il processo di advocacy sarà completamente gratuito per l'azienda e proficuo.

Retargeting

Per costruire un piano di *retargeting* efficace, sfrutterei dei contenuti dinamici basati sul comportamento degli utenti. Per chi ha interagito con i contenuti di **Awareness**, ma non ha ancora approfondito, proporrei **video** più dettagliati sulla qualità e il design esclusivo dei prodotti, accompagnati da **testimonianze** reali di clienti soddisfatti per rafforzare la **Consideration**. Per chi ha visitato la **landing page** senza completare l'acquisto, utilizzerai ads con messaggi di urgenza, sottolineando la scarsità e l'esclusività delle collezioni, magari con un incentivo soft come l'**accesso prioritario** a nuovi lanci. Per chi ha già acquistato, il focus sarebbe sull'**esperienza post-vendita**, con contenuti che valorizzano l'appartenenza alla community CLOK e **inviti esclusivi** agli eventi. Il messaggio chiave deve essere

decisamente ispirativo: "CLOK decora il tuo tempo. Il tempo scorre, le edizioni sono limitate. Assicurati il tuo posto prima che sia troppo tardi."