# Esercitazione 8

## Fondamenti di Marketing e Comunicazione

### Content Marketing e Strategie di Creazione di Contenuti

**Creazione di un titolo ad alto impatto**

1. Scegli un prodotto o servizio del brand. Un capo iconico di Pachamoda, realizzato con lana di alpaca peruviana, morbida termoregolatrice e cruelty-free.
2. Scrivi 5 titoli persuasivi utilizzando tecniche avanzate di copywriting. **Domanda diretta:** *Sai perché il tuo prossimo cappotto dovrebbe essere in alpaca sostenibile?* **Trigger emotivo:** *Avvolgiti nel lusso etico: il cappotto in alpaca che rispetta te e il pianeta.***Numero e Lista:** *5 motivi per cui il cappotto in alpaca di Pachamoda rivoluzionerà il tuo guardaroba.* **Curiosità:** *Il segreto dietro il cappotto più caldo, leggero ed elegante che tu abbia mai indossato.* **Urgenza:** *Solo 50 pezzi disponibili: il cappotto in alpaca artigianale che unisce il lusso e sostenibilità.*
3. Scegli un titolo migliore e spiega perché funziona meglio. Il migliore è *Il segreto dietro il cappotto più caldo, leggero ed elegante che tu abbia mai indossato”*. Funziona perché crea curiosità utilizzando la parola “segreto”, evidenzia i benefici chiave e ha un tono di voce sofisticato in linea con il posizionamento di Pachamoda.

**Creazione di un annuncio basato su Bias Cognitivi**

1. Scegli uno dei bias cognitivi studiati. Bias cognitivo scelto: Scarsità e Esclusività, le persone attribuiscono più valore a ciò che è raro o disponibile per un periodo limitato; usare la scarsità aumenta il desiderio.
2. Scrivi un Facebook Ad ottimizzato. **Headline magnetica:** *Solo 50 pezzi disponibili: il cappotto in alpaca artigianale che ridefinisce il lusso sostenibile.* **Body Copy persuasivo:** *Un capo esclusivo, realizzato a mano la più pregiata lana di alpaca peruviana. Morbido come il cashmere, caldo ma leggero e 100% sostenibile. Ogni cappotto è unico, lavorato dagli artigiani andini secondo antiche tradizioni.* **CTA (call to action):** *Prenota il tuo prima che sia troppo tardi! Acquista qui🡪….*
3. Definisci il pubblico target. **Età:** 28-60 anni. **Genere:** Uomini e Donne. **Interessi:** moda sostenibile, lusso etico, design artigianale, lifestyle eco-friendly. **Comportamento:** persone che acquistano online capi di lusso, interessate a prodotti artigianali e limited edition. **Canali:** Facebook e Instagram Ads con retargeting per utenti che hanno visitato il sito ma non hanno ancora acquistato.