# Fondamenti di Marketing e Comunicazione

## Content Marketing e Strategie di Creazione di Contenuti

### Analisi del pubblico e del Brand

1. Definisci il brand e il settore di riferimento. Il nome del brand è Pachamoda, il settore è la moda sostenibile e di lusso. Si tratta di un brand di moda premium che unisce tradizione artigianale peruviana e innovazione sostenibile, creando capi esclusivi per una clientela consapevole. La mission è offrire capi di alta qualità realizzati con tessuti tradizionali peruviani, nel rispetto dell’ambiente e delle comunità di campesinos. La vision è ridefinire il concetto di lusso attraverso la sostenibilità e l’autenticità delle lavorazioni artigianali. I valori sono la sostenibilità, artigianalità, innovazione, cultura e qualità.
2. Identifica il pubblico target. Il target primario sono donne tra i 25-45 anni professioniste, imprenditrici e creative, e uomini tra i 30-50 anni appassionati di moda etica e lifestyle di lusso. Sono persone attente alla sostenibilità, disposte ad investire in moda etica e di qualità; appassionati di artigianato, tradizioni locali e moda con una storia da raccontare; sostenitori del commercio etico, consumatori che scelgono brand con valori chiari e trasparenza nella filiera produttiva; persone che vogliono prodotti esclusivi ma con un impatto positivo su ambiente e comunità. Il pubblico target consuma contenuti principalmente su Instagram e Pinterest per prendere inspirazione moda, storytelling visivo e artigianato; TikTok e YouTube per video storytelling, dietro le quinte, educazione sulla moda sostenibile; Newsletter e Blog per approfondimenti su moda sostenibile e cultura artigianale.
3. Analizza i competitor. Le tipologie di contenuti che utilizzano i competitor sono: storytelling autentico enfatizzando le storie dietro le quinte; contenuti educativi vengono prodotti articoli, video e infografiche che informano i consumatori sull’importanza della sostenibilità della moda; collaborazioni e partnership molti brand collaborano con artisti, designer o altre aziende sostenibili per creare collezioni esclusive. Le strategie SEO sono ottimizzazione per parole chiave specifiche come “abbigliamento eco-friendly di lusso” o “moda etica premium”; contenuti di qualità e blog con la creazione di contenuti originali e informativi su blog aziendali. Le opportunità per differenziarsi dagli altri competitors sono con un focus sulla cultura peruviana per offrire un elemento unico e distintivo con i consumatori; trasparenza totale fornendo una tracciabilità completa dei prodotti mostrando ogni fase della filiera produttiva; innovazione sostenibile, investendo in materiali innovativi e processi produttivi all’avanguardia che riducono l’impatto ambientale; esperienze immersive con tour virtuali dei laboratori artigianali in Perù o workshop online sulla cultura e artigianato locale.

### Creazione di una Content Strategy

1. Scegli il main topic del brand. Il tema principale è la moda sostenibile di lusso con radici nella cultura peruviana. Il focus della strategia dei contenuti sarà la combinazione tra sostenibilità, artigianato tradizionale e moda di lusso, raccontando la storia dietro i capi di Pachamoda e il loro impatto positivo su ambiente e comunità locali. I subtopics da sviluppare sono: sostenibilità e innovazione (importanza di una moda più consapevole e rispettosa dell’ambiente, materiali sostenibili e il valore dello slow fashion); artigianato e cultura peruviana (tradizione tessile peruviana, ruolo delle comunità artigianali, viaggio in Perù e simboli e significati nascosti nei motivi tessili peruviani); dietro le quinte del brand (processo di creazione di un brand); community e lifestyle consapevole.
2. Definisci una strategia SEO integrata. Per ottimizzare il posizionamento SEO, è fondamentale selezionare parole chiave adatte alle diverse fasi del funnel di marketing:

* **Awareness** (consapevolezza) con l’obiettivo di attirare traffico e sensibilizzare il pubblico sulla moda sostenibile; esempi di parole chiave: *moda sostenibile, slow fashion, abbigliamento ecologico, artigianato tessile peruviano, tessuti sostenibili.*
* **Consideration** (considerazione) con l’obiettivo di educare i potenziali clienti e far emergere il valore di Pachamoda; esempi di parole chiave: *come scegliere abbigliamento sostenibile, vantaggi della moda etica, materiali eco-friendly per l’abbigliamento, brand di moda sostenibile di lusso.*
* **Conversion** (acquisto) con l’obiettivo di spingere gli utenti all’acquisto; esempio di parole chiave: *dove comprare abbigliamento eco-lusso, Pachamoda collezione moda etica, acquista abiti artigianali peruviani, migliori brand di moda sostenibile.*

Strutturare un articolo ottimizzato SEO:

**Titolo H1**: *Perché la Moda Sostenibile è il Futuro: Scopri l’artigianato Peruviano con Pachamoda*.

**Titolo H2**: *Moda Sostenibile: Un Nuovo Paradigma di Lusso.*

**Titolo H3**: *Materiali Eco-Friendly e Produzione Etica.*

1. Crea un piano editoriale per Social Media e Blog

Per mantenere un engagement costante senza sovraccaricare il pubblico possiamo strutturare così i social e contenuti:

**Instagram**: 4 post + ¾ stories al giorno

**TikTok**: 3 video a settimana

**Facebook**: 3 post a settimana

**Blog**: 1 articolo a settimana

**Newsletter**: 2 volte al giorno

Diversificare i formati è essenziale per coinvolgere il pubblico in modo efficace:

**Instagram e Facebook**: Carrousel di storie artigianali e materiali sostenibili; Reel di dietro le quinte e testimonianze; Stories di sondaggi, quiz, Q&A.

**TikTok**: Video di storytelling e Trend.

**Blog**: Guide e approfondimenti, interviste ad artigiani e designer del brand e case study,