



# Social Media Marketing strategy

---

Dante Lavoratore





## Il brand: Polestar

---

Un marchio di auto elettriche ad alte prestazioni incentrato sul design, che sfrutta prestazioni raffinate e tecnologia all'avanguardia.

Nata in Svezia come divisione sportiva della più famosa azienda Volvo, Polestar diventa un brand indipendente dal 2017.

# I prodotti



Polestar 1

La plug-in hybrid performante



Polestar 2

La fastback elettrica



Polestar Precept

Il futuro delle auto elettriche



# La campagna

Portare una realtà diversa del mondo elettrico in Italia.

Polestar 2 sarà il prodotto testimonial di questa campagna.

Convertire alla realtà elettrica il pubblico è sempre stato complicato per diversi motivi.

Molte auto elettriche spesso non sembrano neppure attraenti a livello estetico, in molti credono che le elettriche siano noiose e brutte da vedere.

Polestar demolisce questo pensiero.

# L'obiettivo

---



Polestar è un brand ambizioso ma poco conosciuto in Italia. Nonostante ciò, i target imposti per questa campagna saranno fondamentali per creare il successo desiderato.

## Saranno necessari



Brand  
awareness



Conversioni  
sul sito web



Traffico nei  
punti vendita



# Il target

## Età

25-54 anni

## Luoghi

Roma, Milano,  
Napoli, Torino,  
Palermo

## Interessi

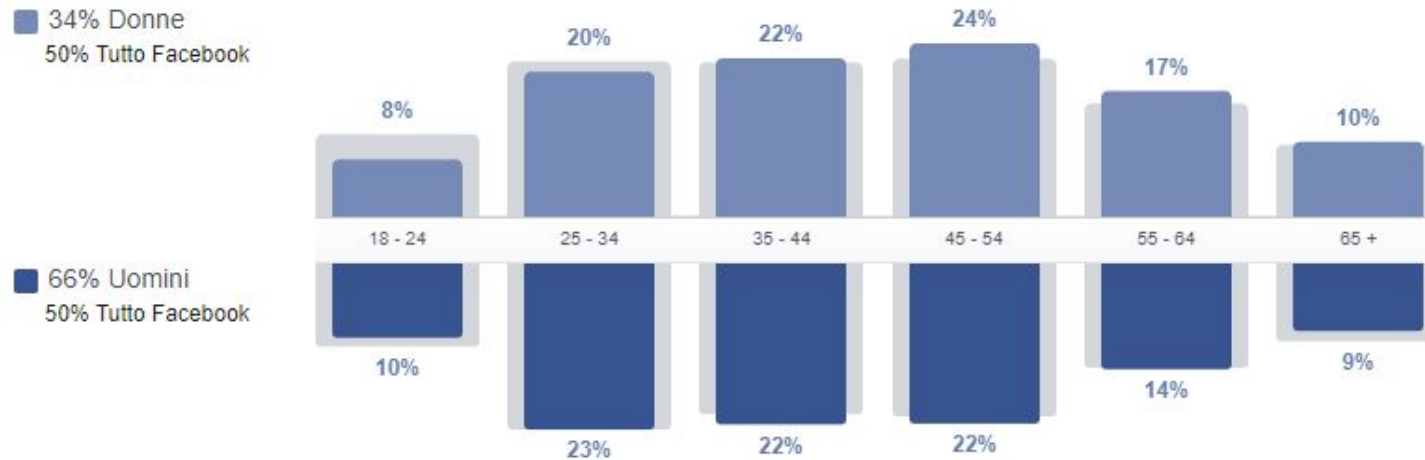
Auto elettrica, Auto  
di lusso, Industria  
automobilistica e  
vari contendenti

## Genere

Uomo

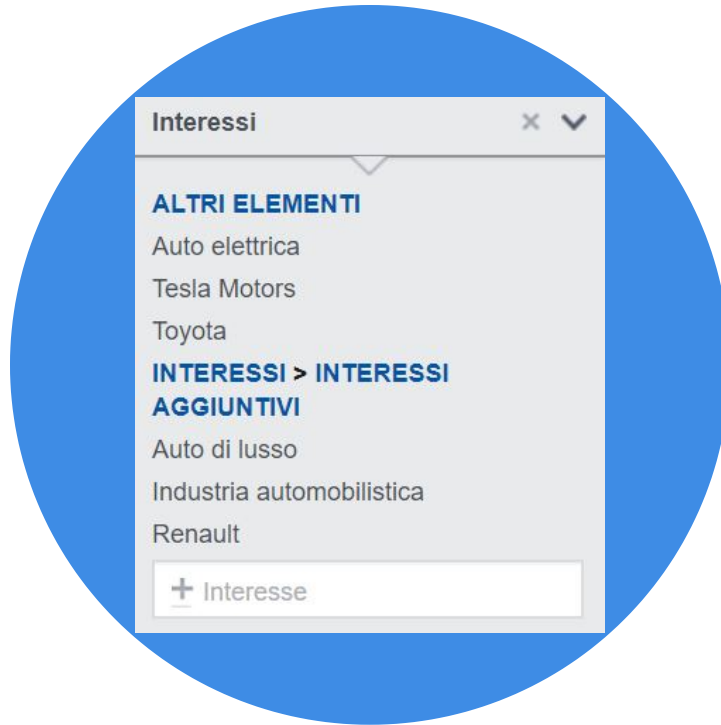


# Audience



- Il grafico indica un maggiore interesse da parte degli uomini.
- La fascia d'età più interessata parte dai 25 fino ai 54 anni.

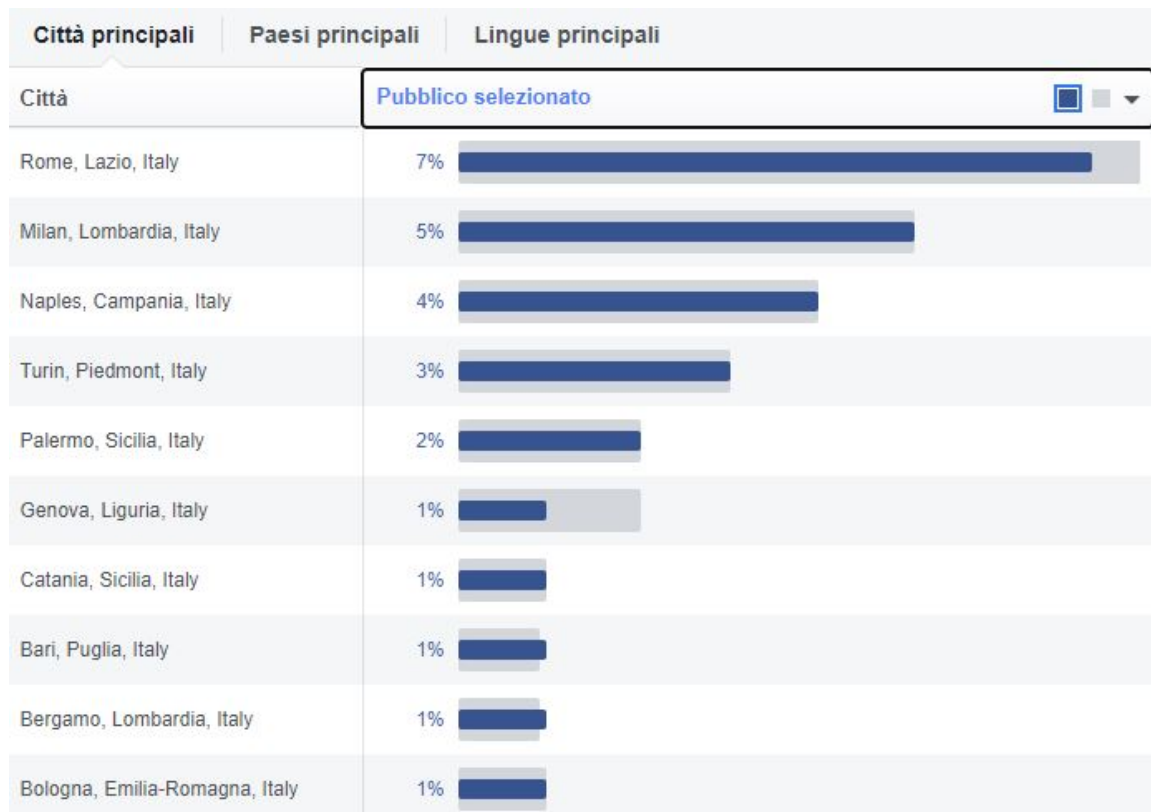
# Interessi



- Gli interessi dell'audience partono dal settore generale del brand, Auto elettriche, Auto di lusso e Industria automobilistica.
- Sono stati aggiunti altri interessi come aziende del settore già instaurate in Italia con un modesto successo.



# Luoghi

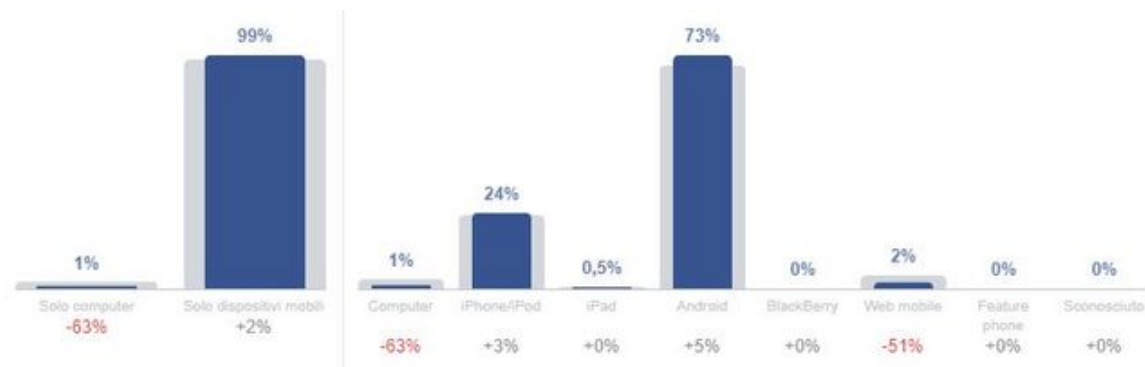


Dalle ricerche effettuate, notiamo i luoghi principali da dove proviene l'audience.



Questo consentirà alla campagna di crescere nelle città principali, targettizzando sempre di più il pubblico

# Dispositivi



- Il 99% utilizza dispositivi mobile, la campagna verrà incentrata via social media

# La strategia



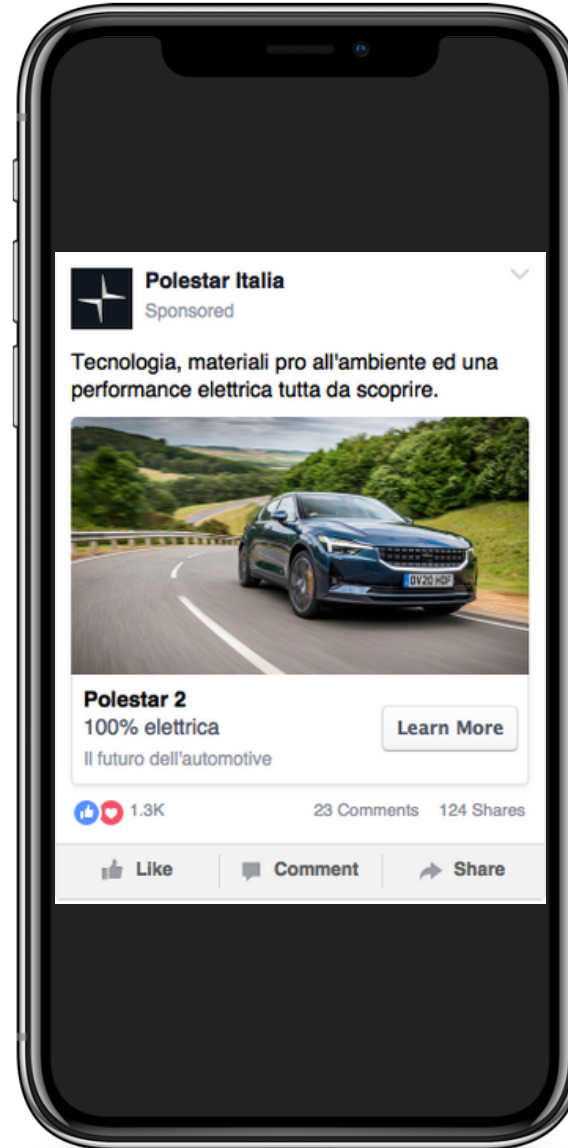


Le 5 soluzioni via

Facebook

# Inserzione ad immagine - Mod.1

---



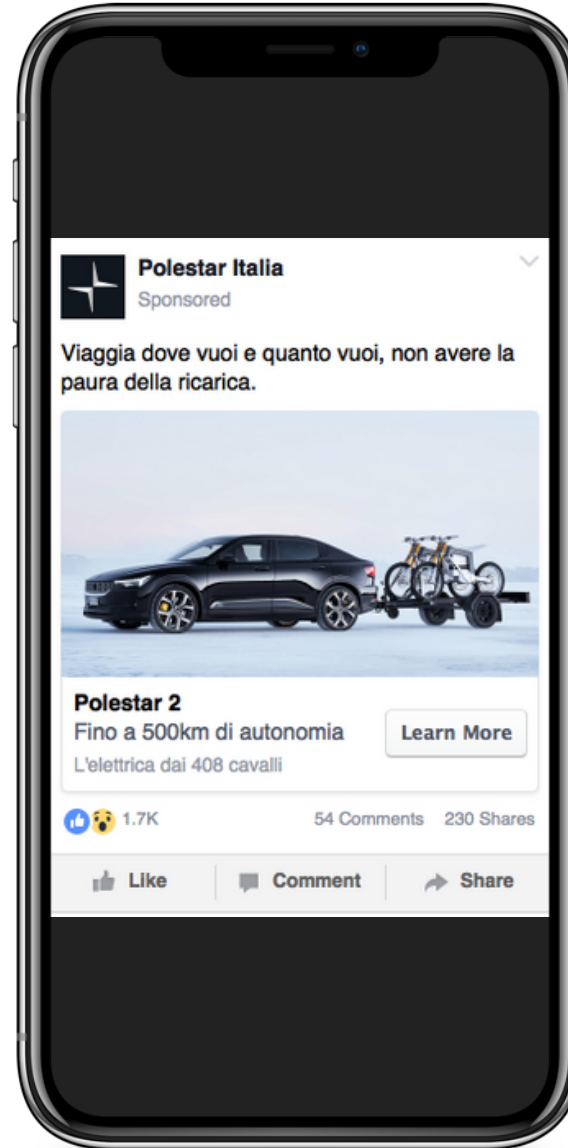
Stimolare la curiosità del cliente.

Per catturare l'attenzione ho utilizzato una semplice immagine della vettura in movimento.

La chiave per attirare l'attenzione risiede nella descrizione del post: novità ed innovazione.

La CTA usata (Learn More) permette l'aumento delle conversioni sul sito web del brand.

# Inserzione ad immagine - Mod.2



Dalla curiosità allo stupore.

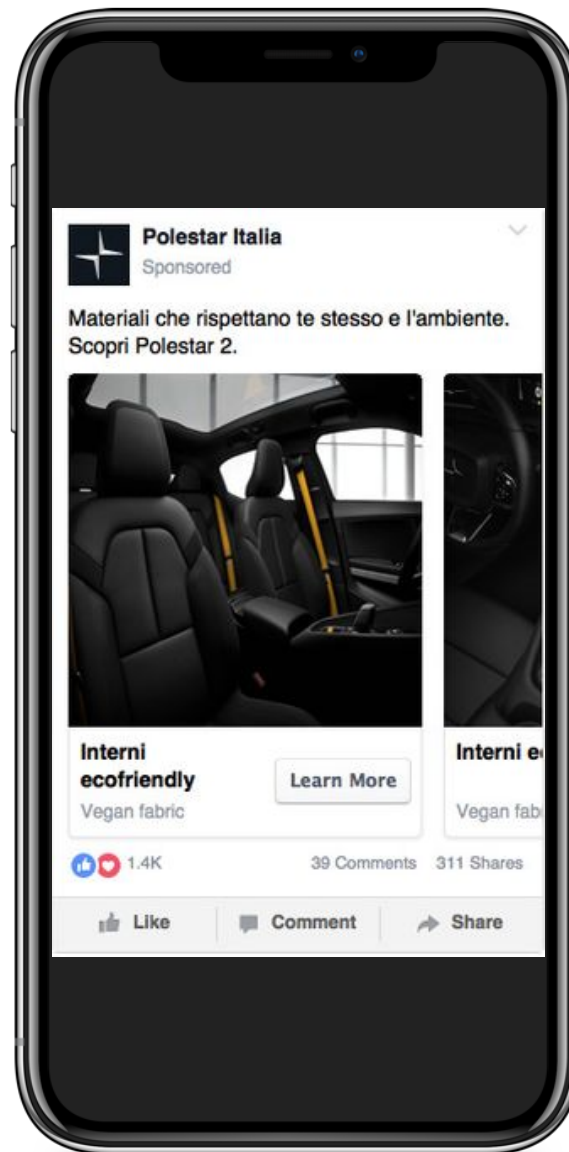
Uno dei tanti problemi che punge il mondo elettrico è "la fobia della batteria scarica"

Polestar risolve il problema proponendo non solo un modello performante ma anche prestazionale sull'utilitario giornaliero.

Rompendo le barriere dell'opinione comune, permettendo al cliente di essere libero ("dove vuoi", "quanto vuoi").



# Inserzione a carosello



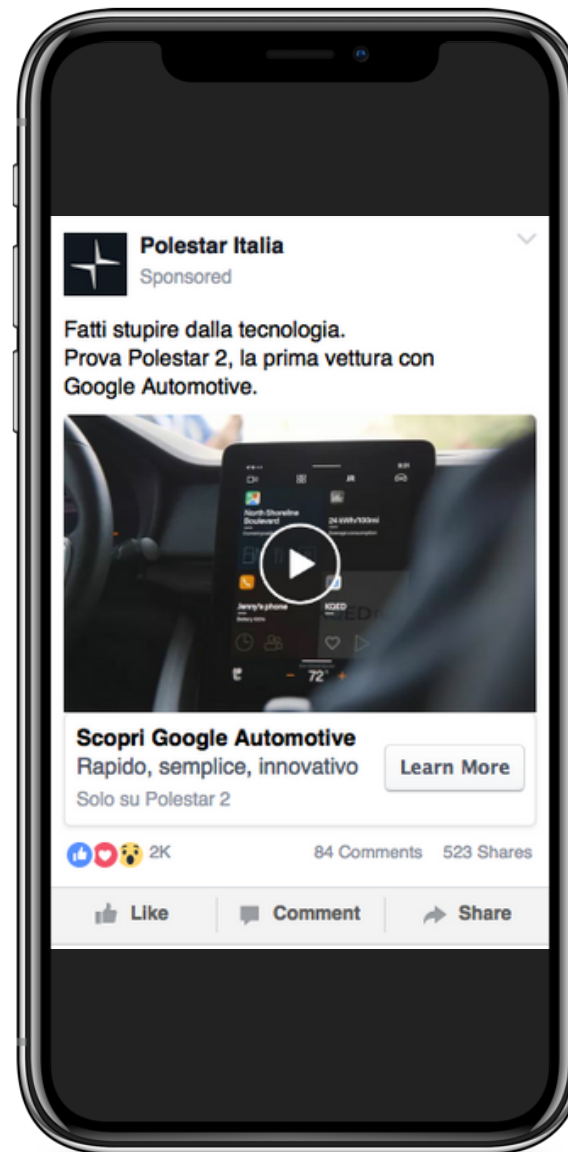
Carosello ecofriendly

Trattare un tema come il rispetto per l'ambiente può attirare più audience al brand

Poche industrie automobilistiche hanno una visione a 360°.

Essere diversi dalla mediocrità aiuta il brand a distinguersi, crescere e costruire brand awareness.

# Inserzione video



Scoprire innovazioni tecnologiche via video.

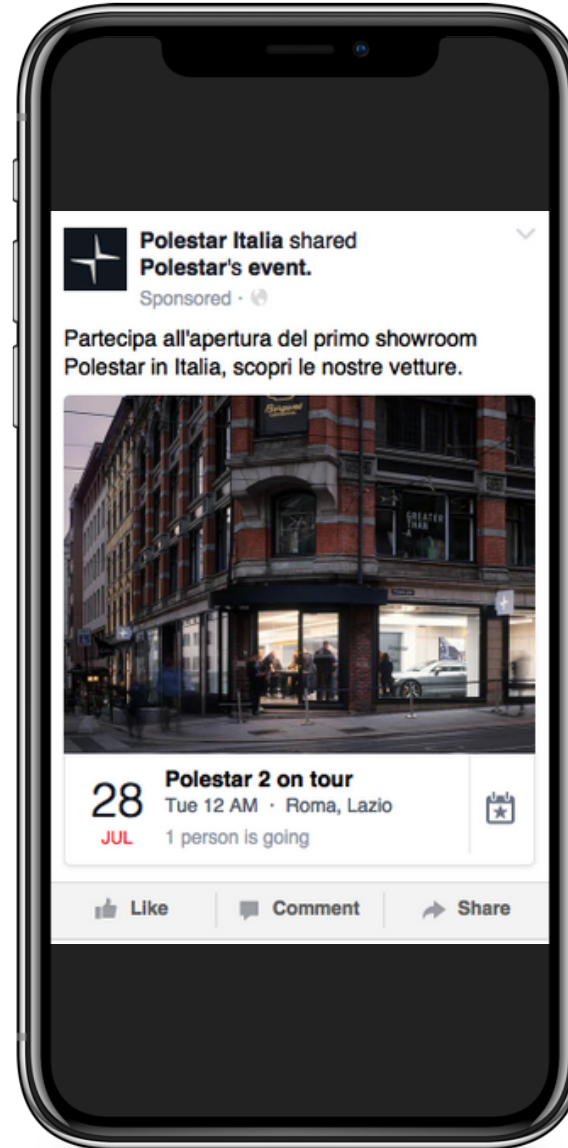
Trattare una particolarità di questa vettura con delle immagini sarebbe stato uno spreco.

Utilizzando un semplice video introduttivo a Google Automotive, rendo l'esperienza dell'utente più piacevole ed immediata.

La CTA rimane la stessa nel caso l'utente interessato voglia saperne di più sull'argomento (aumentando sempre di più le conversioni sul sito).

Questa innovazione distingue il brand dai suoi competitors, aumentando la brand awareness.

# Inserzione evento



L'apertura del punto vendita offline

Per aumentare il traffico nei punti vendita, utilizzo un'inserzione con evento

Il luogo non è scelto a caso; Roma è la città dove si è sviluppato maggiore interesse.

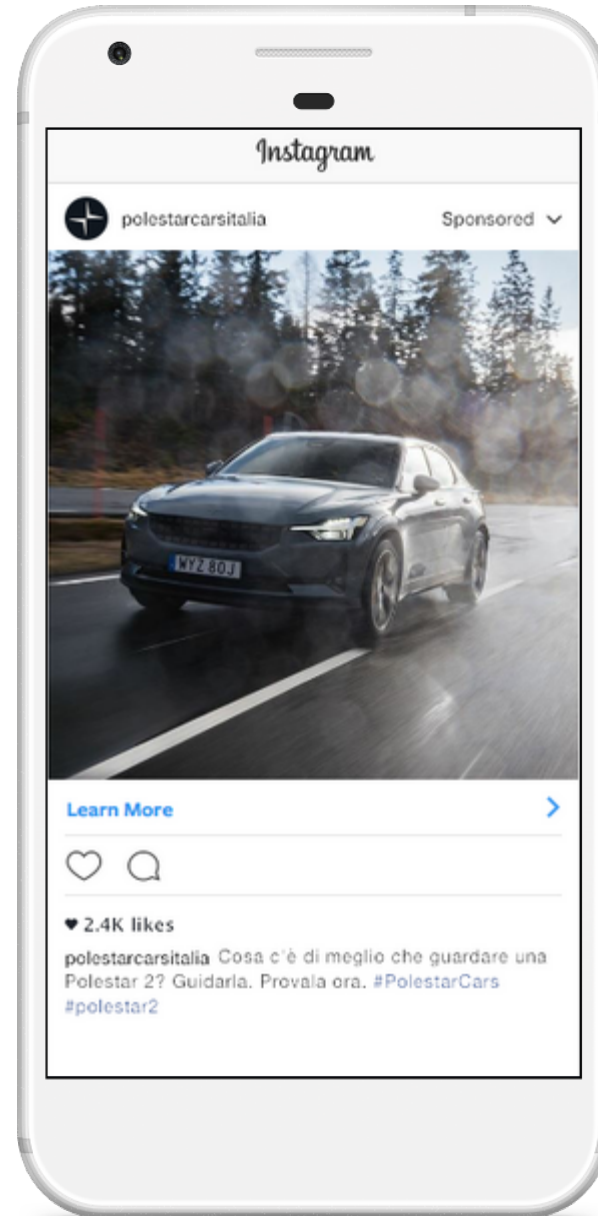
Per attirare clientela oltre alla semplice novità del momento, sfrutto le opportunità esclusive che il cliente può vedere e provare durante l'evento,



Le 5 soluzioni via

# Instagram

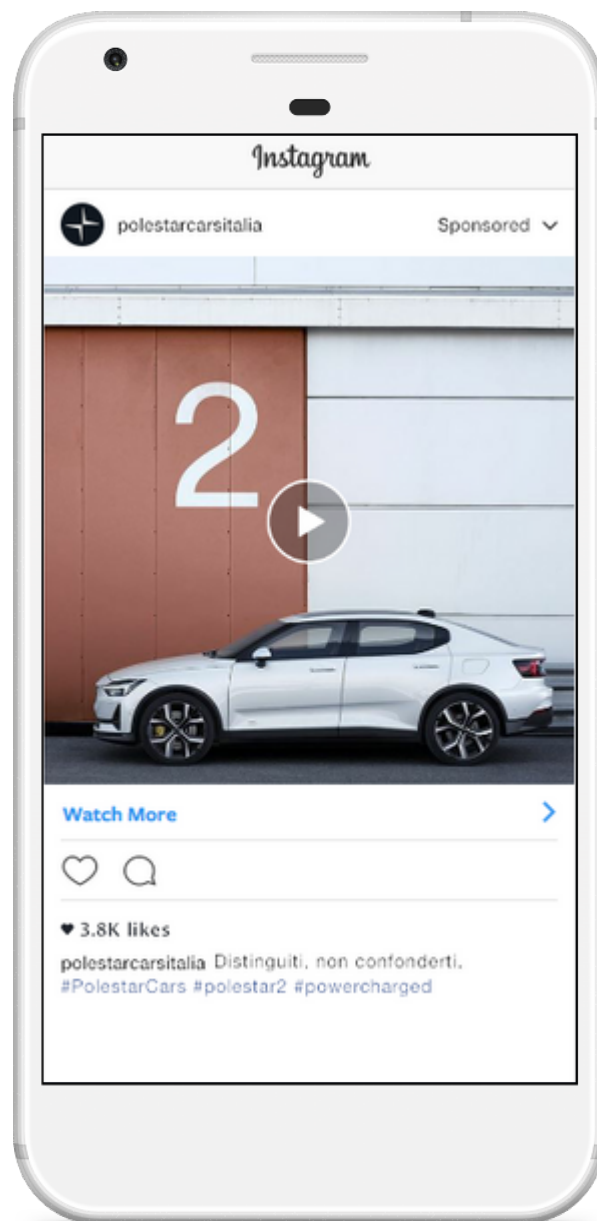
# Inserzione ad immagine - Mod.1



Instagram è il social media perfetto per catturare l'attenzione a livello visivo

In questo esempio di inserzione riesco a fare conversioni sul sito web tramite il pulsante CTA "Learn More".

# Inserzione via Video



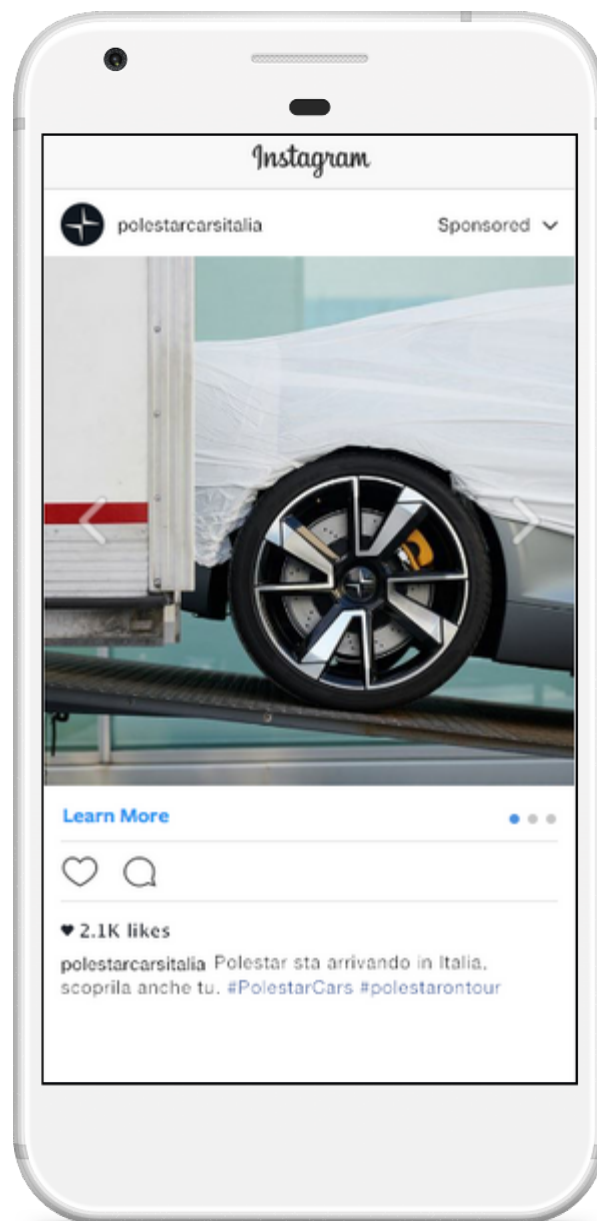
## Dimostrare al cliente cosa porta il brand con semplici video

Per quanto possa sembrare semplice lo stile che Instagram porta nel mondo del digitale, spesso è difficile distinguersi.

Lanciando un video dove si spiegano tramite una serie di clip da 2-3 secondi (formando un video breve, dal totale di 13-15 secondi) con titoli che spiegano le funzionalità uniche dell'auto, si riesce a percepire meglio il messaggio.



## Inserzione a carosello



Il carosello di Instagram è simile a quello di Facebook ma con qualche differenza

Sembra impercettibile ma Instagram non perdona la noia visiva. Stimolando la curiosità con una vettura sotto un velo (seguono altre immagini di questo tipo) si riesce a sfruttare bene il formato carosello, che in questo caso, sostituisce il formato delle inserzioni ad evento di Facebook.

Oltre alle conversioni sul sito internet del brand, aumenterò anche il traffico di clienti presso il nuovo punto vendita.

## Inserzione via Stories - Mod. Immagini

---



Le storie sono veloci e se non si è abbastanza creativi, non ci si distingue.

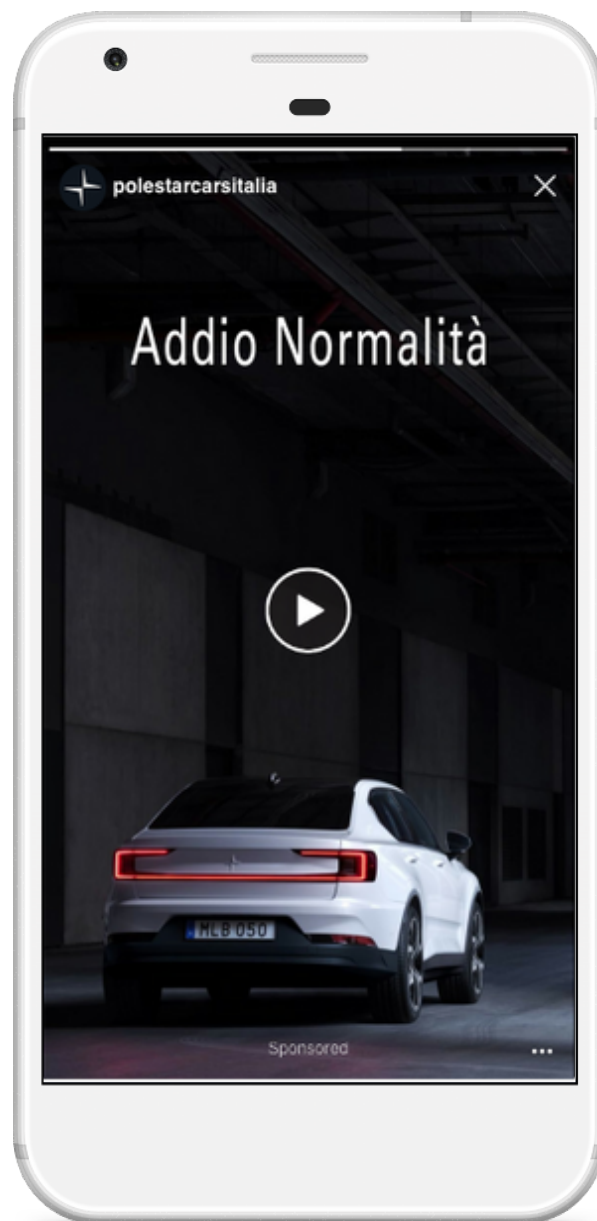
Il metodo utilizzato in questa storia corrisponde ad una serie di immagini che porta alla scoperta della Polestar 2 tramite delle grafiche fatte su misura per il formato delle storie Instagram.

Inoltre è possibile interagire con le storie tramite il famoso "swipe up" la gesture che permette di rimandare l'utente dalla storia ad un link esterno. In questo caso, ho aggiunto il link del sito.

## Inserzione via Stories

### - Mod. Video

---



## Pochi secondi per rendere un momento speciale

Il DNA Polestar avvicina tutti coloro che sono alla ricerca di novità, tramite un video veloce.

Per catturare l'attenzione del visualizzatore viene riprodotto, con la risoluzione delle storie, un video promozionale che racconta il viaggio di un ipotetico cliente una volta acquistata la sua Polestar 2.



# Polestar

da Dante Lavoratore per Start2Impact