



L'ABBIGLIAMENTO DEL FUTURO!

SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY



IL BRAND



Un E-commerce di **abbigliamento sostenibile** prodotto con **tessuti riciclati** che **rispetta l'ambiente**.

L'utilizzo di tessuti riciclati **aiuta il pianeta** diminuendo l'inquinamento poiché lo smaltimento dei materiali usati per i capi d'abbigliamento è un processo molto lungo e inquinante.

BENEFICI: grazie all'utilizzo di tessuti riciclati il costo dei vestiti è inferiore rispetto agli abiti tradizionali. Riciclare tessuti già utilizzati è un'ottima soluzione per ridurre i rifiuti di tessuti sintetici che sono molto dannosi per l'ambiente, in quanto non sono biodegradabili.



LOGO E NOME DEL BRAND

- Per la creazione del logo del brand ho utilizzato Canva.
- Il nome del brand: è la fusione tra le parole “clothing” (abbigliamento) e “sustainable” (sostenibile), da questa unione si ottiene la parola “clothinable” che in italiano vuol dire “indossabile”.
- La foglia: è un richiamo alla natura, per esaltare il fatto che il brand riutilizza tessuti evitando così lo smaltimento degli stessi.
- La lampadina: è un richiamo all'ecosostenibilità e all'invenzione di una nuova idea che può essere rivoluzionaria e vantaggiosa per tutti.
- Lo slogan: “L'abbigliamento del futuro” ha come scopo quello di attirare i giovani, in quanto essi possono immedesimarsi nella parola “futuro” . Inoltre il significato della parola “futuro” rimanda all'intenzione di voler mettere in commercio questa tipologia di abbigliamento per poter creare un nuovo rivoluzionario brand di indumenti.

IL CLIENTE

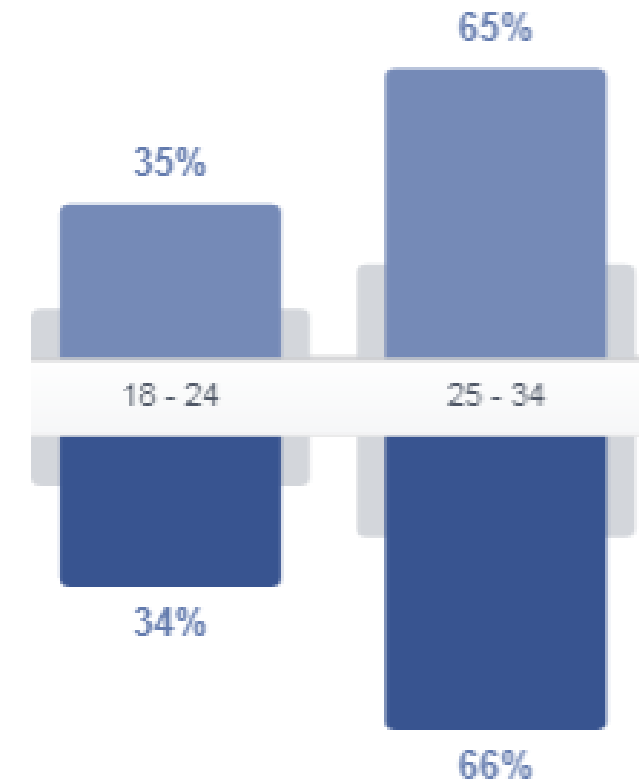


Come cliente ho scelto un target che va dai 18 ai 34 anni, in quanto questa fascia di età è caratterizzata da persone maggiormente interessate alla moda e che utilizzano internet e i social network quotidianamente. Inoltre i capi di abbigliamento dell'e-commerce sono senza dubbio più adatti ad un cliente giovane.

Età e genere

51% Donne
50% Tutto Facebook

49% Uomini
50% Tutto Facebook



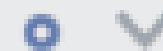
IL LUOGO



Non mi sono soffermato su una piccola cerchia di persone proprio per far sì che questo prodotto venga conosciuto ed apprezzato da più persone possibili; per questo le inserzioni che ho creato verranno mostrate non solo nelle città più interessate, bensì in tutta Italia.

CREA PUBBLICO

Luogo



ITALIA ✕



Italia (tutto il Paese)

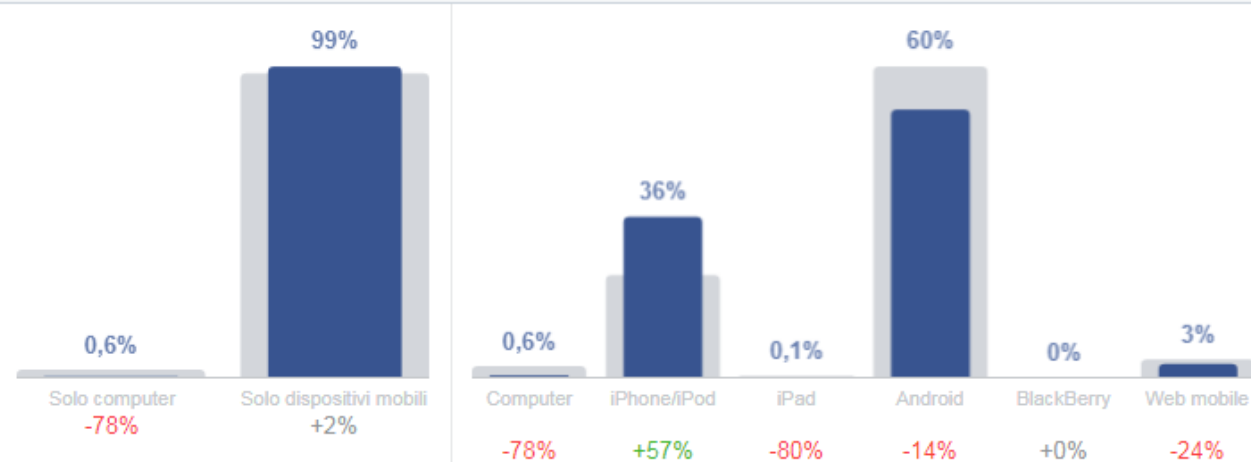
+ Paese, regione o città

DISPOSITIVI UTILIZZATI



Analizzando i dati su Audience Insights ho notato che il 99% del pubblico utilizza dispositivi mobili, per questo motivo le inserzioni che ho creato appariranno solamente su di essi.

Utenti di dispositivi



CONTENUTI



Per la creazione dei contenuti ho utilizzato Canva creando un logo che ho inserito in ogni foto, mettendolo su vestiti come se fosse stampato su di essi. Nella descrizione dei post e nei testi delle Instagram Stories ho utilizzato e messo in evidenza le parole “moda”, “ambiente”, “natura”, “pianeta” e “stile”, al fine di evidenziare le caratteristiche del mio brand. Inoltre il mio obiettivo attraverso questo brand è quello di sensibilizzare i giovani sul tema della salvaguardia dell'ambiente essendo sempre alla moda.

OBIETTIVI



Evidenziare ciò che rende unico il brand.

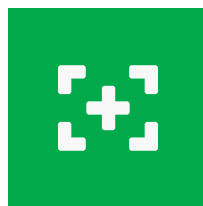


Far conoscere il brand agli utenti.



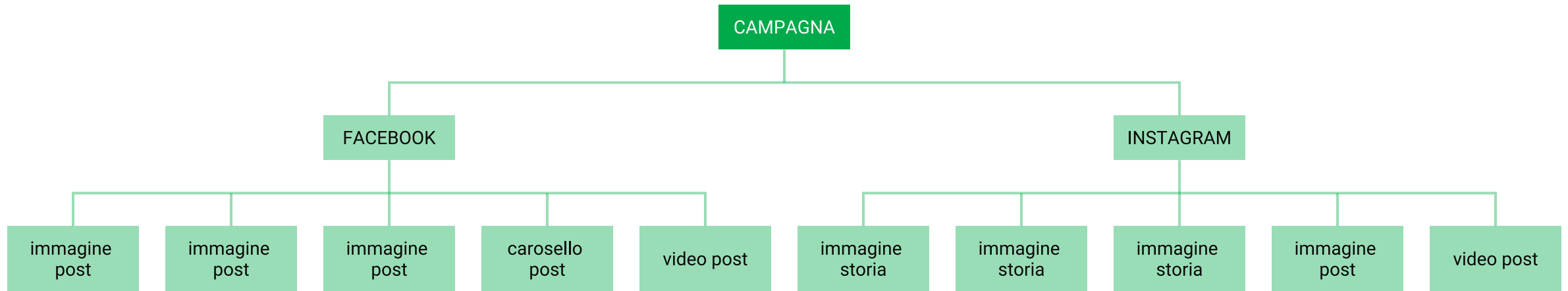
Guidare i potenziali clienti nella prima parte del funnel

OBIETTIVO

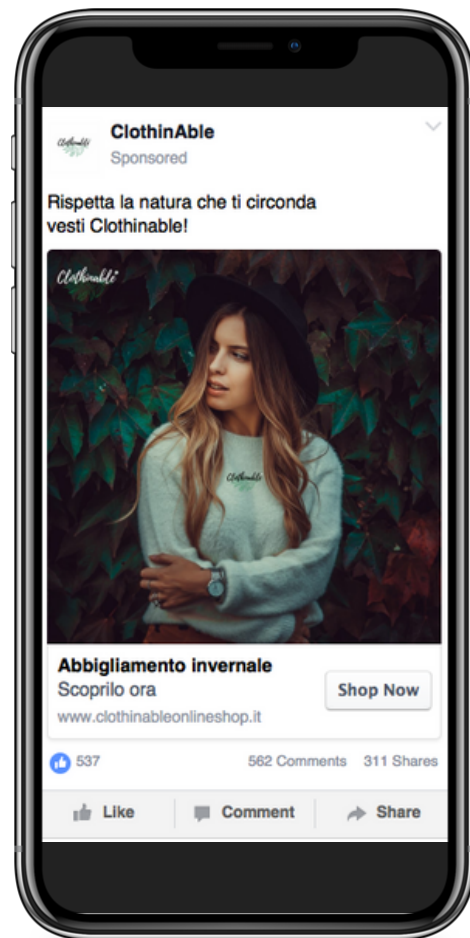


L'obiettivo della seguente campagna sarà quello di aumentare la notorietà del brand, in quanto Clothinable è un'azienda nuova che non ha ancora un pubblico e dei clienti. Questo sarà quindi l'obiettivo della campagna e solo in un secondo momento verranno fatte delle campagne con obiettivi diversi, che guidino il cliente lungo la parte finale del funnel marketing e lo portino all' acquisto.

STRATEGIA



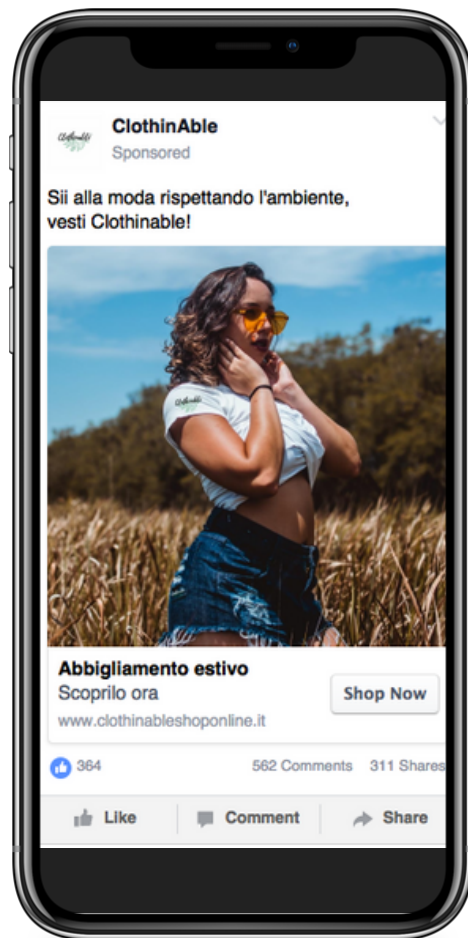
FACEBOOK AD #1



- IMMAGINE POST

Con questo post volevo esaltare l'importanza del rispetto della natura e ho utilizzato questa didascalia in quanto essendo la ragazza circondata dalla natura ho pensato fosse importante sottolineare la parola "circonda".

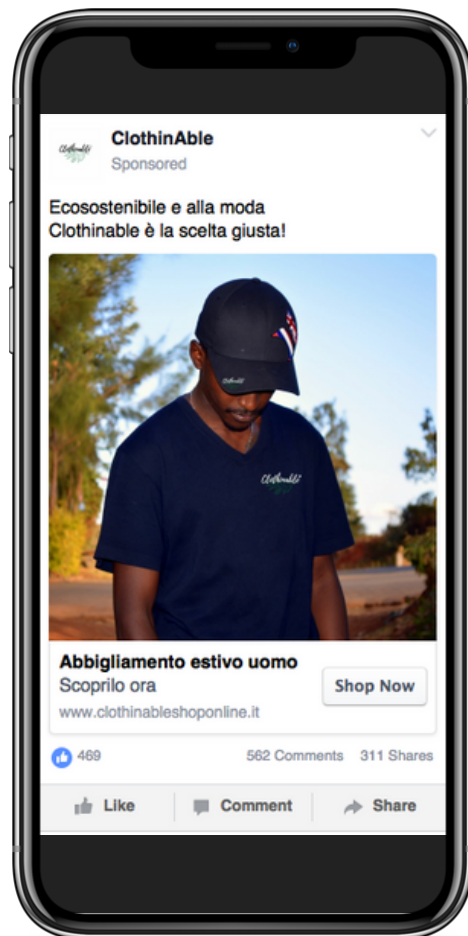
FACEBOOK AD #2



- IMMAGINE POST

Con questo post ho voluto sottolineare la possibilità di essere alla moda pur rispettando la natura e quindi evidenziare il principale beneficio nell'utilizzare questo brand.

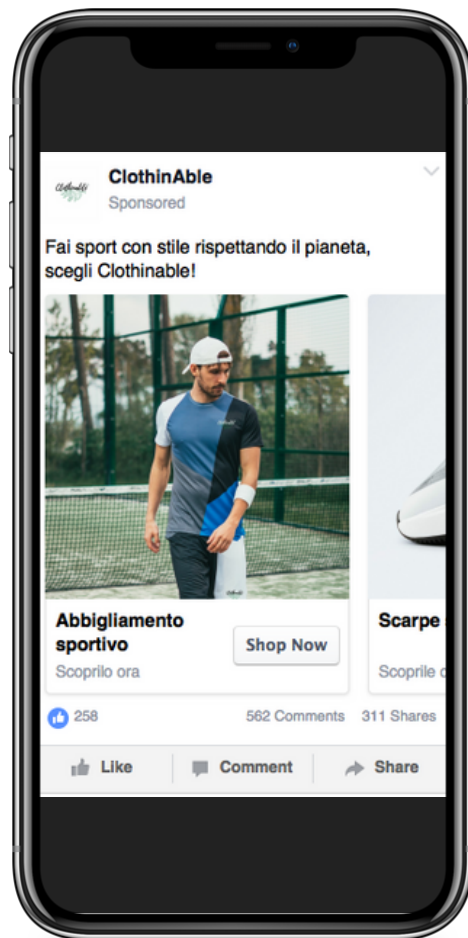
FACEBOOK AD #3



- IMMAGINE POST

Con questo post cerco di indirizzare il cliente a fare la scelta giusta scegliendo questo brand sottolineando le parole “ecostenibile” e “moda” mettondole nella prima riga del messaggio.

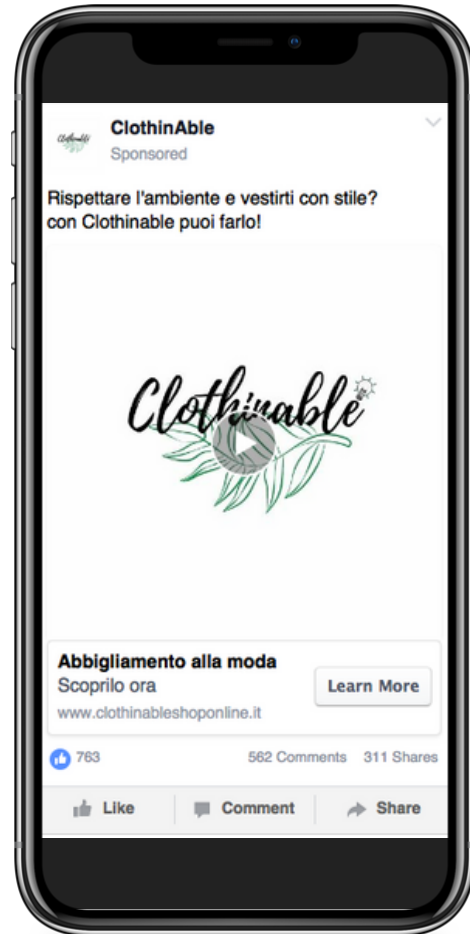
FACEBOOK AD #4



- CAROSELLO POST

Questo carosello ha la funzione di mostrare alcuni articoli sportivi evidenziando la possibilità anche di fare sport immergendosi nella natura e rispettandola.

FACEBOOK AD #5



- Clicca sul link per scaricare e vedere il video

<https://bit.ly/2Yr4JQa>

- VIDEO POST

In questo video ho voluto catturare l'attenzione del pubblico con una domanda, dando subito una risposta che risolvendo il problema indirizza sulla scelta di questo brand. Il video si differenzia dagli altri post in quanto non viene mostrato un solo capo d'abbigliamento ma diversi vestiti.

INSTAGRAM AD #1



- IMMAGINE STORIA

Per questa storia ho scelto di aggiungere un testo che catturi l'attenzione del pubblico utilizzando anche il colore verde per la parola "clothinable" per farla risaltare e per rimandare ai colori del brand.

INSTAGRAM AD #2



- IMMAGINE STORIA

In questa storia ho voluto mettere in evidenza le parole “moda”, “natura” e “clothinable” che sono le parole chiave del brand scrivendole con il colore verde.

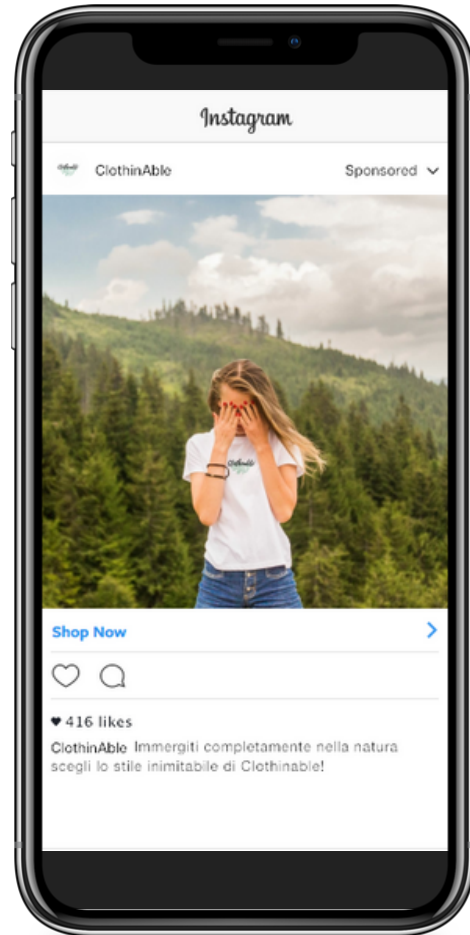
INSTAGRAM AD #3



- IMMAGINE STORIA

In questa storia ho deciso di mettere in primo piano il testo, utilizzando la parola "camminiamo" che rimanda al prodotto del brand presente nella storia.

INSTAGRAM AD #4



- IMMAGINE POST

Nella descrizione di questo post ho utilizzato l'espressione "immergiti completamente" perchè la ragazza nella foto è circondata dalla natura. Inoltre ho voluto evidenziare con le parole "stile inimitabile" il fatto che clothinable sia un brand innovativo e unico nel suo settore.

INSTAGRAM AD #5



- Clicca sul link per scaricare e vedere il video

<https://bit.ly/3liKxtZ>

- VIDEO POST

Nella descrizione di questo video come per quello di Facebook, ho scelto di catturare l'attenzione del pubblico con una domanda, portando una risposta che risolve il problema e che sottolinea i benefici di questo brand. Il video si differenzia dagli altri post in quanto non viene mostrato un solo capo d'abbigliamento ma diversi vestiti..



FINE!

Francesco Fazzello