Strategia Personal Branding Let's Swing

Qui è presentata la strategia di personal branding per il progetto "Let's Swing", con analisi dell'audience persona, l'empatia, la mappa del percorso utente e gli obiettivi specifici del progetto.

Strategia per il Personal Branding
“Let’s Swing”

Introduzione

Let’s Swing rappresenta un progetto che si occupa di far crescere la mia passione per il Lindy Hop, uno stile danza swing che ha avuto origine negli Stati Uniti d’America tra gli anni ‘20 e ‘30. Attraverso una strategia di personal branding ben definita, l’obiettivo è rendere il Lindy Hop accessibile a tutti, creando una comunità accogliente e inclusiva.

La gioia di ballare: la passione per il Lindy Hop

Obiettivo

- Aumentare la visibilità del marchio online per diventare un leader nel mondo del Lindy Hop.

- Acquisire nuovi clienti attraverso corsi di danza, eventi e la creazione di nuovi contenuti digitali.

Audience Persona

1. Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

a. Profilo demografico:

- Età: 20-40 anni
- Genere: Uomo e Donna
- Localizzazione: Grandi città in Italia come Torino, Milano, Bologna, Firenze, Roma e Napoli.

b. Psicografia:

- Grande interesse per la danza e la musica swing
- Desidera un’esperienza sociale e divertente

c. Comportamento Online:

- Utilizza piattaforme social come Instagram, Tik Tok e YouTube per guardare video di danza e ascoltare musica swing.

- Partecipa attivamente a gruppi di Facebook per condividere esperienze e confrontarsi con altri appassionati di Lindy Hop.

Interazione Online: condividere contenuti legati alla danza in tempo reale attraverso i social media per coinvolgere e interagire con il pubblico.

2. Come si informa e decide di acquistare?

a. Fonti di informazione principali:

- Social Media: Instagram, Tik Tok, Facebook e YouTube
- Blog e siti web a tema swing

b. Processo decisionale:

- **Esplorazione:** Cerca video e informazioni sul Lindy Hop sui social media.
- **Considerazione:** Verifica i prezzi, confronta le recensioni e valuta i metodi di insegnamento.
- **Acquisto:** Sceglie il corso che offre un ambiente accogliente e inclusivo per tutti i partecipanti.

3. Quali sono i suoi dubbi e i timori che possono bloccare l'acquisto?

- Timore di non riuscire ad imparare rapidamente e di rimanere deluso.
- Ansia di ritrovarsi in un ambiente poco accogliente o che non soddisfi le sue aspettative personali.

4. Chi sono e cosa fanno i miei competitor?

a. Competitor Principali:

- Scuole di ballo che promuovono corsi di Lindy Hop sia in presenza che a distanza.
- Pagine social o canali YouTube che pubblicano tutorial di danza

b. Strategia dei competitor:

- Promozioni speciali e sconti su corsi e workshop per attrarre nuovi iscritti.

- Collaborazioni con influencer o ballerini professionisti per aumentare la visibilità.

Empathy Map

1. Con chi vogliamo interagire?

- **Persona target:** Appassionati di swing (musica e ballo)

- **Keywords:** danza swing, Lindy Hop, divertimento, amicizie, comunità.

2. Di cosa ha bisogno?

- Obiettivi: Apprendere il Lindy Hop in un ambiente informale e divertente e partecipare ad eventi sociali.

- Successo: Crescita nell'apprendimento, nuove amicizie e partecipazione attiva nella comunità.

3. Cosa vede?

a. **Sul mercato:** Offerta limitata di corsi personalizzati

b. **Nel suo ambiente:** Altri appassionati di ballo swing che condividono le loro esperienze sui social media.

Lindy Hop dal vivo: un esempio di come la comunità di ballerini si riunisce per ballare e socializzare.

4. Cosa dice?

- "*Voglio imparare il Lindy Hop divertendomi"*
- *"Cerco un luogo sociale dove posso divertirmi e fare nuove amicizie"*

5. Cosa fa?

- Guarda tutorial di danza online e partecipa attivamente ai corsi online.
- Segue pagine social legate al mondo del Lindy Hop.

6. **Cosa sente dire?**

- Opinioni di amici e conoscenti sulla qualità dei corsi
- Feedback positivi o negativi trovati online

7. **Cosa pensa?**

- Curiosità verso l'idea di imparare un nuovo ballo
- Dubbi sulle proprie capacità di apprendimento e sull'accoglienza dell'ambiente.

Pains/ Svantaggi:

a. **Paure:** Temere di non essere all'altezza degli altri

b. **Frustrazioni:** Difficoltà a trovare corsi validi ed economici

c. **Ansie:** Dubbi e incertezze sulla professionalità degli insegnamenti a distanza

Gains/ Vantaggi:

a. **Desideri:** Apprendere una nuova disciplina per divertirsi

b. **Sogni:** Diventare un ballerino esperto e far parte di una comunità attiva

c. **Motivazioni:** Costruire relazioni sociali significative attraverso il ballo

Conclusioni

La strategia si fonda su un approccio inclusivo e personalizzato, mettendo in risalto l'interazione tra gli appassionati di Lindy Hop. Attraverso una comunicazione digitale coinvolgente, il progetto si propone di creare un ambiente accogliente e stimolante che unisca l'apprendimento della danza al divertimento e alla socializzazione.

Momenti di allegria in compagnia: la comunità si riunisce anche al di fuori della pista da ballo!