PIANO DI COMUNICAZIONE

WORLDPACKERS

BY

ViBesFuSion aGency

L'AGENZIA CHE
PARLA LA TUA LINGUA

WORLDPACKERS

ANALISI DEL BRAND

WorldPackers è una piattaforma che **connette** viaggiatori con host di tutto il mondo, posizionandosi come facilitatore di **viaggi sostenibili** e di **crescita personale.**

- AUTENTICITA'
- SCAMBIO CULTURALE
- CRESCITA PERSONALE
- SOSTENIBILITA'
- ACCESSIBILITA'
- AFFIDABILITA'

WORLDPACKERS

ANALISI DEL BRAND

WorldPackers è stato fondato ufficialmente in Brasile, nel 2014, da Riq ed Eric.
Evoluzione ↓

- 180 paesi
- Community globale
- Innovazione continua

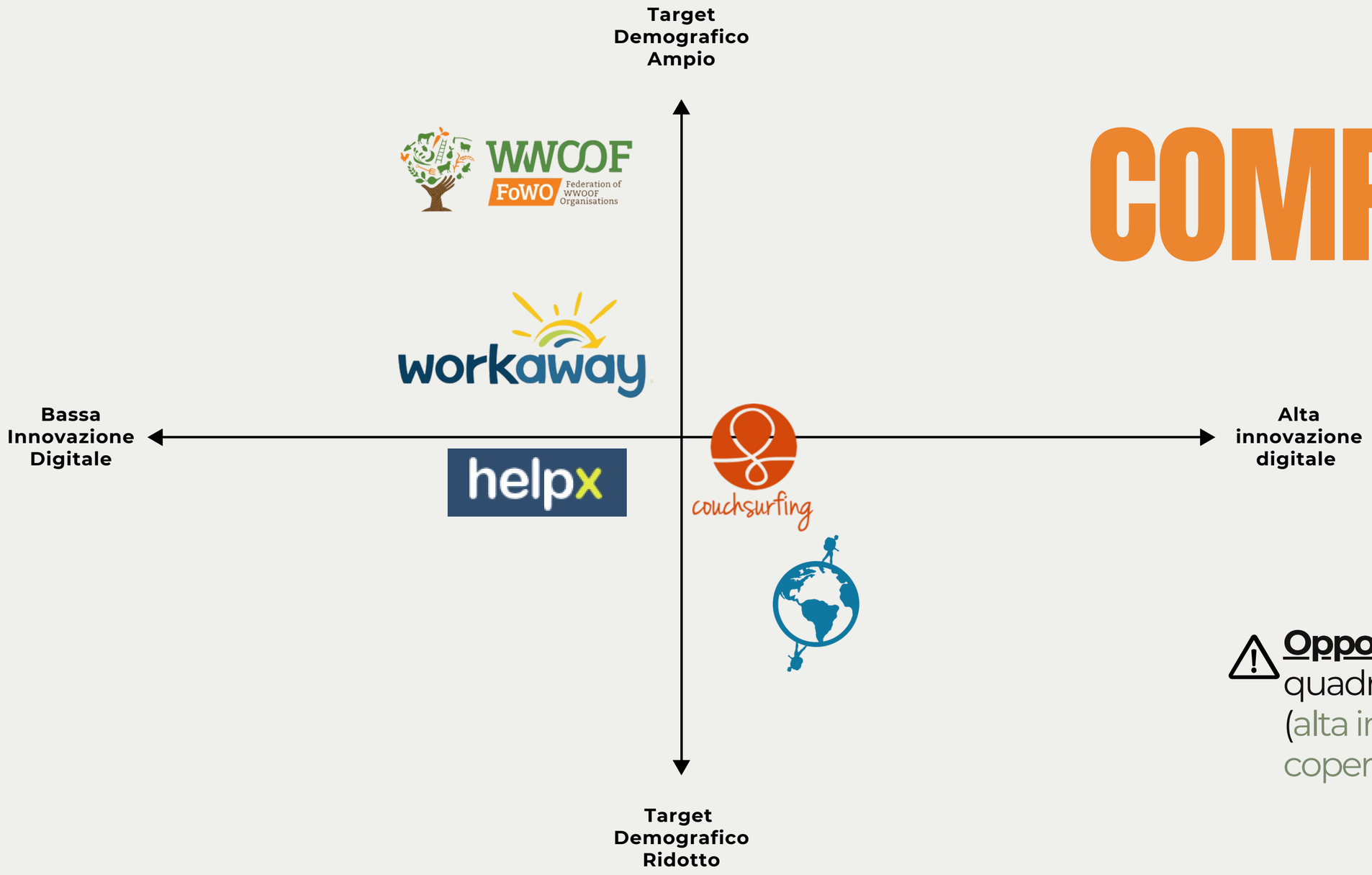
MISSION

“We believe travel is a universal right”

VISION

Creazione di un mondo più **connesso, sostenibile e inclusivo**, dove le persone possano imparare le une dalle altre e contribuire a un futuro migliore per tutti.

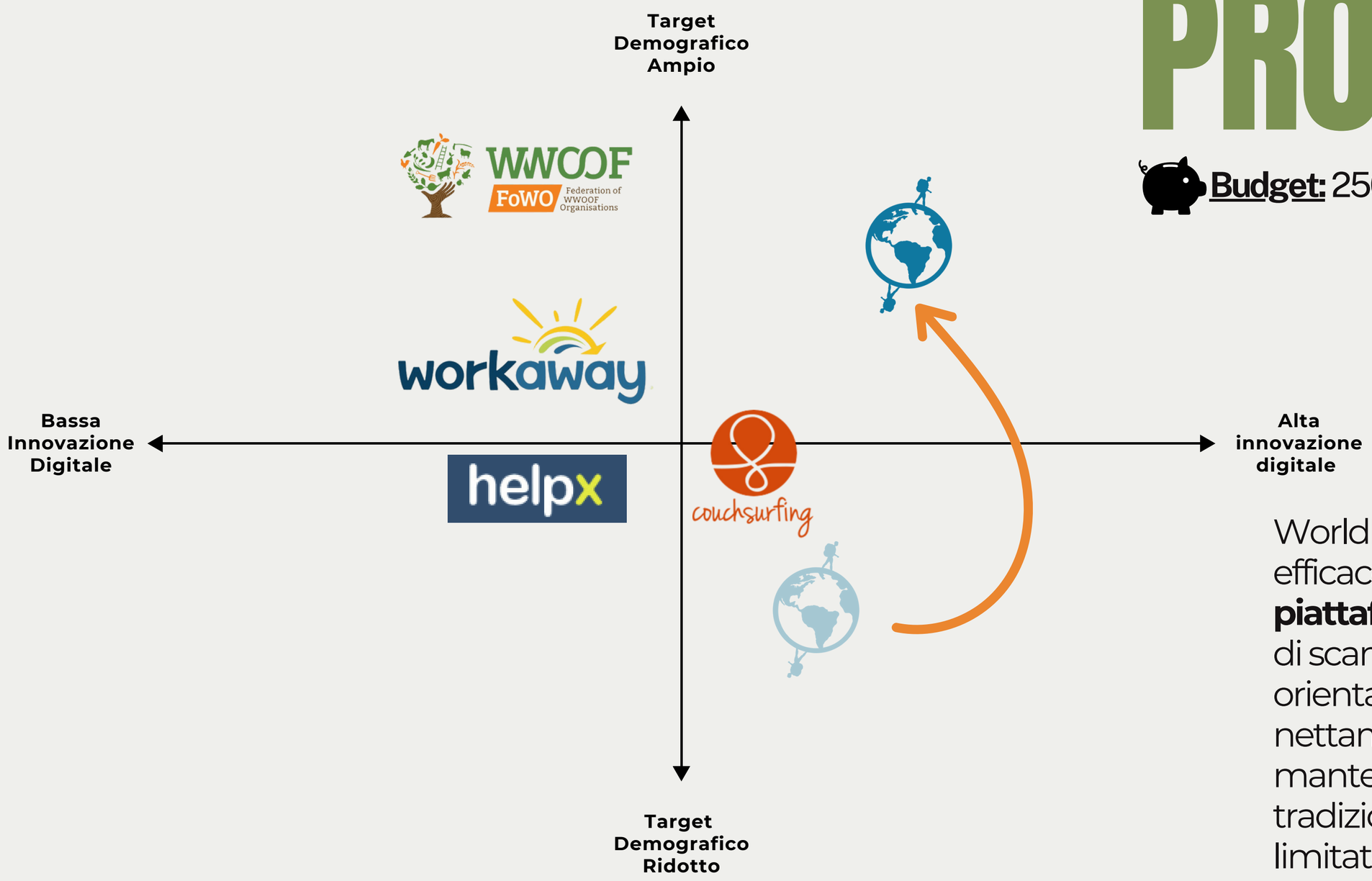
ANALISI COMPETITORS



⚠ **Opportunità**: Blue ocean nel quadrante superiore destro (alta innovazione digitale + ampia copertura demografica)

PROMESSA

Budget: 2500 euro



WorldPackers si sarà efficacemente riposizionato come **piattaforma intergenerazionale** di scambio di competenze orientata al **futuro**, distinguendosi nettamente dai competitors che mantengono un focus più tradizionale o demograficamente limitato.

OBIETTIVI

PRIMARI

- BRAND AWARENESS E BRAND IDENTITY
- RIPOSIZIONAMENTO DEL BRAND SULL'IDEA DI FUTURO

SECONDARI

- ESPANSIONE DEL TARGET (45-50 ANNI)
- AUMENTO DEL TRAFFICO SUL SITO

OBIETTIVI

BRAND AWARENESS E BRAND IDENTITY

Rafforzare la riconoscibilità e la coerenza del brand, creando un'identità distintiva e memorabile che rispecchi i valori di WorldPackers.

RIPOSIZIONAMENTO DEL BRAND

Costruire una strategia di comunicazione che associ WorldPackers a un concetto di futuro sostenibile, esperienziale e trasformativo, rafforzandone la percezione come scelta consapevole per il viaggio e il volontariato.

ESPANSIONE DEL TARGET (45-50 ANNI)

Avvicinare una fascia di pubblico più adulta attraverso contenuti e canali strategici, rendendo l'esperienza WorldPackers accessibile e rilevante per questa audience.

AUMENTO DEL TRAFFICO SUL SITO

Implementare strategie digitali per incrementare il numero di visitatori qualificati sul sito, ottimizzando la visibilità online e migliorando l'engagement degli utenti.

TARGET

ATTUALE

BUYER PERSONA:
NOMADE DIGITALE

Nome: Michela Villabove
Età: 27 anni
Professione: libero professionista
Località: Milano
Status: single

Motivazione: cerca esperienze significative più che turistiche

Obiettivi e aspirazioni:
- interessato a una comunità di viaggiatori con cui connettersi
- cerca alloggi economici ma con wi-fi affidabile

Social media:
- Linkedin
- Nomad list
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Tiktok

FUTURO

BUYER PERSONA:
PROFESSORE

Nome: Gustavo Lima
Età: 50 anni
Professione: Professore di storia dell'arte
Località: Madrid
Status: Vedovo

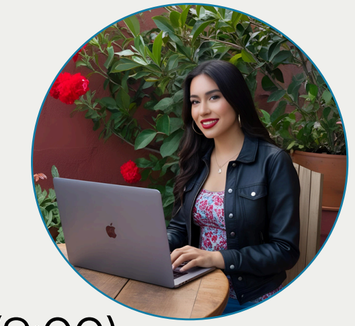
Motivazione: La perdita della moglie lo ha lasciato con un senso di vuoto che cerca di colmare con attività sociali e progetti significativi. Si sente in una fase di incertezza, non sapendo come reinventarsi professionalmente.
Non è un esperto di social media.

Obiettivi e aspirazioni:
- dare contributo alla società
- imparare nuove lingue
- offrire il proprio tempo e competenze per aiutare il prossimo

Social media:
- Facebook
- Blog di lifestyle per pensionati attivi
- Instagram

TARGET

GIORNATA TIPO DI MICHELA



- **7:30 – 9:00 | Colazione e pianificazione giornata** → 🕘 Instagram & Facebook (9:00)
  Motivazione: Controlla le novità lavorative e potrebbe interagire con contenuti su viaggi e networking.
- **9:00 – 12:30 | Lavoro in coworking** → 🕐 Poco tempo per interagire, evitare post importanti
- **12:30 – 14:00 | Pausa pranzo →** 🕑 YouTube (13:00-14:00)
  Motivazione: Durante la pausa potrebbe scorrere contenuti visivi su esperienze di viaggio e nomadismo digitale.
- **14:00 –16:00 Esplorazione della città o attività outdoor**
- **16:00 – 19:00 | Rientro e seconda sessione di lavoro**
- **19:00 – 21:00 | Cena in un locale tipico o con nuovi amici**
- **21:00 – 23:00 | Networking e social media** → 🕘 Instagram Reels (21:00)
  Motivazione: Momento ideale per postare video brevi su lifestyle da nomade digitale.

TARGET

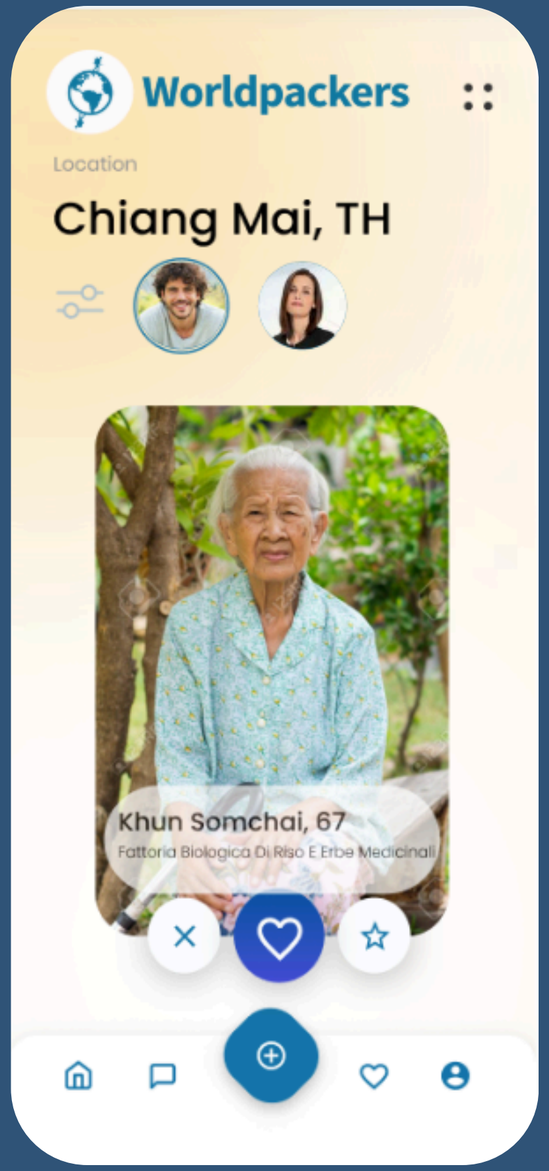
GIORNATA TIPO DI GUSTAVO

- **7:00 – 8:00 | Colazione e lettura notizie** → 🕘 Facebook & LinkedIn (9:00)
  Motivazione: Gustavo inizia la giornata informandosi, quindi potrebbe interagire con contenuti ispirazionali o di lifestyle.
- **9:00 – 10:30 | Corso di lingua online e navigazione social**
- **11:00 – 13:00 | Attività di volontariato** → 🕐 Non è online, evita di postare
- **13:00 – 15:00 | Pranzo e relax** → 🕑 Facebook & Instagram
- **17:00 – 19:00 | Eventi sociali o incontri culturali**
- **19:00-21:00 | Cena con famiglia**
- **21:00 – 22:30 | Navigazione social** → 🕘 YouTube (21:00)
  Motivazione: È il momento in cui potrebbe esplorare contenuti più visivi legati al lifestyle per pensionati.

STRATEGIA

SITO WEB

- **Ottimizzazione SEO e contenuti organici**
  Sviluppo di un sistema proprietario chiamato **“Future Skills Match”**
- **Social Media Marketing** → condivisione di contenuti coinvolgenti con link diretti al sito
- **Email Marketing** → invio di newsletter settimanali con nuove opportunità + inclusione di CTA convincenti che portino al sito
- **Link “amico”**



STRATEGIA

SOCIAL MEDIA

Raggiungimento di un' **utenza più ampia** tramite contenuti **approfonditi** e **coinvolgenti**, con una **visibilità** potenzialmente più lunga

Rafforzamento della brand **awareness** e brand **identity** attraverso visual storytelling, hashtag e influencer marketing

Avvicinamento del target **40-50 anni** + coinvolgimento tramite *community building, eventi live e webinar* per coinvilgere il pubblico in modo diretto

Posizionamento di WorldPackers come piattaforma per la **crescita** personale e professionale + connessione con **partner** strategici e target 45-50 anni

CONCEPT

FUTUREEXCHANGE: VIVI IL DOMANI, OGGI

"Il futuro non è un luogo lontano, ma un percorso che costruiamo insieme, passo dopo passo. Con Worldpackers, ogni viaggio è un'opportunità per crescere, condividere e connettersi, superando confini geografici, generazionali e culturali. Che tu abbia 20 o 50 anni, il domani inizia oggi, e insieme possiamo renderlo straordinario."

DNA DEL BRAND

WorldPackers è

- Innovazione
- Connessione
- Significato

→Non è solo una piattaforma di viaggi, ma un movimento che promuove un modo di vivere consapevole e orientato al futuro.

Innovazione come **strumento di connessione**

Inclusività generazionale

Crescita personale e impatto positivo

Il **futuro** è ora

CONCEPT

FUTUREEXCHANGE: VIVI IL DOMANI, OGGI

Benefit

- Emozionale
- Funzionale

Insight

"Le persone cercano esperienze autentiche e significative che vadano oltre il semplice viaggio, ma spesso si sentono limitate da barriere generazionali, culturali o dalla mancanza di opportunità per connettersi veramente con gli altri e con se stessi."

Reason why

1. L’innovazione della piattaforma
2. La comunità globale inclusiva
3. L’impatto positivo dimostrato

CONCEPT

FUTUREEXCHANGE: VIVI IL DOMANI, OGGI

La sua storia:
“IL VIAGGIO DI ELENA E MARCO”

“

Elena, 52 anni, insegnante, ha sempre sognato di viaggiare ma ha messo da parte questo desiderio per anni. Scoprendo Worldpackers, realizza che può ancora vivere esperienze autentiche.
Marco, 25 anni, fotografo freelance, vuole esplorare il mondo in modo significativo, scambiando le sue competenze per viaggiare.
Si incontrano in un eco-villaggio in Portogallo: Elena insegna italiano ai bambini, Marco documenta i progetti di sostenibilità. All'inizio sembrano opposti, ma presto scoprono di poter imparare molto l'uno dall’altra. Elena aiuta Marco ad ascoltare e osservare con più attenzione, mentre Marco incoraggia Elena a riscoprire il suo spirito avventuroso e a usare i social per condividere le sue esperienze.
Insieme, organizzano un workshop che unisce insegnamento e creatività.
Questo viaggio cambia entrambi: Elena torna con una nuova prospettiva sulla vita, Marco comprende il valore delle connessioni umane. Il futuro, capiscono, non si aspetta: si costruisce ogni giorno.
Worldpackers è il ponte che ha reso tutto possibile.

TOV

ISPIRATORE

“

Il futuro è tuo. Inizia oggi il viaggio che ti cambierà la vita.

INCLUSIVO

“

Non importa chi sei o quanti anni hai: il viaggio perfetto per te ti aspetta.

VISIONARIO E PRAGMATICO

“

Costruisci il futuro che desideri, un'esperienza alla volta.

CALDO E AUTENTICO

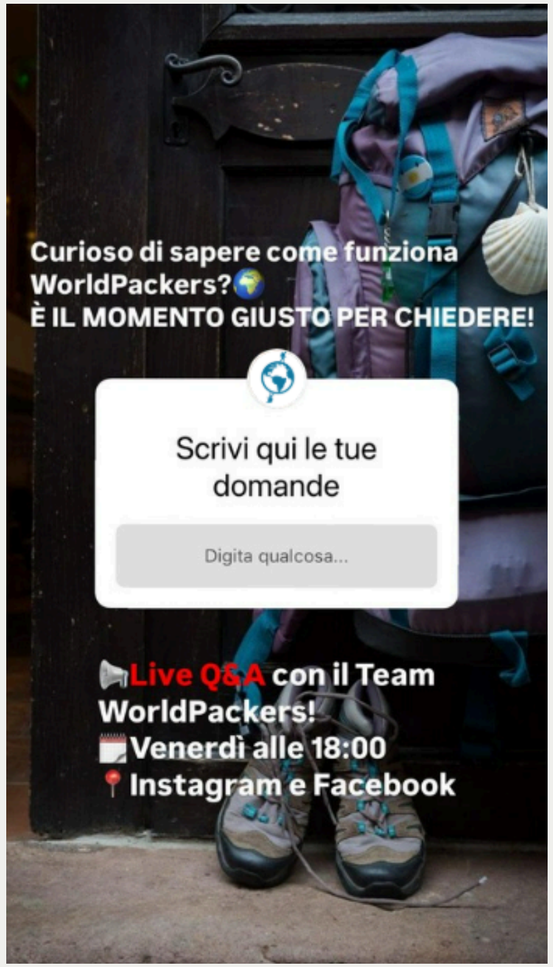
“

Ogni viaggio è una storia unica. La tua inizia qui.

ENGAGEMENT

FISICO

- **Challenge (#SkillsExchange):** utenti di diverse età si scambiano competenze in video brevi e divertenti.
- **Contest**: gli utenti condividono foto o video delle loro esperienze con l'hashtag #MyWorldPackersStory → premi per esperienze future o merchandise del brand
- **Sessioni di Q&A con l'hashtag #AskWorldPackers:** gli utenti possono fare domande su come partecipare a esperienze di scambio.



ENGAGEMENT

MENTALE

- **Post educativi** che sfatano miti sul volontariato e promuovono il viaggio responsabile.
- **Quiz sulla cultura dei paesi:** Domande a risposta multipla su tradizioni, lingue o curiosità dei paesi dove si può fare volontariato.
- **Indovinelli geografici:** Pubblicare immagini di luoghi poco conosciuti e chiedere agli utenti di indovinare dove si trovano.
- **Simulazioni di problem-solving:** "Sei appena arrivato in una piccola città in Thailandia e hai perso il portafoglio. Cosa fai?"

Worldpackers

🌍 **INDOVINA DOVE SONO!** Questa vista mozzafiato appartiene a uno dei nostri host. Vi diamo un indizio: si trova in un paese che confina con l'Oceano Pacifico. Sapreste dirci dove? Rispondeteci nei commenti! #MisteryLocation #TravelGuessing

RUBRICHE SOCIAL

INSTAGRAM

#WordPackersDestinations:

Ogni martedì, due volte al mese, vengono condivisi post su destinazioni dove è possibile fare volontariato con WorldPackers.
La rubrica mette in evidenza luoghi che possono offrire opportunità per crescere, imparare e fare la differenza. Ogni post include foto coinvolgenti e dettagli pratici sulle esperienze di volontariato nelle diverse destinazioni, stimolando l'interesse e l'engagement del pubblico.

#WorldPackersInfluencer:

Ogni martedì, due volte al mese in alternanza alla rubrica precedente, viene condiviso un post per celebrare influencer che condividono la propria avventura di volontariato dando visibilità a storie di impatto, crescita personale e scoperta.
La rubrica è pensata per offrire spunti di ispirazione e mostrare come il volontariato può trasformare il viaggio in un'esperienza unica.
Inoltre, l'obiettivo di questa rubrica è di aumentare la brand awareness e promuovere il brand.

#TipsFriday:

Ogni venerdì vengono condivisi consigli pratici, trucchi e suggerimenti su come prepararsi al meglio per il viaggio e su come vivere l'esperienza in modo sostenibile e autentico.

RUBRICHE SOCIAL

FACEBOOK

#CaseStudy:

Ogni lunedì viene condiviso un post per testimoniare storie reali di persone tra i 45-50 anni che hanno vissuto esperienze di volontariato con WorldPackers. Ogni post analizza un caso specifico con l'obiettivo di ispirare e motivare chi è alla ricerca di un cambiamento, mostrando come il volontariato può diventare un trampolino di lancio per la crescita personale e professionale a tutte le età.

RUBRICHE SOCIAL

LINKEDIN

#CareerPivot:

Ogni giovedì viene pubblicato un post per raccontare le storie di professionisti tra i 45 e i 50 anni che hanno utilizzato WorldPackers per arricchire la loro carriera lavorativa. Ogni contenuto mette in evidenza come il volontariato internazionale possa essere un'opportunità per trasferire e ampliare le proprie competenze professionali, affrontando sfide stimolanti in ambienti diversi e nuovi.

RUBRICHE SOCIAL

Subscribed

YOUTUBE

#Interview:

In questa rubrica, ogni mercoledì, due volte al mese, viene pubblicato un video in cui i volontari, ex-volontari e partner raccontano le loro esperienze e come hanno vissuto questo progetto di volontariato internazionale.

#DailyVlog:

Ogni mercoledì, due volte al mese in alternanza alla rubrica precedente, viene pubblicato un episodio della rubrica per mostrare in maniera diretta e autentica le esperienze quotidiane dei volontari.
I vlog sono registrati direttamente dai volontari, che portano il pubblico dietro le quinte di questa esperienza, condividendo le loro giornate tra sfide e momenti di crescita personale.

#TipsFriday

🌍✨ #TipsFriday è arrivato! Ogni venerdì, ti diamo un consiglio per rendere la tua esperienza di volontariato ancora più speciale.
Oggi: **prepara la tua valigia con saggezza!**
Pronto a partire?
📲Seguici per non perderti i prossimi suggerimenti!
#TipsFriday

#WorldPackersDestination

Oggi esploriamo la 📍#**Costa Rica**: un luogo ricco di cultura, natura e opportunità di fare la differenza 🌱
📲Non mancare al prossimo appuntamento con una nuova località!
#WorldPackersDestinations

#WorldPackersInfluencer

🌍✨ Siamo entusiasti di annunciare la nostra collaborazione con **Human Safari!** Uniamo le forze per offrirvi esperienze di volontariato uniche, dove il viaggio diventa un'opportunità per crescere e fare la differenza.
💪 Scopri di più su come partire con Worldpackers e fare la tua parte nel mondo!
🌱 #HumanSafariXWorldPackers

#CaseStudy

Oggi raccontiamo la storia di Maria, 50 anni, che ha deciso di fare volontariato con WorldPackers e ha cambiato la sua vita 💖
Dopo aver lavorato per anni in ufficio, Maria ha sentito il bisogno di dare qualcosa di più e ha scelto di lavorare con bambini in un progetto educativo in 📍#Brasile.
La sua esperienza non solo ha arricchito la vita dei piccoli che ha incontrato, ma ha anche trasformato la sua, donandole un senso di scopo e una connessione più profonda con il mondo 💫
Maria ci dimostra che non è mai troppo tardi per seguire i propri sogni e fare la differenza 👐
Vuoi anche tu trasformare la tua vita? 🔁 Scopri come il volontariato con WorldPackers può trasformarla!
📲 Clicca sul link in bio e inizia la tua avventura oggi! #CaseStudy

#CareerPivot

🚀 Marco ha scoperto che il trasferimento di competenze professionali nel contesto del volontariato non solo arricchisce il suo percorso, ma le permette anche di crescere in modi inaspettati 💼✨
Con anni di esperienza nella gestione di progetti, ha scelto di usare le sue competenze per lavorare a stretto contatto con comunità locali in 📍#Canada, guidando iniziative di sviluppo sostenibile 🌱
Se anche tu senti il desiderio di esplorare nuove opportunità, clicca il link in bio e 🔎 scopri come il volontariato con WorldPackers può portarti a vivere nuove esperienze e a fare la differenza! 🔑 #CareerPivot

PED

ORARIO DI PUBBLICAZIONE

FACEBOOK

- **Lunedì:** ore 12-14, durante la pausa pranzo le persone tendono a usare i social media e hanno il tempo di leggere le storie.

LINKEDIN

- **Giovedì:** ore 19-21, verso fine settimana, il pubblico è più rilassato e interessato a contenuti che stimolano la riflessione su cambiamenti di carriera e nuove opportunità.

INSTAGRAM

- **Martedì:** ore 7-9 per iniziare la giornata con un contenuto per ispirare a pianificare il proprio viaggio o cambiare carriera.
- **Venerdì:** ore 12-14 durante la pausa pranzo, le persone sono più propense a scorrere sui social guardando post rilassanti e divertenti.

YOUTUBE

- **Mercoledì:** ore 18-21, le persone iniziano a rilassarsi dopo il lavoro o la scuola e sono più disposte a guardare un'intervista completa.

PED

LUNEDI'	MARTEDI'	MERCOLEDI'	GIOVEDI'	VENERDI'
#CaseStudy	#WorldPackers Influencer	#Interview	#CareerPivot	#TipFriday
#CaseStudy	#WorldPackers Destinations	#DailyVlog	#CareerPivot	#TipFriday
#CaseStudy	#WorldPackers Influencer	#Interview	#CareerPivot	#TipFriday
#CaseStudy	#WorldPackers Destinations	#DailyVlog	#CareerPivot	#TipFriday

- Instagram
- Facebook
- YouTube
- LinkedIn

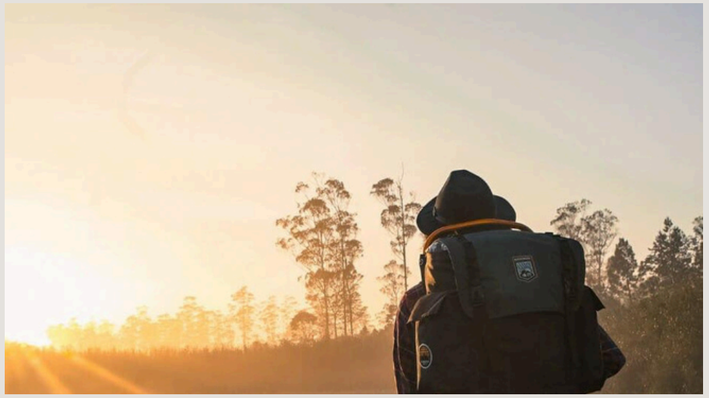
I COLORI

BLU

FUTURO/
INNOVAZIONE

ARANCIONE

SCAMBIO
INTERGENERAZIONALE



MARRONE

SOSTENIBILITA'

VERDE

SOSTENIBILITA'

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ViBesFuSion aGency

L'AGENZIA CHE
PARLA LA TUA LINGUA