PROGETTO LINKEDIN PER LE AZIENDE

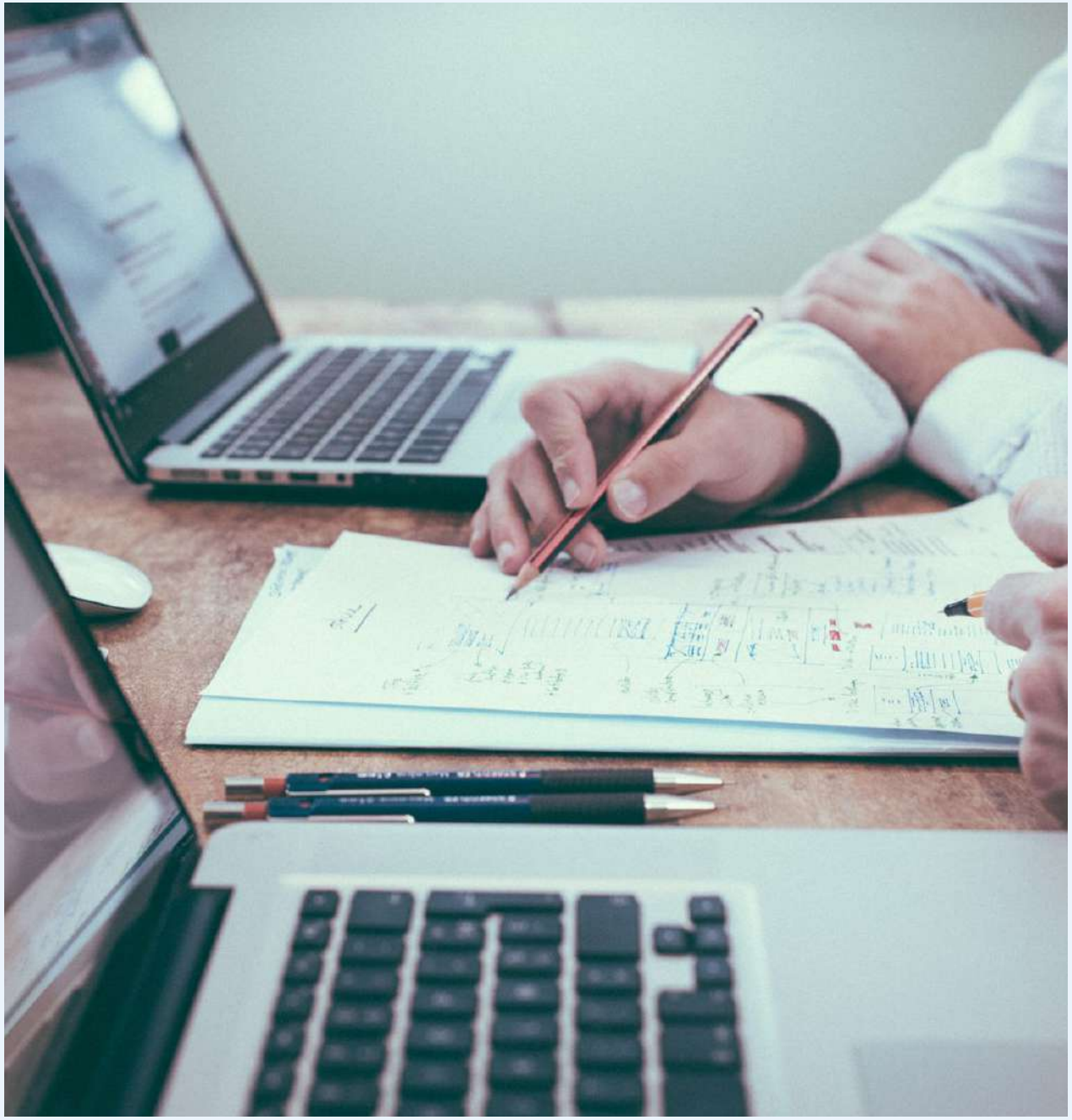
di **Luigi Lesca**

E-commerce di bottiglie riutilizzabili

ARGOMENTI PRESENTAZIONE

1. Presentazione del brand
2. Ottimizzazione
3. Strategie di crescita
4. Creazione contenuti

Link alla pagina



PRESENTAZIONE DEL BRAND

MISSION

Noi di **DropStore** abbiamo a cuore la salute della Terra e siamo convinti che per fare la differenza basti davvero poco.

Come una semplice bottiglia, dal design italiano, personalizzabile e totalmente in acciaio inossidabile.

Per questo ci siamo messi in gioco e abbiamo deciso di creare bottiglie riutilizzabili con **un impatto ambientale prossimo allo zero.**

Quando acquisti uno dei nostri prodotti, stai facendo la differenza.

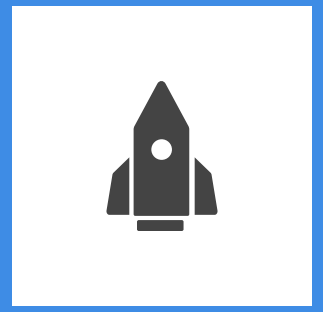
Stai creando un futuro migliore.

#miglioriamoilpianeta

BRAND IDENTITY

Sostenibilità

Diventare un esempio di azienda eco-sostenibile integrata nel mercato

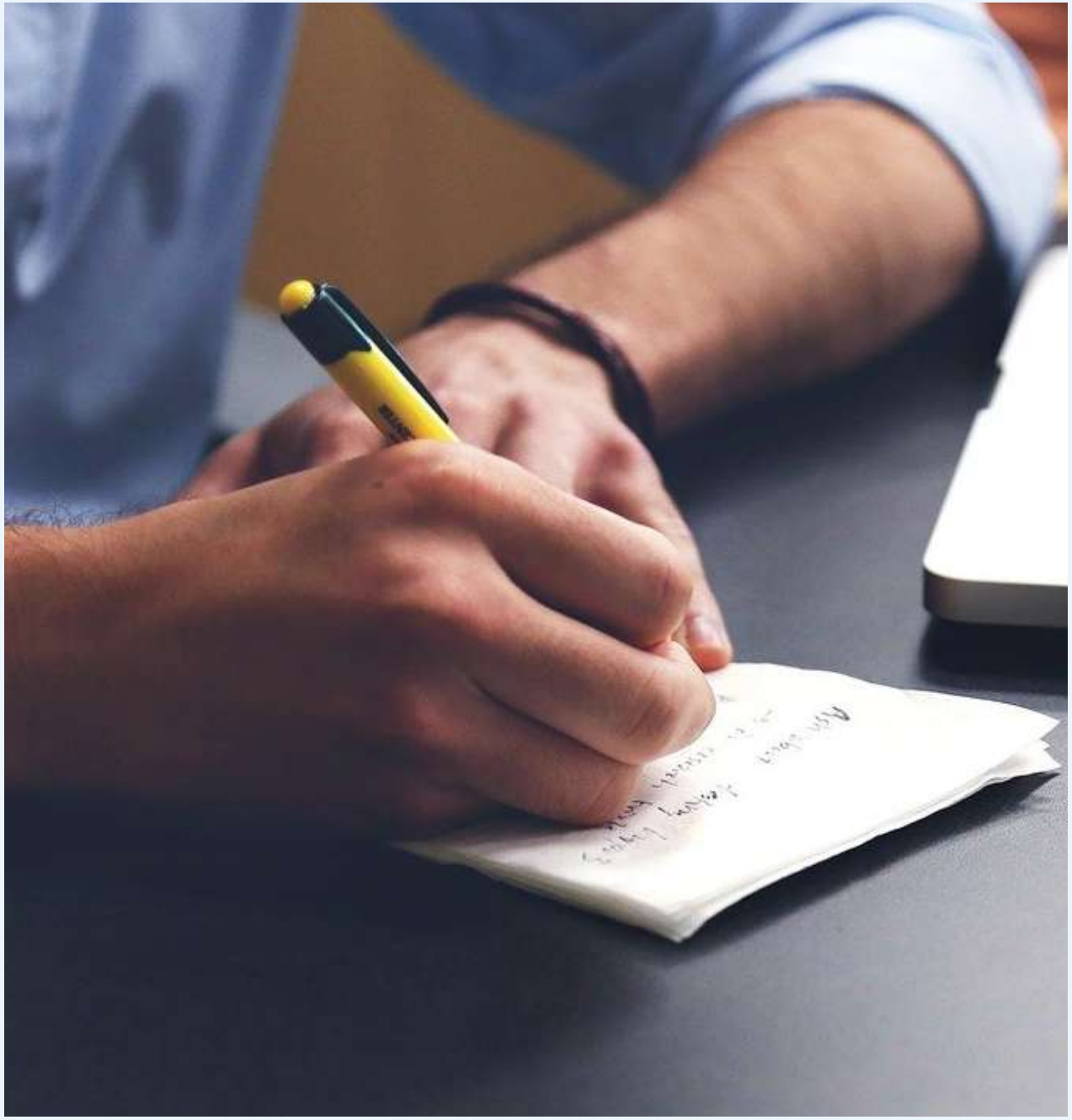


Investiamo nel futuro

Creare prodotti di qualità investendo in fonti di energia rinnovabili

Essere d'ispirazione

Sensibilizzare le nuove generazioni ad abbandonare l’uso della plastica



OTTIMIZZAZIONE

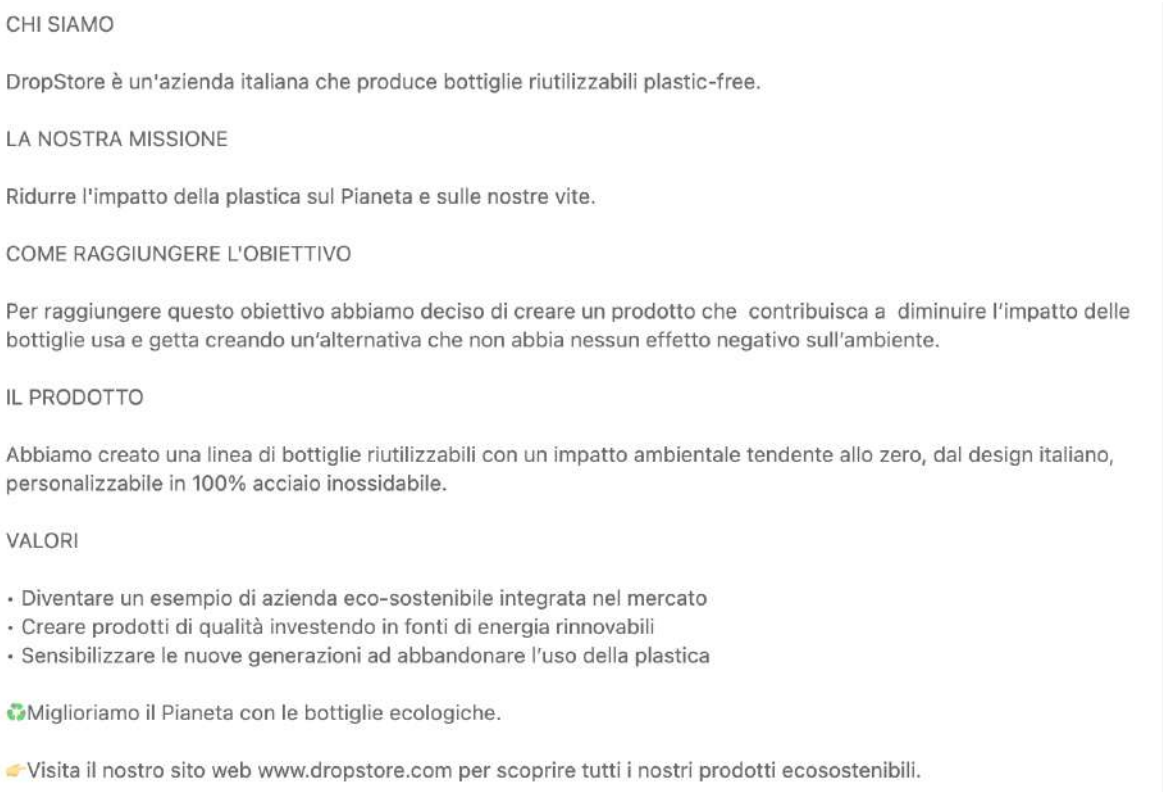
OTTIMIZZAZIONE PROFILO

Per ottimizzare il profilo ho eseguito le seguenti azioni:

- ho inserito la **foto profilo** - logo aziendale (300x300 pixel)
- **immagine di copertina**: riprendo i colori del logo e inserico il motto aziendale
- **motto aziendale**: "*Miglioriamo il Pianeta con le bottiglie ecologiche*". In questa frase è racchiuso il **why** e la **mission** di DropStore
- **pulsante**: dato che siamo un'ecommerce e vogliamo che i potenziali clienti arrivino a visitare il sito il prima possibile, scelgo la call to action "*visita il sito*"

OTTIMIZZAZIONE PROFILO

- **descrizione**: ho preferito dividere la descrizione dell'azienda in sezioni *(chi siamo, la nostra missione, come raggiungere l'obiettivo, il prodotto e i valori).* La divisione schematizzata in paragrafi permette una visione più chiara e specifica della pagina. In questo modo il lettore sarà più facilitato a leggere per intero la descrizione aziendale. Alla fine inserisco una CTA (visitare il nostro sito) e il motto aziendale (miglioriamo il Pianeta con le bottiglie ecologiche).



CHI SIAMO

DropStore è un'azienda italiana che produce bottiglie riutilizzabili plastic-free.

LA NOSTRA MISSIONE

Ridurre l'impatto della plastica sul Pianeta e sulle nostre vite.

COME RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO

Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di creare un prodotto che contribuisca a diminuire l'impatto delle bottiglie usa e getta creando un'alternativa che non abbia nessun effetto negativo sull'ambiente.

IL PRODOTTO

Abbiamo creato una linea di bottiglie riutilizzabili con un impatto ambientale tendente allo zero, dal design italiano, personalizzabile in 100% acciaio inossidabile.

VALORI

- Diventare un esempio di azienda eco-sostenibile integrata nel mercato
- Creare prodotti di qualità investendo in fonti di energia rinnovabili
- Sensibilizzare le nuove generazioni ad abbandonare l'uso della plastica

♻️Miglioriamo il Pianeta con le bottiglie ecologiche.

👉Visita il nostro sito web www.dropstore.com per scoprire tutti i nostri prodotti ecosostenibili.

OTTIMIZZAZIONE PROFILO

- **settori di competenza**: ho cercato di inserire pochi ma semplici e specifici settori di competenza.

Settori di competenza	Bottiglie in acciaio, E-commerce, Prodotti di design, Accessori, Ecosostenibilità, Cambiamento climatico, Riduzione impatto ambientale, Riduzione uso della plastica, Prodotti ecologici e Vendita al dettaglio

- per quanto riguarda gli **hastag** ne ho scelti 3. Ho inserito quelli più inerenti ai valori, prodotti e alla mission dell'azienda.

Hashtag	Azioni
#plasticfree	
#climatechange	
#ecosostenibilità	

A CHI SI RIVOLGE IL BRAND - MERCATO DI RIFERIMENTO

DropStore si rivolge principalemente alle **medie e piccole imprese** che condividono gli stessi valori del brand (plastic-free, ecosostenibilità e investire in fonti energia rinnovabili).

Per un'azienda adottare i prodotti di DropStore farebbe **aumentare il valore percepito dai propri dipendenti**. Fornire ai propri impiegati bottiglie ecologiche (prodotte con un impatto climatico prossimo allo zero) **aumenterebbe il valore del brand e creerebbe una community affiatata attorno all'azienda** (i dipendenti diventerebbero i primi “sponsor” del brand e si andrebbe a creare un effetto palla di neve molto potente ed efficace).

Il mercato di riferimento comprende anche giovani **start-up** che vogliono aumentare e valorizzare il proprio brand. Affidarsi a bottiglie ecologiche e alla nostra azienda permetterebbe loro di raggiungere questi obiettivi e di presentarsi sul mercato e ai propri clienti in una luce dedisamente più “potente”.

OBIETTIVI AZIENDALI

L' azienda si concentra sulla vendita all'ingrosso e vuole farsi conoscere sul mercato per poi mandare preventivi ed offerte personalizzate in base alla quantità di prodotto e al tipo di azienda con cui stringe il rapporto. **Gli obiettivi sono dunque brand awareness e creazione di lead.**

Il pulsante presente sulla pagina di Linkedin è **“Visita sito web”** perchè vogliamo far atterare sul sito quante più persone possibili per mostrargli i nostri prodotti.

STRATEGIE DI CRESCITA

STRATEGIE DI CRESCITA

Per la strategia di crescita verranno utilizzate una **strategia organica** e una tramite **ads**.

Per la crescita organica della pagina verranno seguite le seguenti best practices:

- **Incoraggiare collaboratori e dipendenti** a connettersi con la Pagina: i colleghi e i dipendenti sono una risorsa importante per iniziare a far crescere i follower. I dipendenti possono diventare i primi portavoce del brand e l'azienda beneficierà delle loro connessioni.
- Richiesta ad aziende partner e clienti il follow e di **lasciare un endorsement**.
- **Aggiungere al sito web** dell'ecommerce la possibilità di seguire da subito il profilo Linkedin.
- Pubblicare **contenuti di valore** e con regolarità

STRATEGIE DI CRESCITA ORGANICA

- **Piano editoriale**: ogni mese vengono preparati i contenuti per il mese successivo. Alla settimana vengono pubblicati 5 post, dal lunedì al venerdì. I post riguardano i temi che tratta l'azienda, come approfondimenti sul mondo green, alle soluzioni sostenibili che si possono adottare negli uffici e nelle aziende, esempi di business ecosostenibili e argomenti simili.

- **Stile di comunicazione**: DropStore utilizza un linguaggio **chiaro**, non troppo formale ma **rispettoso nei confronti del cliente**. La comunicazione utilizzerà la **seconda persona singolare**, per ridurre quella barriera che può nascere quando si comunica online.

STRATEGIE DI CRESCITA CON ADS

Il budget messo a disposizione dal cliente è di 1000 euro per 1 mese.

Decido quindi di impostare solo una campagna con obiettivo brand awareness. Opto per questa scelta in quanto su Linkedin i costi di advertising sono molto più elevati rispetto ad altri social come ad esempio Facebook. Quindi preferisco investire tutto il budget a disposizione per una sola campagna così da renderla efficace.

Alla fine dei 30 giorni si valuterà nel complesso la campagna e si potrà decidere col cliente se crearne una nuova oppure no.

L'obiettivo scelto è la brand awareness dato che l'azienda è nata solo nel 2020 e ha ancora bisogno di farsi conoscere e di consolidare il suo nome sul mercato.

A livello di **località** ho seleziono l'Italia dato che è il Paese di riferimento.

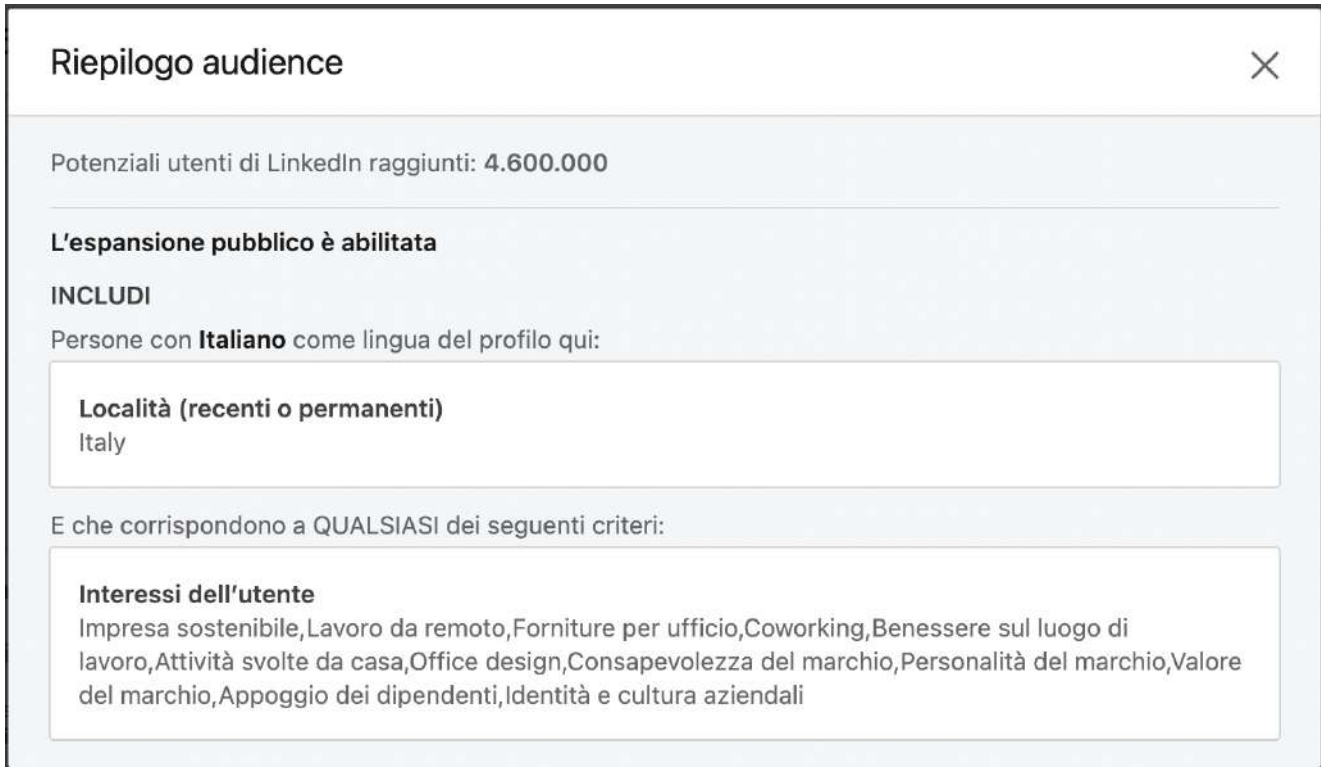
Anche a livello di **lingua** scelgo l'italiano.

STRATEGIE DI CRESCITA CON ADS

Per **definire il pubblico** della campagna scelgo interessi dei clienti che sono in linea coi valori e la mission di DropStore.

Ho inserito anche ***lavoro da remoto*** e ***attività svolte da casa*** in quanto in questo momento storico ci sono imprese che promuovono il smart working.

Identità e cultura aziendali, personalità del marchio, valore del marchio e ***consapevolezza del marchio*** sono inseriti perchè hanno lo scopo di aumentare il valore nella mente delle persone che sceglieranno DropStore.



STRATEGIE DI CRESCITA CON ADS

Lascio attiva la funzione **“Abilita espansione audience”** per far sì di raggiungere le persone simili alla mia audience, in base ad attributi come qualifiche, aziende o competenze.

Abilito la funzione **“LinkedIn Audience Network”** così che gli annunci vengano mostrati automaticamente al pubblico target su app e siti verificati.

Imposto **il budget totale di 1000 euro per la durata di un mese.** Non imposto il budget giornaliero in quanto voglio lasciar fare all'algoritmo di linkedin. La cosa migliore sarebbe fare dei test e vedere se impostare un budget giornaliero porterebbe a maggiori risultati.

Obiettivo ottimizzazione inserisco **“copertura”.**

Come strategia di offerta opto per la **massima copertura** al fine di ottenere più risultati possibili usando l’intero budget.

A livello di creatività scelgo il video: si tratterà di un breve video dove si darà risalto ai valori aziendali e alla mission di DropStore.

STRATEGIE DI CRESCITA CON ADS

Osservano i **risultati previsti**, credo che l'ampiezza dell'audience vada bene *(considerato anche il budget e la durata campagna)* in quanto ci troviamo nella fase alta del funnel (TOFU) e vogliamo far conoscere il brand a più persone possibili.

I risultati previsti mi sembrano in linea col budget e la durata della campagna.

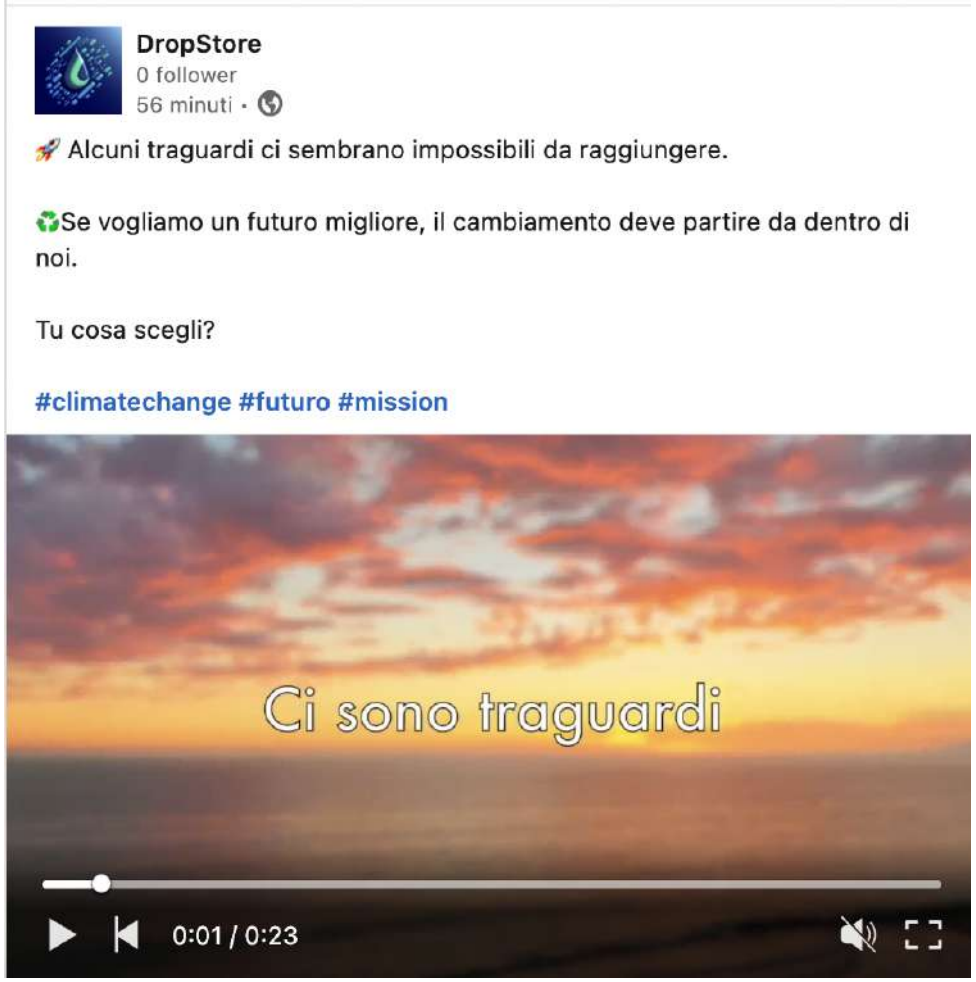
CREAZIONE CONTENUTI

POST 1

Come primo contenuto, pubblico un video breve dove viene spiegata la **mission** aziendale di DropStore.

L'obiettivo è quello di attirare il pubblico e incuriosirlo su ciò che facciamo.

Ho scelto il **video** perchè ha una maggior efficacia rispetto ai contenuti testuali o alle immagini.



Link al post

POST 2

Nel secondo post ho pubblicato un **contenuto informativo** con lo scopo, di far conoscere al cliente quale tipo di prodotto produce DropStore.

DropStore
0 follower
1 ora ·

🌱Mai sentito parlare di bottiglie green?

Noi di DropStore volevamo creare una bottiglia diversa.

🚀Una bottiglia speciale, in grado di durare nel tempo e che sia anche facile da lavare e leggera.

Volevamo una bottiglia a impatto zero.

♻️Dopo molti tentativi, siamo lieti di presentarti la prima bottiglia totalmente green.

👉Visita il nostro sito www.dropstore.com per conoscere la nostra storia e capire come puoi fare la differenza.

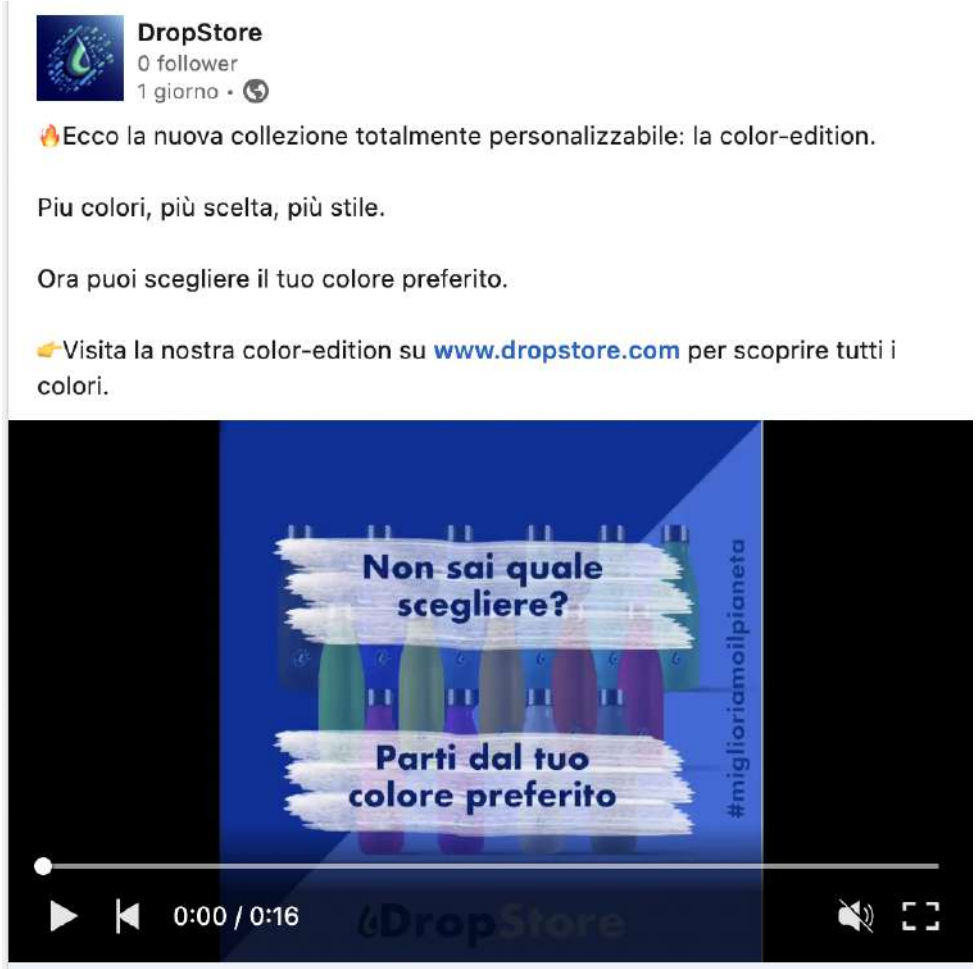
#greenpower #future #climatechange

Link al post

POST 3

Come terzo contenuto sceglo un **video-post**. Nel video viene presentata la nuova collezione “color-edition”: una serie di bottiglie ecologiche personalizzabili. Il video inizia con una domanda rivolta al cliene: *“non sai quale scegliere? parti dal tuo colore preferito”*. Il video prosegue con un a serie di immagini delle varie colorazioni delle bottiglie.

Ho scelto il video perchè ha una **maggior efficacia** rispetto ai contenuti testuali o alle immagini.



Link al post

POST 4

Nel post numero 4 scelgo di puntare su un **contenuto informativo**: spiego 3 abitudini da adottare per bere il giusto fabbisogno di acqua durante il giorno.

DropStore
0 follower
1 giorno ·

🔥3 Semplice consigli per bere durante il giorno:

1. Inizia la giornata al meglio bevendo 1 bicchiere d'acqua appena alzato
2. Porta la tua bottiglia ecologica sempre con te: è un ottimo modo per avere sempre l'acqua a portata di mano
3. Bevi tanto durante i pasti: una buona abitudine per sentirsi anche più sazi

Questi sono solo 3 delle tante abitudini che si possono adottare per avere uno stile di vita sano.

Sul nostro e-commerce non trovi solo bottiglie ecologiche, ma tante guide e articoli approfonditi su come prendersi cura del proprio corpo e vivere in maniera più green.

👉Ogni settimana pubblichiamo un nuovo articolo.

Per non perdertelo iscriviti alla nostra newsletter.

😀Ti aspettiamo.

Link al post

POST 5

Nel quinto contenuto propongo un **video-post informativo**: con questo video il brand vuole sensibilizzare il cliente sull'uso e sugli effetti della plastica.

Oltre a sensibilizzare l'utente, **l'obiettivo di questo video** è far apparire il DropStore come un'azienda molto attiva dal punto di vista della sostenibilità *(si aumenta il valore del brand)*.

Ho scelto il **video** perchè ha una maggior efficacia rispetto ai contenuti testuali o alle immagini.

Link al post

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Progetto di **Luigi Lesca**