



launch project

OBIETTIVI

Nel corso della nostra precedentemente conversazione in Skype gli obiettivi si dividono in due principali categorie.

- 1)Sviluppare una branding image sulla figura di Giovanni Andrea Fava M.D. fondatore della Well Being Therapy.
- 2)Sviluppare una strategia capace di veicolare il target ad acquistare il libro e workshop.

Oggi la comunicazione si svolge gran parte sul web, sia perché le persone trascorrono la maggior parte del tempo su internet, sia perché i costi di una campagna sul web sono certamente più limitati e controllabili.

Quello che noi andremo a fare in termini di comunicazione sarà sviluppare una strategia di Brand Content. Cos'è il Brand Content? è la capacità da parte del Brand, in questo caso Giovanni Andrea Fava M.D, di sviluppare contenuti capaci di coinvolgere gli utenti del web a condividere e partecipare a “conversazioni” on line.

Le “conversazioni” on line avvengono attraverso gli strumenti digitali con i quali le persone oggi discutono, condividono e dialogano attraverso i nuovi media che sono i social network e sono: commenti, condivisioni, i like e i retweet.

Le “conversazioni” on line si svolgeranno attraverso la pubblicazione di post sul sito/blog che verranno poi condivisi sulle piattaforme social di Facebook e Twitter, dove inviteremo gli utenti appartenenti al target consumer specifico a discutere, e parlare dell'argomento da noi scelto.

TARGET CONSUMER

Il target consumer rappresenta il gruppo, la comunità che andremo a intercettare online al fine di promuovere la figura di Giovanni Fava M.D. e spingerli ad attivare conversazioni attorno alla Well Being Therapy e all'acquisto del libro.

MACRO TARGET: Il macro target sarà prevalentemente costituito da persone tra i 20 ai 65 anni appartenenti alla comunità scientifica. Nello specifico andremo ad intercettare studenti, ricercatori, docenti, terapeuti, psicologi e psichiatri, in tutto il mondo.

MICRO TARGET: Il micro target sarà prevalentemente costituito da gente fuori dalla comunità scientifica. Perché coinvolgere persone non parte del campo scientifico? Semplice, l'acquisto di un libro non è sempre e comunque relativo alla propria professione o al proprio percorso di studi, molto spesso le persone acquistano libri che possono o che hanno suscitato in loro un interesse particolare.

SITO WEB

Dopo attenta valutazione degli obiettivi e della strategia finale, abbiamo deciso di costruire un nuovo sito web che dia spazio più ad elementi interattivi che statici. Più chiaramente il sito web dovrà essere non solo una piattaforma statica dove il normale utente potrà accedere ai classici contenuti di carattere informativo (cos'è la Well Being Therapy chi, come e quando), ma avrà la possibilità di leggere news e aggiornamenti non solo sulla terapia ma anche su altri argomenti correlati. Il sito web diventerà blog informativo e interattivo.

La differenza con gli altri siti che trattano altre tecniche terapeutiche sarà sin da subito evidente. Noi non presenteremo solo una tecnica, ma inviteremo la comunità scientifica a leggere, condividere e partecipare attivamente online.

Lingua scelta: Inglese.



SITO WEB GENERALE

Menu

Latest event button

Header

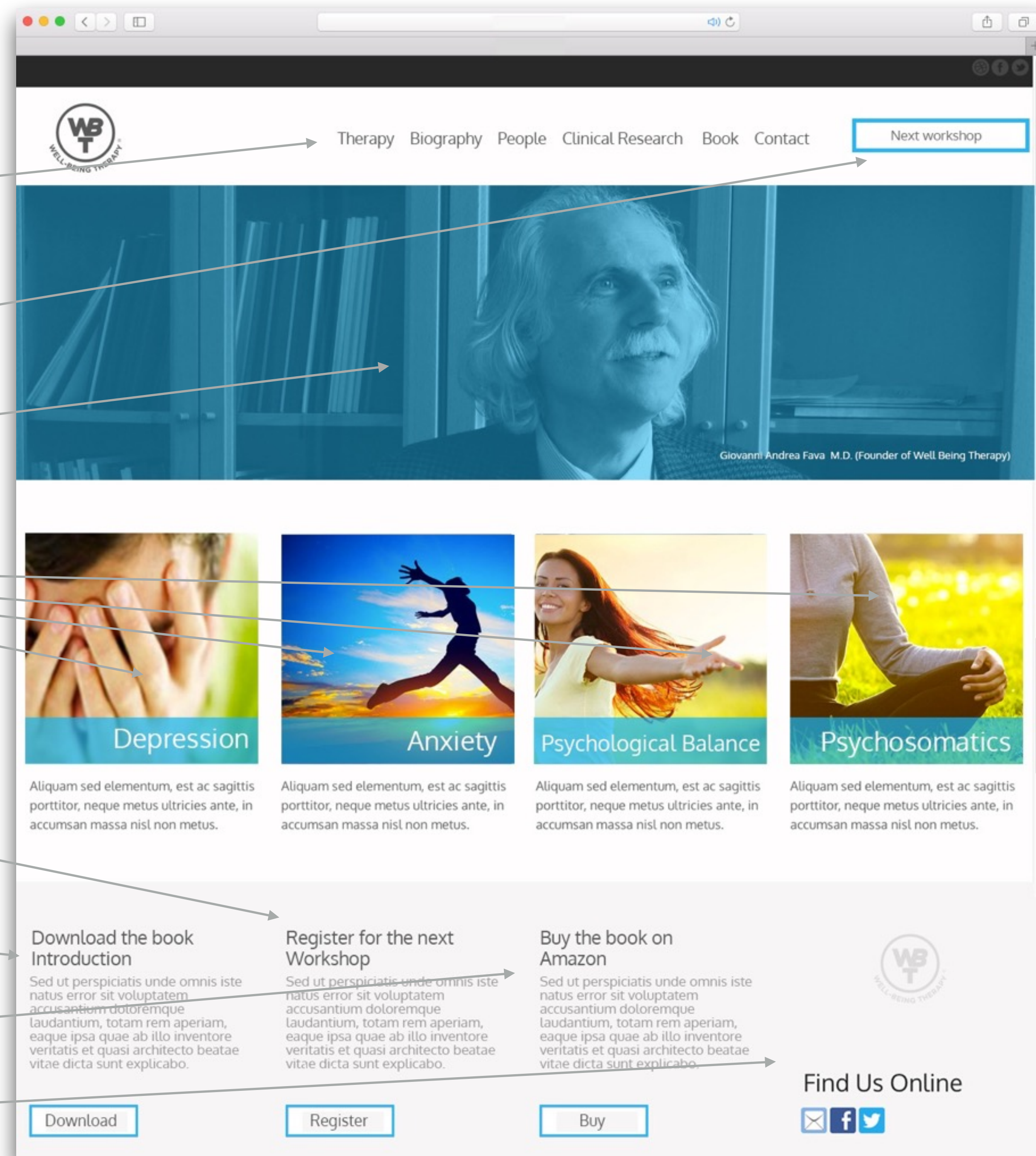
Blog latest news

Register for the workshop

Download a content

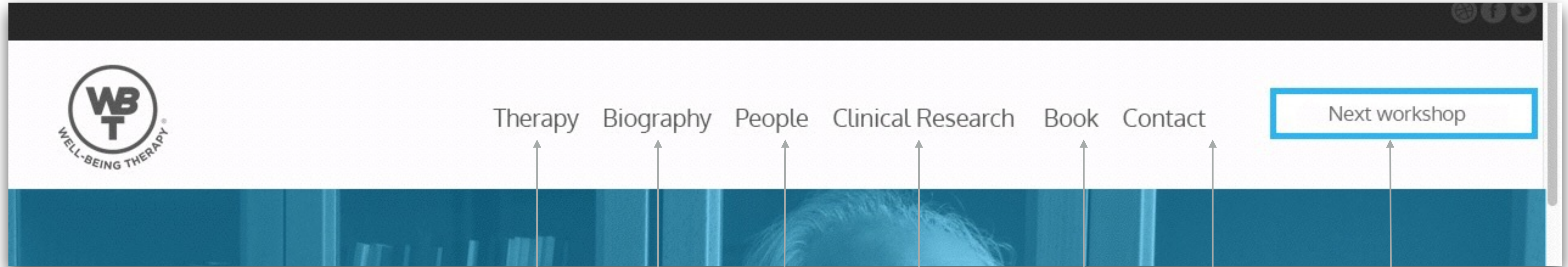
Buy the book

Social network icons



SITO WEB

Dettaglio: Menu



Descrizione
delle Terapia

Biografia
Giovanni
Andrea
Fava M.D.

Il Team
scientifico
della Well
Being
Therapy. Foto
e breve
descrizione di
ognuno.

Articoli
scientifici
correlati.

Breve
Descrizione
del libro con
foto
copertina e
link ad
Amazon.

contatti
email e
social

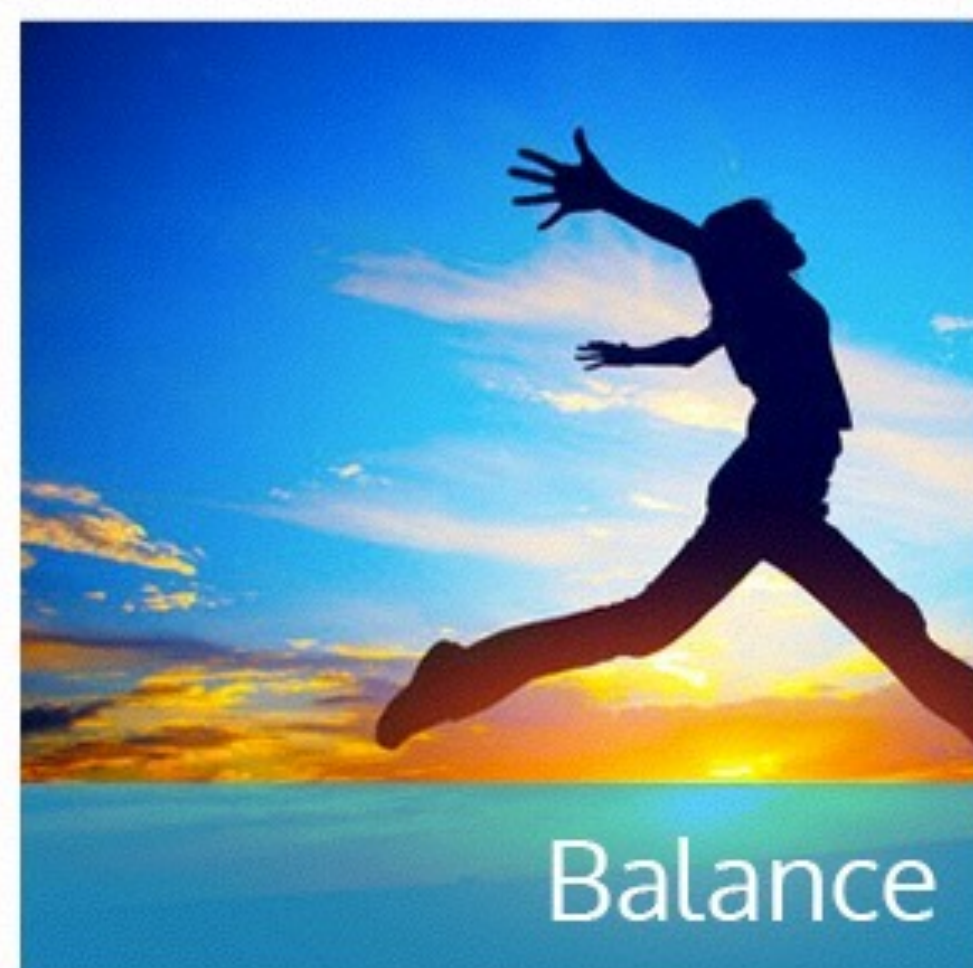
last event
Button
Questo è un
tasto che
può variare
in funzione
a quello a
cui si
intende dare
rilevanza o
promuovere
in un dato
periodo.

NB. Tutte queste sezioni devono essere fornite prima possibile in formato testo. Ho già a disposizione la biografia. Per le fotografie è sufficiente per ognuno una foto a colori. dove si veda bene il volto.

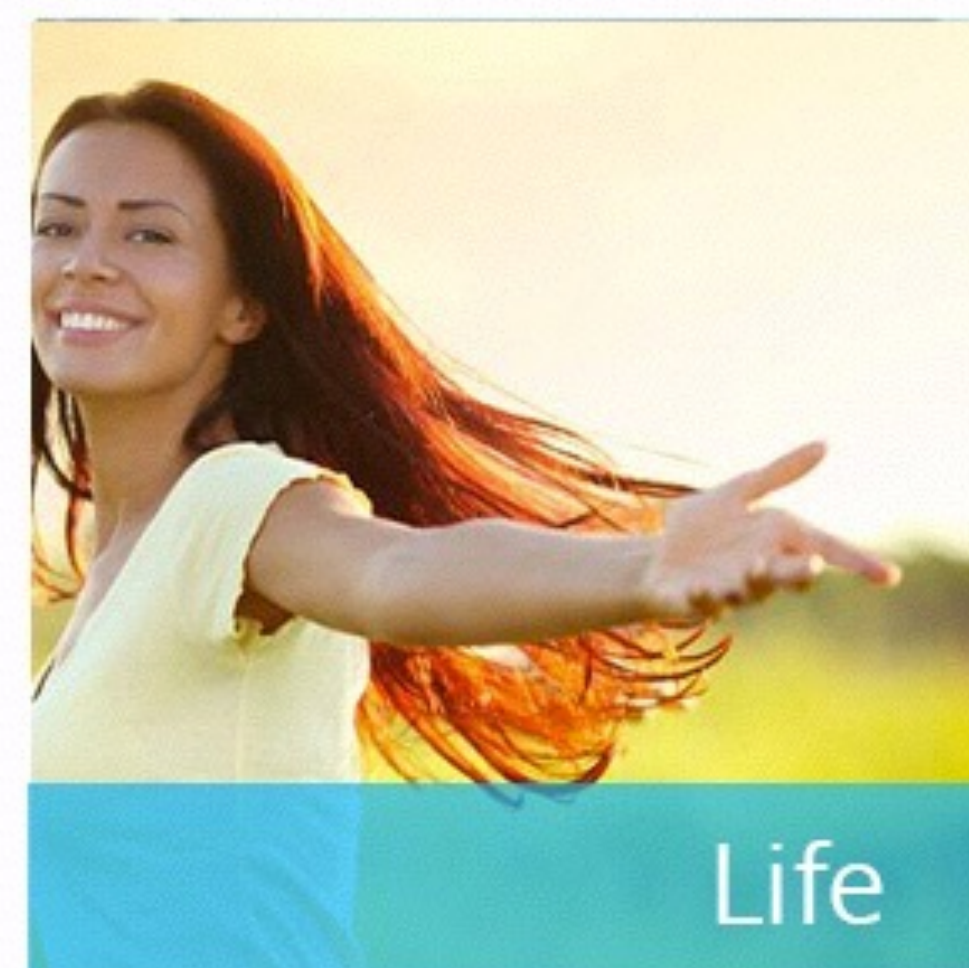




Aliquam sed elementum, est ac sagittis porttitor, neque metus ultricies ante, in accumsan massa nisl non metus.



Aliquam sed elementum, est ac sagittis porttitor, neque metus ultricies ante, in accumsan massa nisl non metus.



Aliquam sed elementum, est ac sagittis porttitor, neque metus ultricies ante, in accumsan massa nisl non metus.



Aliquam sed elementum, est ac sagittis porttitor, neque metus ultricies ante, in accumsan massa nisl non metus.

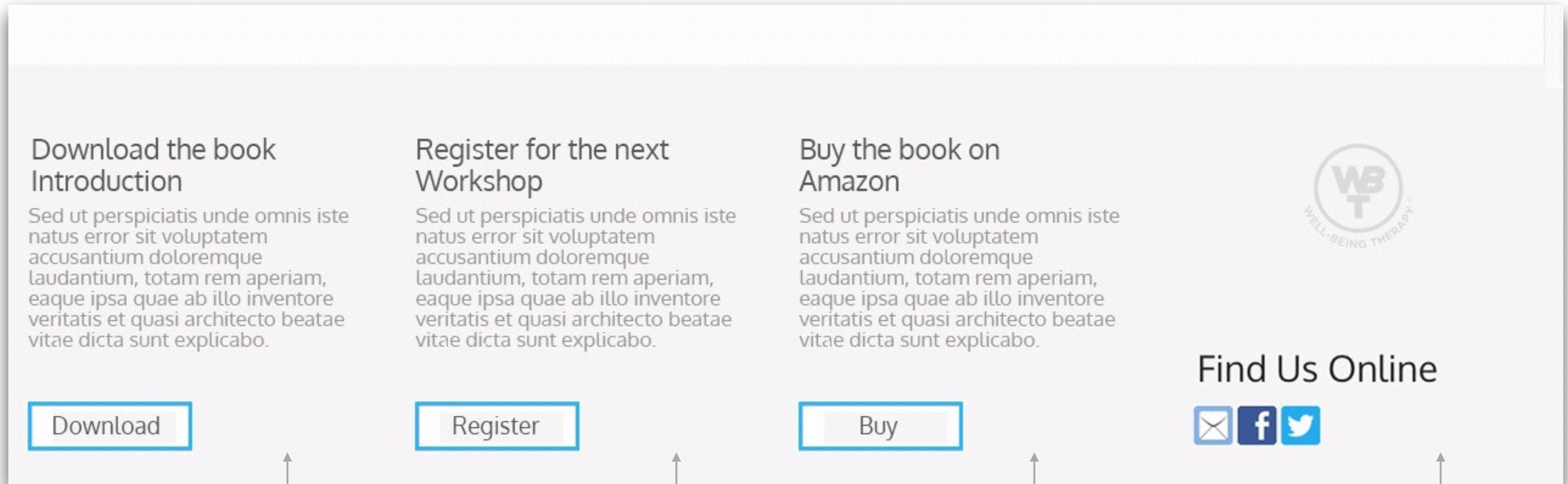
Questa è la sezione blog, gli utenti potranno leggere articoli e accedere alle news.

Abbiamo deciso di produrre un post (5 o 6 frasi) alla settimana. Quindi 4 post al mese per un totale di 48 post in un anno.

Le argomentazioni vanno pianificate in anticipo. Poi nel corso dell'anno se ci saranno news particolari da inserire faremo sempre a tempo a postarle. L'importante è essere coperti sin dall'inizio con 48 argomenti. 4 dei quali verranno postati subito per riempire il blog.

SITO WEB

Dettaglio: footer



Sezione dedicata al download gratuito. Abbiamo messo che gli utenti possono scaricare gratis ad esempio la prefazione del libro.

Invitare gli utenti a partecipare ai workshop attraverso una mappa per verificare dove e come ci saranno.

Link all'acquisto del libro

Email e link ai social network per invitare gli utenti a connettersi e interagire

WIKIPEDIA

La creazione di una pagina wikipedia fa parte della strategia di consolidamento del brand. Una pagina su Wikipedia è sempre importante al fine di creare un'immagine solida e duratura nel tempo. La pagina wikipedia non deve essere scritta subito, abbiamo un anno di tempo, ma è necessario farlo almeno dopo i primi 3 mesi dal lancio del sito. I contenuti ovviamente devono essere forniti in inglese/italiano.

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Come già detto, per aumentare traffico sul sito e le conversazioni online apriremo due profili social. Uno su Facebook e l'altro su twitter. A differenza della parte statica del sito che sarà quasi esclusivamente incentrata sulla Well Being Therapy, la parte interattiva del sito (il blog) verrà in parte incentrata su Giovanni Andrea Fava M.D. che detterà l'agenda setting degli argomenti presenti sul blog e di conseguenza le pagine social. Quindi il professore avrà a disposizione due profili che verranno settimanalmente aggiornati.

La pianificazione delle argomentazioni deve essere fatta prima del lancio ufficiale del sito. Quindi è necessario pianificare almeno 20 dei 48 argomenti da postare in un anno. Con 20 argomenti siamo coperti per almeno i primi 5 mesi di attività.



CONVERSAZIONI SOCIAL

Come avviene la comunicazione social?

Il blog produce contenuti che vengono poi condivisi nelle piattaforme social Facebook e Twitter dove gli utenti interagiscono, condividendo e commentando, pertanto dovremo essere in grado di rispondere ogni settimana alle discussioni.

Ci sarà una campagna (a pagamento) per acquisire Followers su Facebook e Twitter sul target della comunità scientifica. Puntiamo ad ottenere 5000 followers su Facebook e twitter nel primo anno.

