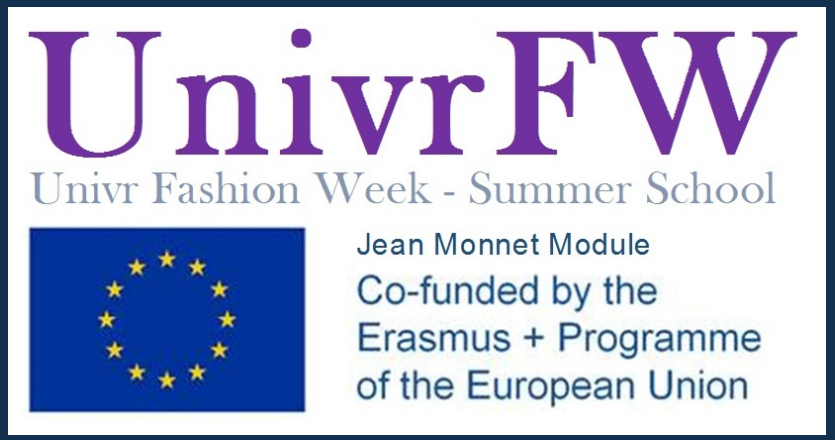
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI VERONA
Dipartimento di Scienze Giuridiche



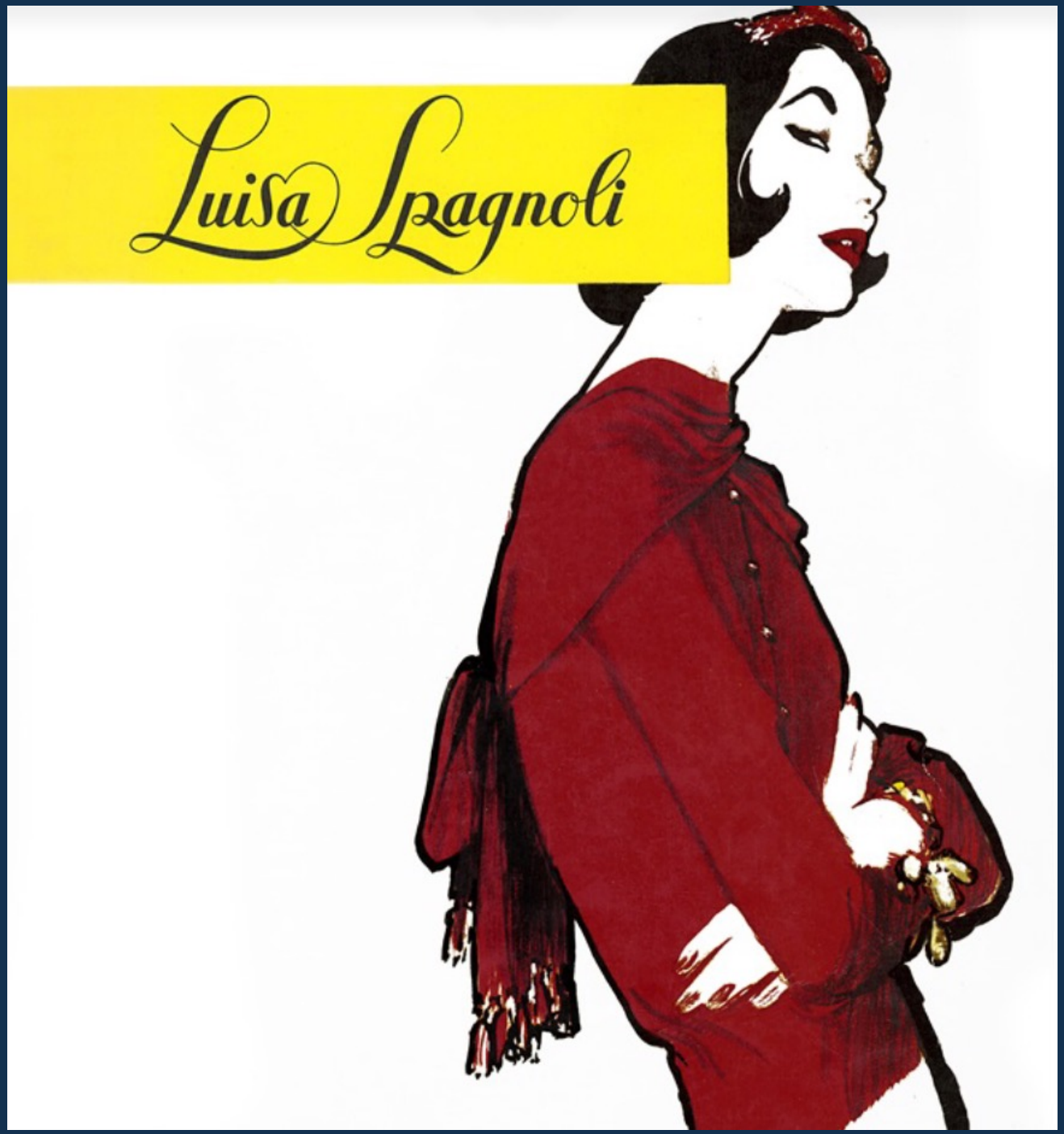
WORKSHOP – COMUNICAZIONE E MARKETING DELL' IMPRESA MODA

Patrizia Salvaterra

21 giugno 2016

LAVORAZIONE DELLA LANA DI CONIGLIO ANGORA
LUISA SPAGNOLI

Lavegrad
PERUGIA


Luisa Spagnoli

SHAW'S
TEXAS GREATEST JEWELERS

Fonti

- www.storiadelcostume.luisaspagnoli.it
- www.luisaspagnoli.it
- www.vanityfair.it (Condè Nast)
- www.stylosophy.it
- www.archiviomemoria.comune.perugia.it

Social Marketing

Rilancio pagina FB di Luisa Spagnoli

(Agenzia: Jaki)

“Chi corre verso il futuro dimenticando il passato smarrisce la propria identità”

Dichiarazione di Nicoletta Spagnoli, presidente e AD della maison Luisa Spagnoli, nipote della fondatrice

La scelta di fondo della strategia di MKG

Marketing esperienziale inserito all'interno di una strategia più estesa di *brand engagement*, con focus sull'*in-store engagement*, attraverso un materiale di comunicazione *BTL* di forte impatto emotivo (Jaki)

Un' identità e un passato straordinari, che si voleva recuperare e valorizzare, per trasmetterli a un pubblico giovane – che naviga su internet e frequenta abitualmente i social – come si tramanda un oggetto prezioso, un gioiello

Vincoli

Poco tempo a disposizione per massimizzare la visibilità del contenuto

Supportare la *brand identity* della maison

Rafforzare i valori di marca

Raggiungere il pubblico

Affascinarlo in modo piacevole e goloso

Obiettivo

Far comprendere la preziosità di un marchio *haute couture* in una fascia di prezzo accessibile

Heritage aziendale

La vera storia di Luisa Spagnoli

delle sue imprese

dei suoi prodotti

Luisa Spagnoli

Moda-Food

Catturare l'attenzione delle persone in modo dolce, elegante, non invasivo

Fare loro un regalo

serviva un *trait d'union* tra la maison Luisa Spagnoli e il Bacio Perugina

Participation Oriented:

empatia e contatto umano

Più di 10.000 scatoline in carta perlata – all'interno un Bacio Perugina, e un foglietto con "una storia d'amore italiana" in due lingue – sono state consegnate sia a Firenze, sia nello store di Luisa Spagnoli in corso Vittorio Emanuele a Milano durante la Vogue Fashion Night Out, il 22 settembre 2015

Headline

concept creativo

"Dal talento creativo di Luisa Spagnoli, nel 1922, nasce il Bacio. Una firma. Un sogno. Un amore che dura una vita".

Ascoltare, emozionare e prendere per la gola

Non poteva essere solo una ricerca estetica di cartotecnica (il contenitore), ma doveva esserci dentro anche un valore emotivo.

“Un cuore è una ricchezza che non si vende e non si compra: si dona”

Pensiero di Gustave Flaubert, che bene si è prestato a spiegare il significato di una scatoletta con un dono.

Quel dono è il cuore di una donna che ha scritto una storia italiana (Jaki)

CHANEL

Nuova campagna di comunicazione e marketing

Storia personale della fondatrice
Gabrielle Bonheur Chanel

il suo amore per Boy Capel

il nuovo profumo della linea maschile si chiama Boy

Missioner
non solo mission

Storia vera, orgoglio di sé ma non
in modo autocelebrativo

Valori non solo estetici
anche etici, ambientali

aura di sublime, ma anche di
sostenibilità, responsabilità sociale,
democraticità

Bello, buono, vero

Ci credo. Mi identifico. Condivido.

L'ORÉAL

ha acquisito The Body Shop

dopo la morte della fondatrice

Anita Roddick

“Enrich not exploit”
Arricchisci non sfruttare

Ci sono i prodotti

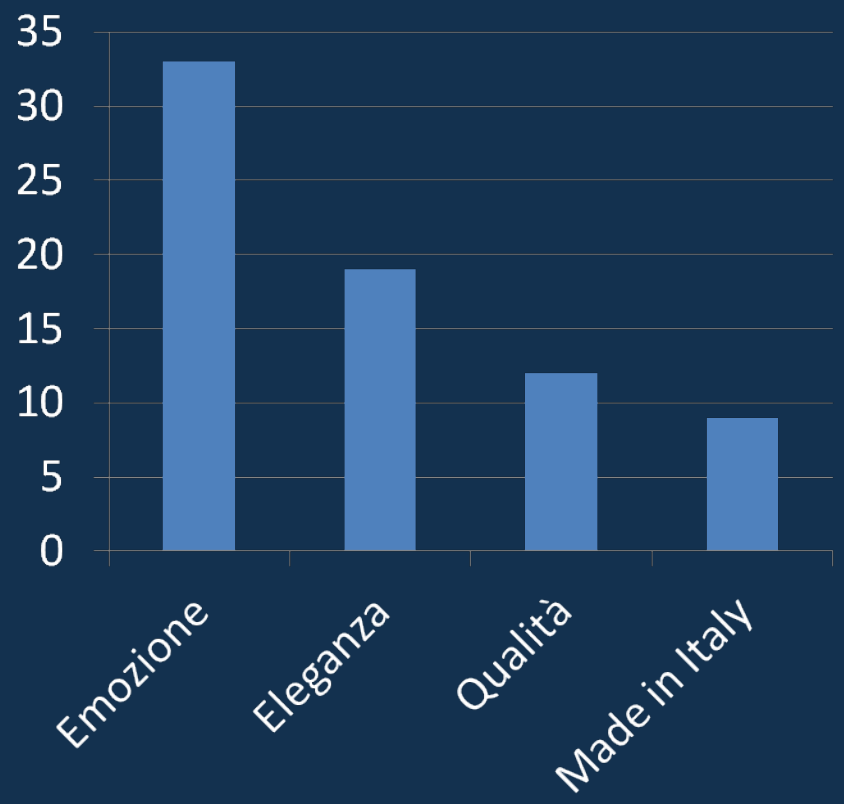
ma prima vengono le persone e il pianeta

Ricerca IBM Interactive:
“I dati sono Fashion. Vision 2015”

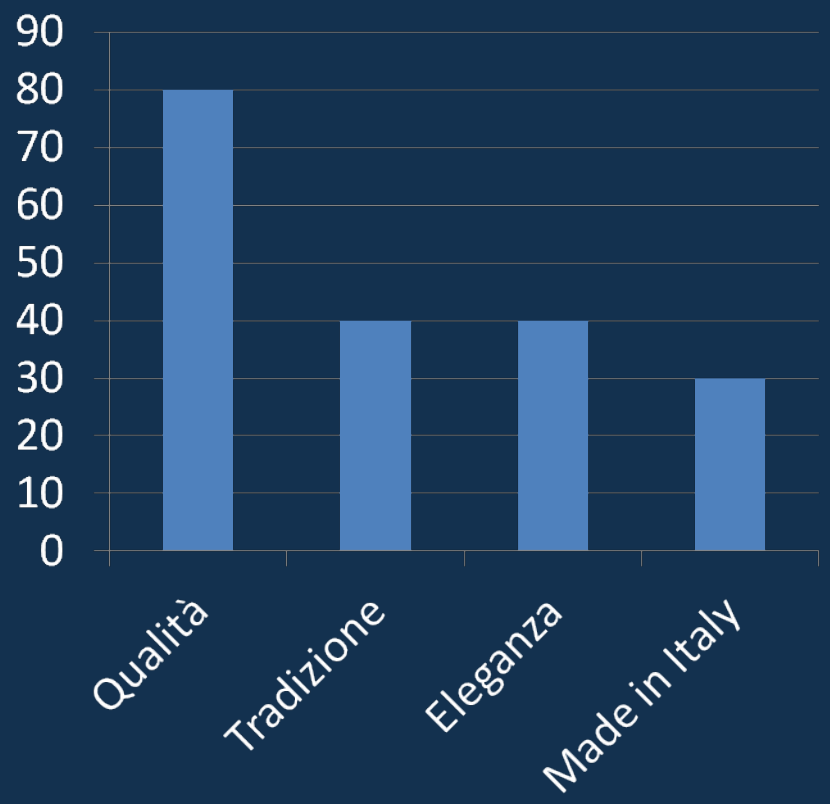
Circa 1 milione di conversazioni sui social fra ottobre 2014 e gennaio 2015, analizzate durante la Milano Moda Donna 2015

Cosa dicono i consumatori attraverso i social network?

Valori popolo Internet %



Valori case di moda %



GLOSSARIO

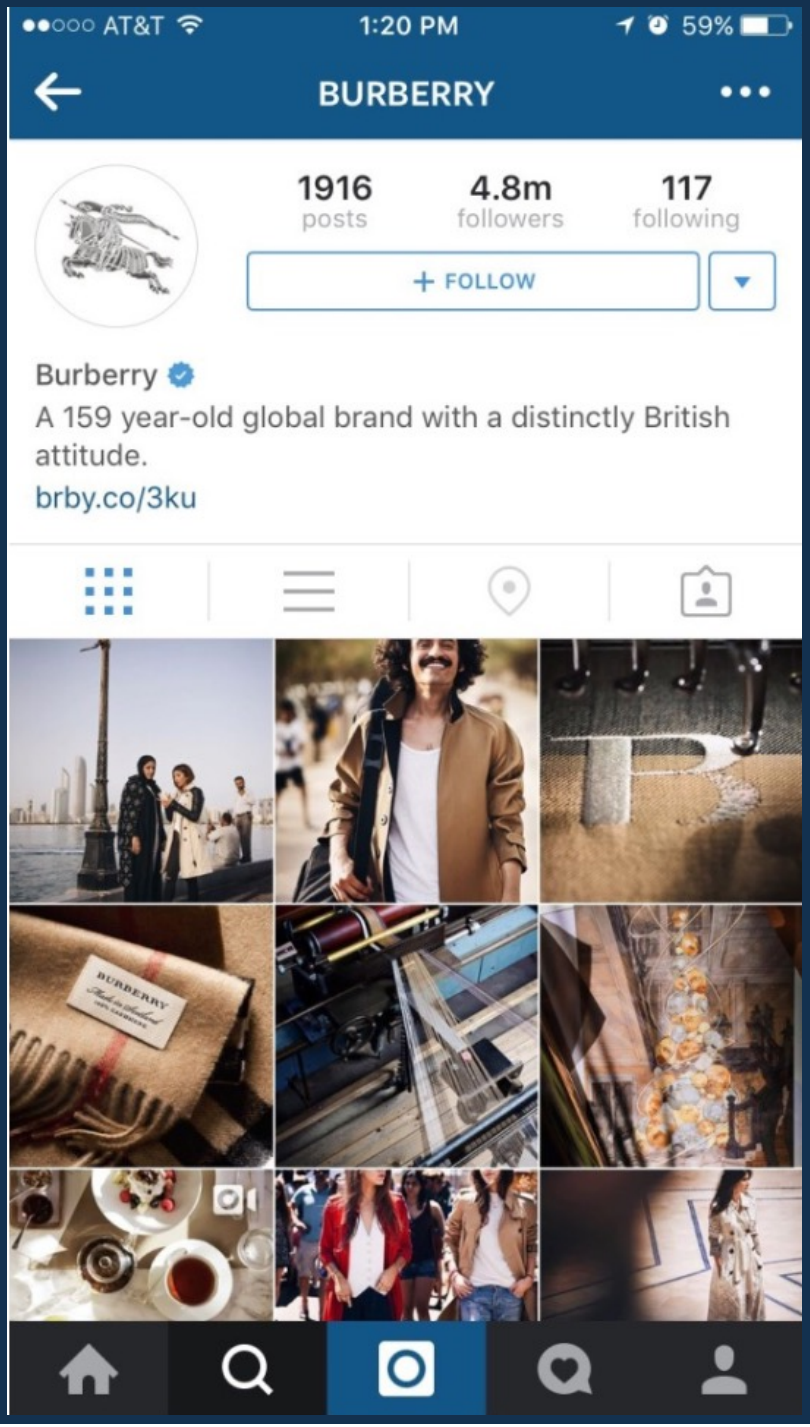
BLOG/BLOGGER
(Garance Doré, The Blond Salad, Leandra Medine, Bryan Boy)

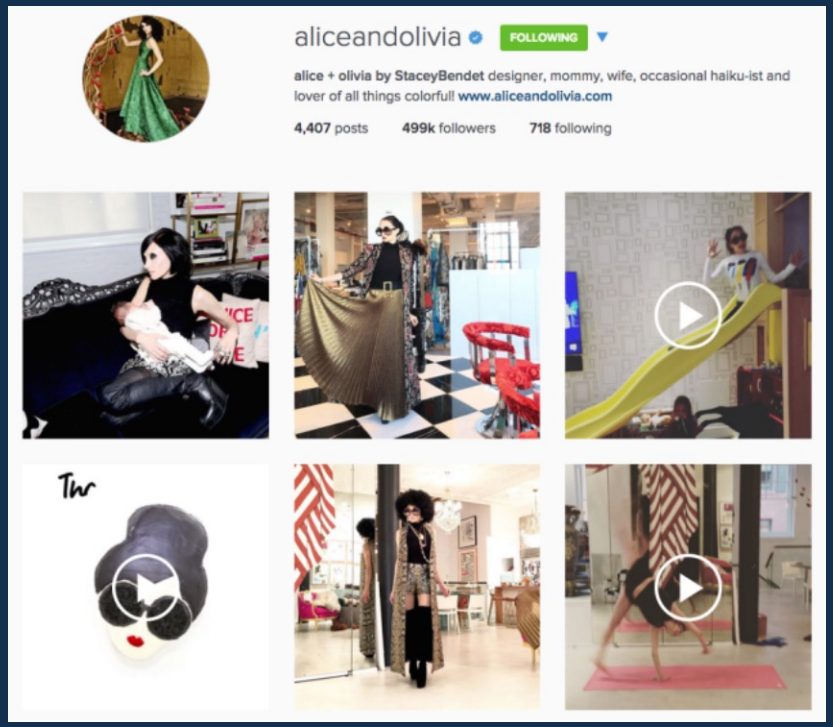
BRAND ENGAGEMENT/VISUAL STORYTELLING

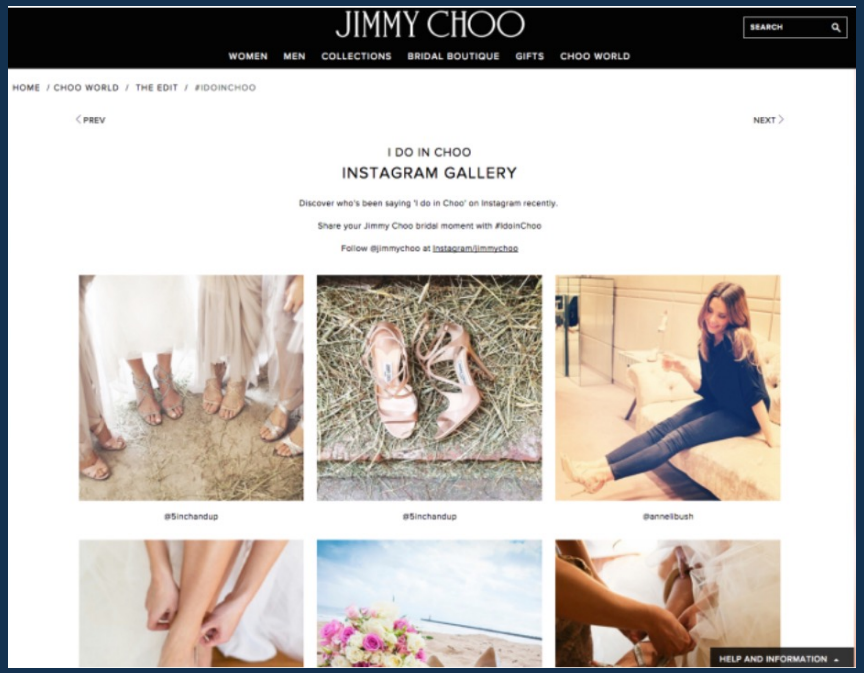
CLIENT/FOLLOWER

COMMUNITY ENGAGEMENT/WORD OF MOUTH

Anteprime collezioni e sfilate su Istagram ai follower più tenaci & assaggi di vita privata dei fondatori, designer, follower …


AT&T
1:20 PM
59%
BURBERRY
1916
posts
4.8m
followers
117
following
+ FOLLOW
Burberry
A 159 year-old global brand with a distinctly British attitude.
brby.co/3ku


aliceandolivia
FOLLOWING
alice + olivia by StaceyBendet designer, mommy, wife, occasional haiku-ist and lover of all things colorful! www.aliceandolivia.com
4,407 posts
499k followers
718 following


JIMMY CHOO
SEARCH
WOMEN
MEN
COLLECTIONS
BRIDAL BOUTIQUE
GIFTS
CHOO WORLD
HOME / CHOO WORLD / THE EDIT / #IDOINCHOO
PREV
NEXT
I DO IN CHOO
INSTAGRAM GALLERY
Discover who's been saying 'I do in Choo' on Instagram recently.
Share your Jimmy Choo bridal moment with #IdoinChoo
Follow @jimmychoo at Instagram/jimmychoo
@5inchandup
@5inchandup
@annelibush
HELP AND INFORMATION

#VICEVERSA

"Viceversa è l'esaltazione della femminilità propria di Liu Jo e dà a ogni donna l'opportunità di sentirsi unica e glamorous indossando le sue collezioni" (LIU-JO)

BTL

EVENTI/MARKETING ESPERIENZIALE

GAMIFICATION

SOCIAL MEDIA

Twitter, Instagram, FB, Pinterest, Youtube...

Istagram: 595 milioni $ nel 2015 grazie a pubblicità su dispositivi mobili

SOCIAL MEDIA JOURNALISTS

WEB MONITORING

VIRTUAL MARKETING

BRAND AMBASSADOR

Visit:

augure.com

lescahiersfm.com

selectworld.com

www.ilsole24ore.com/moda.shtml

Grazie per l’attenzione