

La situazione attuale

La presenza social del Brand è articolata in tre differenti realtà: Cantine Lunae, Ca' Lunae ed Essentiae Lunae. Ognuna di queste ha un proprio profilo sulle piattaforme **Instagram** e **Facebook**. I canali di Essentiae Lunae vengono seguiti da un'agenzia esterna, quindi verranno presi in considerazione solo marginalmente in questo progetto di Social Media Management.

Per quanto riguarda Cantine Lunae e Ca' Lunae, le pubblicazioni seguono una **cadenza irregolare**. La lingua utilizzata nei copy di Cantine Lunae – sia per Facebook che per Instagram – è l'italiano, intervallato saltuariamente dall'inglese; Ca' Lunae pubblica esclusivamente in italiano.

In generale, le metriche che misurano follower e like indicano che il Brand dispone in media di un discreto pubblico organico (migliore per Cantine Lunae che per Ca' Lunae), il quale presta un'altrettanto discreta attenzione ai contenuti di volta in volta pubblicati. I dati sono significativi anche per Facebook, nonostante siano inferiori rispetto a quelli di Instagram a conferma di un trend oggi largamente diffuso. Commenti e condivisioni riportano numeri meno rilevanti.

Le esigenze e gli obiettivi

L'esigenza percepita e dall'azienda e confermata dalle nostre analisi preliminari è quella di consolidare l'identità social di Cantine Lunae e di Ca' Lunae rispettivamente, così da valorizzare le peculiarità di ciascuna, e di aumentarne il pubblico. È nostra opinione che questo desiderio debba essere calato in un obiettivo più ampio, che punti a creare **linee di comunicazione personalizzate** per ciascuna realtà ma, allo stesso tempo, **coordinate tra loro** e in qualche modo tutte riconducibili al brand di famiglia.

In quest'ottica, sarà necessario un coordinamento periodico con l'agenzia che cura i profili social di Essentiae Lunae, per garantire una coerenza generale, che sia comune a tutte le declinazioni del Brand, e per evitare sovrapposizioni non strategicamente pianificate.

Una diversa gestione delle pubblicazioni social e del community management potrà potenziare...

- ...la **Brand Awareness**, ossia migliorare la percezione di Cantine Lunae, di Ca' Lunae e del Brand in generale rispetto ai competitor, generando un sentimento positivo che può tradursi in propensione all'acquisto.
- ...la **Customer Experience**, ossia migliorare l'esperienza dell'utente che si relaziona con Cantine Lunae e Ca' Lunae, così da aumentare la possibilità che diventi un promotore del Brand presso la propria cerchia.
- ...la **Lead Generation**, ossia richiamare potenziali clienti profilati, utili per costruire relazioni finalizzate alla conversione vera e propria.

Il progetto che JDTW propone

Per lavorare al raggiungimento degli obiettivi sopra descritti, per ciascuna delle due identità che prenderà in carico – Cantine Lunae e Ca' Lunae – JDTW propone di **intervenire su tre fronti**: della grafica, del

contenuto e del community management. Vediamo le attività proposte per ciascuno di questi ambiti.

Fronte Grafico

JDTW propone di dare un'impronta più decisa alla Brand Identity comunicata sui social, imprimendo nei supporti visual dei post caratteristiche che rendano il brand riconoscibile e distinguibile fra gli altri nel settore. Verranno analizzati i gusti e i valori di Cantine Lunae e Ca' Lunae e verrà **studiato un nuovo look & feel** per i relativi profili facebook e Instagram. In questo quadro verranno fatti rientrare sia il materiale foto e video persistente, che verrà magari sottoposto a lavorazioni e ritocchi da JDTW, sia del **nuovo materiale ad hoc** che il team di JDTW produrrà personalmente durante **trasferite periodiche** presso la tenuta in Lunigiana.

Fronte contenutistico

JDTW studierà, assieme alle risorse interne all'azienda preposte, un **piano editoriale (PED)** per ciascuna delle due realtà, ossia una mappa concettuale di ciò che poi avverrà concretamente sui social. Questo documento include gli obiettivi, i target, gli argomenti e la frequenza di pubblicazione. JDTW procederà poi alla redazione dei **calendari di pubblicazione** (o editoriali, CED), che raccolgono invece i dettagli pratici, ossia – per ogni singolo post – data, ora, piattaforma social, argomento, tipologia di post, copy e supporto visual e/o multimediale.

Per sua natura, il CED sarà necessariamente diverso almeno per ogni finestra temporale scelta come unità di riferimento (consigliamo qui la mensilità). La comunicazione social però si muove molto rapidamente: ciò comporta l'esigenza di mantenere sempre una ragionevole flessibilità che consenta, all'occorrenza, di modificare il calendario in tempo reale. Anche il PED va **rivisto e aggiornato periodicamente**, ma non deve per forza essere cambiato in toto con la medesima frequenza.

Il piano e il calendario editoriale contempleranno anche l'apertura delle pubblicazioni a contenuti diversi dai post con foto statiche. In particolare, JDTW si occuperà di elaborare e mettere online una speciale serie di **Instagram Reels**, personalizzata per Cantine Lunae e Ca' Lunae e in linea con il resto delle pubblicazioni.

Fronte del Community Management

JDTW studierà e integrerà nel piano di comunicazione delle specifiche **strategie per aumentare le interazioni e l'engagement** del pubblico frequentante i profili social di Cantine Lunae e Ca' Lunae. Tali strategie coinvolgeranno attività da svolgere sui canali del Brand stessi, come la gestione dei commenti, la pulizia dei contatti e la condivisione, ma anche **monitoraggio e iniziative su profili di altri**.

La tempistica del progetto

Per ciascuna delle due identità (Cantine Lunae e Ca' Lunae) prevediamo un progetto della durata totale di **16 settimane**¹ e suddiviso in tre fasi. Il filo conduttore dell'intero progetto sarà la **formazione**: la finalità ultima del percorso insieme sarà infatti quella di insegnare alle risorse interne all'Azienda tutto ciò che serve per conquistare l'autonomia nella gestione di ogni attività coinvolta nel Social Media Management. Di seguito le linee generali di ciascuna fase².

▪ **Fase 1**

La prima fase, indicativamente di **8 settimane**, inizia con le analisi preliminari e l'elaborazione di strategie e protocolli di lavoro. Verranno definiti i piani editoriali (PED) e i calendari delle pubblicazioni (CED), con l'obiettivo di improntare una nuova identità social per Cantine Lunae e Ca' Lunae e per

¹ Possiamo valutare di intervenire contemporaneamente su entrambi i canali o, in alternativa, di partire prima con il progetto social su Cantine Lunae e successivamente – dopo un periodo di tempo da concordare – con quello su Ca' Lunae.

² Un prospetto più dettagliato delle varie attività previste, con relativo workflow, verrà elaborato e fornito una volta raggiunto un accordo circa la proposta di progetto

rafforzare la relativa community. In questa fase, la gestione dei due profili Facebook e Instagram del Brand sarà in carico a JDTW, che coinvolgerà l'azienda nei passaggi chiave. Questo ha come scopo da un lato di assicurare che la comunicazione sia allineata con i desideri del Brand, dall'altro di trasferire alle risorse interne all'Azienda il know-how delle operazioni.

- **Fase 2**

La seconda fase, della durata stimata di **4 settimane**, porterà avanti quanto impostato nella fase precedente, mantenendo le linee definite e arricchendo di ulteriori contenuti la comunicazione social del Brand. L'obiettivo principale di questo periodo è di effettuare il passaggio assistito di alcune operatività alle risorse interne all'Azienda. Verrà ad esempio proposto all'Azienda di redigere i testi per i post e di occuparsi del community management. JDTW continuerà a selezionare i supporti visual e a provvedere alle pubblicazioni.

- **Fase 3**

Anche la fase finale, prevista per ulteriori **4 settimane**, proseguirà con la strategia di comunicazione definita e progressivamente aggiornata negli step precedenti. Una risorsa interna all'Azienda provvederà, in autonomia "vigilata" dal team di JDTW, a tutte le fasi del social media management, dalla redazione del CED alla scelta dei supporti visual, dalla pubblicazione dei contenuti al community management. Il team di JDTW controllerà che tutto prosegua come pianificato, rimanendo a disposizione per risolvere eventuali dubbi e segnalare potenziali miglioramenti.

Riassunto della proposta

Attività	Descrizione	Collocazione
Definizione dell'identità social	Confronto con l'Azienda per precisare gli elementi di base necessari all'elaborazione di una strategia: identità e messaging, pubblico target, obiettivi, <i>Tone of Voice</i> .	Fase 1
Sessioni di shooting	Trasferte del team presso l'Azienda per produrre foto e video <i>ad hoc</i> , finalizzati alla pubblicazione social.	Fasi 1 e 2
Elaborazione della Social Media Strategy	Elaborazione di una strategia di comunicazione concreta per Instagram e Facebook, comprensiva di PED e modalità di gestione, da sottoporre all'Azienda per approvazione.	Fasi 1 e 2
Redazione del calendario editoriale	Redazione di un visual workflow per la programmazione mensile delle pubblicazioni Instagram e Facebook, comprensivo di tipologia di contenuti e date.	Fasi 1 e 2
Creazione del contenuto e pubblicazione	Creazione dei post – con le informazioni e i supporti visual concordati con l'Azienda - e relativa pubblicazione su Instagram e Facebook.	Fasi 1 e, in parte, 2
Community Management	Gestione della community tramite moderazione dei commenti ai post, condivisione dei contenuti in luoghi strategici e altre iniziative volte a intercettare audience e creare <i>engagement</i> .	Fase 1
Report e follow-up	Incontri mensili per discutere performance e risultati social, valutare eventuali aggiustamenti della strategia e analizzare le best practice da poter applicare in autonomia una volta concluso il progetto.	Fasi 1, 2, 3
Formazione continua	Illustrazione dei passaggi, trasferimento del know-how e supervisione delle attività svolte dalla risorsa interna all'Azienda in autonomia	Fasi 1, 2 e 3