

NAMMURI

progetti

SETTEMBRE - DICEMBRE 2024

SOCIAL MEDIA

In questa presentazione, esamineremo i progetti aziendali per settembre-dicembre 2024, con un focus su social media, sito web, email marketing e campagne di fine anno.



01. SOCIAL MEDIA

OBIETTIVI

- Migliorare la percezione del brand
- Aumentare il numero di follower
- Aumentare il tasso di interazione
- Aumentare il numero di contenuti pubblicati

01. SOCIAL MEDIA

AZIONI

1. MIGLIORARE LA PERCEZIONE DEL BRAND:

- Contenuti: Creare contenuti ispirati al mondo dei gioielli (ispirati a Vogue Gioielli) per migliorare il riconoscimento del brand e favorire l'algoritmo
- Namuri Game: Lancio del concept "Namuri Game" per creare percezione di novità tramite teasing e giochi interattivi

01. SOCIAL MEDIA

AZIONI

2. AUMENTARE IL NUMERO DI FOLLOWER:

- Segmentazione target: Definire segmenti di pubblico specifici e mirati
- Aumento budget sponsorizzazioni: Investire in sponsorizzazioni per raggiungere un pubblico più vasto

01. SOCIAL MEDIA

AZIONI

3. AUMENTARE IL TASSO DI INTERAZIONE

- Domande e sondaggi: Incoraggiare la partecipazione tramite domande e sondaggi
- Commenti e conversazioni: Rispondere tempestivamente ai commenti e messaggi per stimolare l'interazione

01. SOCIAL MEDIA

AZIONI

4. AUMENTARE IL NUMERO DI CONTENUTI PUBBLICATI

- Frequenza di pubblicazione: Pubblicare nuovi contenuti ogni giorno
- Repost e condivisioni: Incoraggiare gli utenti a ripostare e condividere le loro esperienze con il brand

SITO WEB



02. SITO WEB

OBIETTIVI

- Refresh visivo e miglioramento dell'esperienza cliente
- Aggiornamento e miglioramento del posizionamento sui motori di ricerca (SEO)
- Aumentare il numero di visite al sito web, clienti acquisiti e vendite

02. SITO WEB

AZIONI

1. REFRESH VISIVO E MIGLIORAMENTO DELL'ESPERIENZA CLIENTE:

- Design intuitivo e luxury: Rendere il sito facile da navigare e visivamente accattivante
- Ottimizzazione mobile: Garantire il funzionamento perfetto su dispositivi mobili
- Pagamenti sicuri: Offrire opzioni di pagamento sicure e affidabili

02. SITO WEB

AZIONI

2. AGGIORNAMENTO E MIGLIORAMENTO DEL POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA:

- SEO: Ottimizzare il sito con parole chiave rilevanti
- Backlink: Ottenere link da siti autorevoli nel settore dei gioielli

02. SITO WEB

AZIONI

3. AUMENTARE IL NUMERO DI VISITE, CLIENTI ACQUISITI E VENDITE

- Campagne pay-per-click: Utilizzare piattaforme come Google Ads
- Retargeting: Mostrare annunci agli utenti che hanno già visitato il sito
- Email di abbandono carrello: Recuperare acquisti persi con incentivi per completare l'ordine

EMAIL MARKETING



03. EMAIL MARKETING

OBIETTIVI

- Generare vendite e aumentare il tasso di apertura
- Aumentare il tasso di clic
- Informare e fidelizzare

03. EMAIL MARKETING

AZIONI

1. GENERARE VENDITE E AUMENTARE IL TASSO DI APERTURA:

- Segmentazione: Dividere la lista contatti in segmenti per inviare email personalizzate
- Oggetti accattivanti: Creare oggetti che invitino all'apertura
- Anteprime: Mostrare collezioni in anteprima per generare curiosità

03. EMAIL MARKETING

AZIONI

2. AUMENTARE IL TASSO DI CLIC:

- Call to action chiare: Utilizzare CTA chiare e persuasive
- Design accattivante: Rendere le email visivamente attraenti

3. INFORMARE E FIDELIZZARE:

- Nuove collezioni e intrattenimento: Inviare aggiornamenti regolari

PIATTAFORMA E AGENTI

PROGETTI - OTTOBRE



04. PIATTAFORMA E AGENTI

OBIETTIVI

- Migliorare la comunicazione social degli agenti

AZIONI

1. MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE SOCIAL DEGLI AGENTI:

- Restyle piattaforma: Migliorare l'interfaccia e funzionalità
- Aggiornamento continuo: Aggiornare costantemente la piattaforma con nuove risorse utili
- Formazione: Offrire formazione per migliorare la presenza online degli agenti

NUOVI CANALI DI COMUNICAZIONE



05. NUOVI CANALI DI COMUNICAZIONE

OBIETTIVI

- Espandere la presenza del brand su nuovi canali

AZIONI

1. APRIRE NUOVI CANALI DI COMUNICAZIONE:

- TikTok: Sviluppare un nuovo linguaggio per promuovere la linea di gioielli "JOY"
- LinkedIn: Creare contenuti business rivolti ai gioiellieri

2. MAISON NAMURI:

- Esclusività: Creare pagine e gruppi segreti per mantenere un'aura di mistero
- Anteprime e contenuti riservati: Pubblicare contenuti esclusivi solo per membri selezionati

CAMPAGNE DI FINE ANNO



06. CAMPAGNE DI FINE ANNO

OBIETTIVI

- Promuovere le festività e spingere la linea gioielli Maison

AZIONI

1. PUBBLICITÀ FESTIVITÀ:

- Sponsorizzate social mirate per le festività

2. SPINTA LINEA GIOIELLI MAISON:

- Analisi e sviluppo di nuovi progetti per il 2024

f i n e