

Organizza il tuo lancio con la tecnica dello Storytelling

DATA
PREPARAZIONE

Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Definizione dell'Identità del brand	Conoscenza del Pubblico Target	Scelta del Prodotto Chiave (che soddisfa quello che hai indicato in precedenza)	Sviluppo di Racconti Brevi	Creazione di Contenuto Visivo	Pianificazione dei Canali di Distribuzione	Programmazione dei post, dei video e delle storie
	Analisi dettagliata del pubblico di riferimento.	Selezionare il prodotto da promuovere durante la settimana.	Scrivere brevi racconti riguardanti l'origine del prodotto.	Creare immagini coinvolgenti che supportino i racconti.	Identificare i canali di vendita online e offline.	
Identificare i valori e la missione del brand.	Creare profili di acquirenti ideali.	Identificare elementi unici e storie connesse al prodotto/servizio	Concentrarsi su momenti emozionanti, sfide superate o ispirazioni.	Utilizzare foto autentiche, illustrazioni o grafiche.	Creare una tabella di contenuti per la pubblicazione su social media.	
Creare un breve messaggio di branding che catturi l'essenza dell'azienda.	Identificare le emozioni chiave che influenzano le decisioni di acquisto (bisogni, paure, desideri ecc)	Creare un elenco di caratteristiche e benefici distintivi.	Assicurarsi che i racconti siano brevi e coinvolgenti.	Realizzare un breve video introduttivo al prodotto.	Programmazione dei post, dei video e delle storie.(suddividi con il giorno successivo se vuoi)	

Calendario Social

DATA INIZIO E
FINE DELLA
PROMOZIONE
/PUBBLICAZIONE

POST/CAROSELLI O
REELS

Lunedì

Posta un'immagine tua o logo del brand e Condividi la tua storia (perché fai quello che fai, come e quando nasce, e cosa vuoi trasmettere al tuo biblico)

- Utilizza hashtag rilevanti e coinvolgi il pubblico con una domanda finale

Nelle storie argomenta in modo più ampio tutto ciò, annunciando che oggi vuoi vuoi che il tuo pubblico sappia di più su di te , poi invita a leggere il post e dopo continua a dire qualcosa in più su di te e il tuo brand coinvolgendo il tuo pubblico con

Martedì

Pubblica una grafica dov'è fai una domanda che colga l'interesse sull'argomento che con il tuo prodotto o servizio andrai a risolvere (senza menzionare il prodotto) parla solo della tematica (esempio se avrai a vendere una crema per le rughe , oggi parla solo del bisogno che la pelle ha di nutrirsi quotidianamente)

Amplia l'argomento citato sopra , racconta di più, menziona esperienze tue o di terzi (crea una storia) sulla problematica in questione (del prodotti che sta per uscire (esempio : racconta di come ti senti tu senza la beauty routine , quali sono le tue abitudini ecc)

Mercoledì

Posta un video di anticipazione sul tuo prodotto o servizio , dove mostri solo alcuni dettagli (senza svelare completamente tutto) . il testo deve richiamare l'attenzione sul problema che stai per andare a risolvere (o suscitare desiderio in ciò che stai per

annunciare tuo dietro le quinte sulla preparazione del prodotto o del packaging ecc.. raccontati

Annuncia con gioia che domani mostrerai il prodotto /kit/box o servizio nel dettaglio

Giovedì

Posta (scegli tu il formato) il prodotto in tutta la sua bellezza e contestualizzalo

il testo deve contenere la tecnica Aida. (Inizia generando attenzione sul problema o, soluzione desiderio, genera interesse e desiderio sul prodotto e poi concludi con un invito all'acquisto

Svela il tuo prodotto annunciato e racconta le tue emozioni nel averlo creato o provato , gioia dolori, disavventure , ecc

Venerdì

Annuncio principale delle offerte con un'immagine o video coinvolgente. (Mostra il prodotto da altre angolazioni o utilizzi)

- Evidenzia i dettagli chiave delle promozioni (se ne hai una)
- CTA diretto all'acquisto con link o indicazioni su come approfittare dell'offerta.

Mostra i pacchi in partenza creandoci storytelling, o semplicemente mostra come li impacchetti con cura

Sabato

mostra in foto o video Clienti che Utilizzano i Prodotti

- Raccogli video o foto inviate dai clienti che utilizzano i prodotti acquistati.
- Crea un montaggio dinamico di come le persone stanno sfruttando le offerte.
- Aggiungi un messaggio di gratitudine per il supporto. (se non li hai crea dei tuoi)

Rispondi alle domande dei follower sulle promozioni con una sessione di Q&A.

Condividi screenshot di clienti che effettuano acquisti e testimonianze anche se sono più vecchie

Domenica

Ultimo richiamo all'azione per sfruttare le offerte prima della chiusura.

- Evidenzia i vantaggi distintivi delle promozioni.
- Ringraziamento finale per la partecipazione e l'interesse

Countdown finale con testo che sottolinea che è l'ultima possibilità di approfittare delle offerte.

- Storia 2: Condividi testimonianze dell'ultimo giorno di clienti soddisfatti.

Organizza il tuo lancio

DATA
ANTICIPAZIONE

	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
INSTAGRAM							
IG/FB DIRETTE FACOLTATIVE							
IG/FB STORIES							

Calendario Social

DATA
PROMOZIONE

	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
INSTAGRAM							
IG/FB DIRETTE FACOLTATIVE							
IG/FB STORIES							