

Utláb

Artigeco

Versione 1.0 del 20/05/2020

Indice

| | |
|---|-----------|
| Artigeco | 3 |
| Chi è Artigeco | 4 |
| La relazione con le clienti | 5 |
| Le pagine social apprezzate da Chiara: Spazioespanso (Facebook e Instagram) | 6 |
| Le pagine social apprezzate da Chiara: Sottobosco (Facebook e Instagram) | 8 |
| La pagina Facebook di Artigeco | 10 |
| | |
| La cliente Artigeco | 11 |
| Per lei l'acquisto è... | 12 |
| Per lei l'acquisto non è... | 13 |
| Chi è Artigeco per le sue clienti? | 14 |
| Prime idee... | 15 |
| | |
| Verso il brand Artigeco | 16 |
| Mappa «Verso il brand Artigeco» | 17 |
| Piano di azione dettagliato | 18 |

Artigeco

Artigeco è una piccola comunità di persone accomunate da uno stesso gusto estetico, dall'attenzione intelligente a un buon rapporto qualità prezzo e dalla passione per piccoli momenti condivisi di piacevolezza.

Chi è Artigeco?

Artigeco è un negozio di vestiti nel quartiere Celio di Roma: nasce con l'intenzione di offrire alle clienti **abiti e accessori** di fattura **artigianale, eleganti, di qualità** e allo stesso tempo **casual, essenziali** ma anche **non ordinari**.

L'anima del negozio è quella dei suoi titolari, Chiara e suo marito Marco: Artigeco per loro è prima di tutto un modo per divertirsi, far sentire bene le persone grazie agli abiti e a un'atmosfera familiare che le accoglie in uno spazio di armonia e leggerezza.

Artigeco è una **piccola comunità di persone** accomunate da uno **stesso gusto estetico**, dall'attenzione intelligente a un **buon rapporto qualità prezzo** e dalla **passione per piccoli momenti condivisi di piacevolezza**.

Artigeco offre alle sue clienti, oltre a abiti e accessori di qualità, **un'esperienza di relazione fatta di amicizia, di cura e valorizzazione di sé**.

Clienti che non si rispecchiano in questa visione non si affezionano o si distaccano infatti quasi naturalmente.

Non emerge infatti una netta distinzione in termini di target: **Artigeco è frequentato da donne di tutte le età e dai budget variegati**. Nelle parole della sua titolare *“tutti quelli affini a noi si trovano bene”*.

Il punto di forza degli abiti che si trovano in Artigeco sono **i tessuti**, aspetto a cui le clienti fanno particolare attenzione.

La relazione con le clienti

Le clienti Artigeco si affeziono all'esperienza che possono avere nel negozio: oltre al gusto estetico cercano la relazione umana, **amichevole, leggera, divertita** che possono avere con i suoi titolari e le altre frequentatrici del negozio.

La relazione che Artigeco ha con le sue clienti è di **confidenza**: ogni cliente è trattata con **attenzione** e **dedizione** grazie a **consigli su misura, offerte dedicate, modalità di pagamento e di prova degli abiti di favore**; ma anche con l'offerta di **tè, caffè e aperitivi** alla **cerchia di clienti-amiche** del negozio.

Di conseguenza il canale principale con cui una nuova cliente entra in contatto con Artigeco è per lo più il **passaparola**.

La relazione con le clienti è un **dialogo continuo** che avviene tramite 3 canali principali:

- **Mailing list**
- **WhatsApp**
- **Facebook.**

WhatsApp è il canale preferito e preferenziale per la comunicazione con le clienti più affezionate perché **diretto e personale**. In ogni caso la pagina Facebook è apprezzata proprio perché replica l'atmosfera familiare, accogliente e simpatica che si trova in negozio.

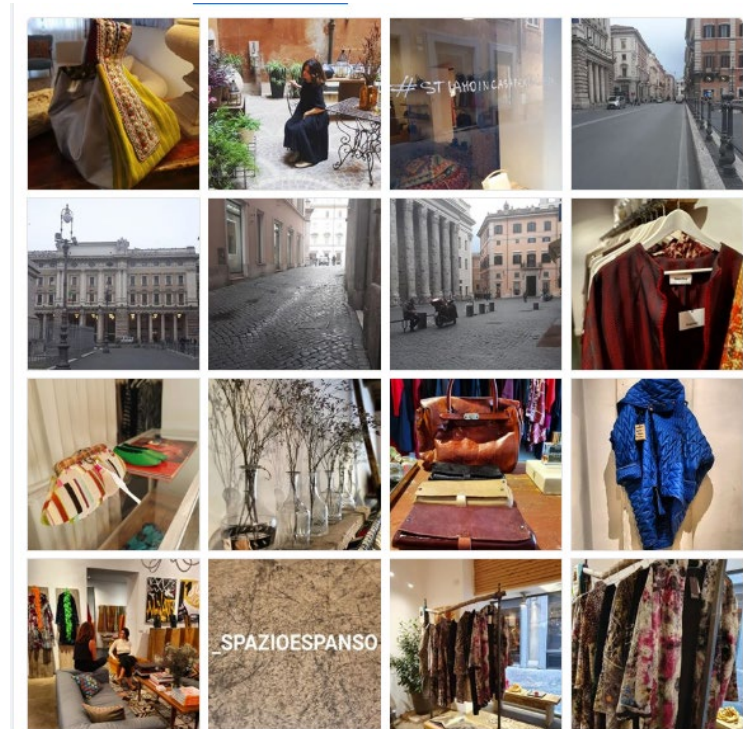
Le pagine apprezzate da Chiara: Spazioespanso (1/2)

Facebook

N.B. Spazioespanso a partire dal 29 aprile ha cominciato a vendere su Facebook.



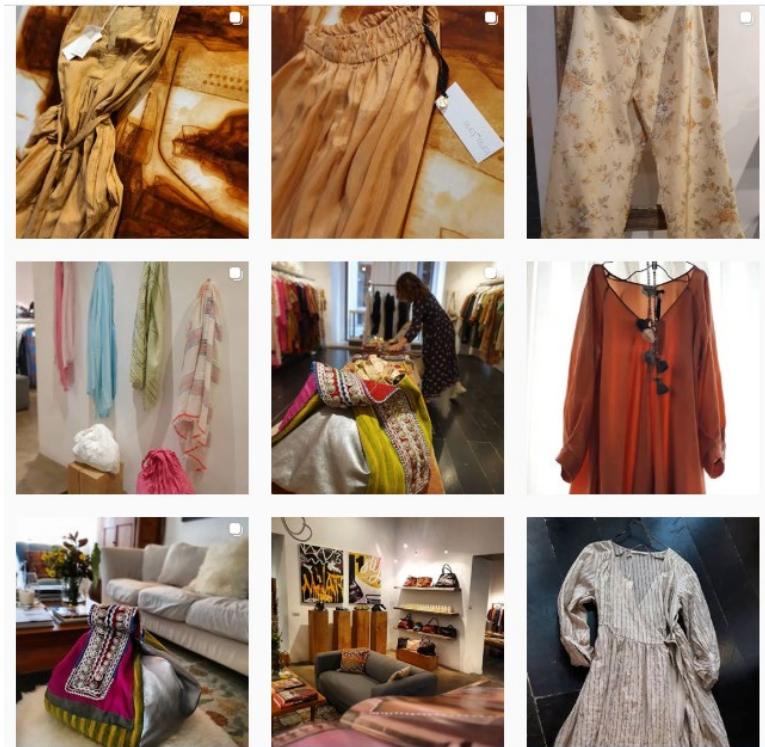
Spazioespanso Roma



Le pagine apprezzate da Chiara: Spazioespanso (2/2)

Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'spazioespanso'. The profile picture is a circular image with the text 'SPAZIOESPANSO'. The bio reads: 'Spazioespanso nasce nel 2003. Con una forte vocazione espositiva presenta moda, arte e design in uno stile eclettico e del tutto personale. www.spazioespanso.com'. The page shows 401 posts, 1,393 followers, and 304 profiles followed. Below the bio are seven suggested accounts: #stiamoinc..., autunno 20..., my shop, zucca 2020, zucca 2020, #totalwhite, and librigu..... The main feed is set to 'POST' and shows three images of a clothing store interior. The first image shows a woman in a dark blue suit holding a brown suitcase. The second image shows a woman in an orange dress. The third image shows a woman in a dark dress looking at a red garment on a rack.



Le pagine apprezzate da Chiara: Sottobosco (1/2)

Facebook



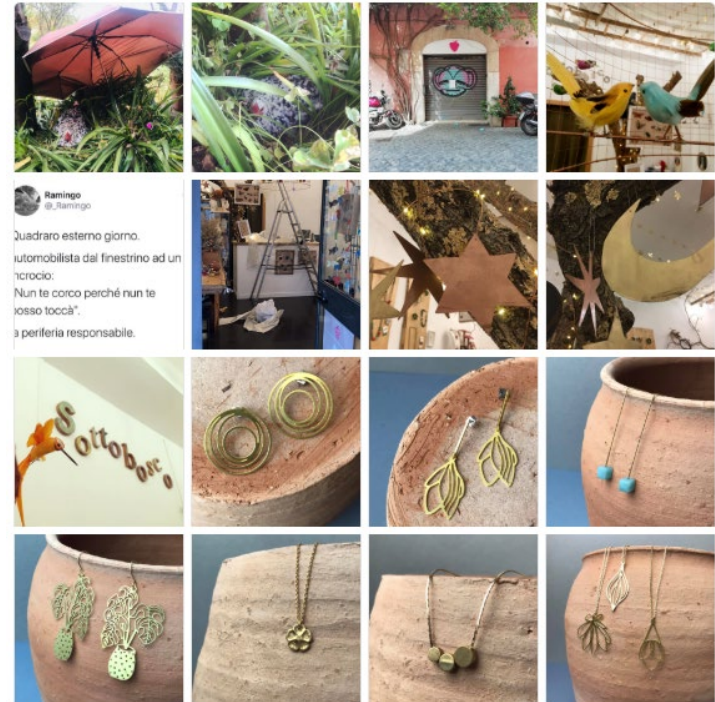
Sottobosco

Negoziò di articoli da regalo

[Invia un messaggio](#)

[Home](#) [Recensioni](#) [Foto](#) [Community](#) [Altro](#)

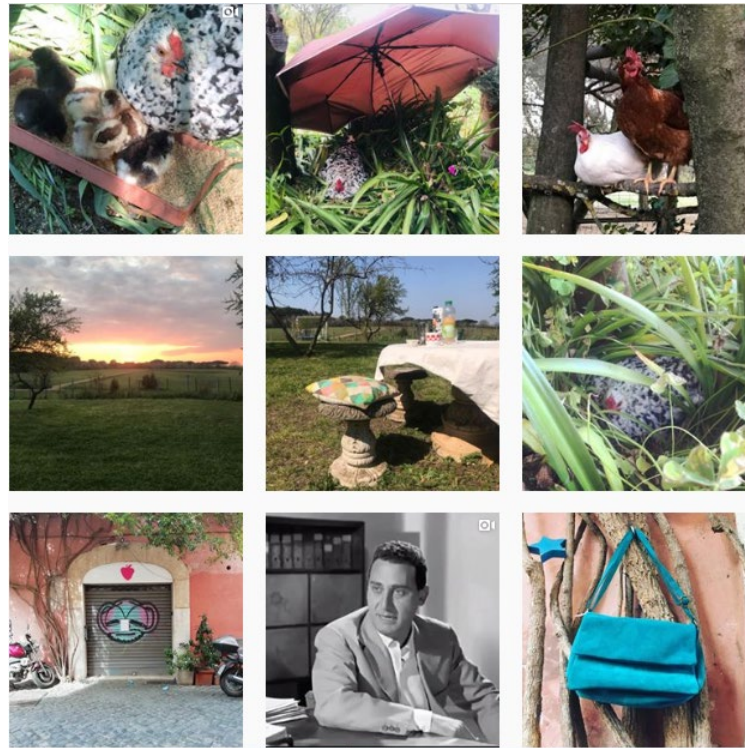
[Mi piace](#) [Q](#) [...](#)



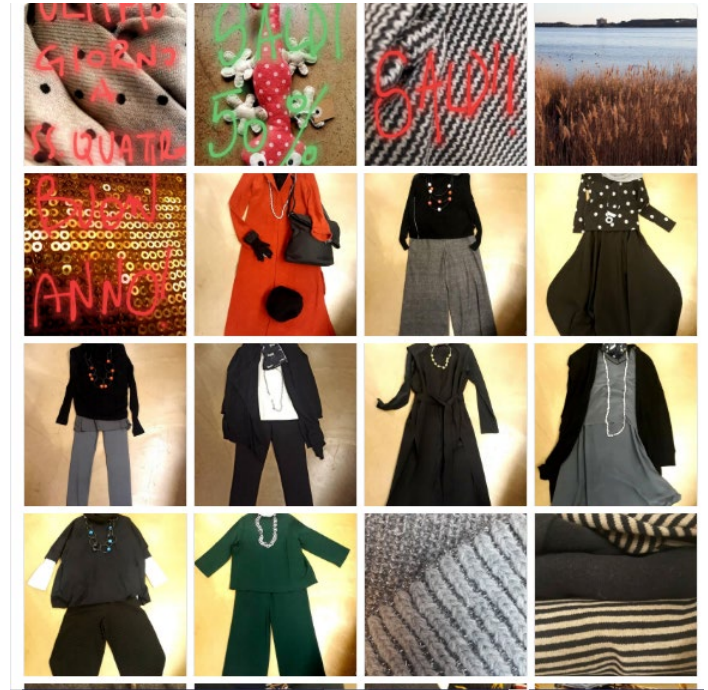
Le pagine apprezzate da Chiara: Sottobosco (2/2)

Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'sottobosco_monti'. The profile picture is a pink apple logo with the text 'Sotto Bosco' inside. The bio includes the name 'sottobosco', the category 'Design e moda', the address 'Via Baccina, 40 Roma (Rione Monti)', and operating hours 'Mon-Sat 11:00am-19:30pm'. It also lists contact information for WhatsApp and Facebook. The profile has 1,270 posts, 5,865 followers, and 893 profiles followed. A row of seven user avatars is shown below the bio, with labels: 'White leaves', 'Sciarpe', 'Spille resina', 'Loqui', 'Pins', 'Saldo capp...', and 'Ciondoli...'. The main feed area shows a grid of images, with the first three images being a close-up of a dog's face, a garden scene with a red umbrella, and two chickens perched on a tree branch.



La pagina Facebook di Artigeco



La cliente Artigeco

La cliente Artigeco è una donna dalla personalità definita e decisa: appassionata, esigente, attenta, esperta, creativa, realista, dai gusti ricercati ma pratici.

Per lei l'acquisto è...

- **Identificazione, innamoramento:** l'esperienza di shopping è una passeggiata tra negozi di riferimento in cui si sa di trovare quello che si cerca, oppure è esplorazione di vetrine e luoghi che catturano l'attenzione perchè ci si rispecchia nell'immagine trasmessa dal negozio tramite i vestiti e l'ambiente.
- **Scelta consapevole:** il prezzo conta relativamente se l'abito incontra i suoi gusti, le sue esigenze, la qualità di fattura e materiali che cerca.
- **Un'esperienza diretta, umana:** comprare un abito è un modo per entrare in relazione, sentirsi a proprio agio con sè stessa, valorizzata, supportata, assicurata con simpatia, calore, sincerità ma anche serietà, rispetto, affidabilità.
- **Un'esperienza fisica:** sceglie attraverso il tatto (tessuti) e la vista (i colori, il contesto).
- **Un racconto.** La scelta di un abito è prima di tutto un momento di piacere da dedicare a sè stessa: il confronto con il venditore è fondamentale per far sì che l'esperienza di acquisto sia tale. L'abito deve esserle raccontato in maniera appassionata, esperta, autentica ma anche leggera e gioiosa, come è lei.

L'acquisto per lei NON è...

- **Un semplice bisogno di un capo per coprirsi:** un abito è un modo per essere sé stessa.
- **Una perdita di tempo:** l'acquisto di un abito è un momento da vivere con concentrazione, attenzione, senza distrazioni.
- **Al centro commerciale:** comprare un abito è un momento in cui sentirsi al centro dell'attenzione ma anche rilassata, in buone mani, rassicurata.
- **Online:** acquistare un abito non conforme alle proprie aspettative non è una possibilità. L'esplorazione online è quasi sempre complementare all'acquisto fisico ed è apprezzata se descrive con accuratezza, precisione e attenzione ai dettagli e all'estetica il capo e la sua vestibilità.

Chi è Artigeco per le sue clienti?

- Chiara è un sentimento di affettuosa amicizia per lei e la sua personalità gioiosa, serena, accogliente, rasserenante, divertente.
- Una boutique con cui sono entrate in contatto perché nel quartiere o introdotte da amiche o figlie. Molte sono entrate dopo essersi innamorate della vetrina, poi sono rimaste conquistate dall'ambiente caldo del negozio e dall'atmosfera autentica e familiare.
- Abiti che durano nel tempo dallo stile lineare, pulito, contemporaneo, innovativo ma mai stravagante, elegante, sinuoso, mai banale, pratico e versatile.
- Un "guardaroba personale": andare da Chiara significa provare gli abiti, trovare il capo più adatto a sé, sentirsi supportate da un'amica, sentirsi libere e fare come se si fosse a casa propria.
- Marchi ricercati, selezionati con cura, intelligenza e sempre con l'impronta personale di Chiara, artigianali, di nicchia ma anche dall'ottimo rapporto qualità prezzo. Indossare un abito Artigeco fa sentire diverse, speciali.
- Un appuntamento settimanale con un punto di riferimento, di ritrovo di un circolo di amiche accomunate dalla passione per la bellezza, la semplicità, la praticità, ogni forma di cultura ma anche dal piacere di condividere esperienze di vita.
- Chiara replica i rapporti personali di amicizia con ciascuna delle sue clienti-amiche tramite il gruppo e chat personali su WhatsApp. Mailing list e la pagina Facebook non sono emersi come canali fondamentali di contatto.

Prime idee...

- 1. Coinvolgere la comunità di clienti** informandole delle modalità di visita e di acquisto del negozio, ma anche informandole delle iniziative che Artigeco intraprenderà per rispondere a questo momento.
 - **Creare una scheda appuntamenti** per accogliere le persone in negozio rispettando i vincoli del momento.
 - **Cominciare a creare uno shopping online “artigianale”**. Si potrebbero prevedere 1/2 giorni a settimana per le consegne e ritiri dei vestiti a casa delle clienti, almeno quelle abituali e nelle vicinanze.
- 2. Rafforzare i social e creare un’esperienza testo e immagini Artigeco.** Il tono di voce di Artigeco è molto ben definito, Chiara ha il suo modo, vincente, di parlare alle clienti. Il modo di parlare di Chiara si presta a una comunicazione social più strutturata e continuativa.
 - **Definire i contenuti.** Offrire approfondimenti sui tessuti, sulla ricerca di abiti e accessori e delle marche che si possono trovare da Artigeco, immagini di outfit, ma anche “notizie sulle avventure di Chiara”. L’obiettivo sarebbe raccontare piccole storie che compongono la personalità di Artigeco.
- 3. Provare con la vendita sui social.** Si potrebbe aprire una vetrina su Facebook per replicare gli outfit che Chiara crea nella vetrina del negozio (Si potrebbe poi mantenere quel rapporto di confidenza pensando a qualche idea creativa e simpatica per le consegne/ritiri in negozio/a casa).

Verso il brand Artigeco

Mappa e piano di azione dettagliato

Utláb

Verso il brand Artigeco

! Per iniziare !



Comunicare alle clienti le iniziative che Artigeco intraprenderà in questo momento

Creare una sorta di prontuario da inviare alle clienti via WhatsApp, Facebook, mail etc. Per tenerle informate sulle nuove modalità di visita e acquisto nel suo negozio in questo momento storico molto delicato.



**Brand
_Artigeco**

CREARE UN BRAND

Il tono di voce e i contenuti devono trasmettere il mondo e la personalità di Chiara con tutta la sua visione del vestirsi (come sceglie i tessuti, i marchi, la rifinitura e la palette di colori). Un'esperienza visiva Artigeco.



**Pagina
_FB**

VETRINE ONLINE SUI SOCIAL

Fare emergere nella pagina Facebook la filosofia di Chiara attraverso la creazione di una vetrina che faccia emozionare chi la guarda come succede per le clienti all'interno del negozio. Questa vetrina sulla pagina Facebook oltre ad offrire alle clienti attuali uno nuovo modo di interagire con il mondo di Artigeco, può creare una sorta di "passaparola" virtuale per raggiungere nuovi clienti affini alla visione del mondo Artigeco.



**Contenuti
_Newsletter**

OUTFIT E CURIOSITÀ

Riorganizzare in modo pensato e innovativo i contenuti da offrire all'interno della newsletter, in modo che le clienti possano vedere gli outfit e leggere curiosità ma anche ricevere indicazioni su come acquistare o raggiungere il negozio.







**Shop online
_Artigeco**

VENDERE ONLINE

Creazione di un shop online legato a un merchant per i pagamenti online che mantenga lo spirito artigianale del mondo Artigeco e che dia la possibilità alle clienti di consultare le collezioni in maniera accurata e con un approccio alla "Chiara".

Piano di azione dettagliato (1/2)

| | Rimanere in contatto | Promuovere | Mostrare | Far provare | Vendere online |
|---|---|--|---|--|--|
|  <p>Perché</p> | Artigeo è un catalizzatore, le clienti apprezzano e stimano Chiara. Rimanere in contatto con loro è importante per rafforzare il senso di vicinanza a un luogo ritenuto per molti importante. | Per far conoscere le specificità dei prodotti di abbigliamento, come tessuti, fattura e colori. Anche i brand accuratamente selezionati da Artigeo sono una caratteristica importante. | La ricercatezza del catalogo è un aspetto molto importante per le clienti ed è importante comunicarla. La vestibilità e la fattura dei prodotti sono i fattori chiave più apprezzati dalle Clienti Artigeo. | Per mantenere il contatto umano e far vivere l'esperienza del negozio fisico a chi non ha la possibilità di acquistare online o per chi non vuole farlo. | Per mantenere un canale di vendita verso un pubblico più ampio senza la visita in negozio. |
|  <p>Modalità per farlo</p> | Sarà importante mantenere i contatti con piccoli eventi dal vivo nel negozio e da far fruire a distanza. | Sarà importante comunicarlo con foto o video, creando delle vetrine virtuali partendo da quelle fisiche del negozio. | Sarà importante comunicarlo con delle visite guidate a tema o dei video con delle clienti che si prestano a fare da modelle o con la stessa Chiara che fa da modella con gli abiti che vende. | Fissare degli appuntamenti su una griglia settimanale precostituita. | Prendere degli ordini direttamente dalle clienti. |
|  <p>Come (strumenti)</p> | WhatsApp è lo strumento più immediato perché è, o facilmente può essere, nelle disponibilità di tutti. Possono essere creati piccoli gruppi per incontri in diretta. | WhatsApp e una newsletter inviata ai contatti già esistenti. | WhatsApp, con tutti i limiti, è lo strumento a costo zero per farlo. | Un calendario elettronico gratuito o un foglio Excel. | Telefonicamente, con WhatsApp e via email. |
|  <p>Budget da prevedere</p> | Nessuno. | Nessuno o basso per allestire un angolo nel negozio per effettuare le foto. | Nessuno. | Nessuno. | Nessuno. |

Piano di azione dettagliato (2/2)

Rimanere in contatto

Promuovere

Mostrare

Far provare

Vendere online



Limiti



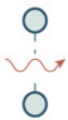
La "community" di Artigeco è al momento esclusiva.



Il numero dei contatti di Artigeco è limitato.



Il numero delle persone da poter coinvolgere è limitato.



Gestire gli appuntamenti con reminder e agenda manuali può portare a doppi appuntamenti.



La gestione manuale delle vendite e degli incassi con gli strumenti indicati può generare errori o ritardi.



Opportunità



Allargare la "community" attraverso canali alternativi, come le dirette Instagram o Facebook.



Allargare la "community" attraverso canali alternativi, come le dirette Instagram o Facebook.



Creare degli eventi per illustrare il catalogo con visite guidate a tema.



Dare la possibilità di prenotare una prova o una visita online.



Creare uno shop online può permettere di ampliare il numero dei clienti, anche al di fuori della città.



Dove investire



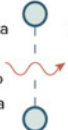
Strategia social mirata ad allargare la "community".



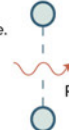
Strategia social mirata ad allargare la "community".



Una telecamera GoPro con l'accessorio per sistemarla sulla testa e un sistema di videoconferenza (Zoom). In questo modo si potranno mostrare gli abiti con le mani libere a un'ampia platea di persone.



Un gestore di appuntamenti online. Per esempio <https://www.prenotoprima.it/> o altro simile.



Uno shop online legato a un merchant per i pagamenti online. Per esempio SumUp, o Ebay con Paypal. Un sistema di spedizioni agile, come TNT Ricarica.

Progetto a cura di

Utláb