

! 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".



Perché

Rimanere in contatto

Artigeco 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.

Promuovere

Per far conoscere le specificità dei prodotti di abbigliamento, come tessuti, fattura e colori. Anche i brand accuratamente selezionati da Artigeco sono una caratteristica importante.

Mostrare

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 Artigeco.

Far provare

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.

Vendere online

Per mantenere un canale di vendita verso un pubblico più ampio senza la visita in negozio.



Modalità per farlo

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 prestino 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 preconstituita.

Prendere degli ordini direttamente dalle clienti.



Come (strumenti)

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.



Budget da prevedere

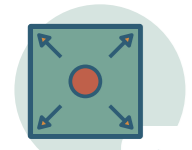
Nessuno.

Nessuno o basso per allestire un angolo nel negozio per effettuare le foto.

Nessuno.

Nessuno.

Nessuno.



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.