

COCCOLEBIMBI

— STRATEGIA DI LANCIO —

RAINBOW CLOUDS

Molo x CoccoleBimbi

Mission

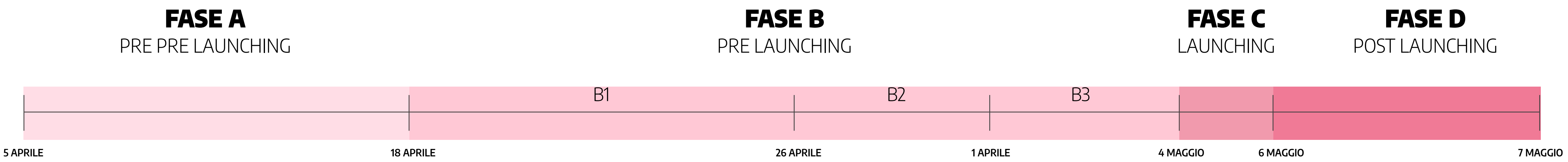
Breve periodo: Creare Hype intorno al progetto, rinominare le vecchie edizioni della Rainbow Clouds per creare un collegamento. Far capire tramite piccoli spoiler nella fase B2 B3 (fase 2) che la capsule RC sta tornando e raccontare del progetto.

Obiettivo da raggiungere: raccolta di contatti - Lead Generation e far vedere loro che una capsules collection verrà presto lanciata. Più contatti riusciamo a raccogliere, più sarà probabile che questi passino nella fase successiva del funnel di comunicazione.

Lungo periodo: Rainbow Clouds 3 è tornata. The Children For Peace lancia la RC3 Molo x CoccoleBimbi. Il ricavato andrà in benef ai bambini dell'Uganda. Obiettivo del Piano di Comunicazione:

- Obiettivo di conversione - Vendita: aumentare le vendite della capsules collection RC3 per raccogliere più fondi possibile.
- Obiettivo di conversione - Comunicazione: comunicare l'unione tra Molo, brand sostenibile e CoccoleBimbi.
- Obiettivo di conversione - Brand Awareness: aumentare la brand Awareness di CoccoleBimbi e Molo con:
 - .- Vendita di un prodotto sostenibile (tutta la capsules collection è prodotta in cotone organico GOTS)
 - Attività di co-branding: Molo si lega a CB e viceversa
 - Attività di seeding: aumentare la brand awareness attraverso l'associazione dei brand con le infl.
 - Intensificare il rapporto con la community

Time Line



FASE A

PRE PRE LAUNCHING

DAL 5/4 AL 18/4

LANDING PAGE

Una landing page sul sito CoccoleBimbi.com, con creatività semplice/basic in cui si comunica del ritorno della Rainbow Clouds, senza comunicare data e spoiler vari. Nella landing page ci sarà un form di raccolta contatti per tenere aggiornati chi si iscrive. In alternativa a questa si potrebbe pensare di effettuare una raccolta Lead tramite il form di FB e rimandare, nell'ultima parte di questo form ad una landing page che stimola la curiosità del cliente o del potenziale cliente.

*Con creatività semplice/basic si intende una creatività che comprende un background monocromatico (si farà riferimento al pantone utilizzato per scattare la campagna RC) con il copy che rimanda

NEWSLETTER

Di conferma iscrizione con focus sulle precedenti edizioni.

ADV

Post e Stories - form di prenotazione. Creatività semplice come in landing page, con l'aggiunta di un video in cui in breve raccontiamo le edizioni precedenti.

Obiettivo: LEAD GENERATION - INIZIARE A PARLARE DEL PROGETTO.

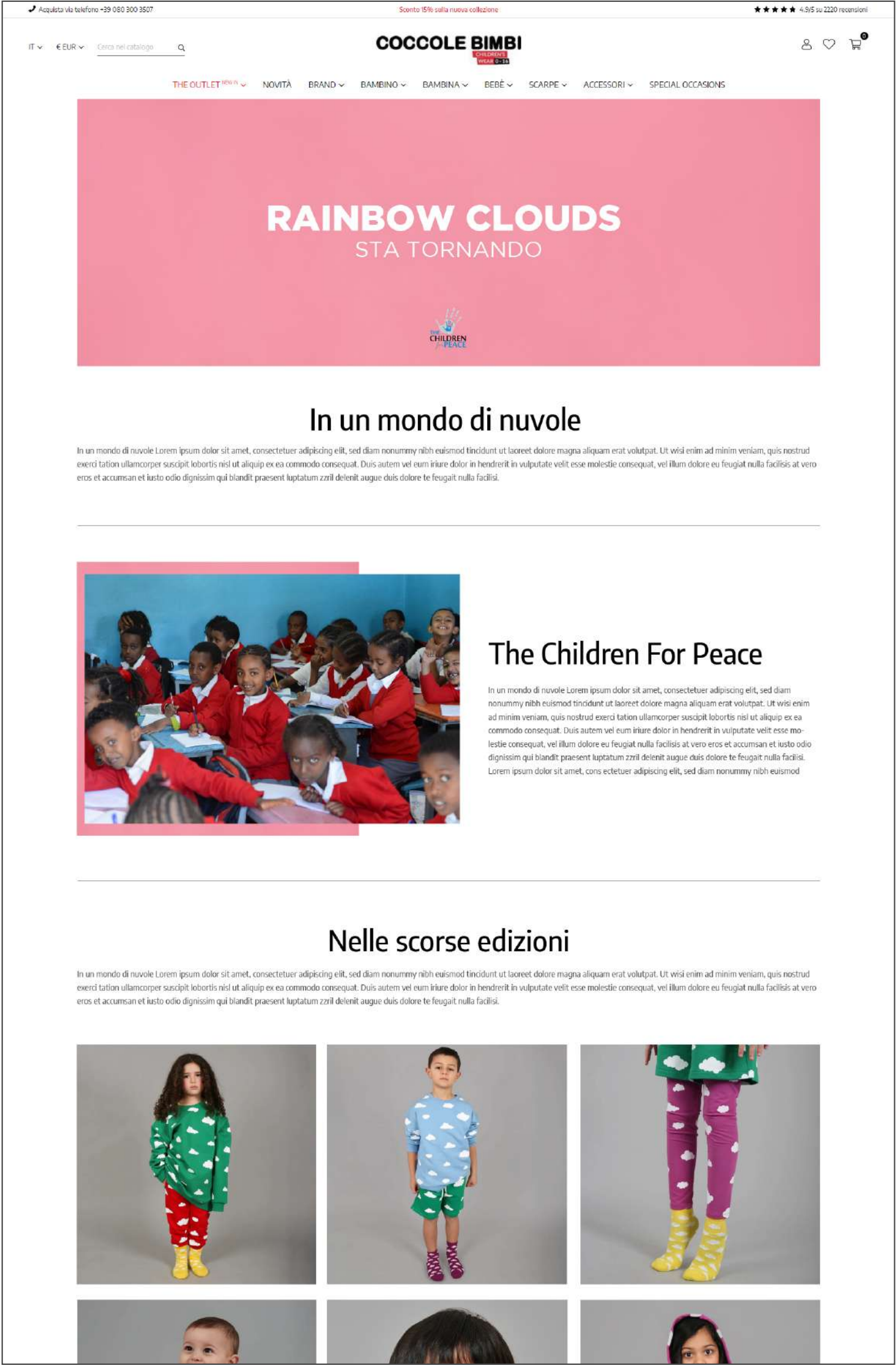
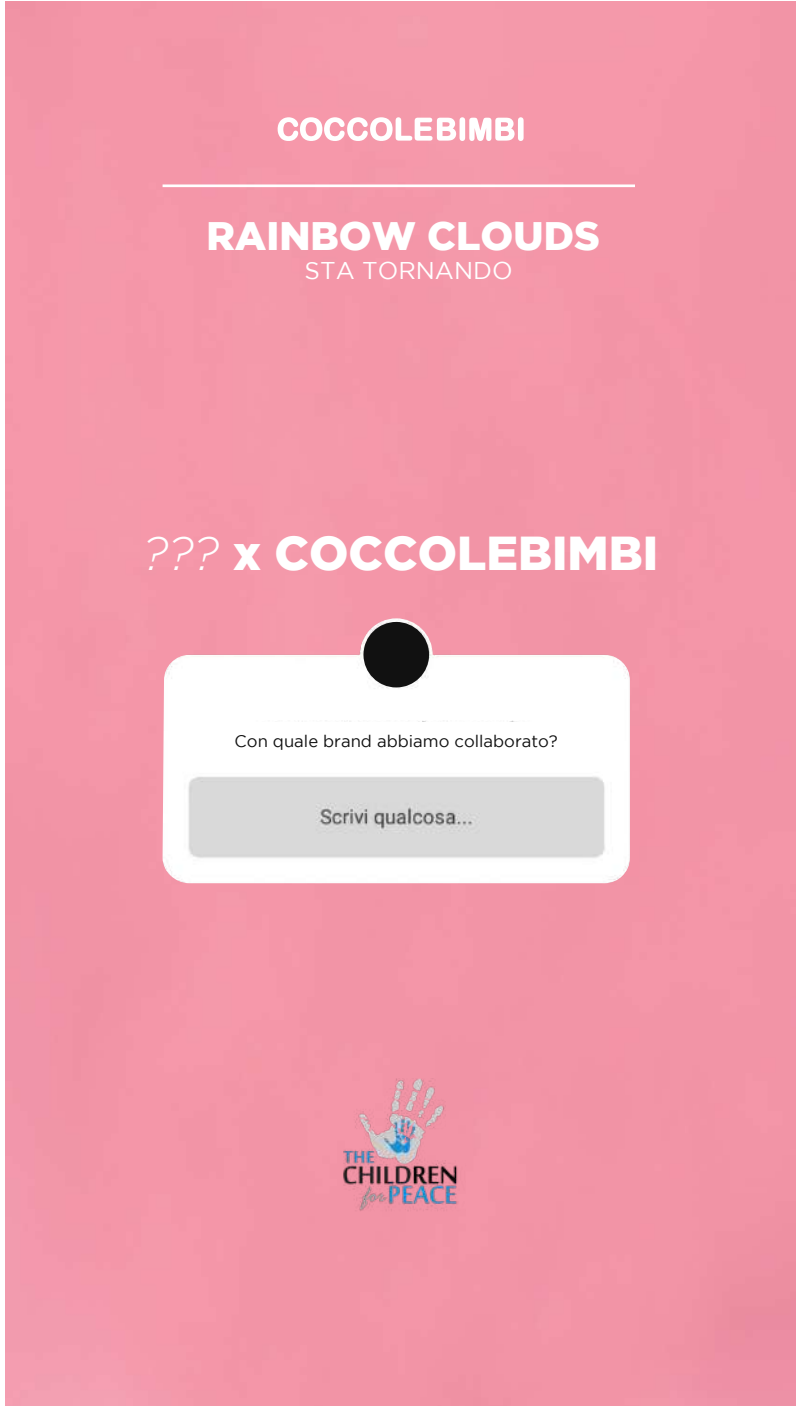
FOCUS MOLO

Post, Stories e Newsletter comunicando il brand Molo, non facendo riferimento direttamente alla collaborazione per la capsule, ma concentrandosi solo sul brand Molo. In questo modo andiamo a preparare l'utente della community CB, rafforziamo la brand Awareness di Molo.

CARD

- Card da inserire nei pack CoccoleBimbi, con QR Code che rimanda alla landing e che con un breve copy stimola la curiosità del cliente/potenziale cliente RainbowClouds " La Rainbow sta tornando".

- Card Molo da inserire nei pack CoccoleBimbi, con foto di campagna o altri focus (Fornita da @Molo).



FASE DI TEASING, DOVE COMUNICHIAMO CHE LA RAINBOW STA TORNANDO MA NON DIAMO ALTRI DETTAGLI.

DAL PUNTO DI VISTA PERCETTIVO, ACCOMPAGNAMO IL RICEVENTE DELLA COMUNICAZIONE AL COLORE PRIMARIO DELLA CAMPAGNA DI LANCIO, CREANDO LE BASI PER L'IDENTITA DELLA STRATEGIA STESSA.

LANDING PAGE	Nella landing page incominciamo a dare più dettagli, sveliamo con chi abbiamo collaborato per la creazione della capsule , avviando countdown e annunciando la data di lancio . Sulla creatività incominciamo a mostrare texture della capsule.
NEWSLETTER	Newsletter sulla data di lancio
ADV	Storia e Post ADV - Storia e post con creatività in cui comunichiamo “Molo x Coccolebimbi” e data di lancio
CARD	Inserire post card nei pacchi che partono da coccolebimbi.com, con stessa creatività del banner landing page



NELLA CREATIVITÀ SVELIAMO LA DATA, SVELIAMO
LE COLLAB E DIAMO VIA A UN COUNTDOWN

DAL PUNTO DI VISTA PERCETTIVO, MOSTRIAMO LA TEX-
TURE DI NUVOLE A FORMA DI CUORE.



LANDING PAGE	Nella landing page ancora attivo countdown e form contatti.
NEWSLETTER	Continuiamo a svelare la data di Lancio della Capsule Collection raccontando degli attori protagonisti di questa.
ADV	Storia e post con la stessa creatività del banner della landing page. OBIETTIVO: LEAD GENERATION - SVELARE LA DATA DI LANCIO - STIMOLARE LA Curiosità
PODCAST Cesare Morisco	3 puntate da 3 min l'una, in cui Cesare parla della capsule, di Molo, del progetto TCFP. In questi video Cesare parlerà del progetto e il vibe sarà quello di un'intervista muta in cui lui svela i tratti distintivi della capsule collection. Perchè Molo, perchè Rainbow Clouds, perchè TCF, perchè i colori e quando lanciamo.
WEBSITE	<ul style="list-style-type: none">- Banner Leaderboard- Voce nel menù

LANDING PAGE

Nella landing page inseriamo still life dei capi della capsule. Sveliamo la collezione, la facciamo vedere e continuiamo a comunicare la data di lancio, quindi il countdown sarà ancora attivo.

NEWSLETTER

Newsletter sulla diretta tra Piero Piazzi e Cesare Morisco. Lo scopo sarà quello di informare il target sulla data della diretta tra Piero Piazzi e Cesare. Potremmo prevedere anche una seconda newsletter post diretta tra Piero Piazzi e Cesare Morisco.

ADV

Utilizzare i capi della capsule collection - carosello con link alla landing page (dove trovano il countdown) OBIETTIVO: Svelare la collezione e comunicare la data di lancio

LIVE INSTAGRAM

Ci sarà una live tra Piero Piazzi e Cesare Morisco in cui Cesare farà vedere la collezione e Piero Piazzi parlerà di The Children For Peace.
Approfondiremo questo aspetto in un altro Doc in cui sarà presente una brief sulla diretta.

WEBSITE

Banner Homepage dedicato alla capsule.

POST 6 Post nel feed (Griglia di campagna). Uno a distanza di 20 minuti dall'altro, a partire dalla data e dall'orario di Lancio.

STORIES Carosello prodotti

REEL 2 Reel (uno main di campagna ed un altro in cui facciamo vedere un item della collezione - es. felpe)

NEWSLETTER Newsletter sul lancio della capsule.

ADV Storia e Post ADV

WEBSITE Banner Homepage dedicato alla capsule.

POST LAUNCHING

DAL 5/5

POST Repost Seeding

STORIES Repost Seeding

NEWSLETTER Newsletter capsule.

ADV Storia e Post ADV

WEBSITE Banner Homepage dedicato alla capsule.

COCCOLEBIMBI

THANK YOU