

# INNOVATION CAMP JAMNS

Challenge virtuale Liceo Classico Virgilio, Mantova



# L'AGENZIA DI COMUNICAZIONE

- **project manager:** Noemi Calzolari
- **user experience designer:** Angelica Zucchi
- **content manager:** Martina Binacchi
- **social media manager:** Lehu Hu
- **videomaker:** Jadelyn Reynon

# Il team al lavoro...



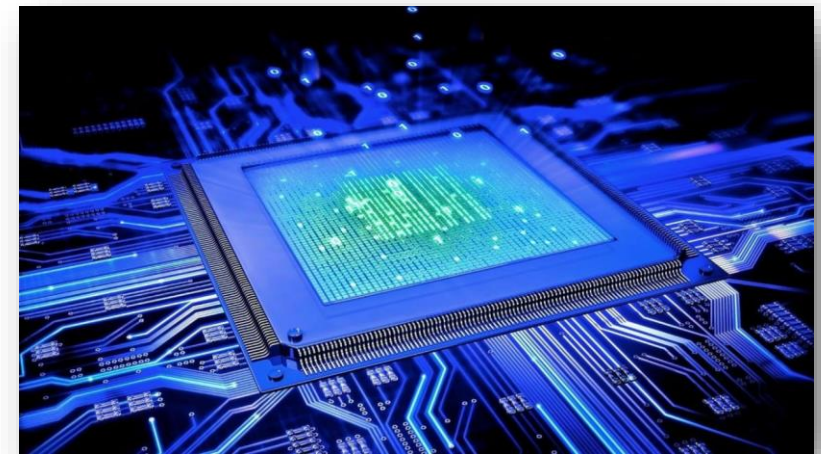
# Il vecchio oggetto di acciaio

- La **moka**, essendo stata sostituita nel corso degli anni dalle macchinette del caffè, ha perso la sua utilità e per questo motivo le sue componenti possono essere riciclate per l'assemblaggio di altri tipi di oggetti.
- Abbiamo scelto quest'oggetto perché il profumo del caffè ha ricoperto un ruolo significativo durante la nostra crescita, essendo la prima fragranza che sentivamo al mattino appena sveglie.



# Il nuovo oggetto frutto del riciclo

- Dal materiale costituente la moka, è possibile ricavare un importante elemento del computer: l'**hardware**, necessario per il suo funzionamento.
- Abbiamo fatto questa scelta, perché - date le circostanze attuali, ovvero la diffusione del COVID-19 e la conseguente quarantena, che inabilita l'accesso agli studenti agli istituti scolastici - i computer ricoprono un ruolo fondamentale per la didattica a distanza.



# La campagna di comunicazione 1/3

- Le nostre stories di Instagram si rivolgeranno alle persone che sono costrette a lavorare o studiare da casa.
- I nostri posts saranno composti con foto di make e di hardware e saranno interattivi, con domande attraverso le quali possono capire meglio il prodotto e la sua storia, rispondendo ad una delle varie opzioni e poi vedendo quella corretta. Coinvolgeremo il pubblico ulteriormente aggiungendo piccoli premi, prendendo spunto dai noti «give away».
- Posteremo anche dei video in time-lapse che mostrano il processo di riciclo di un prodotto, e di come ne viene poi costruito un altro.

# La campagna di comunicazione 2/3

- Inseriremmo degli hashtag: #iorestoacasa #celafaremo #technology #marcegaglia #vulnerabilimaresilienti #didatticaadistanza #nosteelno party #coronavirus #covid19 #unmondodacciaio
- Taggheremmo @asteem4steel
- Applicheremmo ai posts e alle stories, un filtro unico per un tema fisso: per le stories riguardanti la moka, useremmo dei filtri vintage con toni prevalentemente caldi; al contrario delle stories riguardanti l'hardware, le quali avranno filtri con toni freddi.

# La campagna di comunicazione 3/3

- Per quanto riguarda la frequenza:

	GIORNO
<b>h9:00</b>	STORY
<b>h14:00</b>	STORY
<b>h18:00</b>	POST
<b>h20:00</b>	STORY

Lo racconteremmo con una storia quattro volte al giorno, a specifici orari (9:00-14:00-20:00, in quanto sono gli orari in cui la frequenza su Instagram è maggiore) e mettendo un post ogni giorno (alle ore 18:00).