

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...



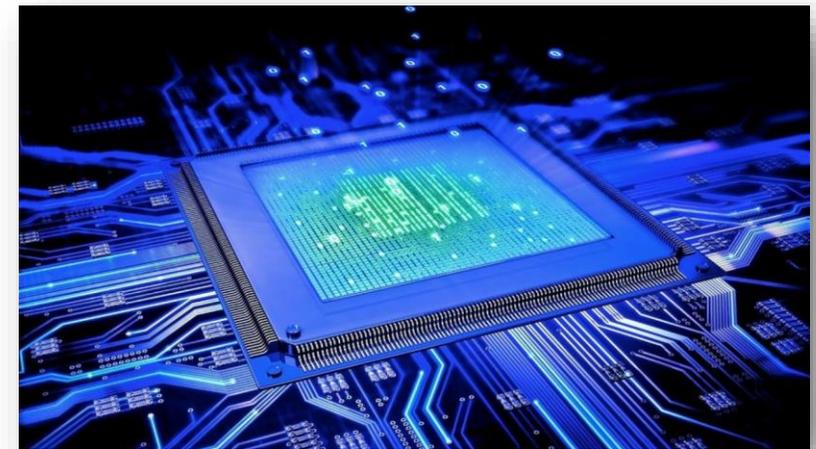
Il vecchio oggetto di acciaio

- 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
h9:00	STORY
h14:00	STORY
h18:00	POST
h20:00	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).