



Iana Hortiuc
Georgiana Dobrea
Maria Ardelean
Simona Ciorba

Publicitate, anul 3

Despre OILRIGHT

Pornind de la modelul dezvoltat de OilRight Slovenia încă din 2014 – www.oilright.eu, în Timișoara produc lumânări decorative și relaxante, având ca materie primă uleiul alimentar generat de gospodăriile din oraș.

OilRight – un business social eco-inclusiv din Timișoara – oferă o alternativă curată și la îndemână de colectare și reutilizare a uleiului alimentar folosit.

Acesta e procesat și transformat, cu ajutorul persoanelor vulnerabile angajate, într-un produs eco-chic – lumânări de calitate, cu un design simplu și atrăgător, pentru relaxare sustenabilă și decor interior responsabil.



Nevoile OIL RIGHT

- Atragerea unor noi clienți.
- Vizibilitate mai mare pe social media.
- Creșterea vânzărilor.
- Colectarea unei cantități cât mai mare de ulei pentru crearea lumânărilor.
- Implicarea publicului în colectarea de ulei uzat.
- Digitalizare.
- Păstrarea legăturilor cu actualii finanțatori și atragerea unora noi.

User Personas



Cum arată un client al organizației OilRight?



George

Un maseur în vârstă de 35 de ani, acesta lucrând în domeniul sănătății, alege să folosească lumânările OilRight. Aceste lumânări nu sunt toxice sau dăunătoare, iar produsele nu sunt testate pe animale. George folosește Instagram și Facebook, unde urmărește în timpul său liber, informații despre reciclare și sustenabilitate. El își dorește să le ofere clienților săi cel mai înalt nivel de confort. Astfel, el încearcă să creeze în salonul său o atmosferă cât mai relaxantă, adăugând în decor câte o lumânare OilRight în diferite arome.

User Personas



Cum arată un client al organizației OilRight?



Alina

O asistentă în vârstă de 25 ani, aceasta lucrând în domeniul sănătății, alege să folosească lumânările OilRight pentru că acestea nu sunt toxice sau dăunătoare, iar produsele nu sunt testate pe animale. Alina folosește Facebook și LinkedIn, unde în timpul său liber urmărește informații despre sustenabilitate. Ei îi place să se relaxeze în zilele sale libere, preferă mereu să citească o carte, să facă o baie caldă, iar alături să așeze o lumânare OilRight. Ea adoră lumânările care sunt făcute din ingrediente naturale. Astfel, alegând lumânările OilRight, Alina susține reciclarea uleiului uzat, dar în același timp ea își și respectă obiceiurile sale.

Strategie de comunicare



Scopul campaniei este de a crește vizibilitatea brandului pe rețelele de socializare, de a atrage clienți noi și de a-i fideliza pe cei deja existenți. Pentru atingerea acestui scop, avem ca obiectiv crearea de postări pentru Instagram și Facebook.

Postările se realizează în mod regulat, de două ori pe săptămână. Sunt compuse din fotografii și videoclipuri ale produselor, dar și texte care variază în funcție de tipul postării: story, reel sau postare obișnuită în feed.

Având în vedere publicul țintă și contextul campaniei, comunicarea este una simplă și clară, folosind un limbaj colocvial, astfel încât să fie perceput cu ușurință de către public.



Strategie de comunicare



- Postările din feed se axează pe texte și aspectul fotografiilor. Textele au mesaje informative despre brand, ce înseamnă acesta, produsele lor și cum se folosesc acestea. Fotografiile alese au o calitate înaltă și sunt în concordanță cu mesajul textului, care se regăsește atât pe fotografii, cât și în descriere.
- Postările pentru story dau posibilitatea audienței să interacționeze cu brandul prin răspunderea la chestionare, exprimarea preferinței legate de aromele lumânărilor OilRight sau punerea unor întrebări libere.
- Videoclipurile pentru reels se concentrează pe aspect și pe modul în care publicul se identifică cu acestea. Sunt scurte, câteva secunde fiecare, reprezentând mici momente de relaxare care au ca protagonist lumânarea OilRight și în care publicul își va dori să se regăsească.

Ipoteze OILRIGHT



Ne-am dorit ca OilRight să:

- Adune cât mai mulți urmăritori pe paginile de social media.
- Aibă un conținut al paginilor de social media, care să ofere cât mai multe informații legate de reciclare, sustenabilitate, dar și despre procesul de colectare a uleiului folosit și cum se folosește corect o lumânare.
- Aibă conținutul paginilor de social media să aibă un conținut vizual cât mai estetic.
- Aibă conținutul lor să fie cât mai vizibil pe rețelele de socializare.
- Aibă conținut cât mai diversificat.
- Aibă o pagină de TikTok.

← Activități de testare

- Am creat conținut cât mai diversificat pentru a vedea care tip de conținut este cel mai apreciat de către urmăritorii OilRight.
- Am distribuit pe paginile noastre personale conținutul ce a fost postat pe rețelele de socializare.
- Am creat videoclipuri pentru a vedea impactul acestora față de o postare simplă.



Măsurare și îmbunătățire



Măsurarea

Măsurarea se face în funcție de reach, nivelul de interacțiune al publicului cu postările, like-uri și comentarii. După câteva zile de la publicare, fiecare postare este analizată după criteriile menționate. Astfel, observăm ce tip de conținut și mesaje sunt principalul subiect de interes al publicului.

Îmbunătățirea

După analiza postărilor, cele care sunt considerate cele mai de succes postări vor fi luate ca model. Textele, fotografiile și videoclipurile vor fi adaptate astfel încât să corespundă cu interesele principale ale publicului.





A SCENTED CANDLE
MAKING WASTE OIL RIGHT