



Master di I livello in Digital Communication  
Corso di Fondamenti di Marketing Culturale  
Professore Stefano Donati

Project by Chiapuzzi Chiara, Kampf Livia, Lombardo Adriana,  
Pansini Annarita, Spada Andrea



# MYFLYZONE

MyFlyZone è un progetto che riunisce gli action sports in un'unica realtà.

Il MyFlyZone Park, nato nel 2019, è il più grande parco ciclistico multidisciplinare di Roma.

Si distingue in discipline ciclistiche off road (bike park) e freerun (parkour park); i visitatori potranno scegliere di seguire lezioni e corsi e di partecipare ad un programma di eventi unici.

# COMPETITORS

- **Roma Bike Park**

4100mt di pista per le bici da strada e 35 ettari di terreno per MTB e ciclocross

Servizio noleggio bici da strada, MTB ed e-bike

- **All Park**

8 Tracciati di diverse difficoltà in 7 ettari all'aperto

Big Airbag per i salti acrobatici  
Servizio noleggio e-bike



# TARGET

1. Bikers
2. Bambini e ragazzi dai 6 anni in su
3. Appassionati di sport
4. Famiglie

# ANALISI DEI CANALI DIGITALI DI MYFLYZONE

## META



- foto e video professionali
- periodicità delle pubblicazioni



- contenuti di copywriting non adatti alla piattaforma
- grafiche poco coinvolgenti
- assenza di un piano editoriale dedicato alla piattaforma
- mancanza di call to action



## INSTAGRAM



- foto e video professionali
- periodicità delle pubblicazioni



- bio poco comunicativa
- feed poco accattivante
- non vengono utilizzati tutti gli strumenti che la piattaforma offre
- grafiche poco coinvolgenti
- highlights poco curati
- contenuti di copywriting non adatti alla piattaforma
- mancanza di call to action

# ANALISI DEI CANALI DIGITALI DI MYFLYZONE

## YOUTUBE



- buona qualità delle riprese



- scarsità di contenuti
- video editing da migliorare
- copywriting da migliorare

## SITO WEB



- buona qualità delle immagini
- bottone chattiamo



- impaginazione confusionaria
- mancanza di un blog aziendale
- migliorare interfaccia mobile
- mancanza di link diretti ai social network
- bottoni social network poco in evidenza
- da rivedere lo stile generale del sito (colori, sfondo)

# SWOT ANALYSIS

## STRENGTHS



- **Contenuti multimediali di alta qualità**
- **Buon rapporto con gli utenti**
- **Rapidità di risposta agli utenti sui social network**

## WEAKNESSES



- **Mission non supportata da una comunicazione adeguata**
- **Assenza di un piano editoriale strutturato per SN**
- **Assenza di coerenza della brand image sui canali di comunicazione**
- **Scarsa capacità di adattamento del linguaggio al canale di comunicazione**

## OPPORTUNITIES



- **Apertura di nuovi canali (TikTok)**
- **Aumento coinvolgimento utenti**
- **Ideazione di nuovi contenuti (blog e community)**
- **Sponsorizzazione contenuti su Social Network**
- **Approfondimento e creazione di partnership**
- **Avvio di una o più newsletter**

## THREATS



- **Rischio di creazione di un'immagine negativa dello sport (pericoloso, non sicuro)**
- **Servizi aggiuntivi offerti dai competitor**
- **Cambio delle abitudini a causa della pandemia**

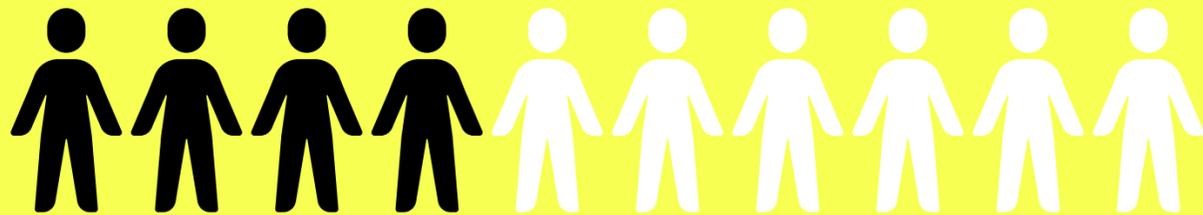
# OBIETTIVI

Far conoscere il brand, promuovere l'area e le attività primarie, quindi il park come luogo per praticare sport con i suoi percorsi e strutture, ma anche come luogo dove poter passare del tempo all'aria aperta nel verde, i corsi di guida e la didattica nel suo complesso.



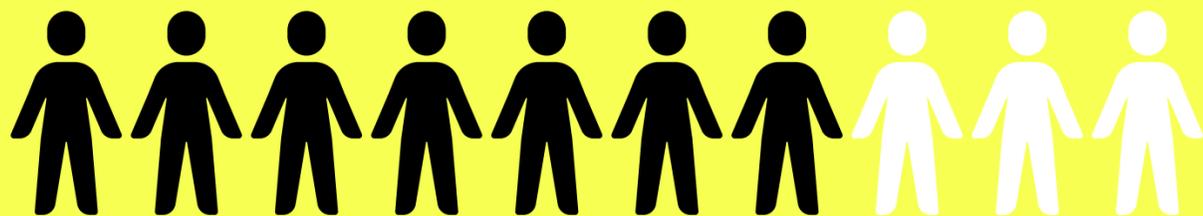
# OBIETTIVI

- **SITUAZIONE DI PARTENZA**



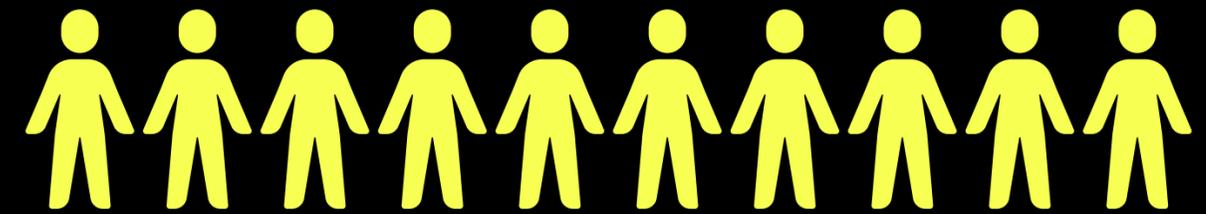
Bikers e corsisti.

- **BREVE PERIODO - 1 anno**  
(ottimizzazione e implementazione dei canali social + introduzione di campagne offline nelle scuole)



Bikers, corsisti, pubblico canali social, scuole.

- **MEDIO/LUNGO PERIODO - > 1 anno**  
(consolidamento dei rapporti con i clienti e con gli sponsor, introduzione di eventi)



Bikers, corsisti, pubblico canali social, scuole, partner, turisti.

# LET'S TALK ABOUT STRATEGIES

Si prediligerà l'utilizzo di canali social, ottimizzando e potenziando quelli già in essere oltre a presidiare nuove piattaforme. Coerentemente e sinergicamente con la comunicazione digitale si andranno ad implementare azioni di networking, P.R. offline attraverso eventi, open day, attività nelle scuole.

# AZIONI DIGITALI

Tone of voice, stile e palette

**TOV: informale, ma professionale**  
**STILE: dinamico, sportivo, estremo**

P  
A  
L  
E  
T  
T  
E

FFFFFF

F7FF53

000000

999999

646464

# AZIONI DIGITALI

 Meta

## ORGANICO:

1. Post sulle attività formative offerte (foto o video) - 1 o 2 a settimana (da testare)
2. Post di presentazione dello staff e delle strutture - 1 a settimana
3. La challenge del mese - 1 al mese
4. Creazione di una community

## SPONSORIZZATO:

1. Eventi - all'occasione
2. Sconti - all'occasione
3. Promozione dei corsi - Fine agosto/inizio settembre, Fine maggio/inizio giugno
4. Promozione corsi personalizzati - Fine agosto/inizio settembre, Fine maggio/inizio giugno



# AZIONI DIGITALI

 Meta

## BIO:

 Nato nel 2019, MyFlyZone Park è il più grande parco ciclistico multidisciplinare di Roma; si distingue in discipline ciclistiche off road e freerun. Presso il parco potrete frequentare corsi e partecipare a eventi unici, seguiti da un team di atleti professionisti e istruttori certificati, in un ambiente dinamico e al tempo stesso sicuro.



Myflyzone-bikepark

31 gennaio alle ore 12:18 · 🌐

!!ISCRIZIONI APERTE!

Vieni a provare i nostri corsi di Enduro, avrai la possibilità di scoprire una disciplina dinamica, elettrizzante, e al tempo stesso educativa.

Durante le lezioni sarai seguito da un team di atleti professionisti e istruttori certificati. ♀

Per saperne di più ↓

Link alla pagina "corsi" del sito

**CORSI ENDURO 2022**  
JUNIOR E SENIOR



**MYFLYZONE**

# AZIONI DIGITALI



## ORGANICO:

### Post:

- Carosello con resoconto della settimana - tutti i venerdì
- Curiosità sul mondo della mountain bike - tutti i martedì

### Storie:

- Presentazione staff e strutture - 1 a settimana
- Foto e video delle attività - almeno 1 al giorno
- Contest acrobazione - all'occasione

NB: nelle storie devono essere presenti sondaggi ed elementi interattivi. Importante la condivisione di contenuti da parte degli utenti con tag al profilo da ripostare.

### Reel:

- Challenge del mese - 1 post al mese
- Acrobazie - 1 a settimana



# AZIONI DIGITALI



## SPONSORIZZATO:

- Post e storie per promozione dei corsi - Fine agosto/inizio settembre, Fine maggio/inizio giugno
- Eventuali sconti - all'occasione
- Eventi - all'occasione

## UTILIZZO DI HASHTAG PERSONALIZZATI COLLABORAZIONI CON INFLUENCER

## BIO:

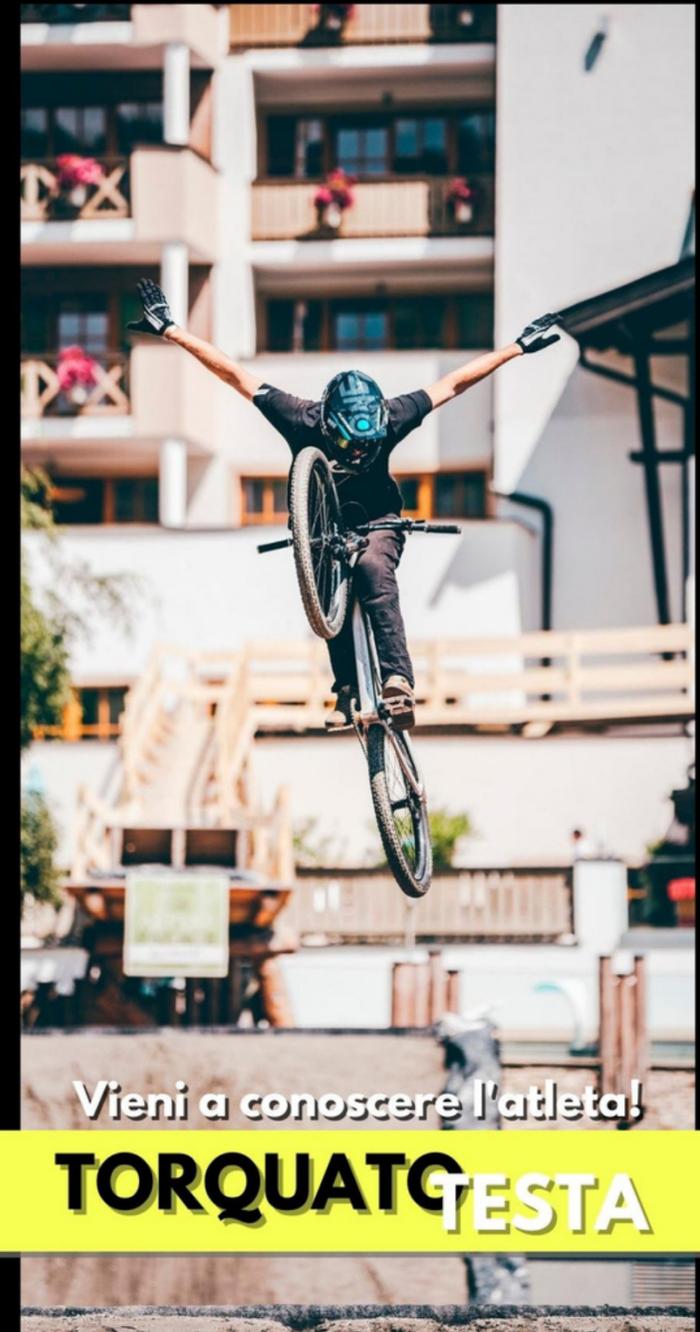
**MyFlyZone Bike Park Roma**

Il più grande parco ciclistico multidisciplinare di Roma.

Scopri orari, corsi ed eventi

<https://infomyflyzone.wixsite.com/ciao>

Via di Castel di Leva, 371, Rome, Italy



Vieni a conoscere l'atleta!

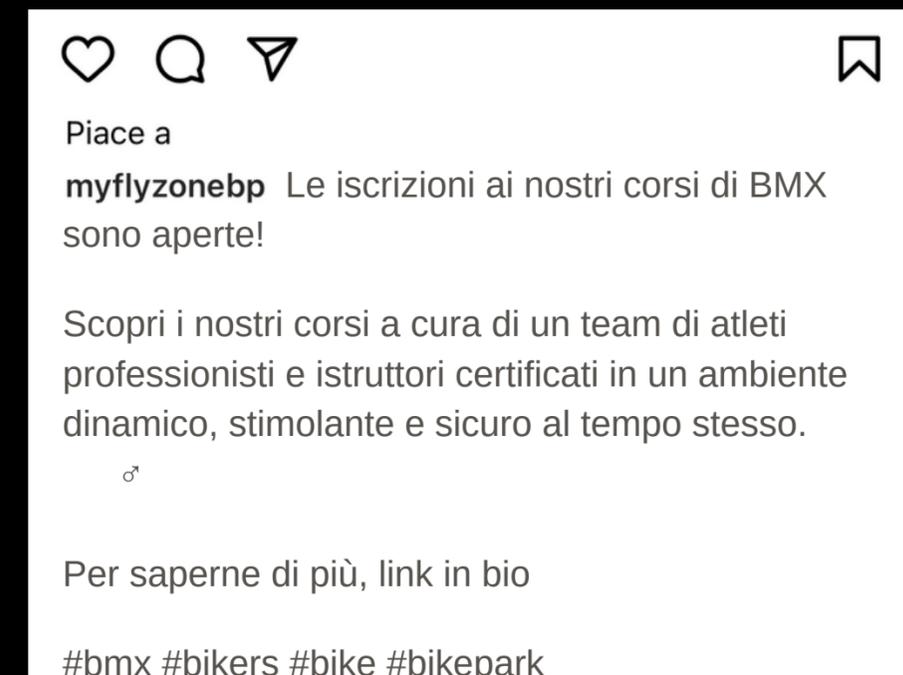
**TORQUATO TESTA**

# AZIONI DIGITALI

 Instagram



## CORSI BMX 2022



# AZIONI DIGITALI



**Pubblicazione di almeno 2 video al mese.**

- Video eventi
- Presentazione attività e strutture
- Competizioni
- Acrobazie
- Bloopers



# AZIONI DIGITALI



Sito web

- Apertura di un blog aziendale (per i primi 2 mesi 3 articoli al mese, poi a scalare fino ad arrivare a 1 al mese)
- Puntare sul link building
- Scrittura dei testi in ottica SEO (utilizzo di parole chiave)
- Miglioramento visualizzazione mobile
- Introdurre dei link diretti ai social
- Inserire spazio recensioni
- Inserire bottone "iscriviti alla newsletter"



# AZIONI DIGITALI

## New entry

### APERTURA DEL CANALE TIKTOK (PER TARGET GIOVANE):



1. Challenge del mese - 1 post al mese
2. Acrobazie - 2 a settimana

### APERTURA NEWSLETTER



1. Per gli allievi - 1 al mese con sconti, eventi, novità
2. Per gli interessati (raccolta mail agli open day, dal sito con bottone iscriviti) - Pacchetti promozionali, info corsi, eventi.

# AZIONI SUI CANALI OFFLINE



## COLLABORAZIONI A LUNGO TERMINE

### CONVENZIONI CON NEGOZI

1. sconti per associati (creazione di tessere soci)
2. fornitura di materiali a prezzi vantaggiosi

RICERCA DI NUOVI PARTNER E CONSOLIDAMENTO DELLE PARTNERSHIP GIÀ ESISTENTI PER SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI.

CAMPAGNE DI PRESENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ IN SCUOLE E PALESTRE:

1. distribuzione volantini e brochure
2. affissione manifesti



## EVENTI

### OPENDAY A NUMERO CHIUSO

1. presentazione dei corsi
2. lezioni di prova
3. convenzione con Todis e attività locali per offrire uno snack
4. distribuzione di volantini, brochure e gadget

NB: AI FINI DELLA RACCOLTA DI CONTATTI PER LA NEWSLETTER RICHIEDERE DATI AL MOMENTO DELL'ISCRIZIONE

PARTECIPAZIONE A EVENTI IN QUALITÀ DI PARTNER SU TEMI QUALI SPORT E AMBIENTE.

# AZIONI SUI CANALI OFFLINE

GADGET E VOLANTINI



## CORSI PER BAMBINI E RAGAZZI

A PARTIRE DAI 6 ANNI DI ETÀ

PUMP TRACK, NORTH SHORE, SINGLE TRACK, TRIAL AREA, CIRCUITI CROSS COUNTRY, JUMP LINE E BIKE AIRBAG

GUIDE ESPERTE ACCOMPAGNANO ADULTI E BAMBINI SU PISTE IMMERSE NELLA NATURA, DEDICATE A DIVERSE SPECIALITÀ DELLA MOUNTAIN BIKE E A DIVERSI LIVELLI DI ABILITÀ.

IL MYFLYZONE PARK È UN'AREA ATTREZZATA PER LE DISCIPLINE CICLISTICHE OFF-ROAD (BIKE PARK) E PER IL FREERUN (PARKOUR PARK).

MYFLYZONE  
SPORTSWEAR

**MYFLYZONE** +39 351 511 7423

VIA CASTEL DI LEVA - ROMA

# BUDGET



|                               |  |                          |
|-------------------------------|--|--------------------------|
| Campagne Social sponsorizzate | 100 euro/week per 8 settimane  | 800 euro                 |
| Collaborazioni con influencer | 4 Nano-Influencer x 500/uno  | 2000 euro                |
| Volantini                     | 100.000 Pz. x 0,15 cent più 1.000 euro di distribuzione                  | 16000 euro               |
| Brochure                      | 500 Pz. x 0,42 cent, 12 pagine formato A5 di alta grammatura             | 810 euro                 |
| Gadget                        | Sacca: 1000 pz. x 1,5 euro + Costo di stampa (1000 x 0,30cent + 40 euro) | 1840 euro                |
| Cartellonistica               | Cartelloni con funzione pubblicitaria/indicazione: 1500 euro l'uno       | 3000 euro                |
| Compenso agenzia              | 15% dell'investimento  | 3667,50 euro             |
| <b>TOTALE</b>                 |  | <b>28117,50<br/>EURO</b> |

Extra budget

Eventuali azioni in corso d'opera

2000 euro

**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE**

**LAC**  ommunication