

È VIETATA LA RIPRODUZIONE SENZA CONSENSO DEI DOCUMENTI IN PORTFOLIO. Martina Daniele®

PORTFOLIO

Martina Daniele

Communication Specialist
freelance

CONTATTI

+39 3288098165

martina.daniele63@gmail.com

www.lagurudeisocial.it

CONTENUTI

- 03** CHI SONO
- 04** PROFESSIONE E PASSIONI
- 05** VISION
- 06** COMPETENZE
- 07** FORMAZIONE
- 08** ESPERIENZE LAVORATIVE
- 09** I MIEI PROGETTI
- 20** CONTATTI

Mi presento

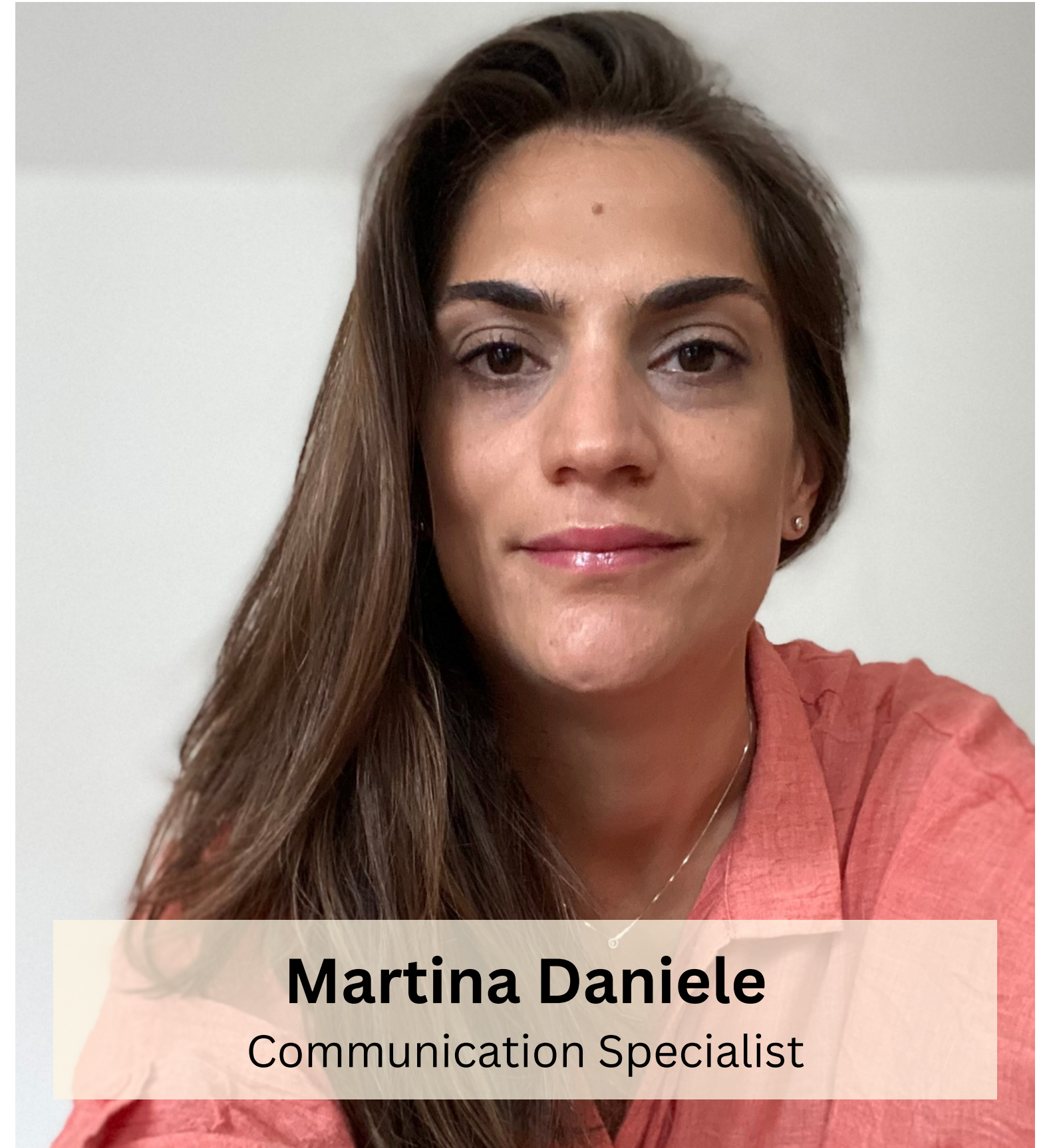
Ciao, mi chiamo Martina e sono un'esperta di comunicazione freelance.

Da sempre appassionata di pubblicità, da piccola mi divertivo a guardare campagne e Spot cercando di comprendere i significati nascosti.

Crescendo ho scoperto che la mia passione poteva diventare un lavoro, ed eccomi qua!

Continuo a osservare la comunicazione delle aziende e della vita reale.

Oggi però, non mi limito a commentare: creo contenuti per i miei clienti.



Martina Daniele

Communication Specialist

PROFESSIONE



Sono un'esperta di comunicazione aziendale per piccole e medie imprese.

Mi occupo di creare e pianificare **strategie di comunicazione** per media digitali e tradizioni.

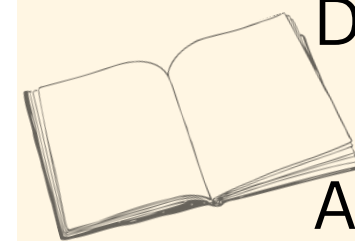
Gestisco **Social Media**, creo contenuti per **riviste** online e cartacee e offro **consulenze** personalizzate per lo sviluppo di **strategie di marketing** su misura.

About ME

PASSIONI



Sono cresciuta ascoltando l'Opera lirica, così la **musica** è diventata una delle mie più grandi passioni, tanto da laurearmi in DAMS.



Adoro la **letteratura**, ma non ho ancora trovato il mio genere definitivo.

Mi piace immergermi nelle prime pagine e, quando sento il bisogno di proseguire, il libro viene a casa con me.



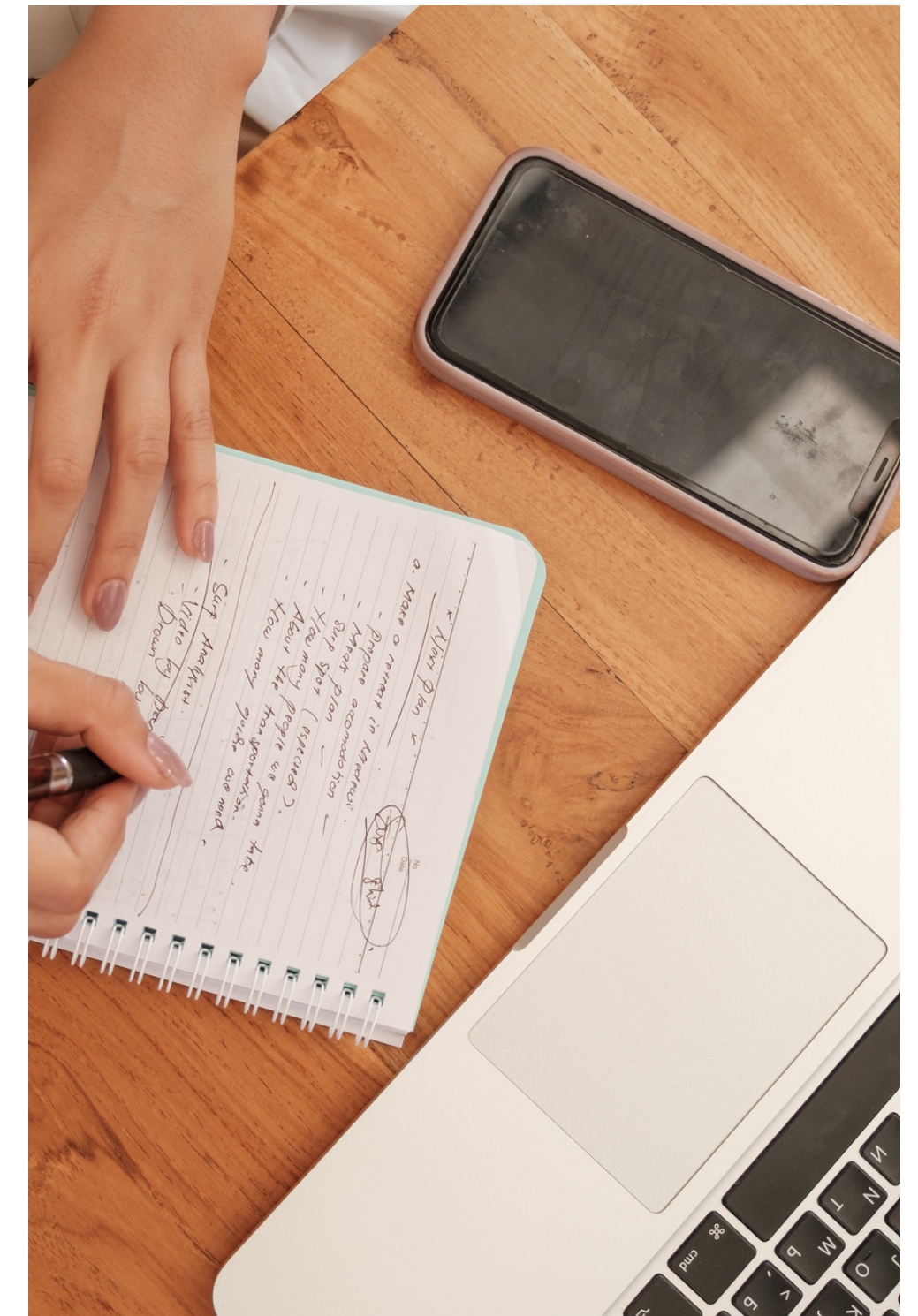
Ma la mia vera passione sono le **caffetterie**. Mi affascina osservare lo stile delle persone e ascoltare le loro conversazioni per avere un riflesso della società e arricchire la mia visione del mondo.

VISION

La comunicazione è il mio strumento di **connessione** tra prodotti e persone.

Oggi è fondamentale comprendere le **dinamiche sociali e culturali** per creare contenuti che rispecchiano davvero i gusti e le esigenze delle persone.

Con il mio lavoro racconto il **valore unico dei Brand** creando una relazione con coloro che considero persone prima che clienti.



COMPETENZE

Grazie al mio percorso formativo e professionale ho acquisito diverse competenze in vari ambiti: **Comunicazione, Editoria, Marketing digitale e tradizionale.**

Ho un approccio creativo, analitico e organizzato, per rispondere alle esigenze di **progetti complessi**, con un occhio sempre attento alle trasformazioni sociali e culturali.

Sono in grado di **ascoltare le persone** per interpretare i loro bisogni, così da proporre soluzioni che soddisfano tutte le parti coinvolte.



**Copywriter e
Content Creator**



**Social Media
Manager**



**Communication
Strategist**



**Marketing
Specialist**

FORMAZIONE

Spinta dalla curiosità per la cultura, la comunicazione e le dinamiche sociali, ho scelto un percorso di studi per approfondire i **legami tra arte, storia e pubblicità**.

Ho sviluppato una visione complessa della società e delle sue trasformazioni, sapendo che la comunicazione è **lo specchio della realtà**, ma anche lo strumento per diffondere modelli e valori.

Considero la **cultura** non solo come processo intellettuale, ma soprattutto **antropologico**. Questo mi permette di capire le persone e di entrare in empatia con loro.

2024 Laurea Magistrale **Editoria e Culture della Comunicazione e della Moda**

Università degli Studi di Milano - 110/110
Tesi: L'Illustrazione Italiana: Cultura e pubblicità.

2017 Laurea Triennale **Scienze della Comunicazione e DAMS**

Università della Calabria
Tesi: Beethoven e il periodo Eroico.

2012 Diploma **Liceo Psico-pedagogico**

Liceo G. Mazzini di Locri (RC)
Tesina: La follia tra storia, filosofia e società.

ESPERIENZE LAVORATIVE

Lavori differenti, ma accomunati dallo **Storytelling**, funzionale a creare strategie che vanno oltre la vendita, ma puntano a **valorizzare il Brand** e a coinvolgere il pubblico.

Unendo la **creatività alla chiarezza** del messaggio, creo contenuti originali e pieni di significati profondi, rispondendo alle **esigenze del cliente**.



Communication Specialist



Social Media Manager



Copywriter e Content Creator



Assistente Editoriale

I MIEI PROGETTI

01 Campagna Instagram

02 Pubblicità su stampa

03 Mail Marketing

04 Intervista

05 Articolo

06 Il mio Personal Branding

01

CAMPAGNA INSTAGRAM

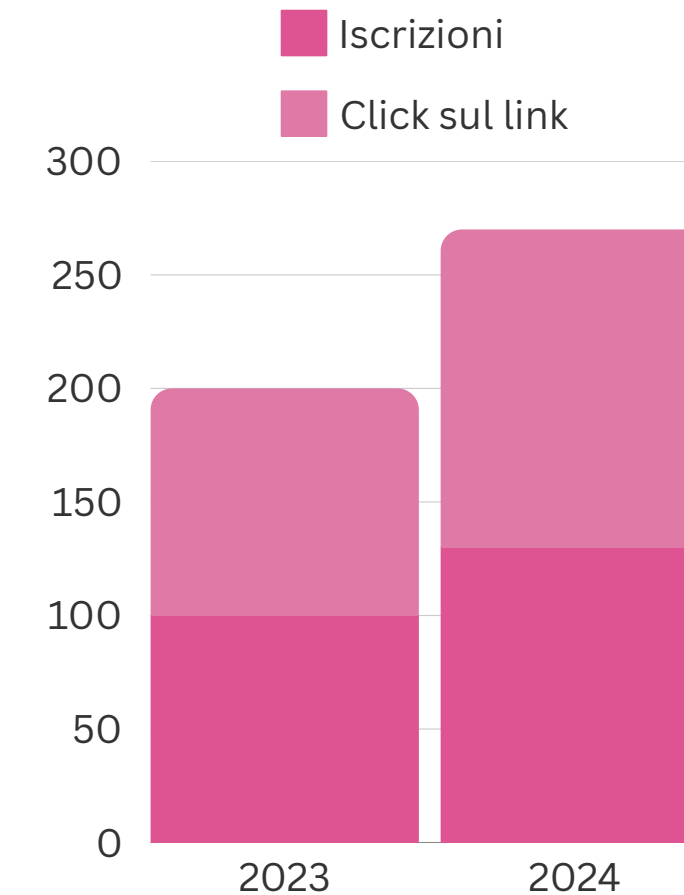
Obiettivo: Aumentare le iscrizioni al percorso fitness durante i mesi estivi.

Strategia: Creazione di contenuti Instagram per comprendere le motivazioni alla mancata iscrizione, sfatare falsi miti e coinvolgere il pubblico.

Contenuti: Creazione di post visivamente accattivanti, reel e stories con grafica personalizzata.

Interazione: Utilizzo di box domande, quiz e storie interattive per aumentare il coinvolgimento.

Call to action: Ogni contenuto rimanda al link in bio per iscriversi al percorso.



Risultati:

- 30% di aumento delle iscrizioni rispetto allo scorso anno.
- +40% di clic sul link in bio.

02 PUBBLICITÀ SU STAMPA

Obiettivo: Promuovere i servizi turistici di un'agenzia specializzata in viaggi culturali, attraverso la pubblicità su inserto locale di un giornale nazionale nella versione cartacea e digitale.

Target: Potenziali viaggiatori di 40-60 anni della zona di Milano e dintorni, interessati a esperienze turistiche di qualità e viaggi su misura.

Strategia: Ideazione di un concept creativo pubblicitario incentrato sull'emozione del viaggio e la promessa di esperienze uniche.

Titolo: Pensato per catturare l'attenzione e stimolare la curiosità del pubblico, puntando all'emozione di scoprire posti nuovi.



Risultati:

La campagna ha registrato un buon ritorno in termini di visibilità e coinvolgimento, raggiungendo con successo il target e aumentando la consapevolezza sui servizi dell'agenzia.

03

MAIL MARKETING

Obiettivo: Promuovere un evento esclusivo per 50 persone; Raggiungere nuovi clienti; Incrementare la visibilità del brand.

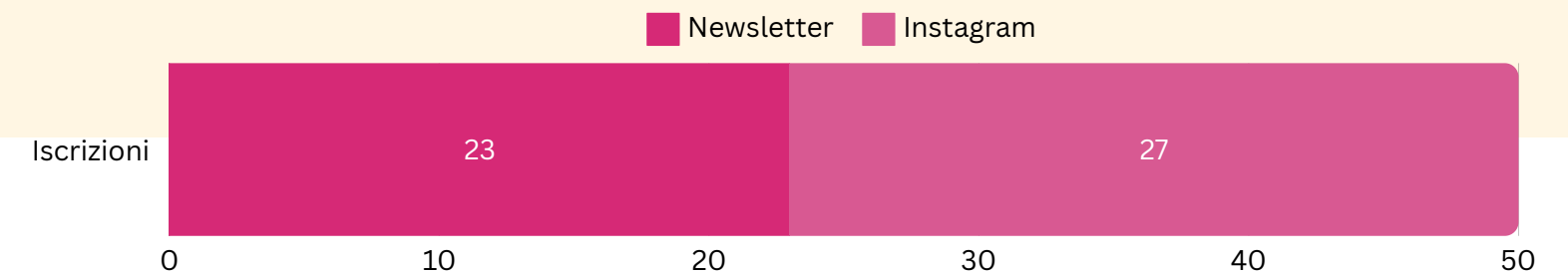
Target: Donne di età compresa tra i 25 e i 45 anni, passioniste di moda, benessere e lifestyle.

Canali utilizzati:

- **Instagram:** Per generare hype attorno all'evento.
- **Newsletter:** Invio di email per promuovere l'evento, con un approccio emozionale, raccontando la storia del brand e il valore della community, includendo il link diretto all'acquisto del biglietto.

Tempistica: La promozione è iniziata 2 mesi prima, fino al Sold out a 2 settimane dall'evento

Promozioni: Sono stati offerti sconti esclusivi e gadget personalizzati.

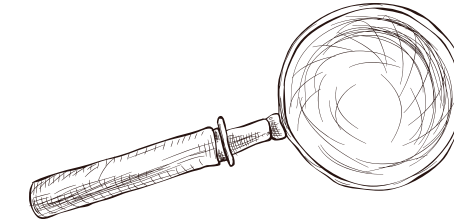


Risultati:

- L'evento ha raggiunto l'obiettivo di 50 partecipanti. (sold out)
- Sono stati coinvolti 4 brand (2 moda, 1 beauty, 1 lifestyle).
- Il 45% dei partecipanti ha prenotato il proprio posto grazie alle email inviate.

INTERVISTA

Scienze: Studio sui disturbi del sonno infantile. Intervista per *Rivista MIO*.



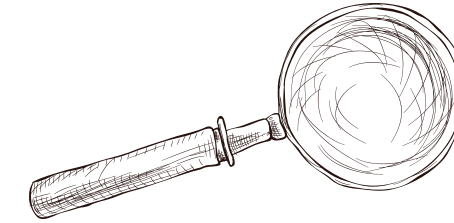
In un'indagine condotta da un comitato scientifico, è emerso che una percentuale significativa di bambini italiani tra i 6 e i 15 anni soffre di disturbi del sonno. L'intervista approfondisce il tema della qualità del sonno infantile, le implicazioni psicofisiche e l'importanza di un ambiente adatto per favorire un riposo ottimale, soprattutto in vista del ritorno a scuola.

- **In cosa consistono i disturbi del sonno nei bambini e quali effetti possono avere?**

«I disturbi del sonno più frequenti sono l'insonnia, che aumenta soprattutto in estate a causa delle temperature elevate, il russamento e le apnee notturne. Sintomi che provocano difficoltà di concentrazione, senso di stanchezza, irritabilità e la tendenza al pianto».

- **Esistono dei campanelli d'allarme che possono segnalare ai genitori che il proprio figlio soffre di disturbi del sonno?**

«I principali campanelli d'allarme sono ad esempio episodi di irritabilità, sbalzi d'umore, fatica e sonnolenza diurna, oltre a cali di attenzione».

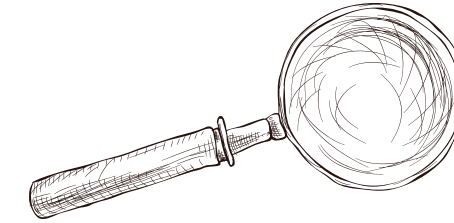


- **La cattiva qualità del sonno può avere ripercussioni sul comportamento e sul rendimento scolastico?**

«La carenza di un buon riposo può purtroppo influire negativamente sulla capacità di concentrazione del bambino, causando difficoltà nell'apprendimento. Il bambino, inoltre, tenderà a fare più capricci, ad essere meno sereno e a gestire con fatica le proprie emozioni, talvolta anche il rapporto con gli altri».

- **Una buona qualità del sonno può incidere anche sullo sviluppo cerebrale?**

«Sì, il sonno nei bambini assolve a diverse funzioni, tra cui favorire lo sviluppo cerebrale e consolidare la memoria e l'apprendimento. È quindi fondamentale che i genitori rispettino i ritmi di sonno dei figli, facendoli dormire per il tempo necessario, senza svegliarli e permettendo loro un risveglio spontaneo».



- **I vostri studi sottolineano come l'utilizzo di device prima di andare a dormire ostacoli l'addormentamento, eppure è una delle abitudini più diffusa. Come mai?**

«Purtroppo questa tendenza è ormai diventata un problema culturale delle società moderne: l'utilizzo dei device digitali è sempre più diffuso e riguarda ogni fase dello sviluppo. Gli schermi emanano una luce blu in grado di inibire la produzione di melatonina (ormone che favorisce l'addormentamento) ed inoltre essi favoriscono un'iperstimolazione nel bambino che può anche sfociare, nei soggetti più sensibili, nei primi sintomi dell'insonnia».

- **Quali sono i modi migliori per “accompagnare” il proprio figlio a letto e favorire l'addormentamento?**

«Una corretta igiene del sonno è determinata da tante buone abitudini, come avere un orario fisso e un rituale ben preciso prima di addormentarsi. È importante anche preparare l'ambiente che circonda il bambino per favorire un migliore addormentamento».

FINE

05

ARTICOLO



Moda: It's such a Nude Look. Settembre 2022

Non è una novità, il Nude Look che oggi arriva sul red carpet del festival di Venezia, ha una lunga storia che ha origine nel '900.

La stampa, oggi, non sembra sconvolta dalle trasparenze degli abiti, forse i tempi sono abbastanza maturi per accettare il seno scoperto in passerella.

Non è stato lo stesso nel '67, al palazzo Pitti, quando Rosita Missoni, alla presentazione della sua prima collezione, ha chiesto alle modelle di sfilare senza reggiseno. Non aveva, però, considerato che le luci della passerella avrebbero reso i tessuti trasparenti. Allora sì, che fu uno scandalo! “Anche una serata sexy alle sfilate di moda a Firenze - Indossatrici con audaci camicette - Applausi dal pubblico maschile”, scriveva la Stampa. Ma oggi, il Nude Look è stato ormai sdoganato!

Ma è davvero così?

Greta Ferro, durante la prima giornata del Festival, indossa fiera il suo abito Armani Privé. Corpetto trasparente, coperto da perline all'altezza del seno. Qualche settimana fa pubblicava su Instagram una foto con il seno coperto dal suo braccio.

Foto censurata, segnalata ed eliminata dal Social.

Mentre Maria Carla Boscono calpesta il red carpet veneziano mostrando le trasparenze del suo abito Jean Paul Gaultier, Aurora Ramazzotti viene criticata per aver indossato un top senza reggiseno, dal quale si intravedeva la forma dei capezzoli. “Sì ho i capezzoli, penso sia abbastanza diffuso”, ha risposto.

I Måneskin si esibiscono agli Mtv Video Music Awards. Damiano - il cantante - mostra il suo sedere volutamente scoperto. Le immagini fanno il giro del mondo, sui social e sul web.

Non è lo stesso per Vittoria che, durante la sua esibizione, perde accidentalmente un copricapezzolo rimanendo con un seno scoperto.

Censurata: le immagini non vengono mandate in onda. *Due corpi, due misure!*

Eppure al festival di Venezia nessuno ha posto un veto. Sarà l'inizio di una rivoluzione? Forse! Lenta.

Iniziata con Yves Saint Laurent. Come tante altre rivoluzioni, attraversa la Moda.

Ma nella realtà, siamo pronti a vestirci di trasparenze? Siamo pronti ad accettare il Nude Look nella nostra quotidianità o sarà un'esclusiva dell'uomo e del Red Carpet?

FINE



PERSONAL BRAND

PERSONAL BRANDING: *LA GURU DEI SOCIAL*



Obiettivo: Sviluppare una presenza online solida e attrarre aziende o professionisti locali, interessati ai miei servizi di comunicazione freelance.

Progetto: Realizzazione di un sito web, lagurudeisocial.it, ottimizzato per la SEO, con blog per migliorare la presenza online e generare traffico.

Sito web e brand identity: I contenuti testuali e visivi hanno lo scopo di mostrare un brand professionale e accessibile, per comunicare la mia proposta di valore in modo chiaro.

- **Nome:** il sito ha un nome ironico che fa riferimento a uno dei temi più discusso sui social: la presenza di Guru e Fuffa guru.
- **Logo:** Creato con l'intento di riflettere la mia professionalità e creatività, i colori richiamano quelli di Instagram.
- **Brand Identity:** Coerenza visiva tra il design del sito, i colori, i caratteri e le immagini, per trasmettere semplicità e chiarezza.

STRATEGIA DE *LA GURU DEI SOCIAL*

Pagine:

- **Servizi:** Ognuno descritto brevemente, con inclusi i vantaggi per i clienti.
- **Contatti:** Pagina con mappa utile per la Local SEO, Link o pulsanti che aprono automaticamente una nuova email con oggetto e testo pre-impostati per facilitare il contatto.
- **Blog:** Una sezione con contenuti legati direttamente o indirettamente ai servizi offerti, pensata per generare traffico di conversione.

Call to Action: Ogni pagina ha una CTA chiara e immediata, con l'obiettivo di spingere gli utenti a entrare in contatto e avviare collaborazioni.

Risultati:

Il sito mi ha consentito di ricevere contatti diretti da persone interessate ai miei servizi e, allo stesso tempo, di avere un prodotto pronto da presentare a nuovi clienti o agenzie di comunicazione per proporre collaborazioni.

FINE



GRAZIE

Contattami per lavorare con me

Martina Daniele

Communication Specialist
freelance

CONTATTI

martina.daniele63@gmail.com

+39 3288098165

www.lagurudeisocial.it

È VIETATA LA RIPRODUZIONE SENZA CONSENSO DEI DOCUMENTI IN PORTFOLIO. Martina Daniele®