

Brainstorming promozione Agenzia Trinity

PERCHE': Veicolare Trinity non come semplice distributore, ma come promotore (elemento differenziante) e partner commerciale

OBIETTIVO PRINCIPALE: Aumentare la considerazione di Trinity nel settore, incuriosire produttori di rilievo (= alta qualità o quantità), incuriosire attività commerciali.

Obiettivo 1: Aumentare la consapevolezza del marchio

1. **Chi siamo e cosa facciamo**: Il racconto dello staff riguardo il proprio lavoro, la propria storia all'interno di Trinity, la propria visione del brand e della professione che svolge.
2. **Reel sul dietro le quinte**: Mostrare l'agente all'opera mentre visita i locali, con il coinvolgimento del cliente, per spiegare come avviene la proposta. *

Obiettivo 2: Aumentare l'autorevolezza nel settore Beverage & Spirits

1. **Interviste con produttori**: Piccole interviste a produttori partner di Agenzia Trinity, evidenziando i valori e la qualità dei loro prodotti.
2. **Curiosità e storie sui marchi rappresentati**: Raccontare la storia e le curiosità su alcuni dei marchi rappresentati, presentare e "recensire" nuovi prodotti.

Obiettivo 3: Migliorare il coinvolgimento di ristoratori e operatori Ho.Re.Ca.

1. **Collaborazioni e testimonianze**: Coinvolgere ristoratori locali per brevi reel in cui parlano della collaborazione con Agenzia Trinity e dei benefici che hanno ottenuto. *
2. **Focus su prodotti innovativi**: Creare brevi video che mostrano nuovi trend nel mondo del beverage, spiegando perché certi prodotti stanno rivoluzionando il settore.

Obiettivo 4: Educare il pubblico sui prodotti enogastronomici rappresentati

1. **Video educational**: Reel che spiegano le differenze tra vari spirits / vini / food, con spiegazioni semplici e dirette.
3. **Video storytelling sui prodotti locali**: Raccontare la storia e le caratteristiche dei prodotti locali distribuiti, con un focus sull'artigianalità e la qualità.