



Lummière
CANDELE ARTIGIANALI IN CERA DI SOIA

Brand Identity e Analisi a cura di Federica Gentile

INTRODUZIONE

Benvenuti in Lumière, dove l'artigianato
incontra l'eleganza.

Specializzati nella produzione di candele
artigianali profumate in cera di soia,
creiamo atmosfere uniche attraverso
fragranze avvolgenti e ingredienti naturali
e certificati.

Ogni pezzo è pensato per offrire
un'esperienza sensoriale unica e
indimenticabile.

with love, Michela





OUR HISTORY

Nata dalla passione per l'artigianato e il benessere, Lumière ha iniziato il suo percorso con l'obiettivo di creare candele profumate che donassero calore e serenità ad ogni ambiente. Fin dall'inizio abbiamo scelto materie prime di alta qualità per garantire un prodotto sostenibile e delicato.

About us

Lumière è sinonimo di autenticità, eleganza e artigianato.

Produciamo candele profumate in cera di soia 100% naturale, con la possibilità di personalizzarle su richiesta per eventi o occasioni speciali.

Ogni creazione è realizzata a mano con cura e attenzione ai dettagli.



OUR MISSION

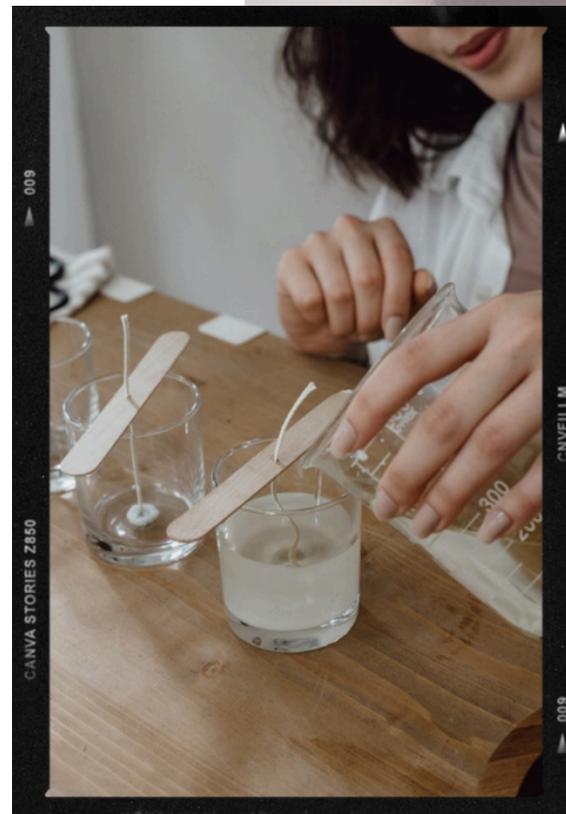


Fornire **esperienze sensoriali uniche** e personalizzate trasformando ogni ambiente in un'oasi di **pace**.

Attraverso **l'artigianato** e l'attenzione ai dettagli, ci impegniamo a portare un tocco di **luce** e **serenità** nella vita quotidiana dei nostri clienti, realizzando candele **vegane**, di alta **qualità**, **eleganti** e **personalizzabili**; che uniscono eleganza, benessere e sostenibilità.

VALUE PROPOSITION

- **Prodotto di Lusso:** Candele artigianali realizzate con cera di soia di alta qualità, eco-friendly e personalizzabili.
- **Design Elegante:** Packaging curato e design minimalista per un'esperienza di lusso accessibile.
- **Personalizzazione:** Offerta di candele su misura per eventi speciali, occasioni o semplicemente per clienti che cercano prodotti unici.
- **Sostenibilità:** Impegno a ridurre l'impatto ambientale, utilizzando materiali naturali e packaging riciclabile.





A N A L I S I
D I
, M E R C A T O

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

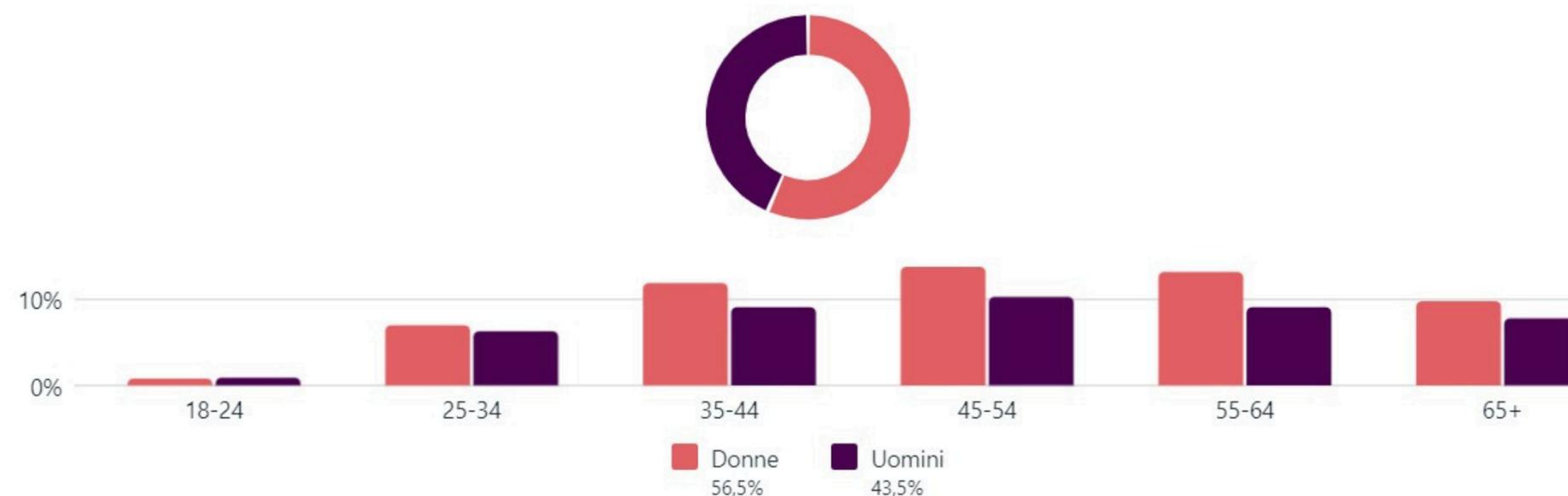
Dimensioni del pubblico stimato ⓘ

16.100.000-19.000.000

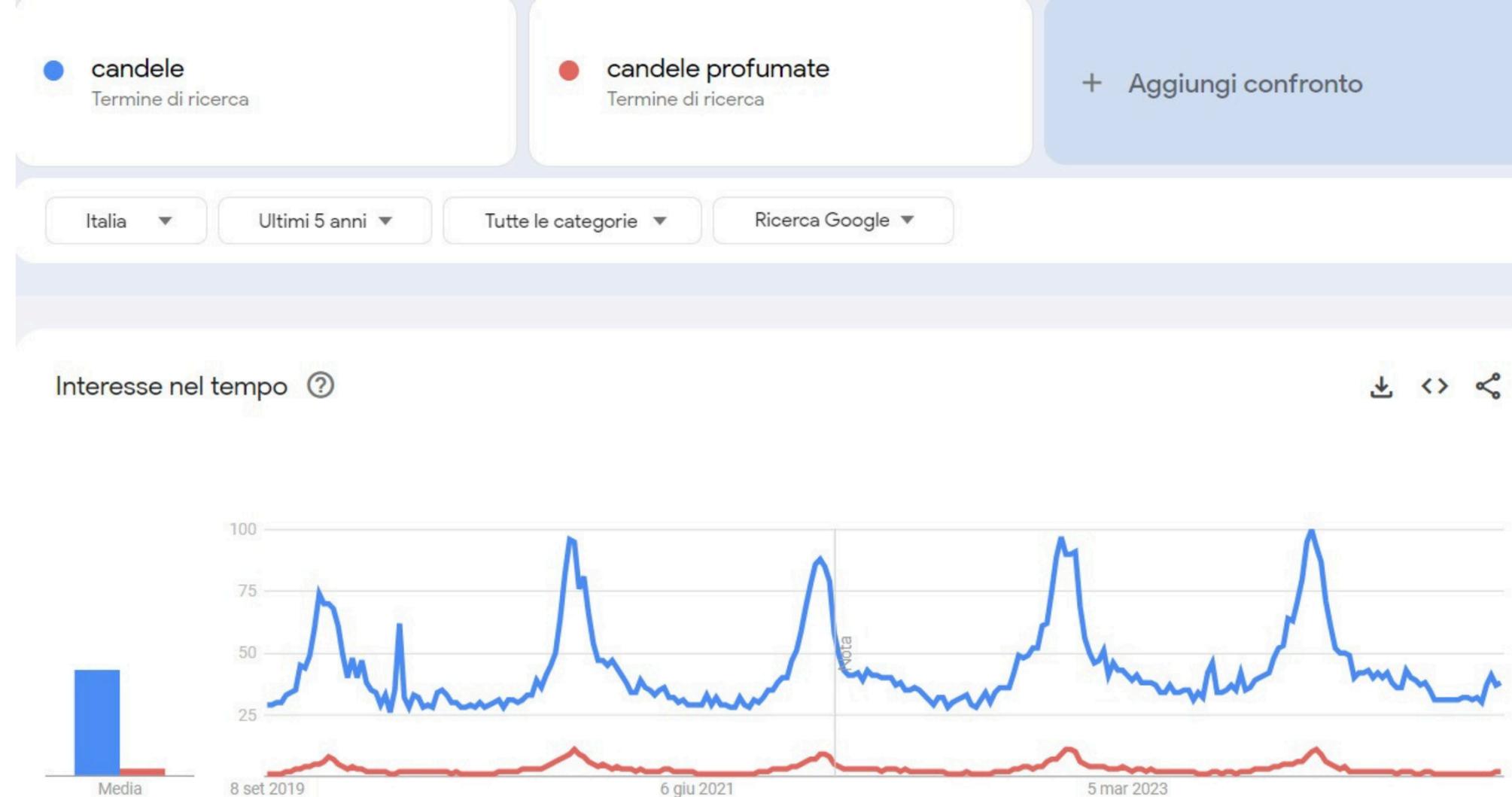
Persone su Facebook e Instagram qui: Italia e altri 4 filtri selezionati

Publicizza

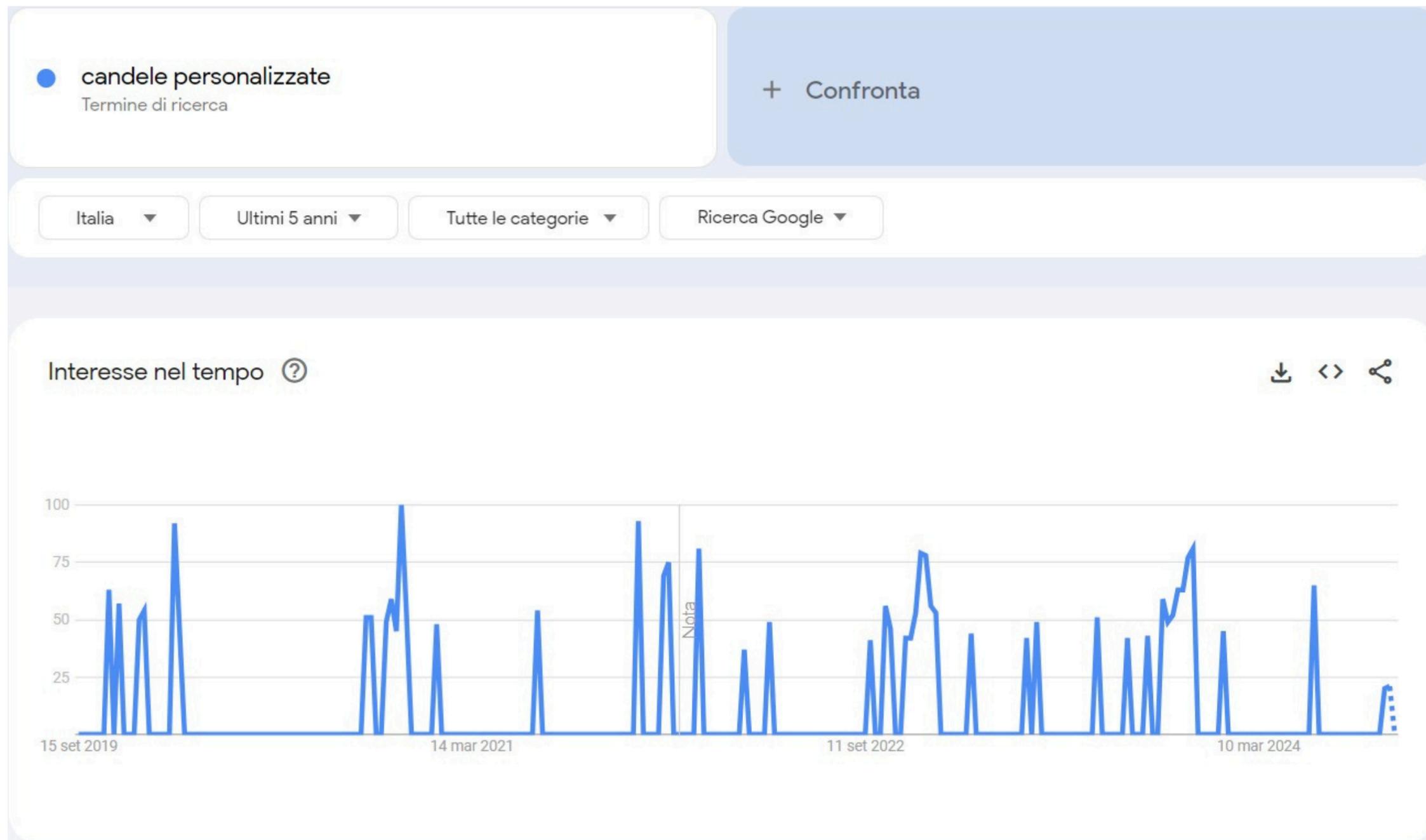
Età e genere ⓘ



Il pubblico stimato in Italia per Facebook e Instagram è tra i **16,1 milioni e 19 milioni di persone**, composto per il **56,5% da donne e il 43,5% da uomini**, suggerendo che le donne rappresentano il segmento di pubblico più rilevante per la tua strategia. La fascia d'età più rappresentata è quella tra i **35-44 anni**, seguita dalla fascia **45-54**. Questo conferma che il target principale è costituito da **adulti**, che potrebbero avere un **maggiore potere d'acquisto** e interesse per **prodotti artigianali di qualità**.



La ricerca "**candele**" ha un picco di interesse durante i **mesi autunnali e invernali**, con un notevole aumento della domanda a partire **da ottobre fino a dicembre**. Questo suggerisce un forte legame **stagionale** con la vendita di candele, tipicamente collegate al periodo **natalizio** o ai **mesi freddi**. La query "**candele profumate**" hanno avuto un interesse **relativamente basso** rispetto alle "candele" generiche, ma mantengono una **certa stabilità nel tempo**.



Anche per la keyword **“candele personalizzate”** i dati mostrano un picco di interesse nei mesi autunnali e invernali, che coincide con le **festività**, periodo in cui i consumatori cercano **articoli unici da regalare** e rendono la propria casa un ambiente domestico accogliente e rilassante.

Panoramica keyword : candele profumate

AGGIUNGI ALL'ELENCO

GENERA CONTENUTI CON L'AI



VOLUME DI RICERCA

18.100 ALTO

SEO DIFFICULTY

37

Ultimo Aggiornamento: 6 Mesi

PAID DIFFICULTY

100

COSTO PER CLICK (CPC)

€0,46

Panoramica keyword : candele

AGGIUNGI ALL'ELENCO

GENERA CONTENUTI CON L'AI



VOLUME DI RICERCA

12.100 ALTO

SEO DIFFICULTY

64

Ultimo Aggiornamento: 6 Mesi

PAID DIFFICULTY

99

COSTO PER CLICK (CPC)

€0,36

La keyword **"candele profumate"** ha un volume di ricerca di 18.100 e una difficoltà SEO di 37, quindi è un termine abbastanza **competitivo** ma con una **buona possibilità di posizionamento** tramite strategie SEO mirate.

"Candele" ha un volume di ricerca di 12.100, ma una **SEO difficulty più alta** (64), quindi potrebbe essere più **difficile da posizionare**.

I costi per click **(CPC) sono simili tra le due keyword**, intorno a 0,36€ – 0,46€, indicando che entrambe le keyword potrebbero essere integrate in una strategia di marketing a pagamento (Google Ads o Facebook Ads).

CONCLUSIONE

Le keyword SEO identificate verranno integrate in diverse aree strategiche del business per migliorare il posizionamento organico del brand sui motori di ricerca e aumentare il traffico verso i nostri profili social e piattaforme di vendita.

- **Descrizioni dei prodotti:** Le keyword principali, come "candele artigianali in cera di soia", "candele profumate di lusso" e "home decor sostenibile", saranno utilizzate nelle descrizioni dei prodotti su Instagram Shop e nei post social per garantire che i clienti trovino facilmente i nostri articoli attraverso ricerche correlate.
- **Post sui social media:** Ogni post di Instagram includerà keyword specifiche nel testo e negli hashtag per raggiungere un pubblico più ampio e migliorare la nostra visibilità nelle ricerche tematiche. Ad esempio, utilizzeremo keyword come "candele ecologiche", "candele personalizzate" e "aromaterapia naturale" per attirare clienti che cercano questi specifici prodotti e servizi.

- 
- **Campagne pubblicitarie:** Le keyword SEO saranno cruciali anche nelle campagne pubblicitarie future. Verranno utilizzate nelle descrizioni degli annunci e nelle landing page collegate per massimizzare l'efficacia delle campagne di Instagram Ads e, in futuro, su altre piattaforme.
 - **Campagne stagionali:** Pianificazione di post e promozioni durante le festività più rilevanti come Natale, San Valentino e la Festa della Mamma, periodi durante i quali le candele rappresentano un'idea regalo perfetta.
 - **Contenuti tematici:** Utilizzo di reel e post legati ai trend stagionali, come fragranze calde per l'inverno o fresche per l'estate, per mantenere l'interesse del pubblico attivo e attrarre nuovi follower.
 - **Monitoraggio e ottimizzazione:** Utilizzeremo strumenti come Google Trends e Instagram Insights per monitorare le performance delle keyword scelte e ottimizzare costantemente i nostri contenuti. L'obiettivo è quello di migliorare il ranking organico e attrarre nuovi clienti attraverso una maggiore presenza nei risultati di ricerca.



T A R G E T E
B U Y E R
P E R S O N A S

T A R G E T



Il pubblico stimato in Italia per Facebook e Instagram è compreso tra 16,1 e 19 milioni di persone, con una **netta prevalenza di donne (56,5%)** rispetto agli uomini (43,5%), indicando che le donne rappresentano il segmento più rilevante per questa strategia. Le fasce d'età più rappresentate sono quelle tra i **35-44 anni e i 45-54 anni**, adulti con maggior potere d'acquisto e propensi all'acquisto di prodotti artigianali di qualità. Gli interessi principali di questo pubblico includono **artigianato, veganismo**, prodotti **unici e personalizzabili**, abbinati a un gusto per il **lusso e l'estetica minimalista**.

Le principali motivazioni d'acquisto si concentrano sulla **sostenibilità**, la cura **artigianale** del prodotto e la ricerca di **articoli eleganti, originali e di alta qualità per arricchire la casa**.

Valeria

Età: 42 anni

Professione: Designer d'interni

Budget: Alto

Interessi: Arredamento di lusso, arte contemporanea, sostenibilità, prodotti naturali, viaggi di lusso.

Comportamento di Acquisto: Professionista nel settore del design d'interni e ha un gusto impeccabile per tutto ciò che riguarda il lusso e la sostenibilità. Cerca sempre prodotti che combinino estetica raffinata e materiali naturali per i progetti d'arredamento dei suoi clienti, ma anche per la sua casa. Predilige brand che offrono articoli esclusivi, fatti a mano, e non nocivi per la qualità dell'aria, come le candele in cera di soia. È molto attenta alla salute e all'ambiente, e si assicura che tutti i prodotti che acquista rispecchino questi valori. Condivide regolarmente i suoi acquisti e consigli di stile su Instagram, dove ha una community affiatata di follower interessati al design sostenibile.

Esigenze: Cerca un'esperienza d'acquisto premium, con prodotti che esprimano lusso e attenzione ai dettagli, senza compromettere la sostenibilità, con materiali certificati e non nocivi, con design raffinato e una storia da raccontare. Vuole brand che siano in grado di offrire pezzi unici, su misura per eventi o per arredare in modo esclusivo le case dei suoi clienti.



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



Rivolgeremo a Valeria contenuti che mettono in risalto **l'artigianalità e l'esclusività** delle candele di Lumière. Utilizzeremo post su Instagram che raccontano il processo di **produzione artigianale** e la selezione di **materiali sostenibili**, accompagnati da foto **minimaliste** di alta qualità che esaltano la bellezza del prodotto in contesti di design d'interni. **Video e reel** che mostrano come le candele personalizzate possono essere inserite in **ambienti di lusso** saranno fondamentali per coinvolgerla.

Serena



Età: 39 anni

Professione: Titolare di un centro estetico

Budget: Medio-alto

Interessi: Benessere, spa di lusso, estetica olistica, prodotti naturali, arredamento d'interni per saloni di bellezza.

Comportamento di Acquisto: Cerca sempre prodotti esclusivi per migliorare l'esperienza delle sue clienti. È particolarmente attratta da articoli artigianali, che possano contribuire a creare un ambiente rilassante e confortevole nel suo salone. Le candele profumate sono un elemento essenziale per creare l'atmosfera perfetta durante i trattamenti e Serena sceglie con attenzione solo quelle fatte con ingredienti naturali e profumi di alta qualità. Predilige prodotti esclusivi come candele da massaggio per il suo centro. Ama anche partecipare a eventi di settore dove può scoprire nuovi brand e prodotti di nicchia.

Esigenze: Cerca candele che possano migliorare l'ambiente del suo centro estetico, offrendo un'esperienza sensoriale unica alle sue clienti con fragranze che creino un'atmosfera rilassante, non nocive per la qualità dell'aria. Vuole pezzi unici e personalizzabili, con un'estetica di lusso, per rendere il suo salone un punto di riferimento nel settore del benessere.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



Per Serena, ci concentreremo su contenuti che evidenziano il ruolo delle candele **nell'aromaterapia** e nel **miglioramento del benessere** durante i trattamenti estetici.

Post su Instagram e stories mostreranno l'effetto **rilassante** delle fragranze naturali e l'opportunità di personalizzare le candele per creare un ambiente unico e memorabile nel suo salone.

Creeremo contenuti che spieghino come le candele possono essere utilizzate per migliorare **l'esperienza delle clienti durante le sedute di benessere.**

Marco



Età: 33 anni

Professione: Event Planner per matrimoni ed eventi di lusso

Budget: Alto

Interessi: Eventi esclusivi, decorazioni personalizzate, design di lusso, sostenibilità, artigianato.

Comportamento di Acquisto: Cerca sempre dettagli raffinati e personalizzati per creare atmosfere indimenticabili. Predilige prodotti artigianali, che possano essere realizzati su misura per i suoi eventi, come candele profumate personalizzate con fragranze esclusive. È molto attento alle tendenze del design e dell'arredamento, e vuole offrire ai suoi clienti un'esperienza unica e memorabile, senza compromettere l'eleganza e la sostenibilità. Spesso collabora con artigiani e designer locali per trovare pezzi unici che facciano risaltare i suoi eventi. Condivide spesso le sue creazioni su Pinterest e Instagram, dove ispira altri professionisti del settore.

Esigenze: Cerca candele artigianali che possano essere personalizzate per i suoi eventi. Vuole prodotti che combinino estetica di lusso, profumi delicati e sostenibilità, per aggiungere un tocco di classe ai suoi allestimenti e trasmettere un senso di esclusività e raffinatezza.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



Marco verrà coinvolto con contenuti che mostrano esempi di candele **personalizzate** per eventi speciali.

I post si concentreranno sulla **flessibilità** di Lumière nel creare prodotti su misura per matrimoni e occasioni importanti.

Useremo immagini e reel per mostrare candele uniche inserite in **allestimenti** per eventi, enfatizzando il design **elegante** e la possibilità di **personalizzazione delle fragranze e del packaging**.



A N A L I S I
S W O T

PUNTI DI FORZA (STRENGTHS)



- **Prodotto artigianale e personalizzato:** La possibilità di creare candele su misura è un vantaggio competitivo che attira clienti in cerca di prodotti unici.
- **Uso di materiali sostenibili:** La cera di soia è un materiale eco-friendly, in linea con la crescente domanda di prodotti sostenibili.
- **Brand identity di lusso:** Un'immagine di marchio elegante e chic conferisce valore percepito elevato, giustificando un prezzo premium.
- **Forte appeal verso il target femminile:** Il pubblico principale, composto da donne adulte con maggiore potere d'acquisto, è attratto da prodotti di qualità, estetica e artigianato.

P U N T I D I
D E B O L E Z Z A
(W E A K N E S S E S)



- **Competizione alta:** Il mercato delle candele profumate è già popolato da numerosi concorrenti, sia artigianali che industriali.
- **Costo di produzione più elevato:** L'uso di materiali di alta qualità e il processo artigianale possono portare a costi di produzione più alti rispetto ai concorrenti industriali.
- **Dipendenza dalla stagionalità:** Le vendite di candele tendono a essere più forti durante i mesi autunnali e invernali, il che potrebbe comportare una domanda irregolare nel corso dell'anno.

O P P O R T U N I T À (O P P O R T U N I T I E S)



- **Crescente domanda di prodotti sostenibili:** I consumatori sono sempre più orientati verso prodotti eco-friendly, offrendo un'ampia opportunità di crescita.
- **Espansione del mercato personalizzato:** La crescente richiesta di prodotti su misura rappresenta un'opportunità per attrarre clienti che cercano un'esperienza unica e personalizzata.
- **Collaborazioni con influencer e interior designer:** Collaborare con influencer nel settore del lifestyle e dell'home decor può aumentare la visibilità e la percezione di valore del brand.
- **Esportazione verso mercati internazionali:** L'interesse per prodotti artigianali e sostenibili è globale, il che apre opportunità di espansione in mercati esteri.

MINACCE (THREATS)



- **Aumento della concorrenza:** L'ingresso di nuovi concorrenti o l'espansione di grandi brand nel settore delle candele profumate artigianali potrebbe ridurre la quota di mercato. **Variazioni nei costi delle materie prime:** L'aumento dei costi delle materie prime sostenibili potrebbe incidere negativamente sui margini di profitto. **Instabilità economica:** Periodi di incertezza economica possono ridurre il potere d'acquisto dei consumatori, con un impatto sulle vendite di prodotti considerati di lusso. **Dipendenza dalle tendenze:** La moda del "green" e dell'artigianato potrebbe mutare, facendo diminuire l'interesse per prodotti eco-friendly e di nicchia.



BRAND
IDENTITY

V I S U A L

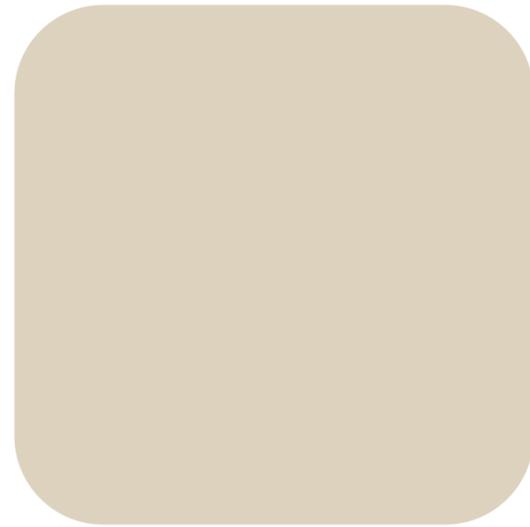


La strategia visual dovrà riflettere l'equilibrio tra **lusso** ed **eleganza minimalista**, dal design semplice ma distintivo, con **linee pulite** e caratteri tipografici **raffinati, foto minimaliste e di alta qualità** che esaltano la bellezza del prodotto e la sua funzione decorativa, con un'attenzione particolare alla **luce soffusa e all'atmosfera**. Gli **elementi visivi** dovrebbero essere **coerenti** su tutti i canali: packaging, sito web e social media dovranno trasmettere un senso di armonia, sottolineando la qualità artigianale del prodotto senza mai apparire eccessivi. **Less is more!**

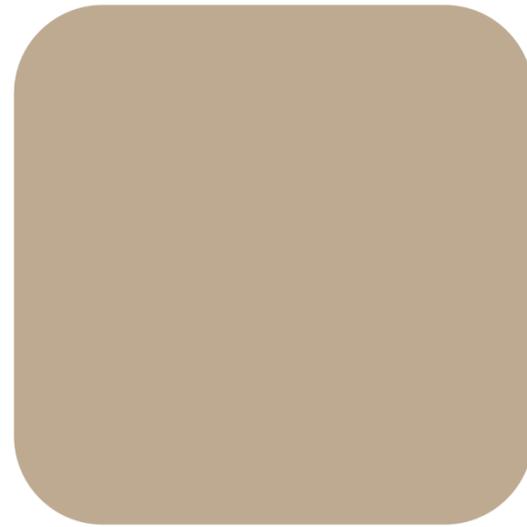
COLOR
PALETTE



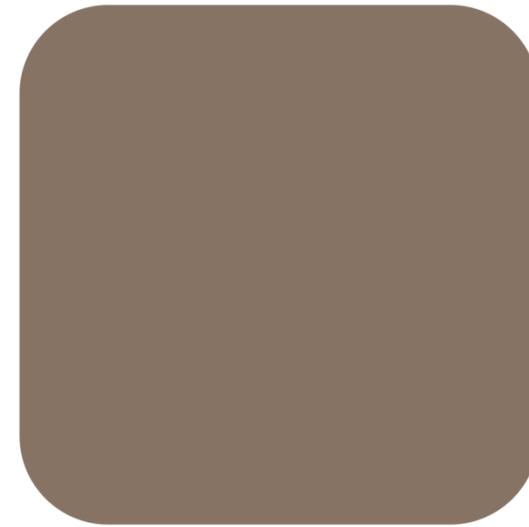
EFE9DC



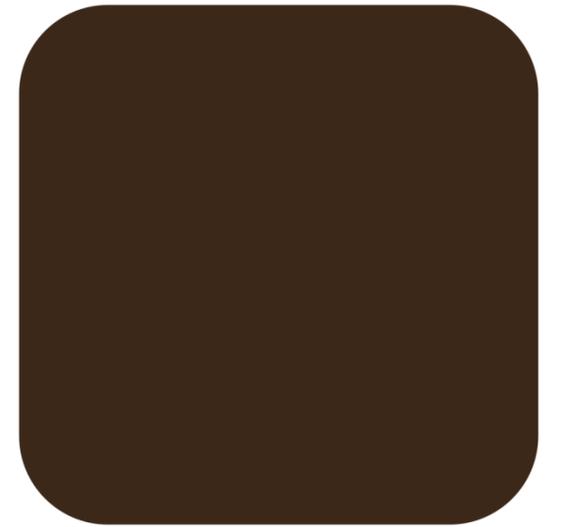
DFD6C2



BEAC94



897766



40291D

FONT

Tan mon cherie

Per i titoli e le
intestazioni.

monserrat

Per i testi e le
descrizioni.

TOV

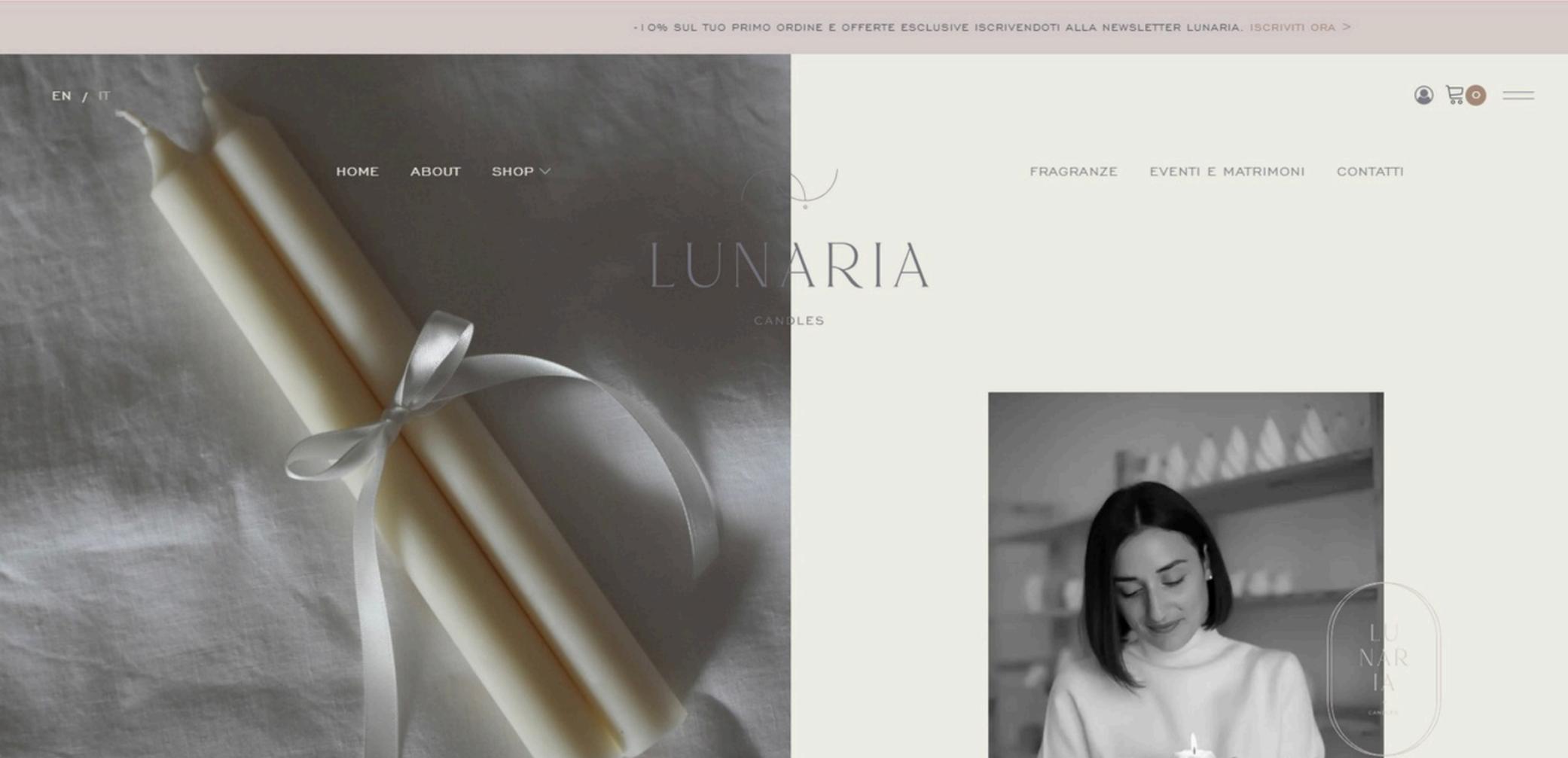
- **Coinvolgente & Sicuro di sé:** Deve trasmettere fiducia senza essere arrogante.
- **Autentico & Accessibile:** Racconta la storia di Michela con trasparenza e vicinanza al pubblico.
- **Elegante & Raffinato:** Il brand ha un posizionamento premium, quindi il tono deve riflettere ricercatezza e artigianalità.

M O O D B O A R D



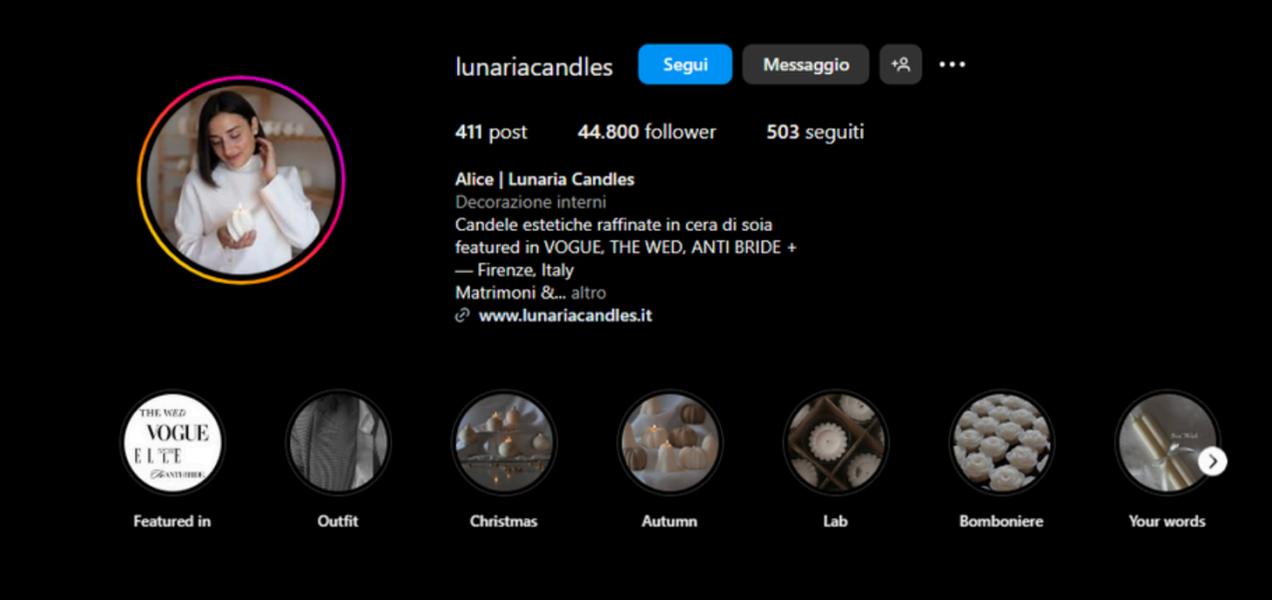


A N A L I S I
C O M P E T I T O R S



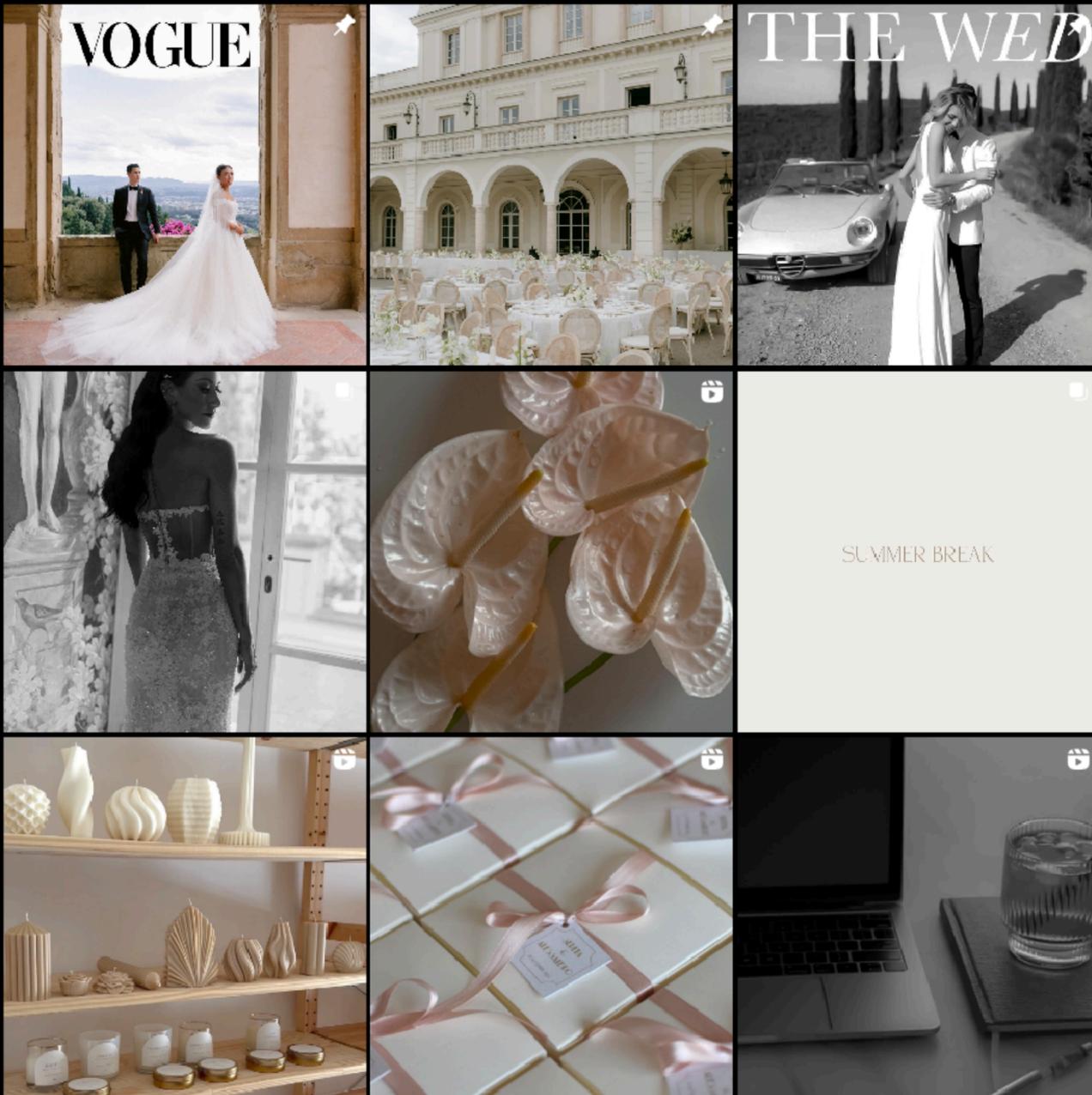
LUNARIA

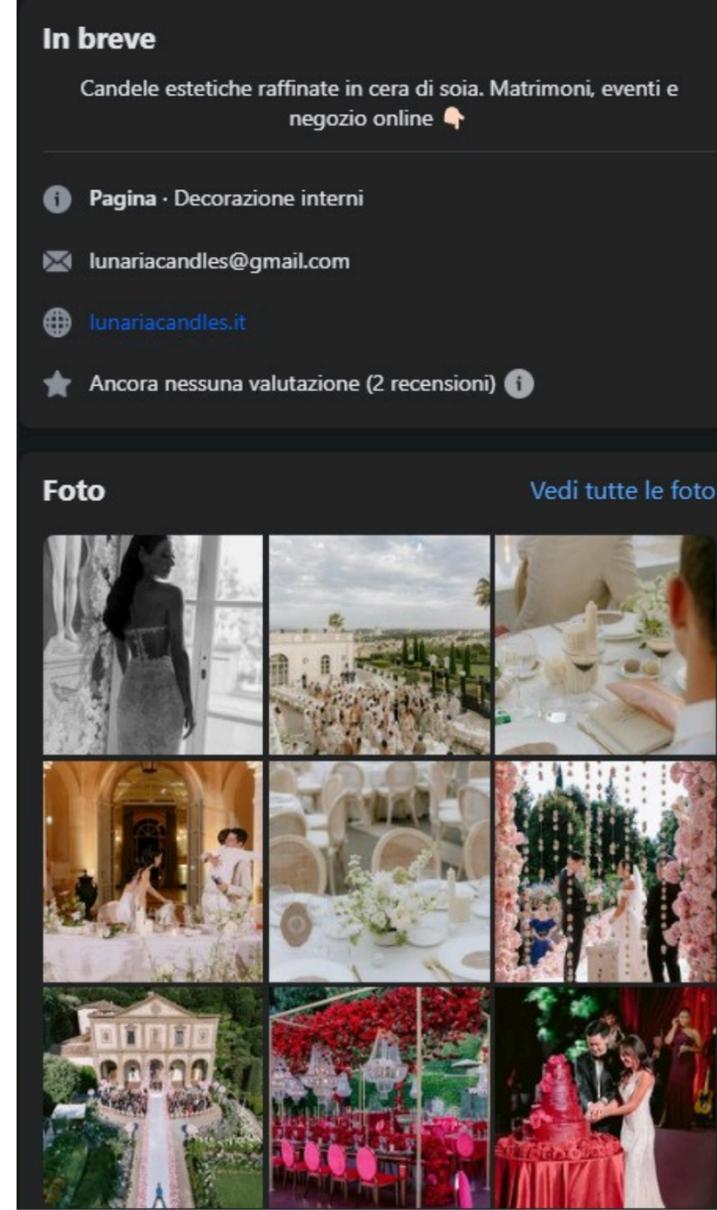
Sito web: Lunaria Candles ha un sito ben strutturato, che riflette perfettamente la filosofia di "Slow Living" su cui si basa il brand. La navigazione è intuitiva, con sezioni chiare che includono "About", "Shop", "Fragrances", e "Weddings and Events". Le collezioni sono presentate in modo dettagliato, con immagini di alta qualità e descrizioni che evocano sensazioni legate alle fragranze. L'interfaccia è minimalista, elegante, e comunica un senso di calma, perfettamente in linea con l'identità del marchio. È presente anche un sistema di abbonamento per ricevere regolarmente candele stagionali. Il sito include una barra di ricerca ben visibile, e l'accesso alla newsletter, con uno sconto del 10% sul primo acquisto



LUNARIA

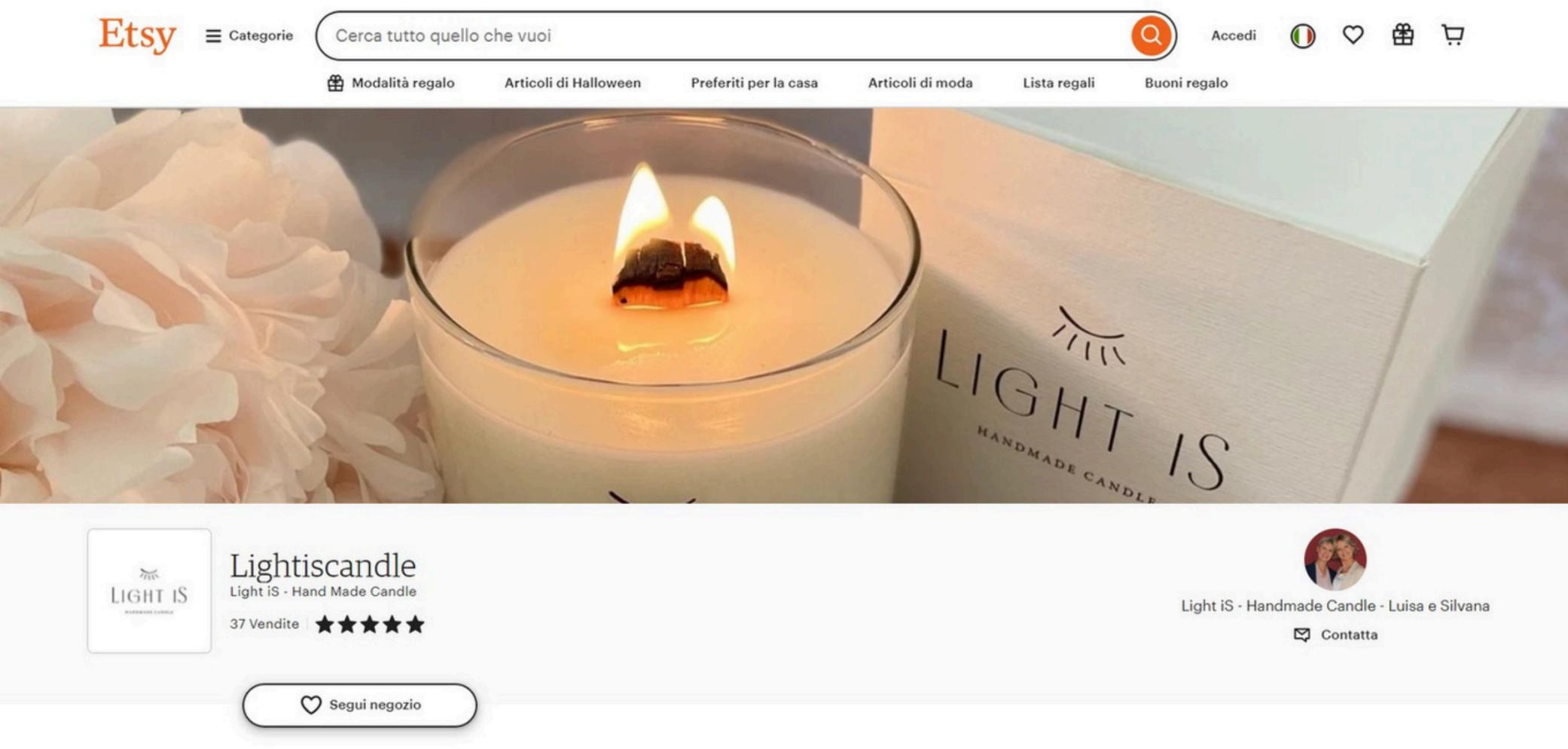
Instagram: Lunaria utilizza Instagram per esprimere la sua identità visiva, con immagini curate che promuovono uno stile di vita slow e rilassato. I post mostrano candele ambientate in contesti accoglienti, con didascalie poetiche che raccontano la storia e le emozioni dietro ogni fragranza. Le immagini mantengono una coerenza visiva elevata, in linea con l'estetica minimalista del brand. I reel sono usati per mostrare il processo di creazione artigianale, aumentando l'interesse e l'interazione con il pubblico.





LUNARIA

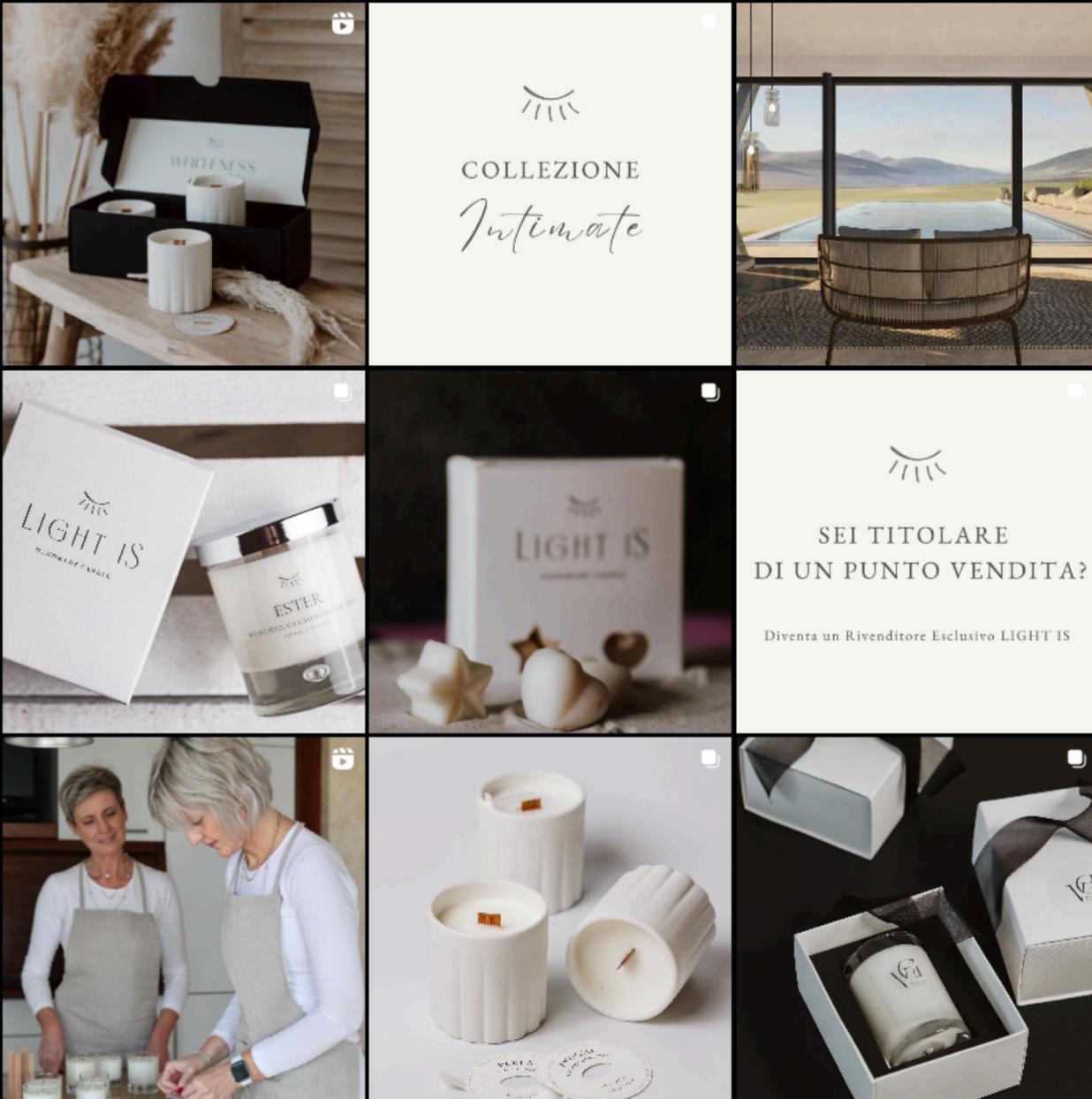
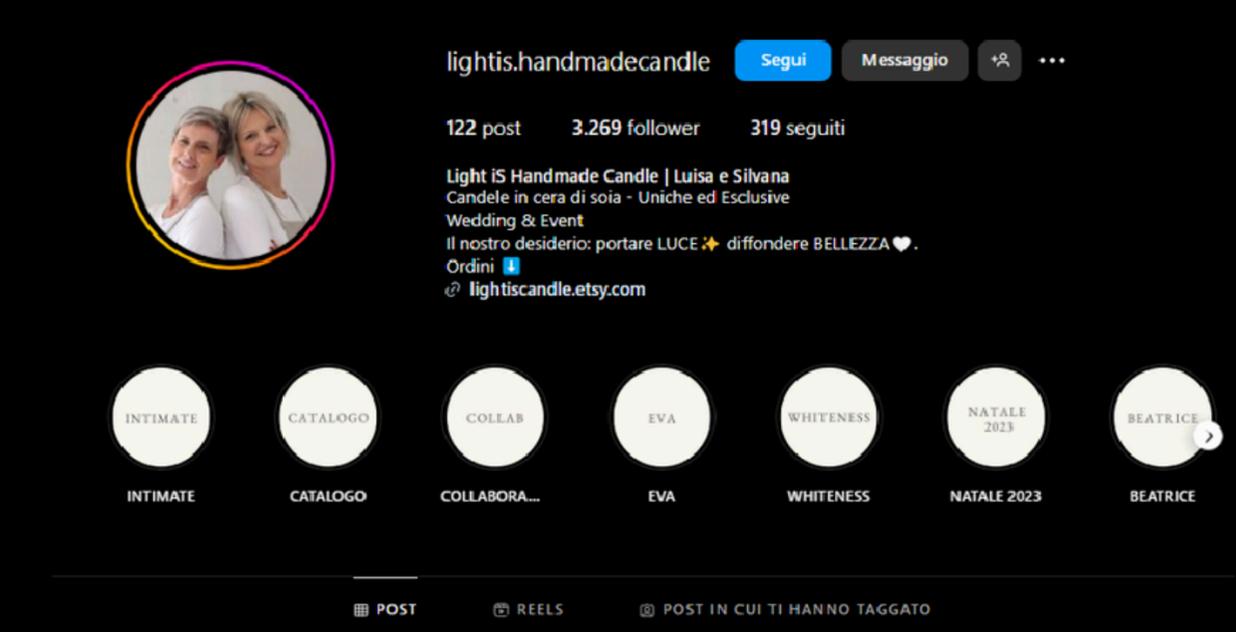
Su Facebook, Lunaria ha una presenza costante, anche se con minore engagement rispetto a Instagram. I post sono prevalentemente repliche di quelli di Instagram, ma continuano a mantenere la qualità visiva e la coerenza del brand. Le recensioni dei clienti sono positive e ben visibili, contribuendo alla credibilità del marchio. Tuttavia, il livello di interazione su questa piattaforma sembra inferiore rispetto a Instagram



L I G H T I S
C A N D L E



Sito web: Il sito di Lightis Handmadecandle è semplice e funzionale, ma meno rifinito rispetto a quello di Lunaria. L'organizzazione del sito è intuitiva, con le sezioni principali dedicate ai prodotti, alla filosofia aziendale e alle informazioni di contatto. Tuttavia, l'aspetto visivo potrebbe essere migliorato per riflettere meglio la qualità artigianale dei prodotti. Le immagini dei prodotti sono chiare, ma mancano di una presentazione che trasmetta l'emozione e il valore del brand, riducendo l'impatto visivo e l'esperienza dell'utente.



LIGHT IS CANDLE

Instagram: Lightis Handmadecandle utilizza Instagram per promuovere le proprie candele, ma con un focus visivo meno curato rispetto a Lunaria. I post sono più pratici che estetici e non riescono a creare la stessa connessione emotiva con il pubblico. L'interazione è limitata, e le storie e i reel non vengono sfruttati appieno per coinvolgere gli utenti o raccontare il processo di creazione delle candele



Light Is - Handmade Candle

Mi piace: 140 • Follower: 167

Messaggio Mi piace Cerca

Post Informazioni Menzioni Recensioni Reels Foto Altro

In breve

Candele in cera di soia - Uniche ed Esclusive
Wedding & Event
Il nostro desiderio: portare LUCE ✨ diffondere BELLEZZA ♥.

Pagina • Decorazione interni

lightis.lab@gmail.com

lightis.handmadecandle

Ancora nessuna valutazione (0 recensioni)

Foto

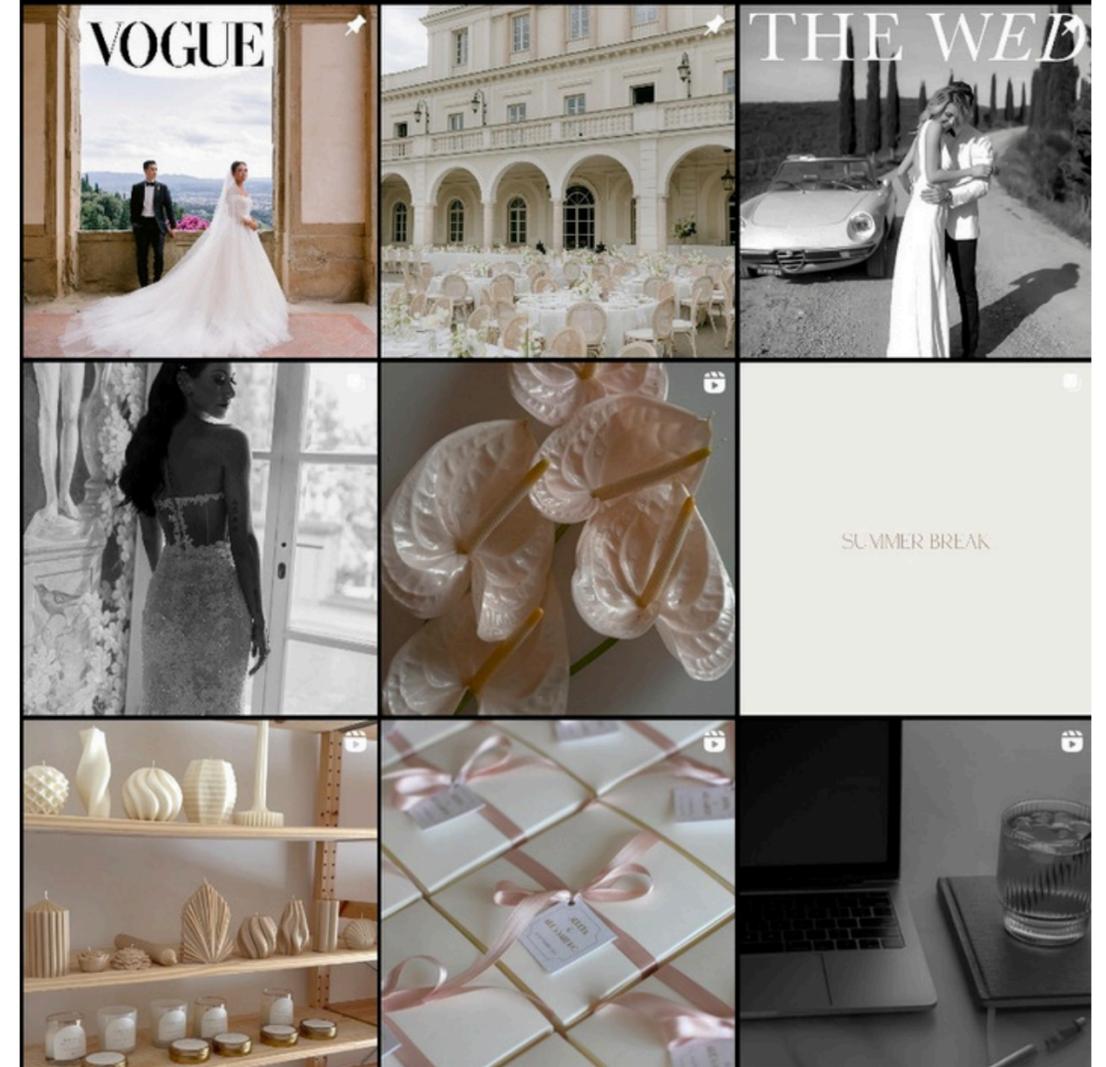
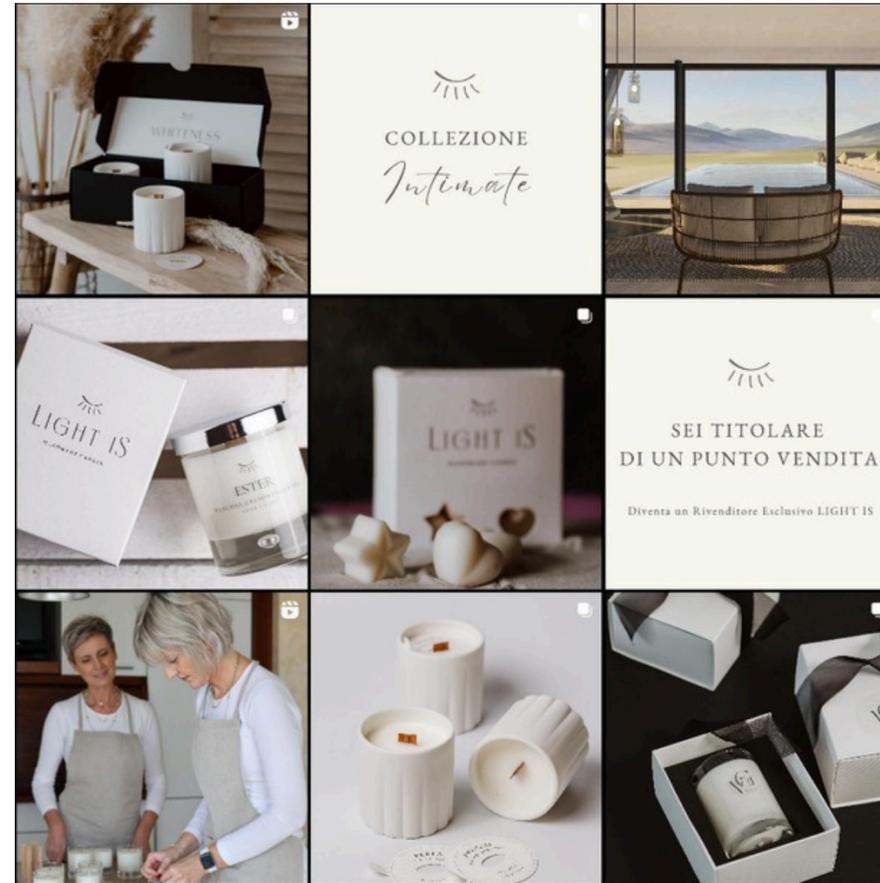
Vedi tutte le foto



LIGHT IS CANDLE

Facebook: Su Facebook, Lightis Handmadecandle ha una presenza più debole rispetto a Lunaria. La pagina viene aggiornata con contenuti simili a quelli di Instagram, ma il livello di coinvolgimento è basso, e la mancanza di recensioni visibili limita la costruzione della fiducia con i clienti. Inoltre, manca un forte focus sulla narrazione del brand, il che rende più difficile distinguersi dai concorrenti

CONCLUSIONE



Lunaria Candles si distingue per la cura estetica e narrativa del proprio sito web e dei suoi canali social, costruendo un forte legame emotivo con il pubblico attraverso il concetto di "Slow Living".

Lightis Handmadecandle, pur avendo un posizionamento simile, potrebbero beneficiare di un maggiore investimento nell'estetica visuale e nella frequenza di aggiornamento dei contenuti per raggiungere lo stesso livello di engagement.

PUNTI DI FORZA DEI COMPETITORS (E COME REPLICARLI)



Sito Web Efficiente e Esteticamente Gradevole (Lunaria):

Lunaria ha un sito web ben strutturato e intuitivo, che offre un'esperienza di acquisto piacevole. Ogni collezione di candele è presentata con immagini di alta qualità e descrizioni dettagliate che mettono in risalto i punti di forza del prodotto.

Anche se Lumière non ha un sito web al momento, è fondamentale pianificare una strategia di comunicazione visiva coerente e minimalista su Instagram, utilizzando descrizioni dettagliate e immagini professionali che riflettano la qualità del prodotto. Una futura espansione verso un sito e-commerce potrebbe basarsi su questi principi, mantenendo l'attenzione al design e alla semplicità d'uso.



Coerenza Visiva e Storytelling nei Contenuti Social (Lunaria):

Lunaria utilizza un'estetica coerente su Instagram, rafforzando il suo posizionamento premium con immagini curate e una narrazione coinvolgente che racconta il processo artigianale e la qualità dei materiali.

Lumière dovrebbe mantenere una coerenza visiva nei suoi post, utilizzando un tono narrativo che coinvolga i clienti. Il racconto dietro ogni candela, i materiali scelti e il processo artigianale devono essere centrali nella strategia di contenuti di Lumière. Le stories e i reel possono essere utilizzati per approfondire il legame emotivo con il pubblico.

PUNTI DI DEBOLEZZA DEI COMPETITORS (E COME FARE LA DIFFERENZA)

Personalizzazione Totale delle Candele:

Lunaria e Lightis Handmadecandle offrono candele artigianali, ma Lumière ha l'opportunità di differenziarsi ulteriormente con una personalizzazione totale delle candele, offrendo la possibilità ai clienti di scegliere non solo fragranze e colori, ma anche packaging e design specifici per eventi o occasioni speciali.

Lumière può creare una sezione su Instagram dedicata alle candele personalizzate, mostrando esempi di prodotti unici realizzati per matrimoni, regali o eventi, con storie che spiegano il processo di personalizzazione. La narrazione del prodotto personalizzato può enfatizzare la cura e l'attenzione dedicata a ogni singola creazione.



Uso di Materiali Innovativi e Sostenibili:

Lumière si distingue con l'uso esclusivo di cera di soia purissima e oli essenziali biologici, garantendo una maggiore sostenibilità e un'esperienza sensoriale di alta qualità. Lunaria e Lightis non enfatizzano allo stesso modo questo tipo di innovazione.

Promuovi la sostenibilità come un valore chiave di Lumière, con post che mettono in risalto i benefici dei materiali ecologici e le certificazioni ambientali. Crea contenuti che spieghino l'impatto positivo delle candele Lumière sulla qualità dell'aria e sul benessere domestico, differenziando il brand come leader nel settore delle candele ecologiche e sicure per la salute.



GRAZIE PER
L'ATTENZIONE

