



TOMMASO GALLI

Content management e copywriting

- Messaggio della comunicazione e storie
- Strategie di contenuto
- Naming, payoff, headline, videocopy
- Testi per siti web, landing page e articoli seo optimized
- Testi per supporti offline
- Infografiche
- White paper

Fatti una vitAE!

Cliente -> Kilton

Claim per la campagna pubblicitaria dell'azienda Kilton, realizzato in occasione della sua partecipazione alla più importante fiera italiana del settore viti e bullonerie.

In un contesto B2B molto statico e ingessato in canoni ripetitivi, la richiesta del cliente era quella di rompere gli schemi con una comunicazione originale, anche spiazzante.

Ecco quindi la mia creazione, giocata rielaborando un'espressione d'uso del gergo comune, modificata all'occorrenza con l'inserimento del dittongo finale AE, ripreso dal latino. Leggendola, la prima reazione del cliente è stata una risata.

See more. Feel more. Live more.

[Cliente -> Cellularline](#)

Claim ideato per il video promozionale del visore 3D ZION VR per smartphone di Cellularline.

Ho giocato sulla crescita esperienziale offerta dal device, un'immersione che inizia dagli occhi, colpisce tutti i sensi e permette di ampliare le sensazioni vivendo nuove esperienze.

[Guarda](#)

Passion for challenges has no limits

Cliente -> Lionard Luxury Real Estate

Videocopy realizzato per i 10 anni di Lionard Luxury Real Estate, leader italiano nel settore dell'immobiliare di lusso.

Attraverso il racconto dei valori e delle passioni del fondatore, il video ha come obiettivo l'ingaggio di nuovi advisor: in chiave di recruiting emozionale, le parole e le riprese delineano un contesto distintivo di bellezza, classe e attenzione verso il cliente.

[Guarda](#)

Immagina il futuro, realizzalo a Firenze

Cliente -> SSATI

Headline realizzato per il sito MakeNextInFlorence, la piattaforma web che racconta l'ecosistema dell'innovazione e delle startup a Firenze.

Una realtà in accrescimento che concorre, grazie a connessioni dinamiche, a co-creare le condizioni favorevoli alla nascita, crescita e diffusione di nuove idee e progetti innovativi di impresa.

Il progetto è legato alla guida Florence Startup City. Scaricala [qui](#).

L'arredo è servito

Cliente -> Berni Store

Claim per campagna pubblicitaria in cui il celebre chef Bruno Barbieri è testimonial dei negozi d'arredamento Berni Store.

L'headline, associando due mondi distanti come l'arredamento e la cucina, esprime in modo diretto il core business; evidenzia l'attenzione alla clientela; contestualizza il testimonial; ricorda una trasmissione televisiva di successo.

Espressione tecnologica

Cliente -> Macchiavelli Cup

Headline ideato per il sito web Macchiavelli, azienda produttrice di capsule per caffè ed infusi, con target B2B.

Espressione come risultato materiale della capsula ed esposizione/concretizzazione di un'idea.

• Tecnologia • Design • Innovazione • Ricerca • Funzione •

Night is light

Abbiamo la fissa per l'estate

Cliente -> Enegan

Naming ed headline per offerta luce mercato B2B.

L'offerta estiva, rivolta al mondo HoReCa, prevedeva una tariffa fissa e agevolata per l'utilizzo dell'energia elettrica nella fascia oraria serale/notturna.

Drip

Cliente -> Macchiavelli Cup

Naming per nuova capsula da caffè, con target B2B.

Il processo creativo ha tenuto conto dell'elemento distintivo: il sistema di erogazione dell'acqua in percolazione, per caffè americano. L'utilizzo della lingua inglese segue la linea degli altri prodotti dell'azienda.

Imagine Ideas

Cliente -> Maria Pia Grossi

Creazione del **payoff** per l'avvio di un'attività di consulenza in marketing, che esprime il tratto essenziale e distintivo della sua professionalità.

Da notare le allitterazioni vocaliche, soprattutto nell'uso delle i. Lo stesso uso delle i richiama e rappresenta graficamente la linea verticale dell'acutezza, della velocità, della chiarezza di pensiero e dell'intuizione.

*Alcuni siti internet
di cui ho curato i testi*



makenextflorence.org

bernistore.it

bernicontract.it

parkavenue.it

filippoweber.com

fragosmedia.com

albergoleterme.it

innovaitalia.com

ufuture.app

Una selezione di
articoli e reportage
seo optimized



[Inquinamento da plastica in
mare: cause, conseguenze
e soluzioni](#)
per Anteritalia

[Homemade Spa - How to
create a Spa at home for
your partner](#)
per Luna di Giorno

[Pier 55, il molo verde di
New York](#)
per Berni Contract

Una selezione di
articoli e reportage
seo optimized



[Case sugli alberi,
tra sogno e realtà - 1° parte](#)
per Berni Store

[Case sugli alberi,
tra sogno e realtà - 2° parte](#)
per Berni Store

[Cosa cambia in bolletta
installando un impianto
fotovoltaico.](#)
[Facciamo chiarezza](#)
per Anteritalia

Social Media Strategy+Advertising

- Scelta dei canali
- Definizione del piano di contenuti
- Elaborazione del calendario
- Pianificazione e ascolto
- Formazione e accostamento

- Attivazione di campagne ads
- Scelta delle piattaforme
- Impostazione della strategia e delle tattiche di ingaggio
- Ottimizzazione delle performance
- Monitoraggio e reportistica

***Alcuni clienti che ho affiancato
nella strategia social***



Berni Store

Enegan

Terme San Giovanni
Rapolano

Berberè

Barilla Center

Albergo Le Terme
Bagno Vignoni

Castel Sant'Angelo
Village

Io e la Filosofia

Lontano 1997. Tutto ebbe inizio quando conobbi il suo maestro, Socrate.

Fu un istante di fulminante illuminazione, come un segno di amore (posso permettermi il paragone ora, dopo averlo conosciuto... l'amore, non Socrate).

Saltando molti passaggi lungo il percorso, nel 2001 mi iscrissi all'Università degli Studi di Milano, scegliendo come specializzazione l'Estetica in quanto Aisthesis, ovvero filosofia delle forme e dei modi della percezione, immaginazione, ideazione, concettualizzazione: in breve il rapporto tra sensibilità e ragione.

In quegli anni ho approfondito gli aspetti di immagine e simbolo, segno e significato, spazio e tempo, fenomeno e rappresentazione e i modi in cui la nostra natura razionale sia in grado di rielaborare dati sensibili per trasformarli in concetti e come questi, a loro volta, in-formino la realtà.



TOMMASO GALLI

Web: galliommaso.it

Mail: scrivimi@gallitommaso.it

Telefono: 3485228809

Skype: tommasogalli

I contenuti del presente documento sono frutto della mia creatività e di esclusiva proprietà dei clienti che mi hanno commissionato il lavoro, direttamente o tramite agenzie.

Non sono quindi riproducibili, anche parzialmente.

Grazie.