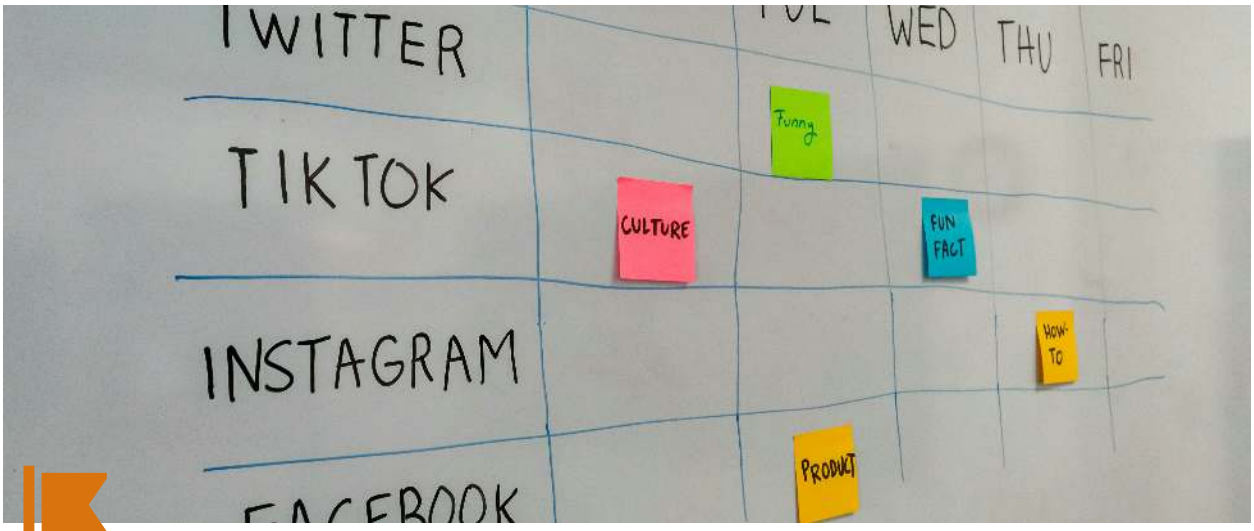


Task 1

2.1 Strategia Social Media & Altri Canali

▼ Scelta Canali & Content Strategy

▼ Email Marketing

Retention + Conversione

WHY

- È il canale proprietario a maggior valore: consente di comunicare in modo **diretto** e personalizzato con una **base di utenti già interessati** (waiting list).
- Grazie ad A/B test, automazioni e segmentazione avanzata (per paese, interessi, status clinico), rappresenta uno strumento chiave

HOW

- Update su lancio, “behind the scenes”
- Newsletter di onboarding
- “Welcome flow” personalizzato
- Testimonianze, early access
- Incentivo referral = **Referral waitlist**

per **nutrire la relazione con l'utente e guidarlo all'attivazione del preordine.**

- La sua piena tracciabilità e personalizzazione lo rendono essenziale per **massimizzare le conversioni**.

▼ Linkedin

Trust Building + Lead Generation

WHY

- Go-to-market strategico per costruire **autorevolezza** e consolidare la **credibilità** del progetto verso professionisti del settore: dentisti, stakeholder clinici, partner e investitori.
- Non è un touchpoint di vendita diretta, ma supporta e consolida il **posizionamento** di Clean OS nel mondo professionale rafforzando al contempo la sua legittimità nella filiera sanitaria.
- È inoltre un canale utile per attrarre potenziali **ambassador clinici** e abilitare **partnership professio**

HOW

- Post "disruptive" su salute orale (es. dati poco noti)
- Teaser scientifici e di prodotto
- Founder POV & mission del progetto
- Early Milestones
- Reveal partnership cliniche / advisor

▼ TikTok

Virality + Cost Effective Reach

WHY

- Canale chiave per la **crescita organica** e l'awareness del prodotto, soprattutto in fase di lancio.
- Consente di generare interesse con **contenuti autentici** e ad alto impatto (es. demo reali, UGC emozionali, storytelling del founder).
- Offre la migliore **reach** organica tra i canali social attuali, con un alto potenziale virale.

HOW

- Trend attuali adattati al mondo oral health
- Duetti con igienisti, creator health
- Demo UX del prodotto
- Mini pillole "Did you know...?" su salute orale e impatti sistemici
- Contenuti emozionali e storytelling

▼ Community Building

Feedback Engagement + WOM

WHY

- Con l'ausilio di piattaforme come **Telegram** (early stage) e **Discord**/**Slack** (in fasi successive), è possibile costruire una micro-community di early adopters e ambassador destinata a crescere nel tempo.
- Questo spazio consente di **attivare utenti chiave**, raccogliere feedback continui, sperimentare in modo agile e generare un motore di **co-**

HOW

- Behind-the-scenes
- Survey
- Founder AMA (Ask me Anything)
- Value Co-creation = **Referral waitlist**

creazione e brand loyalty a lungo termine.

▼ PR & Earned Media

Awarness + Trust

WHY

- Canale ad alta leva che sfrutta la **copertura media guadagnata** (non pagata) su testate autorevoli, blog verticali o canali indipendenti.
- Un singolo articolo ben posizionato — ad esempio su una testata clinica, un blog biohacker o tech — può generare **awareness qualificata**, fiducia e **backlink** utili anche in ottica SEO.
- In fase pre-lancio, rappresenta un acceleratore reputazionale a **costo contenuto**.

HOW

- Articolo-intervista al founder
- Feature su media di settore
- Guest post su blog di innovazione, salute o biohacking

▼ Studi Dentistici

Offline Conversion + WOM Professionale

WHY

- I dentisti possono giocare un ruolo strategico nella fase di lancio, in quanto non sono solo potenziali partner commerciali, ma veri e propri **amplificatori del messaggio**.

HOW

- Fisici: Brochure/Poster/QR Code
- Digitali: Contenuti social

- Ogni studio rappresenta un **punto di contatto diretto** con i pazienti e può contribuire alla **promozione** attraverso i propri canali digitali, comunicazioni dirette ai pazienti e la creazione di contenuti autentici a valore clinico.
- L'attivazione è facilitata da un **kit** comunicativo pronto all'uso, pensato per semplificare la condivisione e rafforzare il coinvolgimento dei professionisti.

▼ Instagram

Brand presence + Retargeting

WHY

- Instagram è una piattaforma visiva che consolida l'**identità del brand**, pur con **portata organica limitata** senza una fanbase consolidata.
- Non è un canale prioritario per performance, ma svolge un ruolo chiave come "**vetrina**" per design, mission e valori, supportando l'attivazione attraverso un profilo curato.
- È inoltre utile per contenuti educational e attività

HOW

- Carousel educational
- Experts quote / User testimonials
- Demo prodotto + backstage
- Countdown stories
- Prototipi/mockup

di **retargeting**.

▼ Key Message & Tone of Voice

▼ Key Message 🎯

La comunicazione CleanOS ha un compito preciso: trasmettere un **cambio di paradigma**.

Non si tratta solo di migliorare ciò che già esiste (lo spazzolino), ma di sostituire l'intero processo di igiene orale con una soluzione **clinica**, **personalizzata** e **automatica**.

Tutti i messaggi devono rafforzare questa verità centrale.

> "We're not only upgrading the toothbrush. We're replacing the process."

CleanOS non è l'ennesimo device. È una tecnologia che elimina l'"errore" umano e porta la prevenzione reale, a casa.

- Designed with dentists (experts)
- 90% plaque removal, clinically validated
- Fully personalise
- Smart, guided experience

▼ Tone of Voice 🗣️

CleanOS si posiziona come un brand med-tech consumer, a cavallo tra innovazione clinica e semplicità d'uso quotidiano. La voce del brand dovrebbe riflettere questa doppia natura, mantenendo un equilibrio tra rigore e accessibilità.

Si propone una voce che risulti:

- **Scientifica ma leggibile**: capace di trasmettere dati, evidenze e autorevolezza clinica senza risultare complessa o tecnica in modo eccessivo.
- **Empatica ma non paternalista**: evita toni colpevolizzanti o prescrittivi, e si avvicina all'utente in modo umano, trasparente, senza semplificazioni

forzate.

- **Challenger ma credibile**: rompe con i paradigmi tradizionali dell'igiene orale, ma sempre supportata da validazione e logica clinica.
- **Incisiva ma rispettosa**: utilizza frasi brevi e ad effetto, senza rinunciare alla chiarezza.

Questa voce consente al brand di distinguersi come nuovo standard di prevenzione orale, sottolineando un cambio di metodo oltre che di prodotto.

▼ Va, tuttavia, sottolineato che tale voce va adattata in modo mirato ai diversi canali e pubblici di riferimento, mantenendo coerenza nei valori trasmessi.

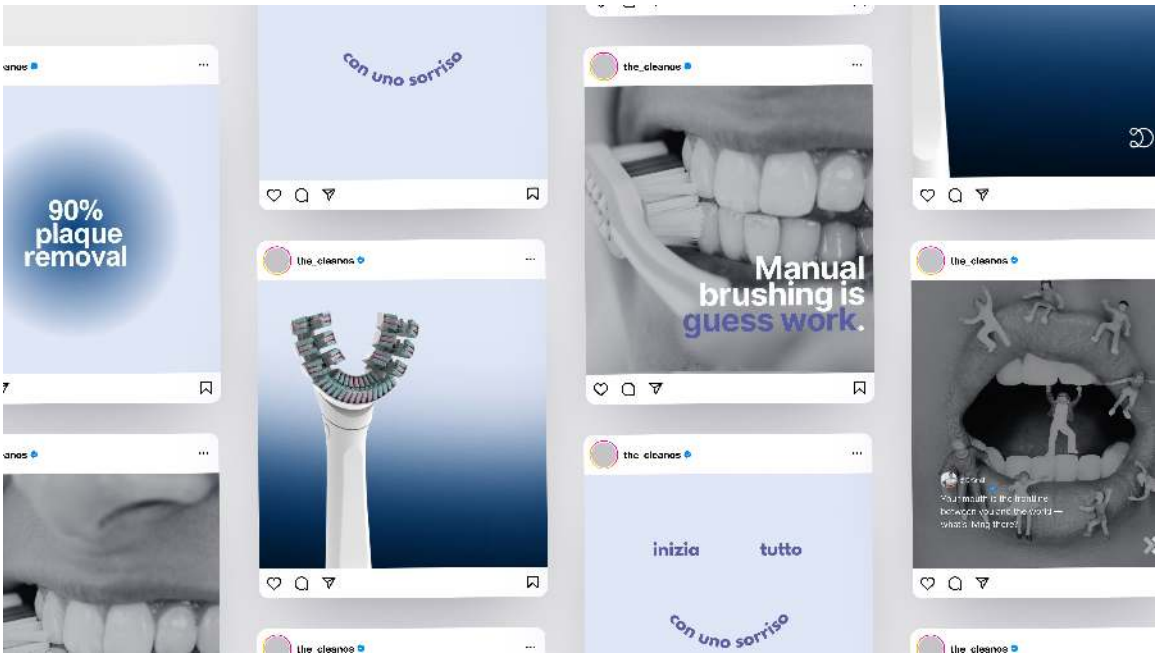
• **Media e PR clinico-scientifici**: tono più formale, evidenziale, con vocabolario tecnico e orientamento ai dati.	"CleanOS è il primo dispositivo medical-grade per la prevenzione orale automatizzata, progettato in collaborazione con dentisti e clinicamente validato."
• **Social consumer (Instagram, TikTok)**: tono più narrativo e coinvolgente, con linguaggio semplice e formato storytelling.	"POV: lavi i denti 3 volte al giorno, ma il 90% della placca resta. Con CleanOS, non succede."
• **LinkedIn**: tono informato e visionario, con focus sull'innovazione, sull'impatto clinico e sul ruolo dei founder.	"Oral care isn't broken because people don't care. It's broken because the tools never evolved. CleanOS changes the method, not the user."
• **Email e community (Telegram)**: tono più caldo, diretto, con forte componente umana e trasparente.	"Il problema non è che ti lavi male i denti — ma la precisione del tuo dispositico. Ora c'è un'alternativa."
• **Dentisti e cliniche**: tono didattico, concreto, orientato	"CleanOS automatizza le corrette tecniche di igiene, offrendo ai

al beneficio per il paziente e all’integrazione del prodotto nella pratica professionale.

pazienti un’esperienza più efficace e ai professionisti un nuovo alleato nella prevenzione.”

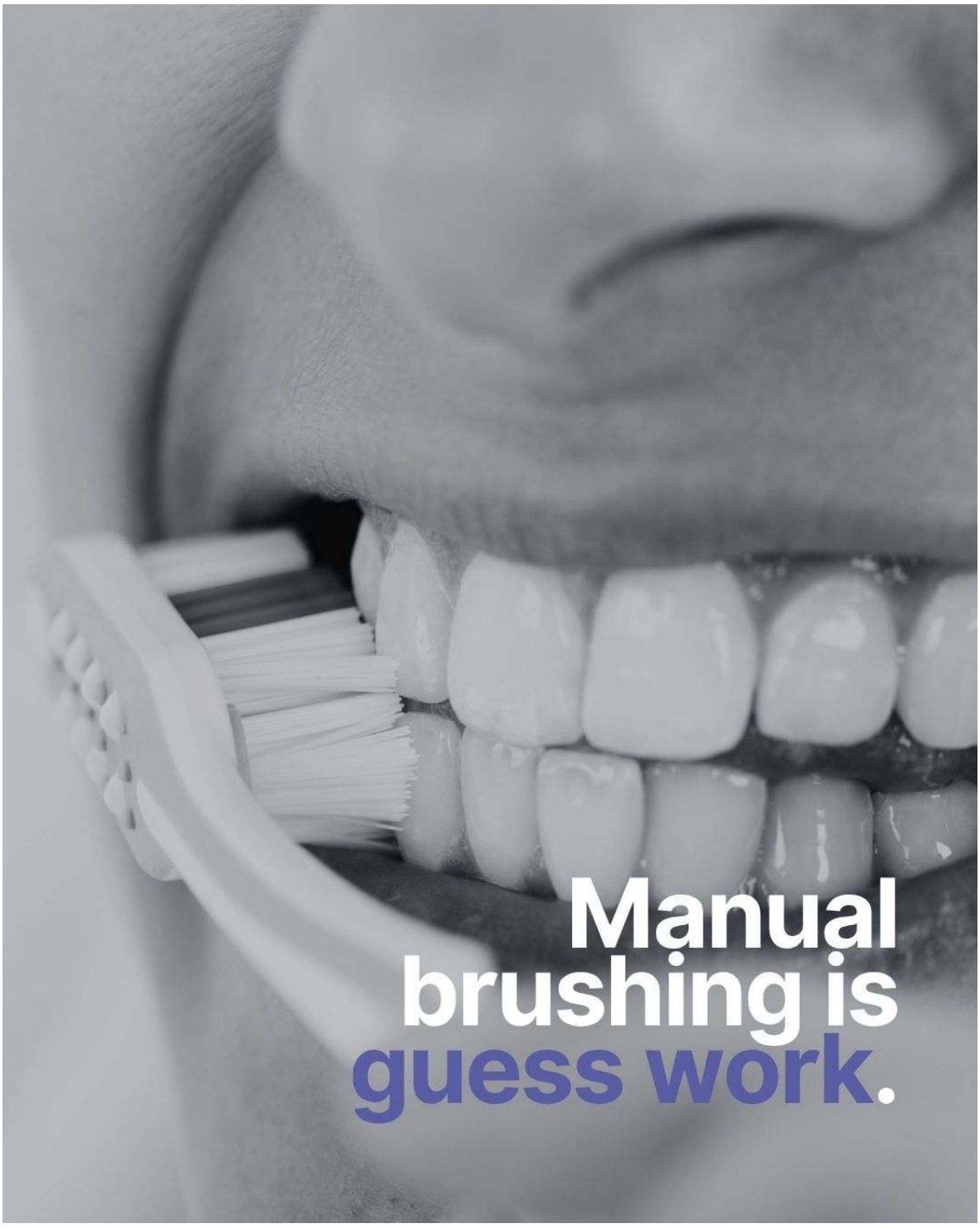
▼ Post Examples

▼ Instagram



socialmedia.jpg

Esempio 1



Copy

You can brush for 2 minutes.

You can brush twice a day.

You can brush perfectly.

But plaque isn’t impressed.

Manual brushing is inconsistent, imprecise, and often misses up to **90% of biofilm** — especially in hard-to-reach areas.

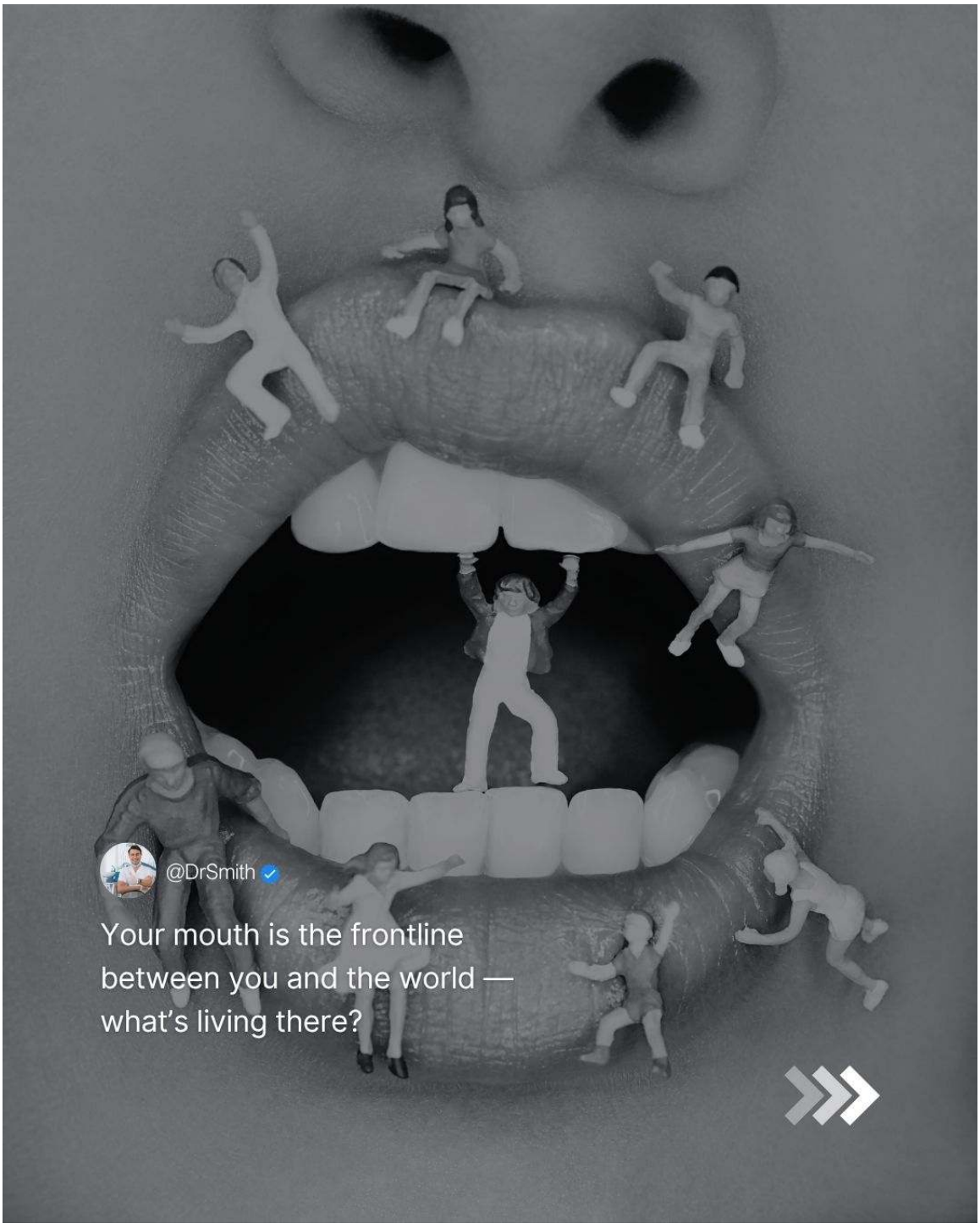
@CleanOS automates precision.

So you’re not guessing.

You’re actually cleaning.

#CleanOS #OralHealthInnovation #BeyondBrushing #PreventiveCare #OralTech #BiofilmTruth

Esempio 2



Copy

Your mouth is the gateway between the outside world and your body's internal systems. Every day, you breathe, eat, and speak — exposing it to thousands of microorganisms.

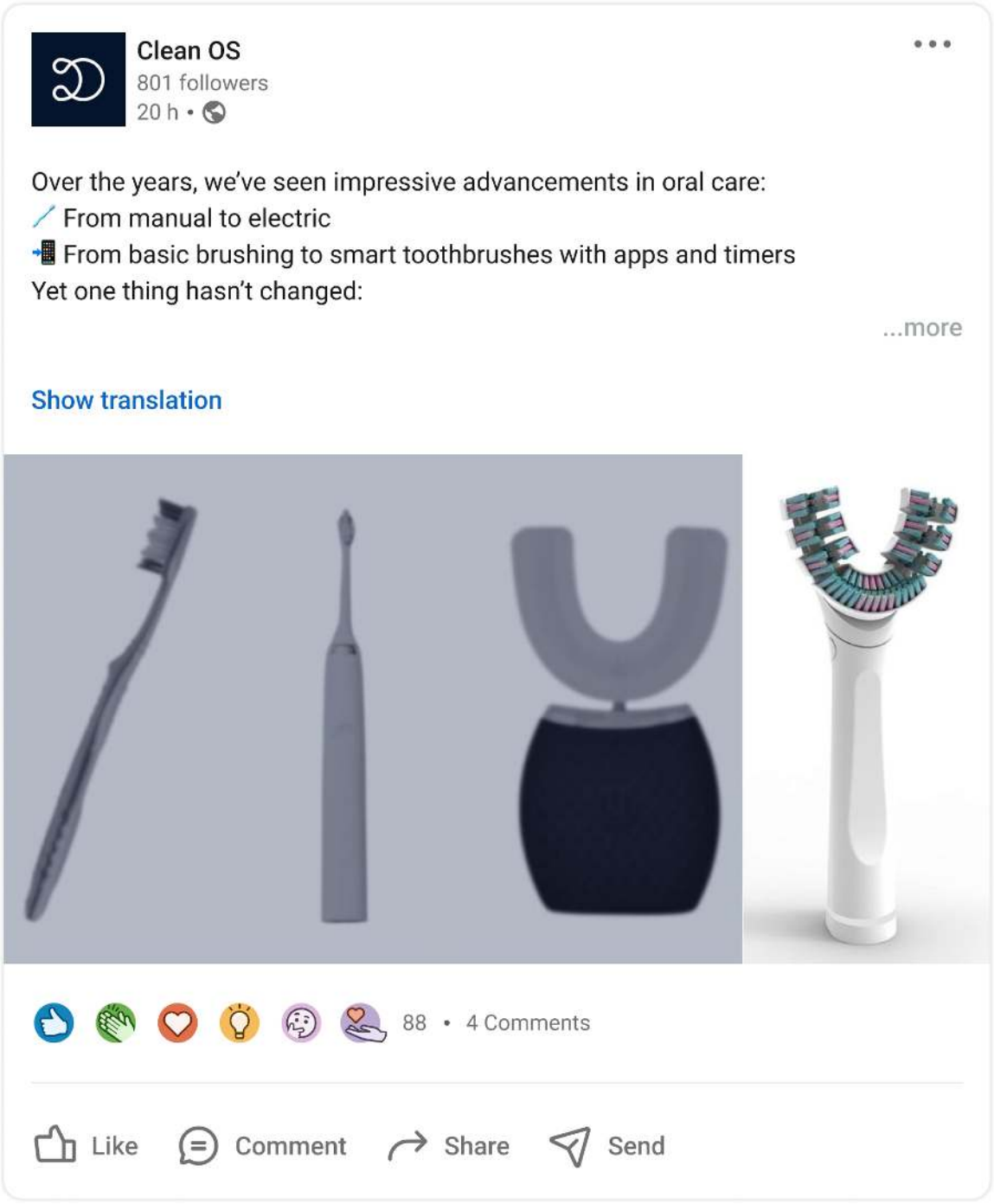
Not all of them are harmless. Some can enter your bloodstream and affect organs far beyond your mouth.

Taking care of your oral health means protecting your whole body.

@CleanOS makes it easier to keep your mouth — and you — healthy.

#OralHealth #CleanOS #HealthyBody #Prevention

▼ Linkedin



Copy

> Oral care technologies have evolved. But they still treat everyone the same.

Over the years, we've seen impressive advancements in oral care:

🪥 From manual to electric

📲 From basic brushing to smart toothbrushes with apps and timers

Yet one thing hasn't changed:

They all apply *the same approach to every mouth* — regardless of individual needs, biofilm patterns, or risk factors.

The result?

▪ Up to **90% of plaque** can remain, even with proper brushing

▪ Gum inflammation continues to affect a large part of the population

▪ Oral health remains disconnected from systemic prevention

At **CleanOS**, we believe it's time for a new paradigm.

We're developing the **first precision-based oral hygiene system**, designed to adapt to the user — not the other way around.

🔬 Personalized

🧠 Data-driven

⚙️ Automated

Because the future of prevention isn't generic.

It's built around each individual.

🦷 **We're launching soon.**

If you believe oral health deserves better, you can be part of it from day one:

→ Join the waiting list

→ Get early access

→ Help shape the product

Together, we're building the future of preventive care.

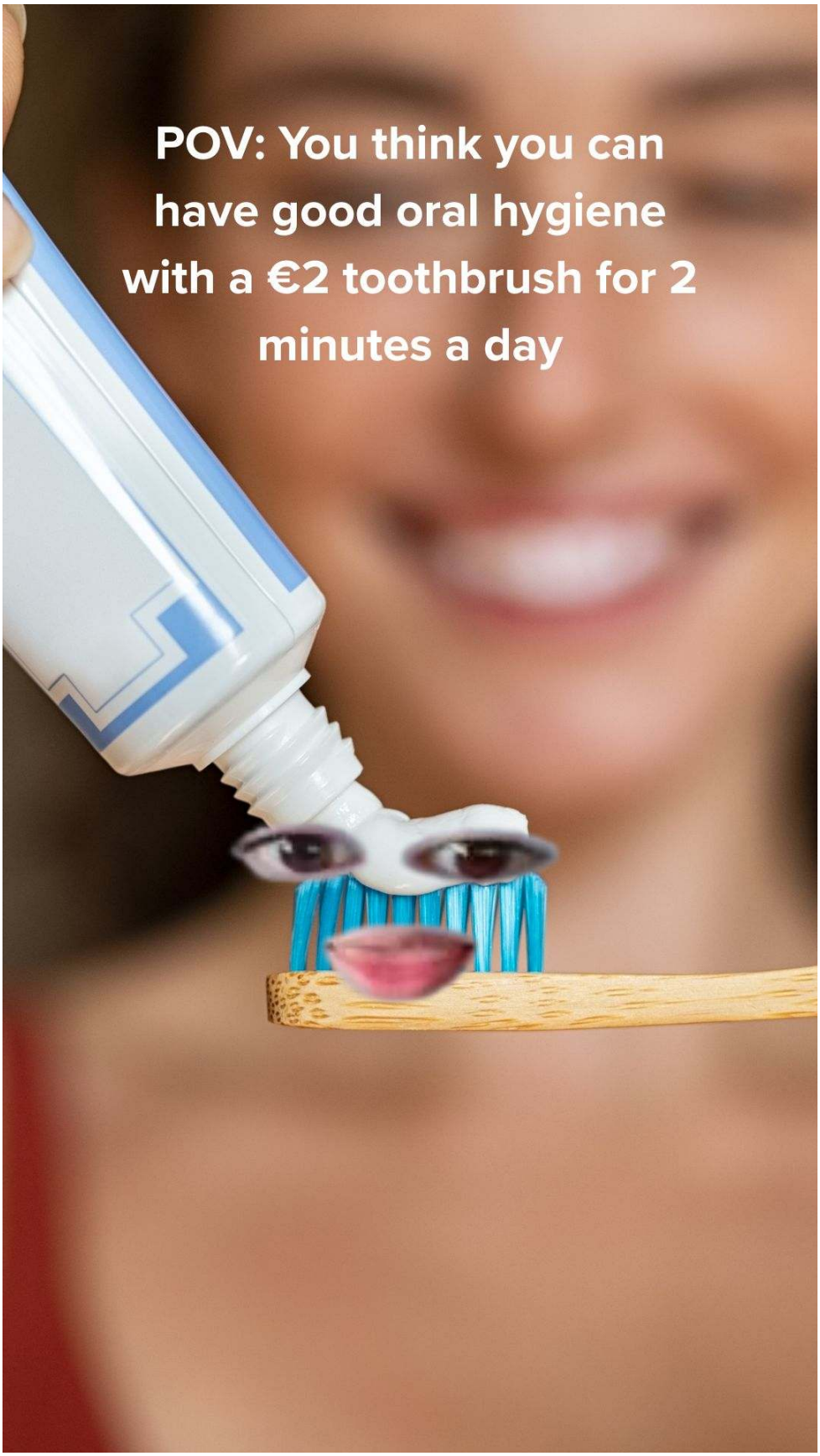
#CleanOS #OralHealthInnovation #PrecisionPrevention #HealthTech #Biofilm #PersonalizedCare #FutureOfHealth #Startup #CommunityLaunch #PreorderCleanOS

▼ TikTok

Esempi di trend-driven content adattati al mondo oral-health


“You look happier”
thanks, I finally have a personalised toothbrush that does the job for me.

Trend “You Look Happier”, canzone di Taylor Swift


POV: You think you can
have good oral hygiene
with a €2 toothbrush for 2
minutes a day

▼ AI Tools

Content Creation

- **ChatGPT/Claude** - Copy post, script video, brainstorming content ideas, adattamento tone per canali
- **Jasper** → Batch creation post social, variazioni copy A/B testing, content calendar automation
- **Notion AI** → Organizzazione content calendar, brief per creator, template post ricorrenti

Visual & Video

- **Midjourney/Leona AI** → Mockup prodotto, visual educational, grafiche medical-grade
- **Canva AI** → Template post Instagram/LinkedIr resize automatico formati, brand consistency
- **Runway/Pika Labs** → Video demo prodotto, animazioni 3D spazzolino, explainer tecnologia

Video Editing

- **OpusClip** → Tagli automatici long-form → Shorts/Reel, identificazione best moments
- **Descript** → Editing video/audio, rimozione filler words, trascrizioni automatiche
- **Pictory** → Trasformazione blog post → video, voice-over AI per educational content

Analytics & Strategy

- **Sprout Social AI** → Sentiment analysis, trend identification, competitor monitoring
- **Buffer AI** → Ottimizzazione orari posting, performance prediction, hashtag suggestion
- **Gamma** → Presentazioni pitch per PR/partnership, report performance automatici

Automation

- **Zapier AI** → Workflow automatici cross-platform, lead generation da social → CRM
- **Later AI** → Auto-scheduling ottimizzato, best time posting per audience segmentata