



Se vuoi qualcosa che non hai mai avuto,
devi fare qualcosa che non hai mai
fatto.

Thomas Jefferson



MU MoltoUomo.it

Il Magazine online #InBreve

MoltoUomo.it è un magazine online dedicato all'uomo moderno, ai suoi interessi, ai suoi affetti.

Focus degli articoli su **Moda, Lusso, Business, Viaggi, Arte, Benessere**. Vengono proposti consigli e spunti di approfondimento per la sfera maschile che nel contempo strizzano l'occhio al partner ed alla vita di coppia in generale. Il nostro Magazine registrato come testata giornalistica con Autorizzazione del Tribunale di Napoli, n. 3 del 2/03/2023.

Queste le principali categorie di racconto del nostro magazine.

Moda&Accessori



Luxury



Benessere



Business&Lavoro



Finanza Personale



Lifestyle



Viaggi



Motori

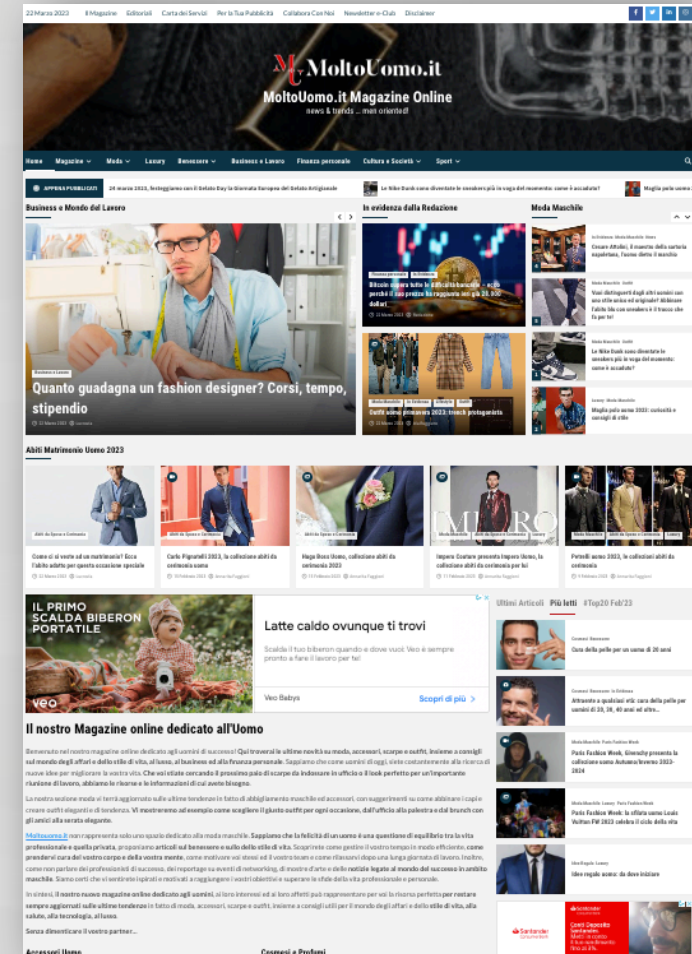


Ci rivolgiamo ad un pubblico interessato alle novità della sfera maschile, che ricercano contenuti aggiornati, ma di classe, senza mai dimenticare che dietro ad ogni uomo c'è spesso un partner che è il target d'influenza di tante scelte personali, familiari e professionali.

I contenuti del nostro magazine online

Su **MoltoUomo.it** celebriamo l'affidabilità dei brand, l'esemplarità delle persone e la cultura di paesi lontani, ogni dettaglio dietro un'opera d'arte e l'emozione di scoprire sapori nuovi nei posti più insoliti. Non ci accontentiamo di mostrare solo l'apparenza: vogliamo raccontare l'ambizione che sta dietro ogni successo, ispirando i nostri lettori a sognare in grande. Siamo la voce esclusiva che vi porta dentro le tendenze e le mode più esclusive in ambito maschile, sia in Italia che nel resto del mondo. La nostra missione è farvi sentire vicini a noi, offrendovi contenuti personalizzati ed in lingua italiana. Venite a scoprire con noi ciò che c'è di più interessante nel panorama internazionale e lasciatevi trasportare dal fascino delle storie che raccontiamo.

Dal mondo dell'arte e della cultura alla tecnologia all'avanguardia, **MoltoUomo.it** si dedica alla scoperta di trend esclusivi e mode di successo nel mondo del business, senza trascurare l'attenzione ai dettagli ed alla qualità che caratterizza il lusso, e portando lettori e lettrici ad avvicinarsi con entusiasmo alla sfera maschile attenta alla classe, al buon vivere, al successo personale, al benessere familiare.



Lo Stile



Lusso e Tendenze high price



Auto di lusso 2023, ecco i cinque migliori modelli secondo Moltouomo.it

22 Marzo 2023 | LUCRESIA
L'auto di lusso è uno dei gioielli più apprezzati e notati che una persona possa possedere: averne una è una soddisfazione non da poco. Le...

Motori



Auto di lusso 2023, ecco i cinque migliori modelli secondo Moltouomo.it

22 Marzo 2023 | LUCRESIA
L'auto di lusso è uno dei gioielli più apprezzati e notati che una persona possa possedere: averne una è una...



Coppa Milano Sanremo and back, dal 23 al 26 marzo

20 Marzo 2023 | Isabella Righetti
Li sentite scalpitare i cavalli, chiusi nei motori, in attesa che la bandiera a scacchi dia il via alla XIV...



Ford presenta l'elettrica crossover Explorer Sport

19 Marzo 2023 | Luca Magnotta
Ford presenterà il primo veicolo elettrico su base piattaforma VW MEB per il mercato Europa.

Le Nike Dunk sono diventate le sneakers più in voga del momento: come è accaduto?

22 Marzo 2023 | Redazione



Credito: Nike Dunk Low Retro | Nike.com

Negli ultimi anni, le Nike Dunk sono diventate uno dei modelli di sneakers più popolari e ricercati in circolazione. Originariamente progettate per il basket, le Nike Dunk sono state trasformate in un'icona del design Urban e della moda Streetwear. In questo articolo, esploreremo il motivo per cui le Nike Dunk sono diventate così famose, i loro vari stili e le collaborazioni che le hanno rese ancora più popolari.



Scopriamo insieme dunque la storia di questo successo e perché le Nike Dunk stanno diventando sempre più popolari tra gli appassionati di moda e lifestyle.

La storia delle Nike Dunk

Le Nike Dunk sono state introdotte per la prima volta nel 1985 come una scarpa da basket, ma presto sono diventate popolari tra i skater e i fan del punk rock. Il design della scarpa è stato ispirato dal modello Nike Terminator, ma le Dunk sono state create con una tomaia in pelle più spessa e resistente per resistere alle cadute e alle abrasioni che gli skater potrebbero subire durante le loro esibizioni. Nel corso degli anni '90, le Dunk sono state rilasciate in una serie di colorazioni e stili, tra cui una versione con una tomaia di jeans.

I motivi del successo

Nike ha rilanciato le Nike Dunk nel 2020 e da allora non sono mai state così di moda. Ma quali sono i motivi del loro successo? Innanzitutto, la rinnovata popolarità delle sneakers vintage negli ultimi anni ha giocato a Nike Dunk un ruolo importante. In secondo luogo, il design semplice e intramontabile delle Dunk si adatta a qualsiasi stile e outfit. Infine, Nike continua a collaborare con alcuni dei migliori designer e artisti contemporanei per creare edizioni limitate che attirano sempre più l'attenzione del pubblico.

Tuttavia, il vero successo delle Dunk è iniziato negli anni 2000, quando sono state rese famose da un gruppo di appassionati di sneakers

Lo stile di scrittura degli articoli del magazine online Moltouomo.it è moderno, fresco e accattivante, in grado di catturare l'attenzione del pubblico maschile e di coinvolgerlo attivamente nella lettura dei contenuti. Gli articoli sul sito sono scritti con un tono informale e conversazionale, che si adatta perfettamente all'interesse degli uomini moderni ed ai loro partner. La lingua utilizzata è semplice e diretta, ma al tempo stesso accurata e professionale.

Inoltre, gli articoli sono arricchiti da immagini di alta qualità e video, che rendono la lettura ancora più coinvolgente e interessante. Grazie alla loro capacità di attirare l'attenzione, i contenuti di Moltouomo.it sono in grado di catturare l'interesse del pubblico e di coinvolgerlo in modo attivo.



Buyer Personas



Marco Bianchi

Età: 35-40 anni

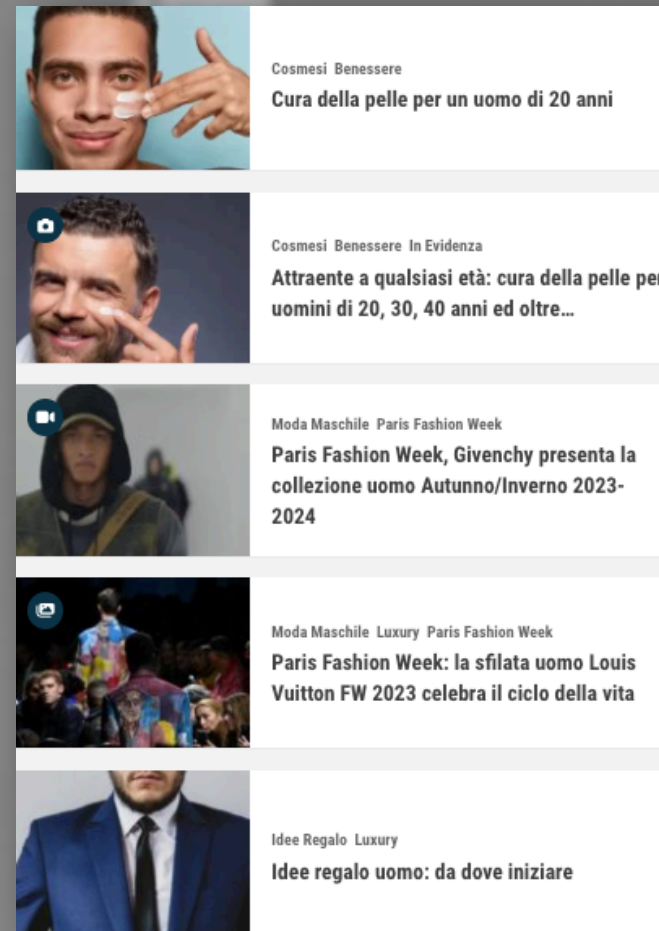
Occupazione: Avvocato o pari lib. professionista | **Stato civile:** Sposato, senza figli

Background: È un uomo di successo che ha dedicato molti anni della sua vita alla carriera professionale. Ha ottenuto il suo attuale ruolo manageriale grazie alla sua esperienza e alle sue capacità di leadership. Marco si considera un apprendista perenne ed è sempre alla ricerca di nuove conoscenze e di strumenti per migliorare le sue capacità e le sue competenze.

Comportamento online: Utilizza principalmente internet per reperire informazioni, quindi è presente su vari canali online come blog, social media, newsletter e magazine online. Utilizza anche applicazioni per il fitness e la gestione del tempo libero. Inoltre, partecipa a eventi e conferenze in cui può interagire con altri professionisti del suo settore.

Obiettivi e sfide: È un professionista molto impegnato e ha poco tempo a disposizione. Vuole informazioni chiare, concise e di alta qualità. Cerca contenuti che siano in grado di fornire soluzioni concrete ai suoi problemi professionali e personali. È aperto al confronto e al dibattito, ma vuole che questo avvenga in modo rispettoso e costruttivo.

Motivazioni: Può essere scettico riguardo a contenuti che sembrano troppo commerciali o che non offrono un valore aggiunto reale. Inoltre, può essere insoddisfatto di contenuti che non sono adeguatamente approfonditi o che non affrontano argomenti di interesse per lui.



Buyer Personas



Richard Rossi

Età: 45-50 anni | **Sposato** _ 3 figli

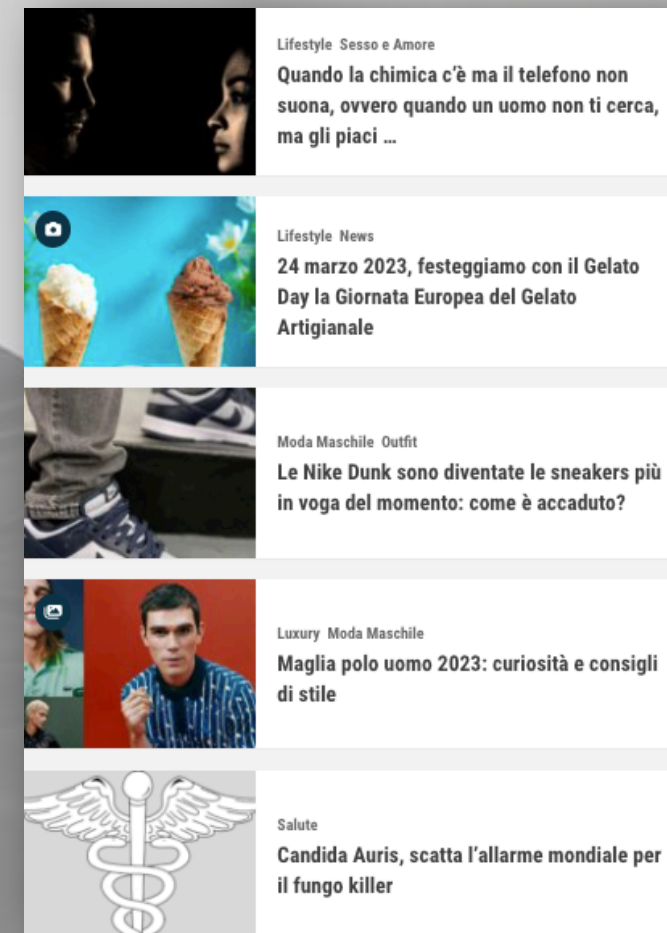
Occupazione: CEO di un'azienda di successo

Background: Richard è un uomo di successo che vive in una grande città. Ha co-fondato la sua azienda diversi anni fa e ora ne è il CEO. È un leader rispettato nella sua industria e il suo lavoro lo porta spesso a viaggiare in tutto il mondo. Matteo è sposato e ha due figli, ed è molto attento alla sua famiglia.

Comportamento online: Richard legge magazine online dedicati a temi come lusso, orologi, auto, yachting, viaggi, moda e stile di vita. Segue anche i social media dei brand di lusso e dei suoi competitor, cercando costantemente nuove idee per il suo stile di vita. Inoltre, legge anche magazine online dedicati alla genitorialità e alla gestione del tempo, per trovare un equilibrio tra lavoro e famiglia.

Obiettivi e sfide: Richard vuole far crescere la sua azienda e mantenerne la posizione di leader nel mercato. Allo stesso tempo, vuole godersi la vita con la sua famiglia e apprezzare le cose belle e lussuose. La sua sfida attuale è trovare il giusto equilibrio tra lavoro e vita privata, mantenendo il controllo del suo tempo e dei suoi impegni.

Motivazioni: Richard è motivato dal desiderio di vivere una vita di successo e lusso, e di avere accesso ai prodotti e alle esperienze più esclusive e di alta qualità. Apprezza l'eccellenza e la perfezione in ogni aspetto della sua vita, dal lavoro alla famiglia e al tempo libero. Il magazine online dedicato all'uomo e al lusso gli offre una fonte di ispirazione e informazione per aiutarlo a raggiungere questi obiettivi, fornendogli idee per viaggi esclusivi, acquisti lussuosi e consigli su come gestire il suo tempo in modo efficiente.



Buyer Personas



Ginevra Verde

Età: 30-40 anni

Occupazione: Lib. professionista / Laywer

Stile di vita: Ginevra vive in città con il suo compagno da alcuni anni. Ha uno stile di vita attivo e ama fare yoga e pilates. Si preoccupa molto della sua salute e segue una dieta equilibrata. Dedicava molta attenzione alla cura della propria persona e alla propria immagine.

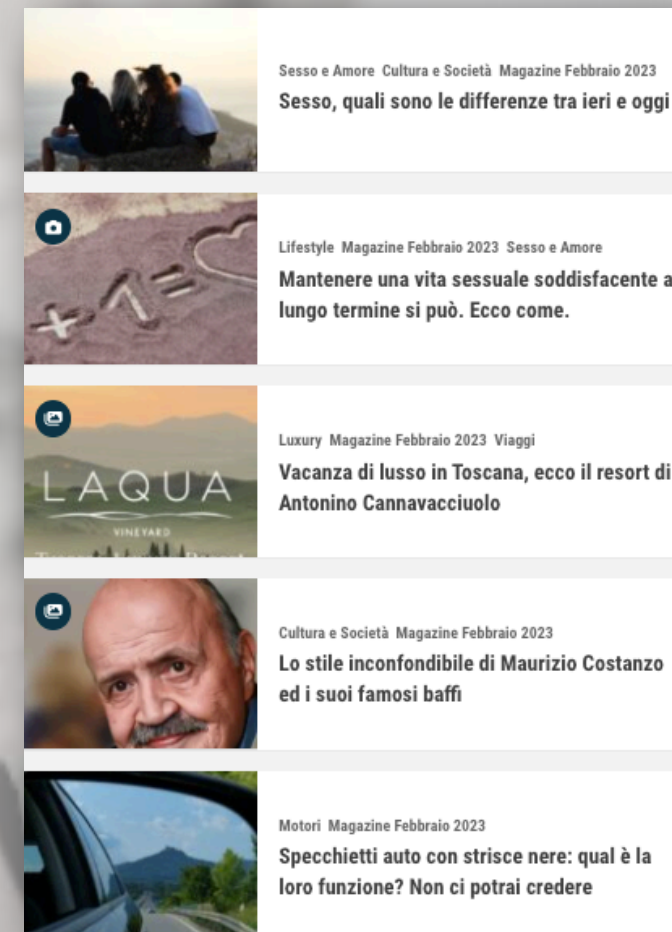
Obiettivi: Ginevra cerca di mantenere un equilibrio tra lavoro, vita privata e relazione di coppia. Cerca di coltivare i suoi interessi e di dedicare tempo alla sua relazione con il partner.

Interessi: Oltre al lavoro, Ginevra è appassionata di viaggi e di scoprire nuove culture. Ama leggere romanzi e guardare film romantici. Inoltre, è molto attenta alla moda e segue le ultime tendenze del settore.

Comportamento online: Ginevra trascorre molto tempo online, sia per lavoro che per svago. Legge frequentemente il magazine online www.moltouomo.it per trovare informazioni sulle tendenze della moda maschile e dei prodotti tecnologici che potrebbero interessare al suo partner. Segue anche influencer e youtuber di moda e lifestyle maschile sui social media.

Pain points di Ginevra che la portano sul nostro magazine online:

- Difficoltà nel trovare informazioni sulle preferenze e i gusti del partner
- Gestione delle aspettative nella relazione: potrebbe cercare consigli su come gestire i conflitti e mantenere un rapporto sano e duraturo con il partner
- Difficoltà nella scelta dei regali per il partner
- Ricerca di idee per trascorrere del tempo di qualità con il partner.



Profilo utenti dal 1/11/22



Socio-Demografia / Gen-Ago'23



54%



46%



18-24 15%



25-34 30%



35-44 35%



45-54 20%



1. Lombardia
2. Lazio
3. Emilia-Romagna
4. Campania



1. News & Economics
2. Media & Entertainment
3. Sports & Fitness
4. Travel

UX & Tech



- **Responsive:** il magazine online è ottimizzato per adattarsi a diverse dimensioni di schermo e dispositivi, inclusi smartphone e tablet. Ciò rende l'esperienza utente coerente su tutte le piattaforme, il che è importante per garantire un'esperienza utente di qualità.
- **Velocità di caricamento:** il magazine online è ottimizzato per un rapido caricamento su tutti i dispositivi, ivi compresa la versione AMP; focus tecnico sul mantenimento dell'attenzione degli utenti ed impedire loro di abbandonare il sito senza aver letto almeno 1,8 articoli/visita.
- **Sicurezza:** il magazine online utilizza un certificato SSL per garantire la sicurezza delle informazioni degli utenti.
- **Esperienza utente:** il magazine online offre un'esperienza utente coinvolgente e intuitiva, con un layout pulito e facile da navigare. I contenuti sono organizzati in modo logico e facile da trovare, il che rende il magazine stesso accattivante per gli utenti
- **Grafica:** il magazine online è stato pensato con una grafica professionale e attraente. Il design è minimalista, con un'attenzione al dettaglio e alla coerenza che rendono il sito accattivante e facile da leggere.
- **Privacy:** il magazine online rispetta tutte le richieste previste dal GDPR in vigore.



83,7%



14,1%



2.3%



GTmetrix Grade A

Performance 92% / Structure 95%

Total Blocking Time 0ms

Traffico Web dal 1/11/22



Qualche dato analitico:

- Data di pubblicazione: 1/11/22
- Claim: News&Trends Men oriented
- Copywriter attivi: #14
- Articoli pubblicati: 2120
- Pagine indicizzate: 5770

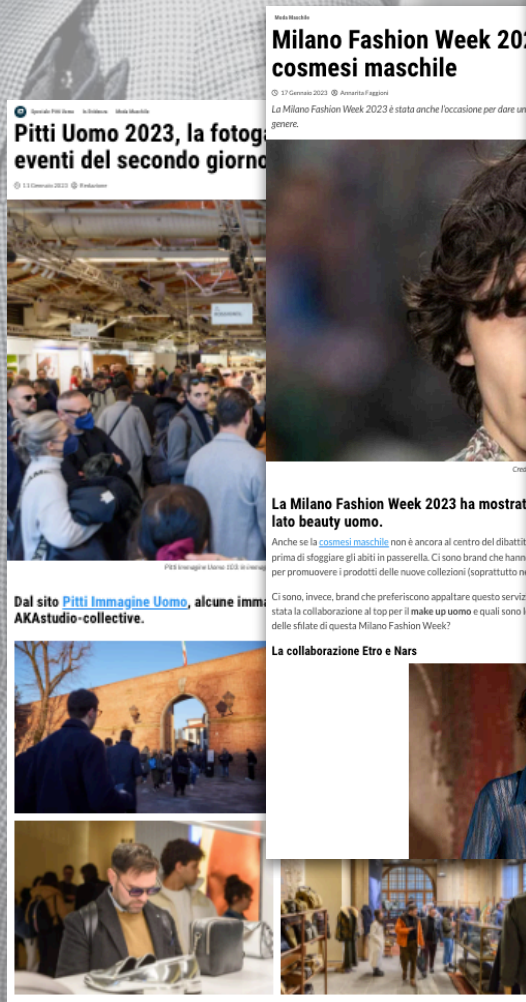
Utenti (dal 1/11/22, fonte GA4): 248K

Page_View (dal 1/11/22, fonte GA4): 518K

Visualizzazione / utente (Y1): 2,1 / user

Trend ultimo trimestre OTT-DIC'23

- Utenti: 44K
- Visualizzazioni 110K (34K+/month)
- 53.2K visite Google.it / 3.1MIO imps
- CTR medio in SERP 1.8%

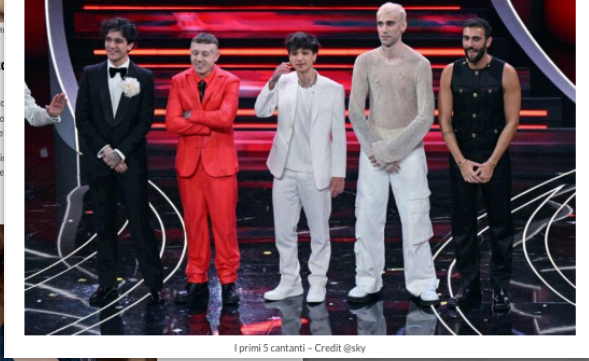


Sanremo 2023: Mengoni trionfa. Le pagelle degli ultimi look con lo stilista Fabio Perliod



Si è conclusa ieri sera la 73esima edizione del Festival di Sanremo. Una lunga notte conclusasi verso le 3.00 del mattino. La finale porta a casa il 66% di share il più alto dal 1997.

Marco Mengoni con Due Vite è il vincitore della 73esima edizione del Festival di Sanremo. Al secondo posto si classifica Lazza con Ceneri, terzo Mr Rain con Supereroi, quarto Ultimo con Alba, quinto Tananai con Tango.



I primi 5 cantanti - Credit@sky





CONTENT MARKETING @ MOLTOUOMO.IT

tabella comparativa per clienti ed agenzie web/media/pr

FEATURES	FREE	STANDARD	PRO	GUEST POSTING
CHECK CON AI	✓	✓	✓	✗
COPY BASE (600 PAROLE)	✓	✗	✗	✗
COPY AVANZATO (2000+ PAROLE)	✗	✓	✓	✗
RIFERIMENTI CLIENTE	✗	✓	✓	✗
LINK DOFOLLOW	✗	✗	✓	✓
PROMOZIONE IN HP	✗	✗	✓	✓

Per l'inserzionista diretto sono disponibili:

- Banner multi-formato
- Pubbliredazionale online (branded content)
- Content-to-Commerce strategy
- Comunicati stampa in evidenza
- Articoli di affiliazione
- Guest posting
- Link do-follow insertion
- Articoli basati su comunicati stampa di aziende, agenzie media/web/pr



Articoli Sponsored & Digital ADV

