DOCUMENTO STRATEGICO-ANALITICO

•Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

Il miei clienti ideale sono Piccole, medie imprese e utenti che vogliono avviare un business (dai 20 ai 60 anni) e che intendono affacciarsi in maniera piu’ marcata nel digitale attraverso le varie piattaforme e strumenti che gli propongo.

•Come si informa e decide di acquistare?

Si informa Attraverso i vari canali in primis facendo un ricerca sul web poi sui vari social e youtube e decide di acquistare vedendo la qualità della mia offerta e dei miei feedback.

•Quali sono i dubbi e i timori che potrebbero bloccare l'acquisto?

Possono avere dubbi sui risultati reali e guadagni nel breve periodo, mancanza di fiducia nelle nostre competenze, paura di non avere controllo e perdere reputazione del proprio brand con scelte sbagliate.

•Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

I miei competitor possono essere :

Daniele Dal Moro, Francesca Lazzeri, Giulia Cavaliere, Matteo Flora.

Si occupano di:

Strategie di marketing digitale: si occupano di definire gli obiettivi di marketing, selezionare i canali più adatti al target,creare contenuti coinvolgenti e misurare l'efficacia delle campagne.

Gestione dei social : gestiscono la presenza online del brand sui social media, creando contenuti di valore,intergendo con la comunity e aumentando la visibilità.

Campagne pubblicitarie: pianificano e gestiscono campagne pubblicitarie su diverse piattaforme, come Google Ads e Facebook Ads.

Ottimizzazione di siti web: migliorano la visibilità dei siti web sui motori di ricerca attraverso tecniche di SEO, aumentando il traffico organico.

Consulenza: Offrono consulenza personalizzata a aziende e professionisti, suportandoli nello sviluppo e nell'implementazione di strategie di digital marketing efficaci.

Empathy Map

**1. Con chi vogliamo interagire?**

**Chi è la persona che vogliamo comprendere?**

* Piccole e medie imprese, utenti che vogliono avviare un business.

**Situazione e ruolo:**

* Si trovano a voler entrare nel mercato digitale.
* Ruolo: Decision maker nel proprio business.

**2. Di cosa ha bisogno?**

**Cosa deve ottenere?**

* Visibilità e presenza online.
* Risultati concreti e misurabili nel breve e lungo termine.

**Che lavoro vuole o deve fare?**

* Implementare strategie di marketing digitale.

**Quali decisioni deve prendere?**

* Scelta delle piattaforme e strumenti digitali adeguati.

**Come sapremo se ha avuto successo?**

* Incremento della visibilità, traffico web e conversioni.

**3. Cosa vede?**

**Cosa vede sul mercato?**

* Concorrenza che utilizza strumenti digitali.

**Cosa vede nel suo ambiente immediato?**

* Necessità di innovare e adattarsi al digitale.

**Cosa vedono gli altri dire e fare?**

* Altri business che utilizzano il digitale con successo.

**Cosa sta guardando e leggendo?**

* Risorse online, forum, articoli, recensioni su strumenti e strategie digitali.

**4. Cosa dice?**

**Cosa gli hai sentito dire?**

* "Ho bisogno di una strategia di marketing digitale efficace."

**Cosa puoi immaginare stia dicendo?**

* "Voglio aumentare la mia presenza online e ottenere più clienti."

**5. Cosa fa?**

**Cosa fa oggi?**

* Ricerca soluzioni digitali, analizza competitor.

**Quale comportamento hai osservato?**

* Utilizzo parziale di strumenti digitali senza una strategia integrata.

**Cosa puoi immaginare stia facendo?**

* Tentativi di migliorare la presenza digitale autonomamente.

**6. Cosa sente dire?**

**Cosa sente dire gli altri?**

* Altri imprenditori che parlano dei benefici del marketing digitale.

**Cosa sente dagli amici?**

* Consigli su strumenti e piattaforme da utilizzare.

**Cosa sente dai colleghi?**

* Esperienze e successi con strategie digitali.

**Cosa sente di seconda mano?**

* Opinioni e recensioni online su vari strumenti e metodi.

**PAINS/SVANTAGGI:**

* **Paure:** Investimenti senza risultati immediati, mancanza di controllo.
* **Frustrazioni:** Difficoltà nel vedere risultati concreti subito.
* **Ansie:** Perdere la reputazione del brand.

**GAINS/VANTAGGI:**

* **Desideri:** Crescita del business, maggiore visibilità.
* **Bisogni:** Strategie efficaci e misurabili.
* **Speranze:** Successo nel mercato digitale.
* **Sogni:** Diventare leader nel proprio settore.

**Altri pensieri e sentimenti:**

* **Motivazioni:** Desiderio di innovazione e adattamento al mercato.
* **Blocchi:** Incertezza sulle proprie competenze digitali.
* **Rischi:** Scelte sbagliate che possano danneggiare il brand.