

Vitalux web agency

• Video Viral

• Blog



• E-mail

• SEO

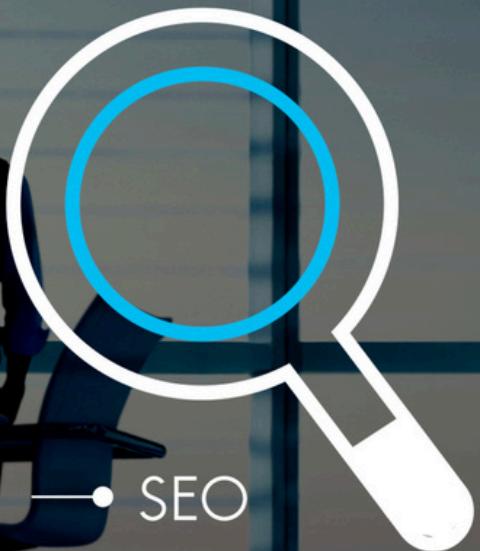
DIGITAL MARKETING

trasformiamo la vostra visione
digitale in realtà.



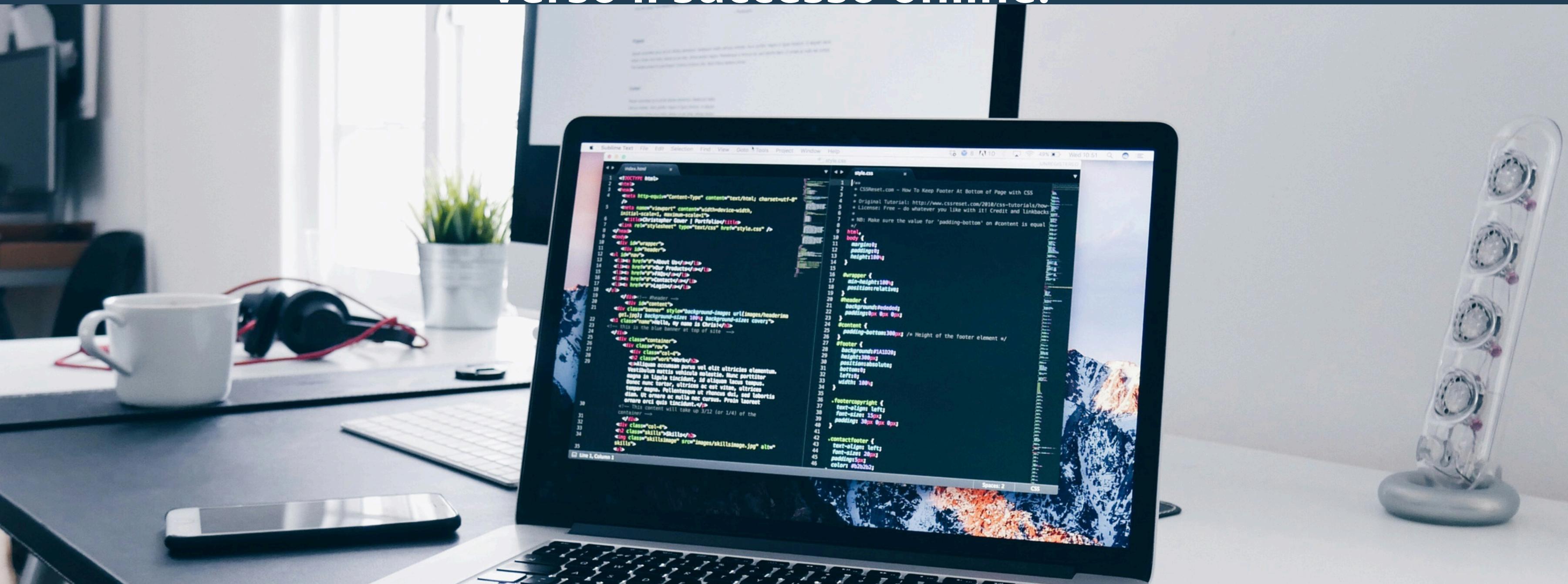
• Website

• Roi



CHI SIAMO

- "Vitalux è La tua agenzia digitale, nata dalla passione per l'innovazione e dalla voglia di accompagnare le imprese verso il successo online."



I nostri Servizi

- Sviluppo di siti web e-commerce
- Marketing digitale e SEO
- Branding e grafica
- sviluppo di app e software.
- analisi dei dati
- web design
- grafica
- creazione contenuti
- sponsorizzate



I NOSTRI SERVIZI

- Design e prototipazione
- Analisi e strategia
- test e ottimizzazione
- sviluppo e implementazione
- Lancio e supporto continuo

La nostra Missione

"Rendiamo il digitale semplice e efficace.
Vitalux Web Agency aiuta le aziende,
anche quelle meno esperte, a sfruttare il
potenziale del marketing digitale per
raggiungere i propri obiettivi di crescita."



come individuo il mio cliente ideale?

Persona 1: L'Imprenditore Ambizioso

Nome: Marco Rossi

Età: 35 anni

Occupazione: Fondatore di una startup nel settore e-commerce

Situazione: Marco ha lanciato la sua startup di prodotti artigianali italiani 2 anni fa. Il business sta crescendo, ma sente di non sfruttare appieno il potenziale online.

Come lo individuo:

- Partecipa a eventi di networking per startup
- È attivo su LinkedIn, condividendo contenuti sul suo settore
- Segue influencer del mondo tech e business su Instagram
- Legge regolarmente blog su innovazione e crescita aziendale

Come si informa e decide di acquistare?

- Ricerca online comparando diverse agenzie web
- Chiede consigli ad altri imprenditori nel suo network
- Valuta attentamente case study e portfolio delle agenzie
- Predilige agenzie che offrono una consulenza iniziale gratuita

Dubbi e timori

- Preoccupazione per il costo dell'investimento
- Timore che l'agenzia non comprenda appieno le peculiarità del suo business
- Paura di perdere il controllo sul proprio brand

Cliente n 2 La manager marketing

Nome: Laura Bianchi

Età: 42 anni

Occupazione: Direttore Marketing di una media azienda B2B

Situazione: Laura lavora per un'azienda che produce componenti industriali. L'azienda ha un sito web obsoleto e una presenza digitale minima.

Come la individuo:

- Partecipa a conferenze di settore sul marketing B2B
- È molto attiva su LinkedIn, condividendo articoli professionali
- Segue webinar su strategie di marketing digitale
- È iscritta a newsletter di marketing

Come si informa e decide di acquistare:

- Richiede proposte dettagliate a diverse agenzie
- Consulta recensioni su piattaforme come Clutch o GoodFirms
- Valuta l'esperienza specifica dell'agenzia nel settore B2B
- Preferisce agenzie che offrono una roadmap chiara e KPI misurabili

Dubbi e timori:

- Preoccupazione per i tempi di implementazione
- Timore di non avere abbastanza risorse interne per gestire il progetto
- Dubbi sulla capacità dell'agenzia di comprendere un settore B2B complesso
- Paura di non ottenere l'approvazione del budget dal CEO

Persona 3: Il Proprietario di Piccola Impresa Locale

Nome: Giovanni Verdi

Età: 50 anni

Occupazione: Proprietario di un ristorante familiare

Situazione: Giovanni gestisce un ristorante di successo da 20 anni, ma sta perdendo clienti a causa della concorrenza più visibile online.

Come lo individuo:

- È membro di associazioni di categoria locali
- Legge riviste di settore sulla ristorazione
- Usa Facebook personalmente, ma non per il business
- Si affida molto al passaparola e alle raccomandazioni

Come si informa e decide di acquistare:

- Chiede consigli ad altri ristoratori
- Valuta le agenzie locali, preferendo un contatto diretto e personale
- È attratto da offerte "chiavi in mano" che includono sito web e gestione social
- Apprezza le demo pratiche e le spiegazioni in termini semplici

Dubbi e timori:

- Scetticismo sull'effettivo ritorno dell'investimento digitale
- Timore di non saper gestire la presenza online una volta creata
- Preoccupazione per la privacy e la sicurezza online
- Dubbi sulla propria capacità di fornire contenuti regolari per il sito e i social

INOSTRI COMPETITOR



Analisi swot

Punti di forza

esperienza sul mercato

Riconoscibilità del marchio

Team consolidato

Punti di debolezza

Meno aggiornati

non vengono usati i social network

comunicazione poco efficiente con i clienti

opportunità che può avere l'agenzia vitalux

Nuovi clienti: Potrebbero esserci molte piccole e medie imprese che non sono ancora soddisfatte dei servizi di LAB Web Agency e che potrebbero essere interessate alla mia offerta.

Nuove tecnologie: Potrei sfruttare le ultime tecnologie e strumenti di marketing digitale per offrire servizi innovativi e differenti.

Specializzazione: Potrei specializzarmi in un'area specifica del digital marketing (es. SEO locale, social media advertising) per attrarre clienti con esigenze particolari.



Minacce (Threats)

Competizione : dover affrontare altri competitor

cambiamento del mercato: riuscire a stare constantemente al passo

Prezzi : la lab agency potrebbe abbassare i prezzi per non perdere i clienti

Strategia vitalux

PASSION LED US HERE



Superare la competizione e affermarsi sul mercato obiettivo:

Posizionare Vitalux Agency come il partner di riferimento per le piccole e medie imprese che sono alla ricerca di soluzioni digitali innovative e personalizzate.

I Nostri Punti di Forza :

- Visione laser : siamo in grado di identificare anche le opportunità che gli altri non sono in grado di trovare
- creazione di siti web che acquisicono e convertono i clienti in fidelizzati
- SEO Turbo: portiamo il tuo sito in cima ai risultati di ricerca velocemente
- Contenuti Virali: produciamo storie che il tuo pubblico non vede l'ora di condividere
- Ads Precision: trasformiamo ogni euro speso in pubblicità in risultati concreti
- Support 24/7: siamo al tuo fianco, sempre, per ogni esigenza digitale.

IDEE STRATEGIE VITALUX

LE NOSTRE RUBRICHE.

WORK HARD
ANYWHERE

IMAGE BY ALEX RODRIGUEZ

MacBook Pro

informativa ed
educative

interattive e
coinvolgenti

noi crediamo che la comunicazione può essere un
arma vincente e portare risultati sia a breve tempo
che a lungo tempo.

LA SCELTA DELLA RUBRICA INTERATTIVA e COINVOLGENTE

Al giorno d'oggi i social sono usati constantemente , sia per informazione che per svago.

il nostro scopo è quello di usare i social come rubrica per coinvolgere sempre più clienti e fare più lead generation.

crediamo che le rubriche usate su instagram, facebook ,tik tok, linkedin possano portare il cliente ad essere in una fase di CONVERSION quindi attraversare tutte e tre le fasi
AWARENESS CONSIDERATION CONVERSION



FASE AWARENESS : CONSAPEVOLEZZA

Instagram:

Contenuti visivamente accattivanti: Utilizzo immagini e video di alta qualità per catturare l'attenzione e far conoscere il brand.

Hashtag strategici: Utilizzo di hashtag pertinenti al settore per aumentare la visibilità dei post.

Storie: Condivisione storie brevi e coinvolgenti per mostrare il dietro le quinte dell' azienda e creare un legame con il pubblico.



FASE DI CONSIDERATION FAVORIRE LA VAUTAZIONE

INSTAGRAM

Domande e sondaggi: Coinvolgi i tuoi follower ponendo domande e creando sondaggi per capire le loro esigenze e preferenze.

Carousel: Utilizza le carousel per confrontare i tuoi prodotti o servizi con quelli dei concorrenti.



FASE DI CONVERSION: CHIUDERE LA VENDITA

INSTAGRAM

Call to action chiare: Invita i tuoi follower a visitare il tuo sito web, iscriversi alla tua newsletter o contattarti per maggiori informazioni.

Shoppable posts: Se disponibile, utilizza la funzione shoppable posts per permettere ai tuoi follower di acquistare direttamente dai tuoi post.



FASE DI AWARENESS : CREARE CONSAPEVOLEZZA

FACEBOOK

Pubblicazioni informative: Condividi articoli, infografiche e video che offrano valore al tuo pubblico e posizionino la tua azienda come esperta nel settore.

Gruppi: Partecipa a gruppi rilevanti per il tuo settore e condividi contenuti di valore per farti conoscere.



FASE DI CONSIDERATION FAVORIRE LA VALUTAZIONE

FACEBOOK

Case studies: Condividi casi di successo per dimostrare l'efficacia delle tue soluzioni.

Offerte speciali: Promuovi offerte limitate nel tempo per incentivare i potenziali clienti all'azione.



FASE DI CONVERSION : CHIUDERE LA VENDITA

FACEBOOK

Pixel di Facebook: Utilizza il pixel di Facebook per tracciare le azioni degli utenti e mostrare annunci personalizzati.

Messenger bot: Crea un chatbot per rispondere alle domande dei potenziali clienti in modo rapido e automatico.



FASE DI AWARENESS: CREARE CONSAPEVOLEZZA

Articoli: Pubblica articoli di approfondimento per dimostrare la tua expertise e posizionarti come leader di pensiero.

Partecipazione a discussioni: Interagisci con altri professionisti del settore per farti notare.



FASE DI CONSIDERATION FAVORIRE LA VALUTAZIONE

LINKEDIN

Webinar e dirette: Organizza eventi online per approfondire tematiche specifiche e rispondere alle domande dei partecipanti.



FASE CONVERSION CHIUDERE LA VENDITA

InMail: Invia messaggi personalizzati ai potenziali clienti per presentare i tuoi servizi.



FASE AWARENESS: CREARE CONSAPEVOLEZZA

TIK TOK

Video brevi e divertenti: Crea video che intrattengono e informano allo stesso tempo, utilizzando hashtag popolari e trend virali.





FASE DI CONSIDERATION

FAVORIRE LA VALUTAZIONE

TIK TOK

Demo dei prodotti: Mostra in modo creativo e coinvolgente come funzionano i tuoi prodotti o servizi.





FASE DI CONVERSION : CHIUDERE LA VENDITA

TIK TOK

Link in bio: Utilizza il link in bio per indirizzare i tuoi follower verso la tua pagina di contatto o il tuo sito web.





**STRATEGIE TRASVERSALI PER
TUTTE LE PIATTAFORME**

Personalizzazione: Adatta i tuoi contenuti alle esigenze e agli interessi del tuo pubblico target.

Coerenza: Mantieni un tono di voce e un'immagine coerenti su tutte le piattaforme.

Misurazione: Utilizza gli analytics di ciascuna piattaforma per monitorare le performance dei tuoi contenuti e ottimizzare le tue strategie.

Collaborazioni: Collabora con altri influencer o brand per ampliare la tua reach.

In sintesi, i social media offrono un'opportunità unica per costruire relazioni con i tuoi potenziali clienti e guidarli lungo tutto il percorso di acquisto. Combinando contenuti di valore, interazione e call to action chiare, puoi trasformare i tuoi follower in clienti fedeli.

Abbiamo esplorato in profondità le strategie necessarie per far decollare Vitalux e conquistare nuovi clienti. Attraverso un'analisi approfondita del mercato e la creazione di buyer personas dettagliate, abbiamo identificato le esigenze specifiche del nostro target e le opportunità più promettenti.

Le nostre raccomandazioni si concentrano su tre fasi fondamentali:

Awareness: Creare una forte consapevolezza del brand Vitalux attraverso campagne di content marketing mirate e una presenza online coerente.

Consideration: Posizionare Vitalux come partner ideale per le aziende che desiderano una web agency innovativa e affidabile.

Conversion: Ottimizzare il nostro sito web e i nostri processi di vendita per convertire i lead in clienti.

Sono convinta che, implementando queste strategie, Vitalux sarà in grado di:

Aumentare significativamente le vendite nei prossimi 12 mesi

Posizionarsi come leader di mercato nel settore delle web agency

Attrarre investimenti per sostenere la crescita a lungo termine

Questo progetto rappresenta per me molto più di una semplice tesi. È la realizzazione di un sogno, la concretizzazione di un'idea che coltivo da molto tempo

Chiedo a ciascuno di voi di diventare un portavoce di Vitalux. Diffondete la parola, condividete i contenuti e supportatemi n questo percorso. Insieme, possiamo costruire un'azienda di successo e lasciare un segno duraturo nel mondo del digital marketing.

e come diceva steve jobs : STAY HUNGRY STAY FOLISH!



THANK
YOU

Alessandra