

Documento strategico analitico per Vitalux Web agency

PAROLE CHIAVE, INTENTO DI
RICERCA, STRATEGIA SEO

Obiettivi principali

QUALI?	OBIETTIVO
<ul style="list-style-type: none">• Analisi dell'intento di ricerca• Selezione di parole chiave strategiche• Definizione di un piano per il personal branding	<ul style="list-style-type: none">• Identificare le necessità e i comportamenti degli utenti per creare contenuti e strategie mirati.• Individuare parole chiave ad alto volume e con elevato potenziale di conversione per ottimizzare il traffico organico.• Sviluppare una strategia di branding che posiziona Vitalux Web Agency come un'autorità nel settore del digital marketing.



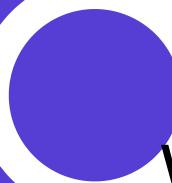
Obiettivi principali

QUALI?	OBIETTIVO
<ul style="list-style-type: none">• Ottimizzazione della SEO on-page e off-page• Sviluppo di contenuti mirati e di valore• Monitoraggio delle performance e adattamento della strategia	<ul style="list-style-type: none">• Migliorare la struttura del sito web e la sua presenza online attraverso tecniche SEO avanzate.• Creare contenuti che rispondano ai bisogni degli utenti e che migliorino la visibilità online.• Definire KPI per monitorare i risultati e ottimizzare continuamente la strategia in base ai dati.



CATEGORIE DI SERVIZI DIGITALI OFFERTI

La Vitalux web Agency offre i seguenti 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

Target Audience e Mercato

L'agenzia si occupa di Piccole e medie imprese, startup e professionisti indipendenti che necessitano di servizi digitali per migliorare la propria presenza online.

Principalmente sono aziende italiane locali o a livello regionale, con opportunità di espansione.



Buyer Personas

L'imprenditore alle prime armi

Nome: Marco Rossi

Età: 30-45 anni

Professione: Proprietario di una piccola impresa locale (negozi, ristorante)

Obiettivi: Aumentare la visibilità online, attirare nuovi clienti, vendere i suoi prodotti o servizi online.

Sfide: Budget limitato, poca conoscenza del marketing digitale, mancanza di tempo.

Citate: "Vorrei che il mio negozio fosse più conosciuto online, ma non so da dove iniziare."



Buyer Personas

La start up innovativa

Nome: Anna Bianchi

Età: 25-35 anni

Professione: Co-fondatrice di una startup tecnologica

Obiettivi: Lanciare un prodotto sul mercato, creare un brand forte, attrarre investitori.

Sfide: Budget limitato, necessità di crescere rapidamente, competizione agguerrita.

Citate: "Abbiamo bisogno di un sito web accattivante e di una strategia di marketing efficace per farci conoscere."



Buyer Personas

La PMI tradizionale

Nome: Luca Verdi

Età: 45-60 anni

Professione: Direttore marketing di una PMI

Obiettivi: Migliorare la propria presenza online,
aumentare le vendite, fidelizzare i clienti.

Sfide: Budget limitato, processi interni consolidati,
resistenza al cambiamento.

Citate: "Vogliamo modernizzare la nostra immagine
e aumentare la nostra presenza online."



**Uttolotta
problemi e
barriera**

Utilita'

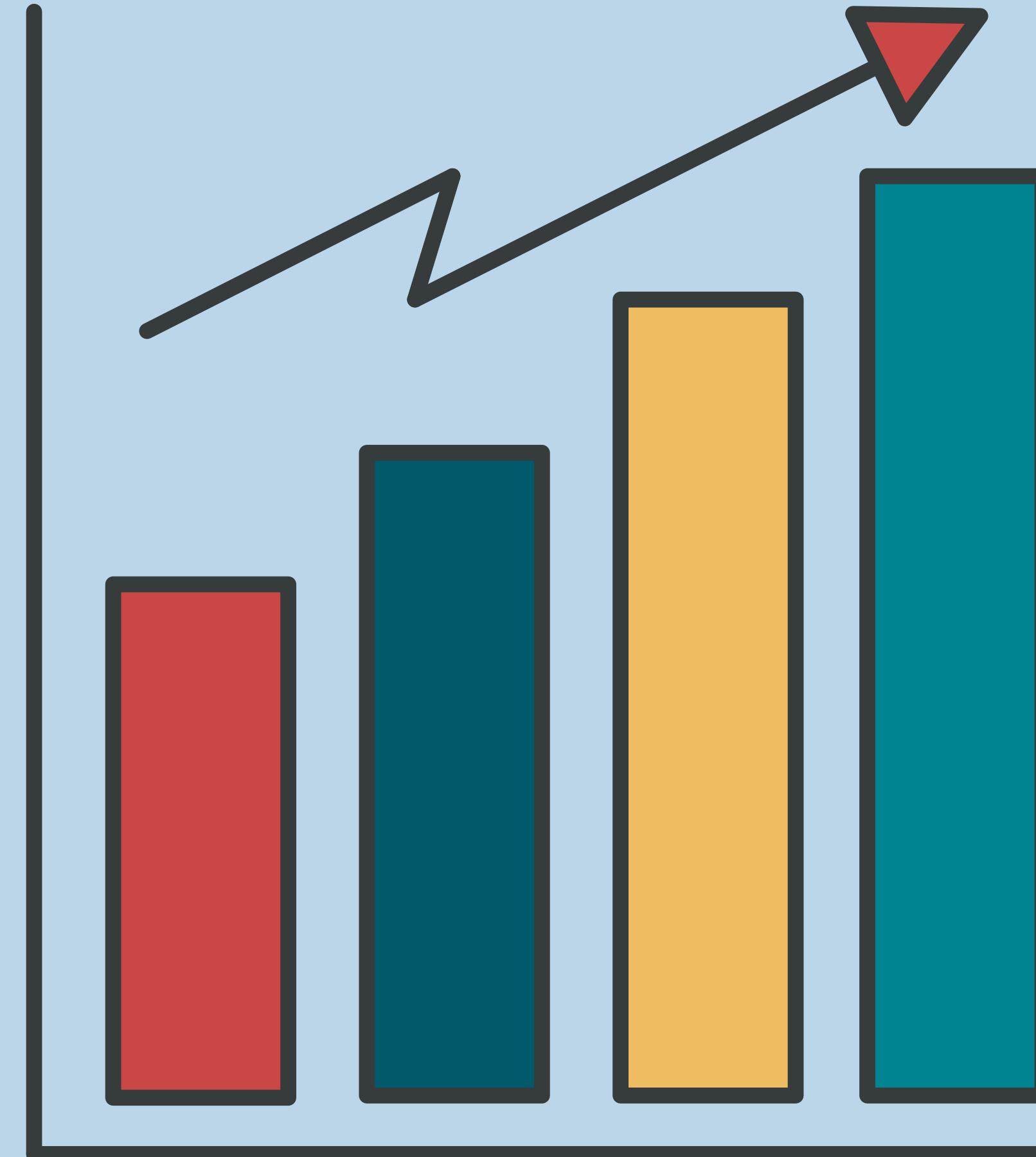
- **Descrizione:**

- Aumentare la visibilità online.
- Generare più lead.
- Incrementare le conversioni grazie a strategie di marketing personalizzate e mirate.
- Migliorare la brand awareness e la fidelizzazione del cliente.

- **Approfondimento:**

- Attraverso SEO, campagne PPC e strategie di contenuto, l'agenzia garantisce un miglior posizionamento nei motori di ricerca e un aumento del traffico qualificato.
- Risultato atteso: clienti con più traffico, più contatti e vendite

Risultato atteso: clienti con più traffico, più contatti e vendite



Problemi da Risolvere

Descrizione:

- Scarsa visibilità sui motori di ricerca.
- Mancanza di clienti dovuta a un mercato competitivo.
- Difficoltà nel differenziarsi rispetto ai competitor.

Approfondimento:

- Molte aziende faticano a emergere online a causa di scarse competenze o strategie inadeguate.
- Vitalux aiuta a risolvere problemi come:
- Bassa ottimizzazione SEO.
- Assenza di un funnel di vendita ben strutturato.
- Mancanza di una presenza forte sui social media.

Soluzioni proposte: analisi competitiva, ottimizzazione dei contenuti e delle parole chiave, campagne mirate.



Barriere all'acquisto

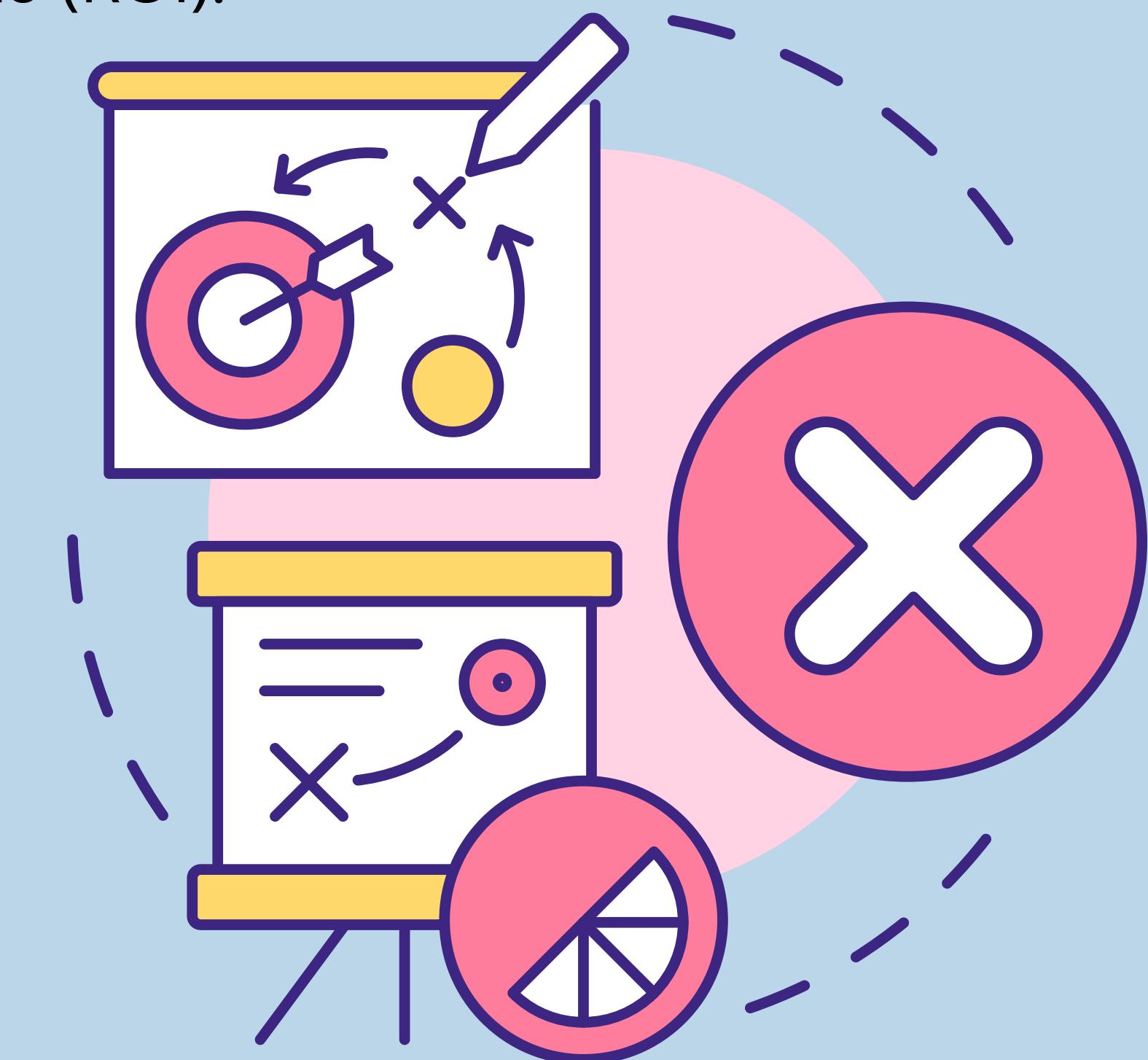
Descrizione:

- Diffidenza nei confronti dei servizi digitali.
- Percezione dei costi troppo elevati.
- Scarsa consapevolezza sul ritorno dell'investimento (ROI).

Approfondimento

- Alcuni potenziali clienti sono scettici sull'efficacia delle strategie digitali o credono che siano troppo costose.
- Vitalux può educare e sensibilizzare, mostrando case study reali e dimostrando come un investimento mirato nel marketing digitale porti a un ROI positivo.

Strategie per abbattere le barriere: offrire prove di successo, pacchetti personalizzati e costi scalabili basati sui risultati.



VALUE PROPOSITION



1 Approccio personalizzato

Ogni cliente ha esigenze diverse. Vitalux Web Agency non offre soluzioni preconfezionate, ma crea strategie su misura. La personalizzazione si riflette in ogni fase del progetto, dall'analisi delle esigenze alla definizione degli obiettivi e alla scelta degli strumenti digitali.

Benefici per il cliente:

- Strategie mirate che portano risultati misurabili.
- Soluzioni che si adattano al settore e al pubblico di riferimento del cliente.
- Massimizzazione dell'efficacia grazie a piani studiati in modo unico per ogni progetto.

Esempio pratico: Se un cliente è una piccola azienda locale, Vitalux potrebbe concentrarsi su campagne SEO locali e social media marketing per generare traffico locale e fidelizzazione.



2 Esperienza e competenza nel digital marketing

Vitalux Web Agency ha un team con una profonda esperienza nei vari ambiti del digital marketing, come SEO, social media management, pubblicità a pagamento e analisi di dati. La competenza si estende a tecnologie all'avanguardia e alle best practice del settore.

Benefici Per il cliente

- Accesso a esperti qualificati e aggiornati sulle ultime tendenze del mercato digitale.
- Maggiore fiducia nel fatto che la strategia proposta sarà efficace e basata su dati concreti e pratiche comprovate.
- Capacità di risolvere problemi complessi grazie alla competenza specialistica.

Esempio Pratico

Un e-commerce che necessita di aumentare le conversioni online può beneficiare delle conoscenze avanzate di Vitalux in CRO (Conversion Rate Optimization) e campagne pubblicitarie mirate.



3 Servizio Integrato: Un Unico Partner per Tutti i Servizi Digitali

La proposta di valore di Vitalux non si limita a un singolo aspetto del marketing digitale, ma copre l'intero spettro: dalla creazione di contenuti, SEO, gestione di campagne pubblicitarie a pagamento, fino allo sviluppo web e alla gestione delle piattaforme e-commerce.

Benefici per il cliente:

- Risparmio di tempo: i clienti possono gestire tutto da un'unica agenzia senza dover coordinare più fornitori.
- Sinergia tra le varie strategie, con un approccio olistico che garantisce coerenza in tutte le attività di marketing.
- Riduzione dei costi, grazie a pacchetti che combinano diversi servizi a tariffe competitive.

Esempio pratico: Una startup che deve costruire la propria presenza online da zero può contare su Vitalux per tutto: dalla creazione del sito, alla strategia SEO, alle campagne social e alla pubblicità a pagamento, ottenendo così una strategia unificata e coerente.



4 Risultati Misurabili e ROI Garantito

Vitalux Web Agency mette al centro la misurazione delle performance e dei risultati. Ogni strategia è accompagnata da metriche chiave per monitorare i progressi e garantire che il cliente ottenga un ritorno sull'investimento (ROI) tangibile.

Benefici per il cliente:

- Trasparenza e fiducia: il cliente sa esattamente come stanno performando le sue campagne e dove sono investiti i suoi soldi.
- Ottimizzazione continua: grazie alla costante analisi dei dati, le strategie vengono adattate e migliorate per massimizzare i risultati.
- Crescita sostenibile: il cliente può vedere come il business evolve nel tempo grazie a strategie scalabili.

Esempio pratico: Per un cliente che investe in pubblicità su Google Ads, Vitalux fornisce report settimanali dettagliati su traffico, conversioni e costo per acquisizione (CPA), ottimizzando continuamente le campagne per abbassare i costi e aumentare i profitti.



FASI DI FUNNEL



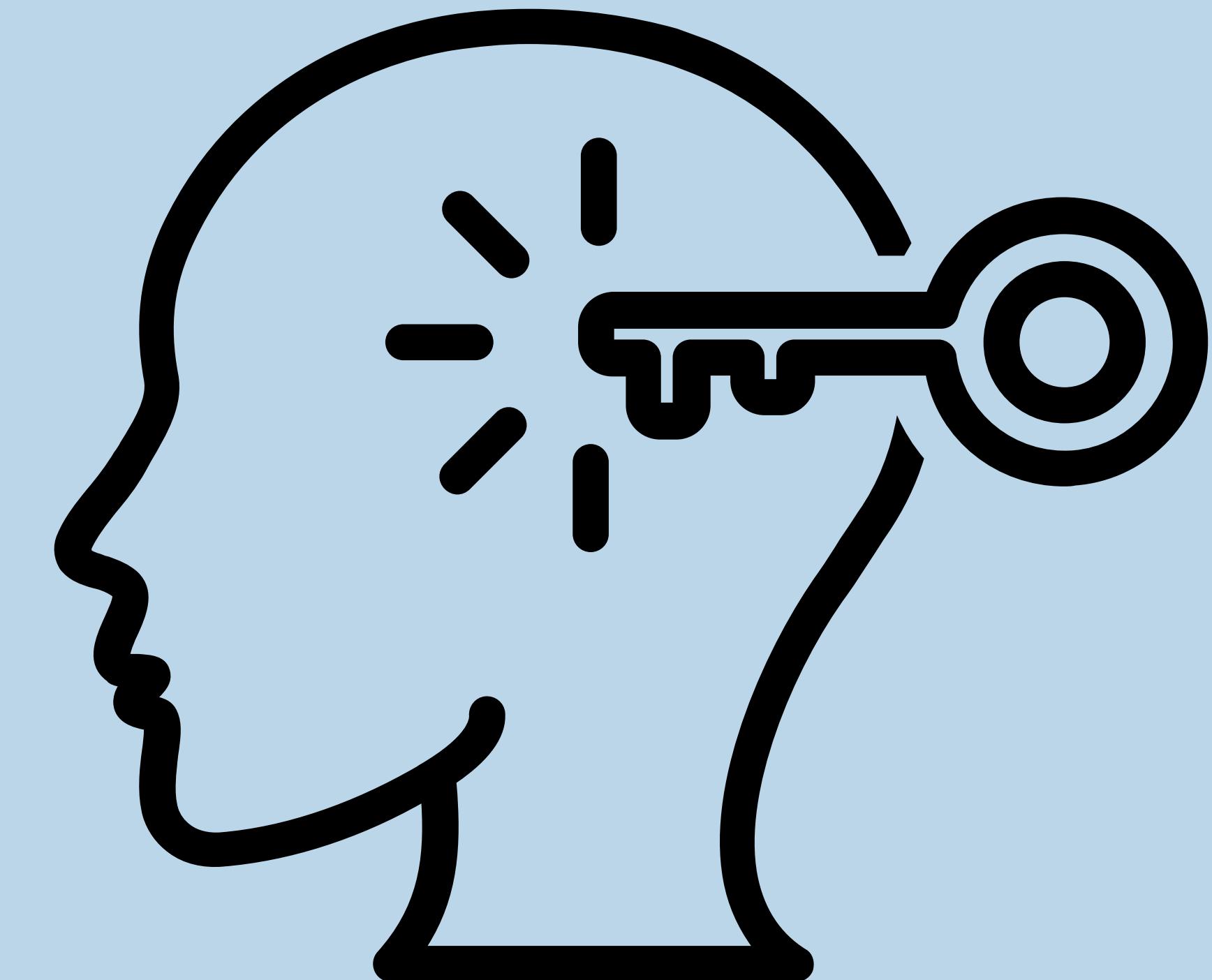
1. Awareness (Consapevolezza)

Obiettivo:

Creare consapevolezza del brand e attrarre il pubblico target fornendo risposte utili alle loro domande iniziali. Questa fase si concentra sull'educazione degli utenti che potrebbero non essere ancora pronti all'acquisto ma sono interessati a esplorare il tema dei servizi digitali.

Tipo di Parole Chiave: Informative

Le parole chiave informative sono orientate a rispondere a domande di base che il pubblico potrebbe avere sui servizi di digital marketing. Queste parole chiave mirano a migliorare il posizionamento su motori di ricerca per contenuti di tipo educativo.



esempi di parole chiave

Cos'è il digital marketing?

Obiettivo: Fornire una spiegazione chiara e semplice del concetto di digital marketing per attirare chi è nuovo a questo settore.

"Vantaggi del digital marketing per le PMI"

Obiettivo: Mostrare i benefici specifici per le piccole e medie imprese, che spesso hanno bisogno di comprendere il valore del marketing digitale rispetto ai metodi tradizionali.

"Come funziona la SEO?"

Obiettivo: Educare il pubblico sui meccanismi dietro l'ottimizzazione per i motori di ricerca, rendendoli consapevoli di quanto sia cruciale per la visibilità online.

Call to Action (CTA) Dettagliate:

- ***Iscriviti alla Newsletter:*** "Vuoi saperne di più sul digital marketing? Iscriviti alla nostra newsletter per ricevere guide, articoli e case study direttamente nella tua casella di posta."
- ***Scarica la Guida Gratuita:*** "Scarica la nostra guida completa su 'Come avviare la tua prima campagna SEO' e inizia a ottimizzare la tua presenza online."
- ***Guarda il Webinar:*** "Non perdere il nostro webinar gratuito su 'Strategie digitali per PMI'. Registrati ora per riservare il tuo posto!"
- ***Leggi l'Articolo Completo:*** "Leggi il nostro ultimo articolo 'Vantaggi del digital marketing per le PMI' e scopri come far crescere la tua attività online."
- ***Seguici sui Social:*** "Segui Vitalux Web Agency su Instagram e Facebook per contenuti esclusivi e consigli settimanali su come migliorare la tua presenza online."

2 Interest (Interesse)

obiettivo

Stimolare l'interesse degli utenti verso servizi digitali specifici, dimostrando la tua competenza e i benefici di collaborare con la tua agenzia.

In questa fase, i potenziali clienti hanno superato la consapevolezza del problema e iniziano a cercare soluzioni specifiche. Il loro intento di ricerca è più orientato a trovare servizi o prodotti che rispondano alle loro necessità. È il momento in cui puoi iniziare a mostrare loro perché la tua agenzia è la scelta giusta, differenziandoti dalla concorrenza.

Tipo di Parole Chiave: Commerciali

Le parole chiave commerciali sono orientate a risolvere problemi specifici e spesso includono frasi come "migliore", "confronto", "servizi", e termini legati alla decisione su quali opzioni di acquisto considerare.



Esempi di Parole Chiave:

1. "Servizi SEO per piccole imprese"

- Obiettivo: Attrarre piccole imprese alla ricerca di un servizio SEO specifico e accessibile, mostrando come Vitalux Web Agency può aiutarle a migliorare la loro visibilità online.

2. "Miglior strategia di digital marketing"

- Obiettivo: Promuovere i vantaggi delle tue strategie di digital marketing personalizzate per le aziende, dimostrando che la tua agenzia offre soluzioni su misura in base alle esigenze del cliente.

3. "Social media marketing per aziende"

- Obiettivo: Attrarre aziende che stanno cercando di migliorare la loro presenza sui social media e vogliono valutare servizi professionali di gestione dei social offerti dalla tua agenzia.

Call to action dettagliate

Richiedi una Consulenza Gratuita: "Vuoi migliorare la tua strategia di SEO? Richiedi oggi stesso una consulenza gratuita con i nostri esperti."

Iscriviti alla Newsletter: "Resta aggiornato sulle ultime strategie di digital marketing. Iscriviti alla nostra newsletter per ricevere contenuti esclusivi!"

Scarica una Guida Dettagliata: "Scarica la nostra guida gratuita su 'Come migliorare la tua strategia di social media marketing' e inizia subito."

Partecipa al Webinar: "Non perdere il nostro prossimo webinar su 'Come migliorare la SEO del tuo sito'. Iscriviti ora!"

Prenota una Demo: "Vuoi vedere come i nostri servizi possono fare la differenza per la tua azienda? Prenota una demo gratuita oggi stesso."

3 consideration

obiettivi

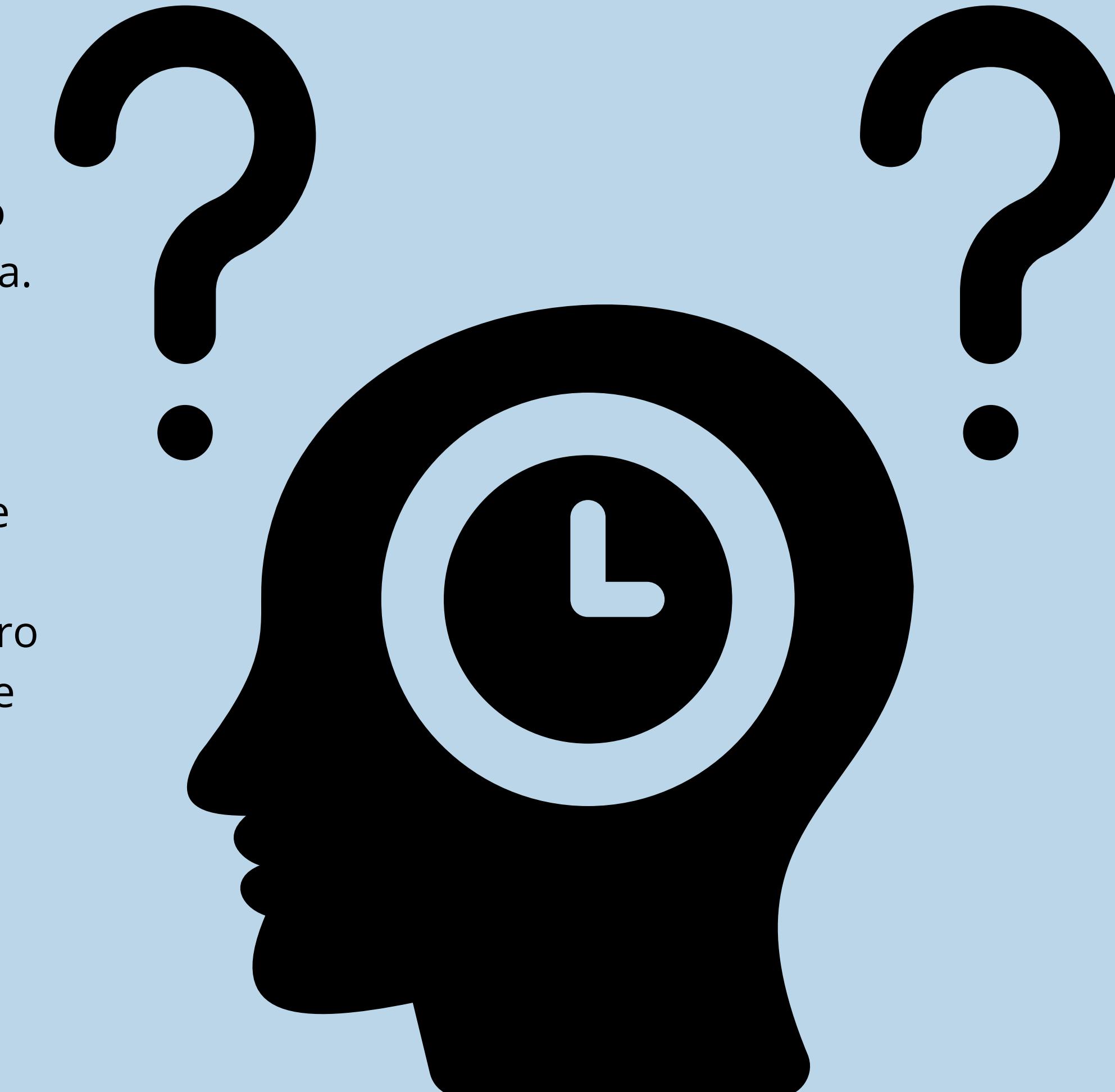
Indurre gli utenti a confrontare le varie opzioni disponibili e a prendere in considerazione l'acquisto dei servizi della tua agenzia rispetto alla concorrenza.

In questa fase, gli utenti cercano informazioni più dettagliate sui prezzi, recensioni, caratteristiche e confronti tra le diverse offerte.

Lo scopo è fornire contenuti chiari e convincenti che mostrino i vantaggi concreti di scegliere la tua agenzia per risolvere le loro esigenze, come un chiaro rapporto qualità-prezzo, case study, testimonianze e confronti diretti con i competitor.

Tipo di Parole Chiave:

Parole chiave legate alla ricerca di soluzioni, orientate alla valutazione e al confronto delle opzioni disponibili sul mercato. Includono spesso termini come "prezzi", "recensioni", "confronto", "offerte".



e esempi di parole chiave

"Prezzi digital marketing"

- *Obiettivo:* Rispondere alla domanda del cliente su quanto costano i servizi di digital marketing e offrire trasparenza sui prezzi dei tuoi pacchetti.

"Recensioni agenzia digital marketing"

- *Obiettivo:* Consentire agli utenti di vedere feedback di clienti soddisfatti che hanno lavorato con la tua agenzia, rafforzando la fiducia e dimostrando la qualità dei tuoi servizi.

"Confronto agenzie di digital marketing"

- *Obiettivo:* Posizionare la tua agenzia in modo favorevole rispetto alla concorrenza, mostrando i vantaggi che offri in termini di qualità, esperienza, prezzo e risultati ottenuti.

Call to action dettagliate

- ***Richiedi un Preventivo Personalizzato:*** "Vuoi sapere quanto costano i nostri servizi? Richiedi un preventivo gratuito su misura per la tua azienda."
- ***Leggi le Nostre Recensioni:*** "Non fidarti solo di noi. Leggi le recensioni di aziende che hanno scelto Vitalux Web Agency."
- ***Confronta i Nostri Servizi:*** "Scopri cosa rende i nostri pacchetti di digital marketing diversi dai competitor."
- ***Guarda le Testimonianze:*** "Vuoi sapere come abbiamo aiutato altre aziende? Guarda le video testimonianze dei nostri clienti."
- ***Scarica un E-book Gratuito:*** "Scopri come scegliere l'agenzia di digital marketing giusta per te. Scarica il nostro e-book gratuito."

Conversion (Conversione)

Obiettivi

Il principale obiettivo di questa fase è guidare gli utenti alla decisione finale, portandoli a convertire in clienti attraverso azioni chiave come l'acquisto dei tuoi servizi, la firma di un contratto o la sottoscrizione a un abbonamento. È essenziale rimuovere eventuali ostacoli e rendere il processo di conversione il più lineare possibile.

Tipo di Parole Chiave:

In questa fase, si utilizzano parole chiave transazionali, che indicano una chiara intenzione di compiere un'azione o fare un acquisto. Gli utenti sono pronti ad agire, quindi le parole chiave sono dirette e collegate alla conclusione dell'acquisto.



e esempi di parole chiave

"Acquista servizi di digital marketing"

- *Obiettivo:* Spingere l'utente a procedere all'acquisto diretto di uno dei tuoi pacchetti di servizi di digital marketing.

"Contratta agenzia SEO"

Obiettivo: Far firmare un contratto per i tuoi servizi di SEO o marketing digitale.

"Abbonamento a servizi di marketing online"

Obiettivo: Convertire l'utente in cliente abbonato ai tuoi servizi di marketing digitale, creando una relazione a lungo termine.

Call to Action (CTA) Dettagliate:

- Acquista ora: "Non perdere l'occasione, acquista il nostro pacchetto di digital marketing oggi!"
- Iscriviti oggi: "Iscriviti ai nostri servizi e inizia subito a vedere i risultati!"
- Firma il contratto: "Contratta i nostri servizi e beneficia delle nostre soluzioni personalizzate."
- Ottieni un'offerta speciale: "Acquista ora e risparmia il 10% sui nostri pacchetti per i primi 3 mesi."
- Inizia oggi: "Non aspettare oltre, inizia la tua strategia digitale con Vitalux oggi stesso!"

Intenti di Ricerca: Guida al Comportamento degli Utenti

L'intento di ricerca è la motivazione che spinge un utente a effettuare una ricerca online. Comprendere l'intento è fondamentale per creare contenuti e strategie di marketing efficaci.

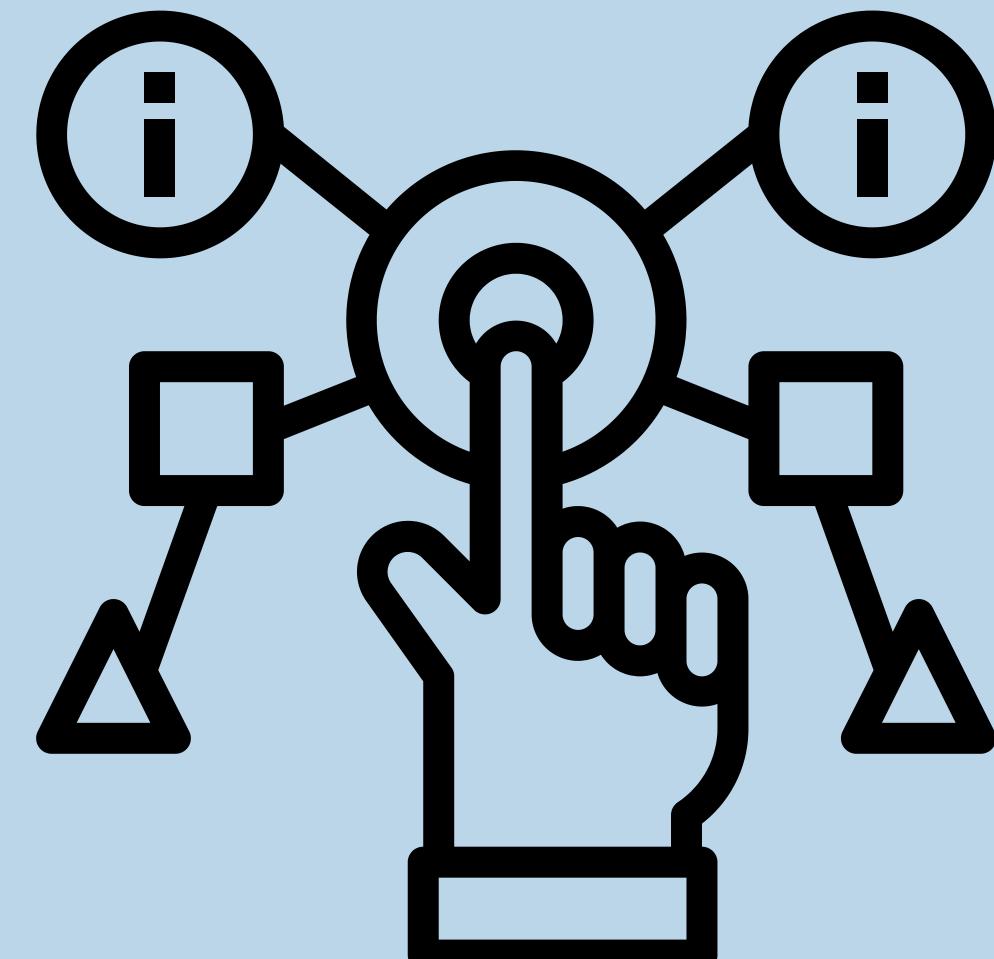
3 = Tipi principali di intenti di ricerca

Informativo (Know):

Scopo: L'utente cerca di acquisire conoscenze su un argomento specifico.

Esempi: "Cos'è l'intelligenza artificiale?", "Come funziona un motore a reazione?", "Recensione del nuovo smartphone Samsung".

Comportamento: L'utente esplora, legge articoli, guarda video e cerca risposte a domande.



KEY WORDS

- "Che cos'è la SEO?"
- "Come funziona la pubblicità su Google?"
- "Vantaggi del social media management"
- "Cos'è un funnel di vendita?"
- "Come creare una strategia di content marketing"
- "Che cos'è il PPC?"
- "Migliori strumenti di gestione social media"
- "Guida alla SEO per piccole imprese"
- "Come funziona il web design"
- "Che cos'è l'ottimizzazione on-page"



Commerciale (research)

Scopo: L'utente valuta diverse opzioni prima di effettuare un acquisto.

Esempi: "Migliori macchine fotografiche reflex", "Confronto tariffe assicurazione auto", "Opinioni su software CRM".

Comportamento: L'utente confronta prodotti, legge recensioni, cerca opinioni e valuta caratteristiche.



Keywords intento commerciale

- "Servizi SEO per piccole imprese"
- "Agenzia digital marketing per startup"
- "Preventivi gestione social media"
- "Migliori agenzie di web design"
- "Confronto tra Google Ads e Facebook Ads"
- "Costi SEO per e-commerce"
- "Migliori pacchetti di content marketing"
- "Servizi di brand awareness online"
- "Soluzioni di digital marketing per PMI"
- "Migliori agenzie di pubblicità PPC"



Transazionale (Do):

Scopo: L'utente è pronto all'acquisto e cerca di completare una transazione.

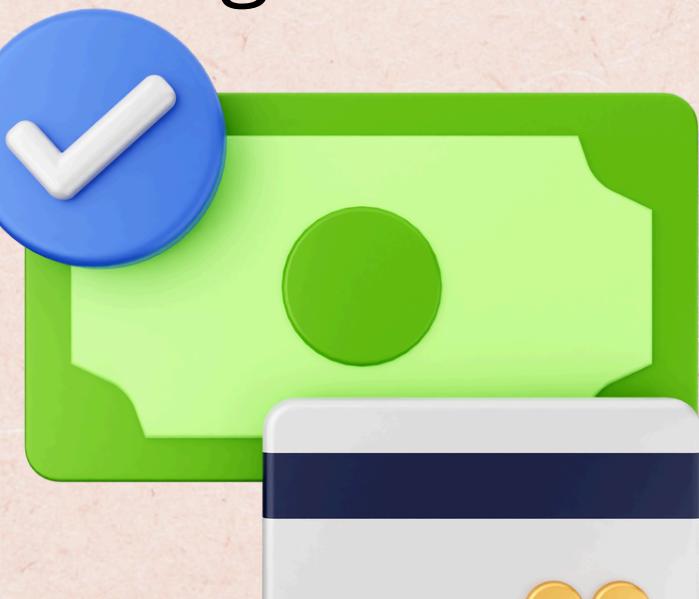
Esempi: "Acquista scarpe Nike online", "Prenota volo per Roma", "Scarica app mobile".

Comportamento: L'utente cerca negozi online, confronta prezzi, legge termini e condizioni e procede all'acquisto.



Keywords intento transazionale

- "Acquista servizi di web design"
- "Servizi SEO a pagamento"
- "Gestione social media per aziende"
- "Acquista consulenza SEO"
- "Richiedi preventivo per content marketing"
- "Prenota servizio PPC"
- "Pacchetti digital marketing per PMI"
- "Abbonamento gestione Google Ads"
- "Iscriviti per consulenza branding"
- "Compra servizi di email marketing"



IN SINTESI..

The diagram features a funnel shape divided into three horizontal sections of increasing depth. The top section is light blue and contains the text 'Intento informativo (ampia ricerca, molte opzioni)'. The middle section is dark blue and contains 'Intento commerciale (confronto di opzioni più specifiche)'. The bottom section is maroon and contains 'Intento transazionale (decisione di acquisto, azione concreta)'. The funnel is set against a light blue background.

Intento informativo (ampia ricerca,
molte opzioni).

Intento commerciale
(confronto di opzioni
più specifiche).

Intento transazionale
(decisione di
acquisto, azione
concreta).

- *Perché è importante conoscere l'intento di ricerca?* Per creare contenuti altamente pertinenti e soddisfare le esigenze degli utenti in ogni fase del loro percorso di acquisto.
- *Come identificare l'intento di ricerca?* Analizzando le keyword, le domande poste dagli utenti e le SERP (pagine dei risultati dei motori di ricerca).
- *Strategie per ogni tipo di intento:*
- *Informativo:* Offrire contenuti di alta qualità, rispondere alle domande degli utenti, creare guide e tutorial.
- *Commerciale:* Mettere in evidenza i vantaggi dei tuoi prodotti/servizi, fornire recensioni e comparazioni, offrire promozioni.
- *Transazionale:* Semplificare il processo di acquisto, offrire opzioni di pagamento sicure, fornire assistenza clienti.



con questo progetto, ho voluto tracciare una strada precisa e mirata per la crescita della mia agenzia, Vitalux Web Agency, attraverso una strategia di marketing digitale che parte dall'analisi accurata dell'intento di ricerca, passando per la selezione delle parole chiave, fino alla creazione di un funnel che guida gli utenti verso la conversione. Il mio obiettivo è chiaro: rendere Vitalux un punto di riferimento per chi cerca soluzioni digitali innovative e affidabili, e far sì che il nostro valore sia immediatamente percepibile dai potenziali clienti in ogni fase del percorso. Ho cercato di sviluppare un piano che non si limiti a vendere servizi, ma che riesca davvero a risolvere i problemi reali di chi si affida a noi, creando un ponte di fiducia e professionalità.

La sfida di questo progetto è stata non solo accademica, ma anche profondamente personale. In questo percorso ho potuto mettere in pratica le competenze acquisite, comprendendo sempre più l'importanza di adattare ogni singola fase del funnel alla realtà e alle esigenze dei clienti.

La frase motivazionale che mi ha accompagnato durante tutto questo processo e che spero possa ispirare anche chi leggerà il mio lavoro è:

"Non si tratta solo di creare soluzioni, ma di creare relazioni durature. Il successo di oggi è frutto delle azioni di domani."

Spero che questo progetto riesca a trasmetterle la passione e la determinazione che ho messo nel realizzarlo. Grazie per avermi dato la possibilità di crescere e affinare le mie competenze, e spero che Vitalux possa essere un esempio concreto di ciò che ho appreso sotto la sua guida.

Grazie

Alessandra Vitale