**COSTRUZIONE DEL FUNNEL DI MARKETING**

**Awareness**

Per aumentare l'awareness della mia azienda, come ho spiegato nel progetto precedente, creerei una forte presenza tramite un sito web semplice ma efficace, utilizzerei le parole chiavi come appunto servizi di grafica, loghi personalizzati ecc.. mi servirei infine dei social media come Facebook tik tok Instagram.

Esempio: Parentesi Grafica tiene molto alla personalizzazione del prodotto dunque ad esempio realizzerei un video dove mostro che per realizzare un biglietto di compleanno, mi baserei su tutto ciò che riguarda il gusto del cliente, il colore dell’abito, la scelta della sala, il genere seguito, in modo tale da unificare queste informazioni personali e creare un lavoro unico e interamente personalizzato.

**Interest**

Per generare interesse sicuramente farei pubblicità tramite non solo le google ads ma anche le ads dei vari social. Tramite Email Marketing invierei email condividendo gli aggiornamenti sui miei lavori e le offerte speciali che ci sono in corso. Inoltre incrementerei dei tutorial dove mostro i miei lavori ed infine mostrerò le recensioni dei clienti soddisfatti dai miei servizi.

Esempio: Realizzare un tutorial che spiega come creare un logo adatto al proprio brand, spiegando in maniera dettagliata tutti i passaggi che seguo per arrivare alla realizzazione finale, dunque la scelta dei colori, del design ecc..

**Consideration**

Per poter differenziare i miei lavori da quelli della concorrenza ritengo necessario mostrare il mio portfolio che contiene tutti i miei progetti nel concreto, dai loghi alle grafiche personalizzate, mostrare i design utilizzati dai miei clienti per offrire nuove idee, mostrare le foto e le recensioni ricevute da loro stessi.

Come secondo step, vi è sicuramente la focalizzazione sulla qualità e sul prezzo dei miei lavori rispetto a quello dei competitors.

Per eliminare i dubbi dei clienti fornirei delle tempistiche di realizzazione chiare e precise, offrirei la possibilità di apportare delle modifiche gratuitamente per un massimo di due volte, infine confronterei, se necessario, il prima di un progetto e il dopo il mio intervento.

**Action**

Per semplificare il processo di acquisto ottimizzerei il checkout, consentendo ai clienti di completare l’acquisto in una sola pagina senza dover cambiare scheda più di una volta mostrando tutte le informazioni necessarie e rimuovendo i passaggi meno importanti. Offirei assistenza reale tramite l’opzione “contattaci” utilizzando whatsapp. Infine per mettere un po’ in tensione il cliente incrementerei delle offerte a tempo che svaniscono se si abbandona il carrello per troppo tempo.

**Loyalty**

Per far tornare il cliente e portarlo verso nuovi acquisti bisogna fidelizzarlo, attraverso offerte esclusive, email post acquisto, sconti anche minimi se lasciano una recensione, email di offerte speciali personalizzate in occasione di compleanni e anniversari di registrazione al sito.

Esempio:

Proporre ad un cliente molto fedele, uno sconto personalizzato apposta per lui, facendogli capire che non ci dimentichiamo di lui.

**Advocacy**

L’importanza degli ambasciatori del proprio brand è fondamentale.

Come programma di referral, offrirei incentivi per coloro che riescono a portare nuovi clienti. Regalando sconti o regali per ogni amico che effettua un acquisto grazie a loro.

Oltre al referral ritengo fondamentale anche l’user generated Content (UGC), ossia il contenuto generato dal cliente che offre sicuramente un’esperienza più diretta e genuina.