Il mio personal branding è un attività di web agency di nella mia zona (viterbo) e l obiettivi sono attirare più clienti possibili e incrementare le vendite dei miei servizi

chi è il mio cliente e come individuo il mio cliente

il cliente di web agency è chiunque desideri migliorare la propria presenza online

ad esempio

* imprenditori
* piccole imprese
* professionisti e liberi professionisti di qualsiasi settore
* avviamento di un'attività
* e-commerce
* età :20- 45
* Genere: Maschio-Femmina
* luogo : viterbo-lazio

individuo il mio cliente attraverso

* il marketing mirato
* Fare networking e raccogliere referenze
* linkedin
* ferie del settore

come si informa e decide di acquistare

* tramite sito web
* recensioni
* profili social
* tramite blog
* recensioni
* testimonianze
* tramite consulenze gratuite
* mostrare i lavori svolti in passato Si iscrive a newsletter di esperti del settore.
* decide sulla base del rapporto qualità prezzo
* contatta agenzie che dimostrano competenza
* identifica il problema e se noi possiamo risolverlo

quali sono i dubbi e timori che potrebbero bloccare l acquisto

* i costi
* la paura di non riuscire ad ottenere risultati
* il tempo in cui riesce ad ottenere risulati
* timori legati alla concorrenza
* dare i suoi dati privati ad un agenzia

chi sono e cosa fanno i miei competitor

identifico i miei competitor tramite l'utilizzo di tooli ad esempio similar web e ahrefs e monitorando i social media

sono i freelance e le agenzie di web agency della mia zona

alcuni esempi di agenzie

* <https://www.braincomputing.com/>
* <https://www.kmzerowebmarketing.it/>
* <https://www.infomyweb.com/>
* <https://infotuscia.com/>
* <https://artebrand.it/>
* <https://www.celleno.it/>

nei competitor analizzo

* la presenza online
* la strategia di marketing
* numero dei follower e recensioni

EMPATHY MAP

### **1. Con chi vogliamo interagire?**

* **Persona**: titolare di un e-commerce di abbigliamento sportivo.
* **Situazione**: un negozio online che genera vendite ma non è abbastanza visibile. Sta cercando di scalare il business aumentando traffico e conversioni.
* **Ruolo**: Imprenditore che deve gestire strategie di marketing digitale, logistica e customer service.
* **Keywords per descriversi**: “Sono un imprenditore dinamico,” “Amo il mio brand,” “Devo crescere velocemente.”

### **2. Di cosa ha bisogno?**

* **Necessità principali**:
  + Aumentare il traffico qualificato verso il sito.
  + Ottimizzare il tasso di conversione.
  + Ridurre i costi pubblicitari mantenendo ROI positivo.
* **Obiettivo**:
  + Portare il fatturato mensile da €10.000 a €50.000.
* **Decisioni da prendere**:
  + Scegliere una web agency affidabile.
  + Decidere il budget da allocare per SEO, SEM e social media ads.
  + Stabilire le priorità tra branding e performance.
* **Indicatori di successo**:
  + Aumento del fatturato e delle conversioni.
  + Diminuzione del costo per acquisizione cliente (CPA).

### **3. Cosa vede?**

* **Mercato**:
  + Competitor che investono pesantemente in pubblicità online e influencer marketing.
  + Agenzie che promettono risultati rapidi ma senza case study verificabili.
* **Ambiente immediato**:
  + Un team piccolo ma motivato, con competenze limitate nel marketing.
  + Casi studio di successo di brand simili al suo.
* **Cosa guarda/legge**:
  + Blog e articoli su strategie di e-commerce.
  + Video su YouTube su “come migliorare le vendite online.”
  + Post su LinkedIn su marketing digitale e campagne pubblicitarie.

### **4. Cosa dice?**

* **Cosa esprime chiaramente**:
  + “Non voglio spendere soldi inutilmente.”
  + “Ho bisogno di risultati concreti.”
  + “Non so se devo investire più in SEO o in pubblicità.”
* **Cosa potresti immaginare dica**:
  + “Non voglio perdere tempo con agenzie che non capiscono il mio settore.”

### **5. Cosa fa?**

* **Comportamenti osservati**:
  + Confronta preventivi di diverse agenzie.
  + Pubblica occasionalmente contenuti promozionali sui suoi social.
  + Segue webinar gratuiti sul marketing digitale.
* **Cosa potresti immaginare faccia**:
  + Gestisce campagne pubblicitarie da solo, con risultati mediocri.
  + Prova strumenti come Google Ads o Facebook Ads ma senza una strategia chiara.

### **6. Cosa sente dire?**

* **Da altri imprenditori**:
  + “Io ho avuto ottimi risultati con un’agenzia specializzata.”
  + “Il marketing digitale è essenziale, ma è facile perdere soldi.”
* **Dai colleghi**:
  + “Dovresti provare questa agenzia, ho sentito che sono molto competenti.”
* **Di seconda mano**:
  + Opinioni negative su agenzie che promettono troppo e mantengono poco.

### **7. Cosa pensa/prova?**

* **Pains (Svantaggi)**:
  + Ansia di investire risorse senza ritorno.
  + Frustrazione per la mancanza di tempo e competenze interne.
  + Paura di affidarsi a un’agenzia che non comprenda il suo brand.
* **Gains (Vantaggi)**:
  + Sogno di scalare il business e diventare un punto di riferimento nel suo settore.
  + Speranza di trovare un partner affidabile che lo supporti nel lungo periodo.
  + Desiderio di delegare la gestione del marketing per concentrarsi su prodotti e clienti.

### **Motivazioni e Blocchi**

* **Motivazioni**:
  + Risultati misurabili come crescita delle vendite e miglioramento del brand.
  + Un team competente che fornisca soluzioni chiare e trasparenti.
* **Blocchi**:
  + Difficoltà a distinguere le agenzie realmente efficaci da quelle poco professionali.
  + Timore di spese impreviste o di contratti vincolanti.