

Personal Branding Strategy

Esercizio di fine modulo 4 per Epicode



Introduzione

Con il seguente documento andremo ad impostare una strategia per la crescita di un **personal brand** nel settore del marketing digitale.

L'obiettivo e' aumentare la visibilita' del brand sul web e incrementare la clientela per i servizi di consulenza di marketing digitale.

Approccio strategico

Analizzeremo il **target** e le **buyers porsonas** a cui si rivolge il brand

Faremo uno **studio** e un'**analisi** dettagliata sulle parole chiave e sull'intento di ricerca degli utenti

II Brand Olivia Wilson



Breve storia del Brand

Olivia Wilson ha lavorato molti anni per importanti agenzie pubblicitarie, prima come Marketing assistant poi come Marketing Manager.

Nel 2022 ha fondato la sua agenzia e si occupa personalmente di consulenza nel campo del marketing digitale.



La Strategia

1. Costruzione del Personal Brand

• Identità Visiva e Valoriale:

- o Creare un logo professionale e un'identità visiva coerente.
- o Definire chiaramente la mission e i valori che ti distinguono come consulente.

• Sito Web Professionale:

- Creare un sito web user-friendly, ottimizzato per i motori di ricerca (SEO), con sezioni chiare sui servizi offerti, testimonianze dei clienti, casi di studio e un blog.
- Utilizzare CMS come WordPress e strumenti SEO come Yoast SEO.

2. Content Marketing

• Blogging:

- Pubblicare articoli di alta qualità e approfonditi su argomenti rilevanti per il tuo target di clienti. Utilizzare **keyword research** per identificare argomenti di interesse.
- Strumenti utili: **SEMrush**, **Ahrefs** per la ricerca delle parole chiave.

• Guest Posting:

 Scrivere articoli per blog e siti di settore autorevoli per aumentare la tua visibilità e autorità.

• White Papers e eBooks:

 Creare risorse scaricabili su argomenti di marketing avanzato per generare lead qualificati.

3. Social Media Marketing

• Piattaforme Principali:

- **LinkedIn:** Ottimizzare il profilo, condividere contenuti rilevanti, partecipare a gruppi e discussioni, e utilizzare LinkedIn Ads per raggiungere decision maker.
- **Twitter:** Condividere aggiornamenti, articoli e partecipare alle conversazioni di settore.
- Facebook e Instagram: Utilizzare per costruire una community e condividere contenuti visivi e testimonianze.

• Strategia dei Contenuti:

 Pubblicare contenuti vari e regolari (articoli, video, infografiche) che mostrino la tua competenza e i successi raggiunti.

4. Email Marketing

• Lead Magnet:

o Offrire risorse gratuite (es. eBook, checklist) in cambio degli indirizzi email.

• Newsletter:

- o Inviare newsletter regolari con contenuti di valore, aggiornamenti sul settore, e casi di studio.
- Utilizzare piattaforme di automazione come Mailchimp o ActiveCampaign per segmentare e personalizzare le comunicazioni.

5. SEO e SEM

• SEO On-Page:

• Ottimizzare ogni pagina del sito per le parole chiave pertinenti, migliorare la velocità del sito, e assicurarsi che sia mobile-friendly.

• SEO Off-Page:

 Costruire backlink di qualità attraverso collaborazioni, guest posting, e segnalazioni su directory di settore.

• Google Ads:

- Creare campagne PPC mirate per parole chiave ad alto intento di conversione (es. "consulente di marketing freelance").
- Utilizzare Google Analytics e Google Tag Manager per tracciare le performance delle campagne.

6. Networking e Collaborazioni

• Eventi di Settore:

- Partecipare a conferenze, webinar e workshop per fare networking e aumentare la tua visibilità.
- o Offrire sessioni di consulenza gratuita o webinar per mostrare la tua expertise.

• Partnership:

 Collaborare con altri professionisti del settore (designer, sviluppatori web) per offrire pacchetti di servizi completi.

7. Recensioni e Testimonianze

Raccolta di Testimonianze:

• Richiedere recensioni e testimonianze dai clienti soddisfatti e mostrarle sul sito web e sui profili social.

• Case Studies:

 Documentare i successi dei tuoi progetti in dettagliati case studies da pubblicare sul sito e condividere nelle newsletter.

8. Innovazione e Sperimentazione

• Analisi dei Dati:

- Monitorare costantemente le performance delle campagne con strumenti di analisi come Google Analytics, Hotjar per le heatmap e SEMrush per l'analisi dei competitor.
- o Adattare e ottimizzare le strategie in base ai dati raccolti.

• Sperimentazione:

 Provare nuove tecniche e canali di marketing, come la pubblicità su TikTok o l'uso di chatbot per migliorare l'engagement e la lead generation. Per identificare il target di clienti per un'attività di consulente di marketing freelance, è fondamentale sviluppare un profilo dettagliato del cliente ideale, capire come questo cliente si informa e decide di acquistare, conoscere i dubbi e i timori che potrebbero bloccare l'acquisto, e analizzare i competitor.

Attiveremo una ricerca per definire le **Audiens Persona** del Brand ponendoci delle domande di base:

Chi è e come individuo il cliente ideale?

Come si informa e decide di acquistare?

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

Chi sono e che cosa fanno i competitor?

Chi è e come individuo il cliente ideale?

Profilo del Cliente Ideale (Buyer Persona):

1- Tipologia di Cliente:

- **Piccole e Medie Imprese** (PMI): Aziende che necessitano di strategie di marketing per crescere e migliorare la loro presenza online.
- **Startup:** Imprese emergenti che cercano di costruire una presenza sul mercato e hanno bisogno di un esperto di marketing per lanciare campagne efficaci.
- o **Professionisti** e Liberi Professionisti: Individui come avvocati, consulenti finanziari, e coach che vogliono promuovere i loro servizi online.
- Agenzie di Marketing: Agenzie più grandi che necessitano di un consulente esterno per progetti specifici o per aumentare la capacità del loro team interno.

2- Caratteristiche Demografiche:

- Età: 30-50 anni
- o Ruolo: Fondatori, CEO, Direttori Marketing, Responsabili delle Comunicazioni
- o Localizzazione: Principalmente in aree urbane con una forte presenza di PMI e startup

3- Caratteristiche Psicografiche:

- o Motivazioni: Crescita del business, aumento della visibilità online, acquisizione di nuovi clienti
- Valori: Innovazione, efficienza, ROI
- Dolori: Mancanza di competenze interne nel marketing digitale, budget limitato, necessità di risultati rapidi

Come Individuare il Cliente Ideale:

- LinkedIn: Ricerca avanzata per trovare professionisti nei ruoli chiave nelle PMI e startup.
- Eventi di Settore: Partecipare a conferenze, workshop, e fiere di settore per incontrare potenziali clienti.
- Rete di Contatti: Utilizzare il networking personale e professionale per identificare referenze e contatti.

Come si informa e decide di acquistare?

Processo di Informazione e Decisione di Acquisto:

1. Ricerca Online:

- Utilizzano Google per cercare soluzioni specifiche ai loro problemi di marketing (es. "miglior consulente di marketing freelance", "strategie di marketing per PMI").
- Leggono articoli di blog, whitepapers, e case studies per valutare l'expertise di un consulente.

1. Social Media:

- o Seguono esperti di marketing su LinkedIn e Twitter per ottenere insight e raccomandazioni.
- o Partecipano a gruppi e forum su LinkedIn e Facebook dove possono chiedere consigli e confrontare esperienze.

1. Referral e Testimonianze:

- o Chiedono raccomandazioni a colleghi e partner di fiducia.
- o Valutano testimonianze e case studies presenti sui siti web dei consulenti.

1. Contatto Diretto:

 Contattano direttamente i consulenti per discutere delle loro esigenze specifiche e valutare proposte.

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

· Costo:

o Timore che il costo dei servizi di consulenza sia troppo elevato rispetto al budget disponibile.

• ROI e Risultati:

o Preoccupazione sulla capacità del consulente di fornire risultati concreti e misurabili in termini di ROI.

• Affidabilità e Credibilità:

 Dubbi sulla competenza e affidabilità del consulente, soprattutto se non ci sono molte recensioni o testimonianze.

Compatibilità:

o Incertezze sulla capacità del consulente di comprendere il business specifico e adattare le strategie di marketing alle esigenze uniche dell'azienda.

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

Identificazione dei Competitor:

Altri Consulenti di Marketing Freelance:

- Offrono servizi simili e si rivolgono alle stesse PMI e startup.
- Utilizzano blog, social media e webinar per attrarre clienti.

Agenzie di Marketing:

- Agenzie più strutturate che offrono un'ampia gamma di servizi di marketing.
- Spesso hanno risorse e team dedicati, ma possono essere percepite come più costose e meno personalizzate.

Piattaforme di Freelance:

Siti come Upwork e Freelancer dove i clienti possono trovare consulenti di marketing. Offrono un'ampia varietà di consulenti, ma la qualità può variare significativamente.

Analisi dei Competitor:

Punti di Forza:

- Esperienza e portfolio di successo
- Presenza consolidata e testimonianze positive.

Punti di Debolezza:

- Maggiore costo per agenzie rispetto ai freelance
- o Meno personalizzazione e approccio più generico

Cosa Fare per Differenziarsi:

- Sottolineare la personalizzazione dei servizi e l'attenzione dedicata a ciascun cliente.
- Offrire una proposta di valore chiara che evidenzi i vantaggi specifici del lavoro con un consulente freelance rispetto a un'agenzia.
- Creare un portfolio solido con casi di studio dettagliati e testimonianze dei clienti.
- Essere trasparente sui costi e sui risultati attesi, fornendo esempi concreti di ROI.

Dalla analisi effettuata si puo' evincere che il **cliente ideale** per un consulente di marketing freelance è tipicamente una **PMI** o una **startup** che cerca di crescere e migliorare la propria presenza online.

Questi clienti si informano attraverso ricerche **online**, **social media**, e raccomandazioni, e prendono decisioni basate su costi, **ROI**, affidabilità, e compatibilità.

I principali competitor sono altri consulenti freelance, agenzie di marketing, e piattaforme di freelance, ma è possibile differenziarsi enfatizzando la personalizzazione dei servizi, la trasparenza e l'attenzione ai risultati concreti. Di seguito realizzermo uno **studio** e **un'analisi** dettagliata sulle **parole chiave** e **sull'intento di ricerca** degli utenti seguendo alcuni passaggi principali:

1. Ricerca delle Parole Chiave:

- o Identificazione delle parole chiave principali e correlate utilizzando strumenti di ricerca.
- o Analisi del volume di ricerca e della concorrenza per ciascuna parola chiave.

2. Analisi dell'Intento di Ricerca:

- Classificazione delle parole chiave in base all'intento di ricerca (navigazionale, informativo, commerciale e transazionale).
- o Comprensione delle esigenze e delle aspettative degli utenti.

3. Ottimizzazione delle Parole Chiave:

 Suggerimenti per l'ottimizzazione del sito web e dei contenuti basati sulle parole chiave identificate.

Ricerca delle Parole chiave

Strumenti Utilizzati:

- Google Trends
- Google Autocomplete
- Answere the public
- Keywords People use

Parole Chiave Principali:

- 1. Consulente di marketing freelance
- 2. Servizi di marketing freelance
- 3. Consulenza marketing digitale
- 4. Esperto SEO freelance
- 5. Consulente social media freelance
- 6. Consulenza strategica marketing
- 7. Freelance marketing specialist
- 8. Consulenza marketing PMI
- 9. Consulente SEM freelance
- 10. Strategie di marketing per startup

Strumenti Utilizzati:

- Google Trends
- Google Autocomplete
- Answere the public
- Keywords People use

Parole Chiave Correlate:

- 1.Come scegliere un consulente di marketing
- 2. Miglior consulente di marketing freelance
- 3. Costi consulenza marketing
- 4. Vantaggi consulente marketing freelance
- 5. Consulenza marketing online
- 6.Strategie di marketing digitale
- 7. Servizi SEO freelance
- 8. Consulente marketing per piccole imprese
- 9. Consulente marketing B2B
- 10. Marketing digitale per startup

Analisi dell'Intento di Ricerca

Intento Navigazionale:

Parole Chiave:

- "Sito web consulente di marketing freelance"
- "LinkedIn consulente marketing"

Obiettivo dell'Utente:

 Trovare il sito web o il profilo specifico di un consulente di marketing.

Intento Informativo:

Parole Chiave:

- "Cos'è un consulente di marketing"
- "Come funziona la consulenza di marketing digitale"

Obiettivo dell'Utente:

 Acquisire informazioni generali su cosa fa un consulente di marketing e come possono aiutare un'azienda.

Intento Commerciale:

Parole Chiave:

- "Miglior consulente di marketing freelance"
- "Recensioni consulenti di marketing"

Obiettivo dell'Utente:

 Valutare le opzioni disponibili e confrontare diversi consulenti prima di prendere una decisione d'acquisto

Intento Transazionale:

Parole Chiave:

- "Assumere consulente di marketing freelance"
- "Servizi consulenza marketing digitale"

Obiettivo dell'Utente:

 Effettuare una transazione, come l'assunzione di un consulente o la richiesta di un preventivo.

Ottimizzazione delle parole chiave

Sito Web:

• Homepage:

- Utilizzare parole chiave principali come "consulente di marketing freelance" e "consulenza marketing digitale" nei titoli, meta descrizioni, e contenuti della pagina.
- Esempio di titolo: "Consulente di Marketing Freelance Esperto in Marketing Digitale per la Crescita del Tuo Business"
- o Meta descrizione: "Scopri i servizi di consulenza di marketing digitale offerti da [Nome]. Migliora la visibilità online e ottieni più clienti con strategie SEO, SEM e social media."

• Pagine dei Servizi:

- o Creare pagine dedicate per ciascun servizio offerto (SEO, SEM, Social Media Marketing, Content Marketing) con parole chiave specifiche.
- Esempio di titolo per pagina SEO: "Servizi SEO Freelance Migliora il Ranking del Tuo Sito"
- Meta descrizione: "Ottimizza il tuo sito web per i motori di ricerca con i nostri servizi SEO freelance.
 Aumenta il traffico organico e raggiungi nuovi clienti."

Blog:

• Articoli Informativi:

- o Scrivere articoli dettagliati su argomenti di interesse per il target, utilizzando parole chiave informative.
- o Esempio di titolo: "Cos'è un Consulente di Marketing e Come Può Aiutare la Tua Azienda"
- o Parole chiave: "consulente di marketing", "servizi di consulenza marketing", "vantaggi consulente marketing"

• Guide e How-to:

- o Creare guide pratiche su come implementare strategie di marketing.
- o Esempio di titolo: "Come Scegliere il Miglior Consulente di Marketing per la Tua Azienda"
- Parole chiave: "scegliere consulente di marketing", "miglior consulente di marketing"

Landing Page:

• Campagne PPC:

- Ottimizzare le landing page per campagne PPC utilizzando parole chiave transazionali.
- o Esempio di titolo: "Assumi un Consulente di Marketing Freelance Oggi"
- Parole chiave: "assumere consulente marketing", "servizi consulenza marketing digitale"

L'analisi delle parole chiave e dell'intento di ricerca è cruciale per sviluppare una strategia di marketing efficace. Comprendere l'intento degli utenti consente di creare contenuti che rispondano alle loro esigenze, migliorare il posizionamento nei motori di ricerca e aumentare le conversioni. Ottimizzare il sito web, il blog e le landing page in base alle parole chiave identificate assicura che il consulente di marketing freelance possa attirare e convertire i visitatori in clienti.

Di seguito una lista di 30 parole chiave suddivise per intento di ricerca, insieme alle parole chiave correlate per ogni gruppo:

Parole Chiave Informative

1. Cos'è un consulente di marketing digitale

o Parole chiave correlate: definizione consulente marketing, ruolo consulente marketing digitale, consulenza marketing digitale spiegazione

2. Come funziona la consulenza di marketing digitale

o Parole chiave correlate: processo consulenza marketing, consulenza marketing digitale passaggi, guida consulenza marketing

3. Vantaggi di assumere un consulente di marketing digitale

o Parole chiave correlate: benefici consulente marketing, perché assumere consulente marketing, valore consulenza marketing digitale

4. Strategie di marketing digitale per PMI

 Parole chiave correlate: marketing digitale per piccole imprese, tecniche marketing PMI, consigli marketing digitale PMI

5. Come migliorare la visibilità online

Parole chiave correlate: aumentare visibilità online, strategie SEO, ottimizzazione motori di ricerca

6.SEO e SEM: Qual è la differenza?

• Parole chiave correlate: confronto SEO SEM, differenze SEO e SEM, SEO vs SEM

7. Importanza del content marketing

• Parole chiave correlate: perché il content marketing è importante, vantaggi content marketing, strategia content marketing

8. Come usare i social media per il marketing

• Parole chiave correlate: social media marketing strategie, come promuovere su social media, marketing su Facebook

9. Misurare il ROI delle campagne di marketing digitale

• Parole chiave correlate: calcolo ROI marketing, analisi ROI campagne digitali, misurazione risultati marketing

10. Tendenze attuali nel marketing digitale

• Parole chiave correlate: novità marketing digitale, trend marketing 2024, futuro marketing digitale

Parole Chiave Commerciali

1. Miglior consulente di marketing digitale

o Parole chiave correlate: top consulenti marketing, consulente marketing raccomandato, esperto marketing digitale

2. Recensioni consulenti di marketing digitale

o Parole chiave correlate: feedback consulenti marketing, opinioni consulenza marketing, valutazioni esperti marketing

3. Servizi di consulenza marketing digitale

o Parole chiave correlate: offerta consulenza marketing, pacchetti consulenza marketing, servizi professionali marketing

4. Costo consulenza marketing digitale

 Parole chiave correlate: prezzi consulenza marketing, tariffa consulente marketing, preventivo consulenza marketing

5. Consulente marketing digitale per PMI

 Parole chiave correlate: consulente marketing piccole imprese, esperto marketing PMI, consulente per piccole aziende

6.Consulente marketing per startup

• Parole chiave correlate: consulente marketing startup, servizi marketing per startup, esperto marketing nuove imprese

7. Consulente SEO freelance

• Parole chiave correlate: esperto SEO freelance, specialista SEO indipendente, consulenza SEO professionale

8. Consulente social media marketing

• Parole chiave correlate: esperto social media, consulente social media, social media strategist

9. Consulente di marketing B2B

• Parole chiave correlate: esperto marketing B2B, servizi marketing business to business, consulenza marketing aziendale

10. Agenzia di marketing vs consulente freelance

 Parole chiave correlate: confronto agenzia marketing e consulente, differenze freelance agenzia, scelta tra agenzia e consulente

Parole Chiave Transazionali

1. Assumere consulente di marketing digitale

o Parole chiave correlate: reclutare consulente marketing, hiring marketing expert, ingaggiare consulente marketing

2. Consulenza di marketing digitale preventivo

o Parole chiave correlate: richiesta preventivo consulenza, preventivo servizi marketing, stima costi consulenza marketing

3. Consulente marketing digitale vicino a me

• Parole chiave correlate: consulente marketing locale, esperto marketing nelle vicinanze, servizi marketing locali

4. Prenotare consulenza di marketing digitale

 Parole chiave correlate: fissare appuntamento consulenza, prenotazione consulente marketing, booking consulente marketing

5. Servizi SEO freelance immediati

Parole chiave correlate: consulenza SEO urgente, esperto SEO pronto intervento, SEO freelance ora disponibile

6. Richiedere consulenza marketing digitale

 Parole chiave correlate: contattare consulente marketing, domanda consulenza marketing, richiesta servizi marketing

7. Pacchetti consulenza marketing digitale

o Parole chiave correlate: offerte consulenza marketing, pacchetti servizi marketing, soluzioni marketing digitali

8. Consulenza marketing online

o Parole chiave correlate: consulenza marketing via web, servizi marketing online, supporto marketing remoto

9. Contratto consulente marketing freelance

o Parole chiave correlate: accordo consulenza marketing, stipulare contratto consulente, contratto servizi marketing

10. Iscriviti alla newsletter di marketing digitale

 Parole chiave correlate: sottoscrizione newsletter marketing, iscrizione aggiornamenti marketing, newsletter consulenza marketing Queste parole chiave sono selezionate per coprire vari aspetti dell'intento di ricerca dei potenziali clienti di un consulente di marketing digitale.

Utilizzando queste parole chiave nei contenuti del sito web, nei blog, nelle campagne di advertising e nelle landing page, è possibile attrarre un pubblico qualificato e incrementare le opportunità di conversione.

C