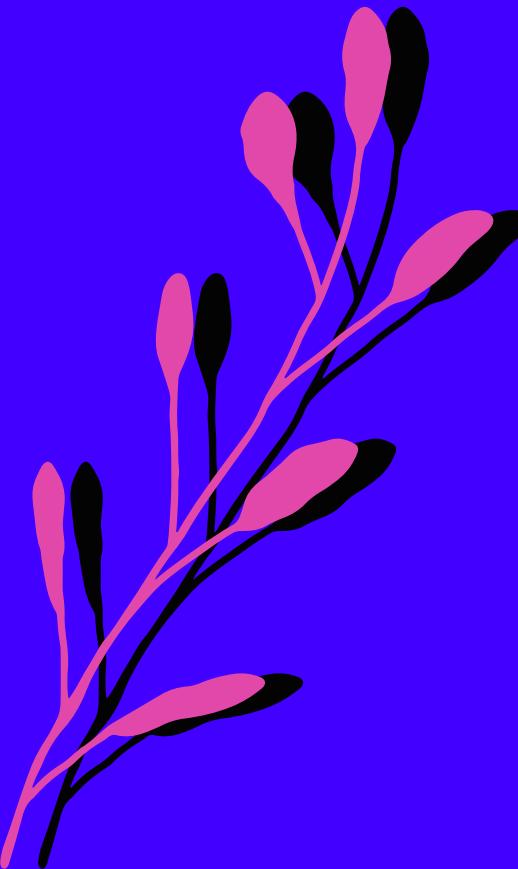


*Alice Conti*

**PERSONAL BRANDING**

---

PROGETTO DI FINE MODULO M4

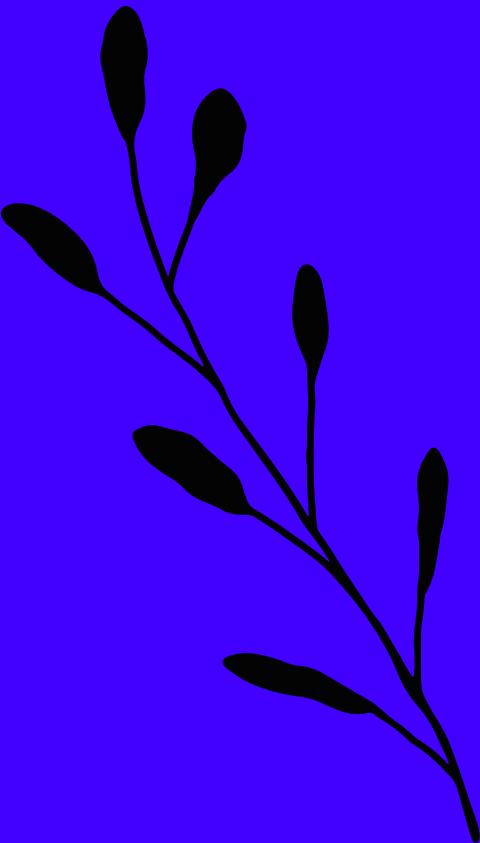


# DOCUMENTO

## *strategico-analitico*

### Indice

- Chi sono e i miei servizi
- Analisi S.W.O.T
- Il target
- Buyer personas
- I miei competitor
- Analisi dei competitor
- Utilità, problemi da risolvere e barriere all'acquisto
- Analisi keywords
- Scelta delle parole chiave
- 30 keywords informative, commerciali e transazionali
- Fase del funnel informativa
- Fase del funnel commerciale
- Fase del funnel transazionale
- Strategia operativa
- Sito web
- Sponsorizzate



# CHI SONO

Mi chiamo Alice Conti e sono una junior web designer creativa, con la passione per il marketing, il design e l'informatica.

Il mio obiettivo è quello di ascoltare e soddisfare le esigenze dei miei clienti migliorando la loro visibilità e la loro immagine sul web, con una consulenza mirata ad identificare i problemi del loro business. Qualora fosse necessario, mi avvalgo di un team di collaboratori esterni per la realizzazione di campagne pubblicitarie.

# I MIEI SERVIZI

- Realizzazione siti vetrina, e-commerce, blog attraverso il CMS WordPress con un design unico nel suo genere;
- Restyling sito web;
- Analisi sito web;
- Ottimizzazione SEO;
- Realizzazione landing pages per generare lead e nuovi clienti;
- creazione dei profili social per instaurare un rapporto più intimo con gli utenti e consigli per la loro gestione in autonomia;
- Assistenza sito web.

[Torna all'indice](#)

# ANALISI SWOT

[Torna all'indice](#)

## S

### Strengths (Punti di forza)

- Creatività: Capacità di creare design visivamente accattivanti;
- Conoscenza delle tecnologie: Familiarità con HTML e CSS;
- Adattabilità: Capacità di apprendere rapidamente nuove tecnologie e tendenze;
- Collaborazione: Buone capacità di lavorare in team;

## W

### Weaknesses (Punti di debolezza)

- Esperienza limitata: Meno anni di esperienza rispetto ai designer senior;
- Portfolio ridotto: Meno progetti completati da mostrare ai potenziali clienti;
- Conoscenze tecniche: Potrebbe mancare una conoscenza approfondita di alcune tecnologie avanzate o strumenti di design.

## O

### Opportunities (Opportunità)

- Aumento della domanda di siti web e applicazioni ben progettati.
- Accesso a corsi online e risorse per migliorare le competenze.
- Partecipazione a eventi e conferenze per incontrare altri professionisti e potenziali clienti.
- Opportunità di specializzarsi in nuove aree come il design UX/UI o il design per dispositivi mobili.

## T

### Threats (Minacce)

- Competizione con altri web designer, sia junior che senior;
- Necessità di rimanere aggiornati con le ultime tecnologie e tendenze;
- Possibilità di incontrare clienti con aspettative elevate e budget limitati;
- Strumenti di design automatizzati che potrebbero ridurre la domanda di designer umani.

# IL TARGET

---

## ■ Chi è il mio cliente ideale?

Il mio cliente ideale ha un'età compresa tra i 27-50 anni con una buona stabilità economica.

I miei potenziali clienti sono:

- Imprenditori;
- Freelancer;
- Liberi professionisti;
- Piccole-medie imprese;
- Start-up.

## ■ Come individuo il mio cliente ideale?

Il mio cliente ideale condivide i miei stessi valori ed interessi e lo individuo attraverso un'attenta analisi di mercato, studiando i comportamenti e gli interessi dei clienti della concorrenza.

## ■ Come si informa e decide di acquistare?

Il mio potenziale cliente si informa attraverso i social, quali Instagram, Facebook e LinkedIn. Prima di acquistare, cerca informazioni sul brand e sui relativi prodotti e servizi effettuando delle ricerche sui motori di ricerca e sui social. Presta particolare attenzione alle recensioni dei clienti.

[Torna all'indice](#)

# IL TARGET

---

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

## COSTI

La preoccupazione di dover sostenere spese elevate per la progettazione e la manutenzione del sito web;

## FIDUCIA E COMUNICAZIONE

Il potenziale cliente ha paura ad affidare la sua immagine a qualcuno. Teme che possano verificarsi fraintendimenti con il web designer, portando a risultati insoddisfacenti.

## QUALITÀ

Il potenziale cliente ha il timore che il risultato finale non rispecchi le aspettative desiderate;

# IL TARGET

---

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



## TEMPISTICHE

L'ansia che il progetto possa richiedere più tempo del previsto, ritardando il lancio del sito web.

## SICUREZZA

Il timore che il sito web possa essere vulnerabile a attacchi informatici o che i dati dei clienti non siano adeguatamente protetti.

## MANUTENZIONE

La preoccupazione riguardo alla gestione futura del sito, inclusi aggiornamenti e risoluzione di eventuali problemi tecnici.

# BUYER PERSONAS

 Alessia Rapisarda  
Età: 30 anni

## DESIDERI

Vuole aumentare il suo successo con una maggiore visibilità online attirando nuovi clienti.

Vuole prendere decisioni su come investire nel suo personal branding;

## COSA VEDE NEL MERCATO?

- Un mercato del lavoro freelance sempre più competitivo;
- Professionisti con un forte personal branding: dispongono di un sito web accattivante e una forte presenza sui social;
- Clienti che cercano freelance con una solida reputazione online;

## LAVORO

Fotografa professionista proprietaria di uno studio fotografico

Si trova in una fase di crescita professionale, di fatto cerca di espandere il suo business.

## LE SUE PREOCCUPAZIONI

- Investire in un sito web che non porta i risultati sperati
- Scegliere un web designer non adatto alle sue esigenze specifiche
- Teme di perdere opportunità a causa di una scarsa presenza online
- È preoccupata per l'investimento iniziale in servizi di web design
- Teme di non avere abbastanza contenuti per mantenere un sito web e profili social attivi

## KEYWORDS PER DESCRIVERE SE STESSA

freelance, appassionata di fotografia, creativa professionista indipendente.

[Torna all'indice](#)

# BUYER PERSONAS

## COSA DICE?

- "Ho bisogno di distinguermi dalla concorrenza"
- "Voglio presentarmi come un'esperta nel mio campo"
- "Non ho tempo per gestire il mio sito web e i social media"
- "Devo investire nella mia immagine online per crescere professionalmente"

## COSA FA?

- Legge blog e articoli sul personal branding;
- Lavora su progetti per i suoi clienti attuali;
- Cerca nuove opportunità di business su piattaforme freelance;
- Partecipa a eventi di networking nel suo settore;
- Cerca di aggiornare il suo sito web fai-da-te nelle ore serali.

## COSA SENTE DIRE?

- Sente colleghi parlare dell'importanza di avere un sito web professionale;
- Amici che le consigliano di investire nei social media per la sua attività;
- Sente clienti che apprezzano freelance con una forte presenza online.

## COSA PENSA E PROVA?

- È frustrata dal tempo che perde cercando di gestire il suo sito web;
- È ansiosa di non riuscire a tenere il passo con i concorrenti più visibili online;
- Spera di attrarre clienti di maggior prestigio grazie a un'immagine professionale;
- Sogna di potersi concentrare sul suo lavoro senza preoccuparsi della gestione del sito;
- Si sente motivata dalla possibilità di crescita professionale.

# BUYER PERSONAS

 Carlo Finocchiaro

**Età:** 35 anni

## DESIDERI

Vuole avere una forte presenza online che attiri nuovi clienti e fidelizzi quelli esistenti. Vuole migliorare il servizio di prenotazione online, l'interazione sui social media e il sito del ristorante.

## COSA VEDE NEL MERCATO?

- Ristoranti concorrenti che utilizzano efficacemente i canali digitali;
- Clienti che cercano informazioni e recensioni online prima di scegliere dove andare mangiare
- Food blogger e influencer che promuovono esperienze culinarie sui social media.

## LAVORO

Gestisce un ristorante di medie dimensioni in una zona urbana competitiva.

## LE SUE PREOCCUPAZIONI

- Ha paura ad investire in strategie digitali che non si adattano al proprio target di clientela;
- Ha paura di trascurare il suo ristorante.

## KEYWORDS PER DESCRIVERE SE STESSO

chef appassionato, imprenditore culinario.

# BUYER PERSONAS

## COSA DICE?

- "Dobbiamo rendere più facile per i clienti trovarci e prenotare online"
- "Voglio mostrare l'atmosfera unica del nostro ristorante sui social media"
- "È importante che il nostro menu sia sempre aggiornato sul sito web"

## COSA FA?

- Legge riviste di settore, trend gastronomici online, statistiche sul comportamento dei consumatori nel settore della ristorazione;
- Gestisce le operazioni quotidiane del ristorante, cerca di trovare tempo per realizzare un sito di qualità e cerca di aumentare la visibilità del suo locale;
- Risponde personalmente alle recensioni online, sperimenta con post sui social media;
- Pianifica sessioni fotografiche dei piatti per il content marketing

## COSA SENTE DIRE?

- Sente dire da estranei che i ristoranti senza una forte presenza online perdono clienti;
- Gli amici consigliano di affidarsi all'app di Just eat per aumentare il numero di prenotazioni.

## COSA PENSA E PROVA?

- Ha paura di non riuscire a stare al passo con le tendenze;
- Ansia per le recensioni negative online;
- Desidera attirare una clientela più giovane;
- Sente il bisogno di differenziarsi dalla concorrenza;
- Spera di aumentare la fedeltà dei clienti attraverso il coinvolgimento online;
- Sogna di diventare un punto di riferimento culinario nella zona.

# BUYER PERSONAS

 Maria bianchi  
**Età:** 40 anni

## DESIDERI

Desidera attuare un restyling dell'e-commerce ed implementare un servizio di consulenza online. Inoltre vuole aumentare il numero di vendite, la visibilità aziendale e migliorare il rapporto con i clienti.

## COSA VEDE NEL MERCATO?

- Concorrenti che offrono visualizzazioni 3D dei gioielli online;
- Marchi di gioielli che collaborano con influencer locali per promuovere collezioni limitate.

## LAVORO

Gestisce l'azienda di famiglia con 2 negozi fisici in Toscana e un sito e-commerce di base. Producono gioielli dal 1990. Ricopre il ruolo di amministratrice delegata.

## LE SUE PREOCCUPAZIONI

- Ha paura ad affidare l'immagine aziendale ad un web designer;
- Ha paura di trascurare i negozi fisici dato il suo impegno nel trovare una soluzione per aumentare la visibilità della sua attività online;
- Ha paura di perdere il controllo della narrazione del proprio brand sui canali digitali.

## KEYWORDS PER DESCRIVERE SE STESSA

artigiana orafa, imprenditrice di seconda generazione, custode della tradizione

# BUYER PERSONAS

## COSA DICE?

- "Dobbiamo mostrare online la maestria artigianale che ci contraddistingue da 30 anni"
- "Voglio che i clienti possano personalizzare i nostri gioielli direttamente dal sito"
- "È essenziale mantenere quel tocco personale anche nelle vendite online"

## COSA FA?

- Disegna nuovi modelli, forma giovani orafi, cerca di capire come funzionano i social;
- Gestisce l'azienda di famiglia
- Ha iniziato a fare brevi video "dietro le quinte" della creazione dei gioielli;
- Pianifica un servizio di consulenza video one-to-one per clienti VIP

## COSA SENTE DIRE?

- Sente dire da estranei che i giovani preferiscono gioielli più minimal e sostenibili;
- Gli amici danno consigli su come usare Pinterest per mostrare le collezioni;
- Discussioni su come bilanciare tradizione e innovazione nel settore.

## COSA PENSA E PROVA?

- Ha il timore che l'online possa sminuire il valore percepito dei suoi gioielli artigianali;
- Prova frustrazione nel vedere grandi marchi dominare le ricerche online di gioielli;
- Ha paura di non trovare il tempo di gestire personalmente i social media.
- Desiderio di far conoscere l'arte orafa toscana a livello internazionale;
- Bisogno di attrarre una clientela più giovane senza alienare i clienti storici;
- Speranza di aumentare le vendite attraverso uno storytelling accattivante;
- Sogna di aprire un laboratorio-scuola per tramandare l'arte orafa.

# I MIEI COMPETITOR

## VALENTINA OLINI

Valentina Olini è una web designer con vent'anni di esperienza nel settore. Il suo obiettivo è quello realizzare siti web di qualità per piccole-medie imprese, liberi professionisti e freelance

Sito web: <https://valentinaolini.com/>

## I SUOI SERVIZI

- Realizzazione siti web;
- Analisi sito web: analizza gli aspetti cruciali per realizzare siti di qualità dal web design, al marketing, al copywriting, fino alla seo;
- Realizzazione landing pages per promuovere un prodotto o servizio e generare lead;
- Sviluppo e-commerce;

[Torna all'indice](#)

# I MIEI COMPETITOR

## PUNTI DI FORZA

- Riesce a cogliere le esigenze dei clienti;
- Comunica in modo chiaro, diretto e completo;
- Paziente e competente;
- Professionale, gentile e disponibile;
- Abile nell'organizzare il suo lavoro;
- Rispetta le scadenze.

## PUNTI DI DEBOLEZZA

- Sito web poco funzionale:
  - Migliorare la sezione recensioni nella homepage;
  - Migliorare la modalità responsive;
  - Migliorare il footer aggiungendo dei link che richiamano le sezioni del sito e un contatto.
- Pagine social non perfettamente collegate al sito:
  - nella modalità desktop del sito web non vi è alcun collegamento con la pagina Instagram.

 Roberto La Bella  
2 recensioni IT

★★★★★

3 feb 2024

**Valentina è molto professionale e fornisce consulenza di alto livello**

Grazie Valentina, sono rimasto molto soddisfatto della consulenza, mi hai fornito diversi consigli sul mio sito:

- aspetto marketing
- colorazione del sito
- sviluppo testi/blog efficace
- miglioramento prestazioni sito
- brand-positioning
- congruenza valori di quando si espone online
- gestione feedback e recensioni dei clienti
- landing pages efficaci

ecc..

Tutti argomenti intercorrelati tra di loro che devono essere padroneggiati; in questo modo si riesce veramente a ottenere il massimo dal proprio sito e dalla propria attività online.

Data dell'esperienza: 01 febbraio 2024

 Utille  Condividi

# RECENSIONI CLIENTI

TRUSTPILOT

# I MIEI COMPETITOR

## ELENA SLAVAZZA

E' una web e graphic designer con due anni di esperienza nel settore. Il suo obiettivo principalmente è quello di realizzare siti web, ma offre anche servizi di consulenza completa su tutti gli aspetti concernenti il marketing a freelancer e piccole-medie imprese.

Sito web: <https://www.elenaslavazza.it/>

## I SUOI SERVIZI

- Realizza siti statici, dinamici, siti vetrina, blog ed e-commerce sui principali CMS quali WordPress, Wix e Shopify;
- Gestisce social media e campagne pubblicitarie per nuove attività e per quelle già esistenti sul mercato;
- Si occupa di Digital Content Marketing: realizza contenuti per i diversi canali social, email e blog
- Sviluppa loghi, brochure, cover letter e business card;

# I MIEI COMPETITOR

## PUNTI DI FORZA

- Professionale e competente;
- Gentile e disponibile;
- Precisa;
- Riesce a superare le aspettative dei clienti;
- Rispetta le tempistiche del progetto;
- Collaborativa.

## PUNTI DI DEBOLEZZA

- Sito web da migliorare:
  - Errori di battitura nei testi;
  - Migliorare la sezione servizi rendendola più sintetica e meno ripetitiva;
  - Aggiungere nel footer dei link secondari che richiamano le sezioni del sito;
  - Realizzare la sezione blog per mostrare le sue capacità di scrittura.



issam toqi  
3 recensioni

★★★★★ 5 mesi fa

Ho contattato Elena per farmi un sito per la mia attività di consulenza per ristoranti e locali.

Lavoro fatto molto bene e nelle giuste tempistiche.

Le ho anche lasciato gran parte delle scelte in modo che ci siamo la mano di una professionista e devo dire che sono stato più che contento del lavoro svolto.

Molto gentile e collaborativa.

Grazie mille ancora ☺

Mi piace

Condividi

# RECENSIONI CLIENTI

---

GOOGLE

# I MIEI COMPETITOR

## **ARIANNA SICURO**

È una web designer.

Il suo obiettivo è quello di realizzare siti web che attraggono, coinvolgono e convertono utenti in clienti per aziende, imprenditrici e libere professioniste.

Sito web: <https://www.ariannasicuro.it/>

## **I SUOI SERVIZI**

- Progetta e sviluppa siti web utilizzando il CMS Wordpress;
- Ottimizza il sito in chiave SEO;
- Ottimizza la User Experience (UX);
- Supporto nell'acquisizione dell'hosting e del dominio.

# I MIEI COMPETITOR

## PUNTI DI FORZA

- Professionale e competente;
- Coglie le esigenze di ogni singolo cliente;
- Social ben gestiti;
- Paziente, gentile e disponibile;
- Disponibile per chiarimenti relativi al progetto;
- Precisa e affidabile
- Rispetta le tempistiche del progetto;

## PUNTI DI DEBOLEZZA

- Nella homepage non sono indicati tutti i servizi che offre, quali:
  - ottimizzazione SEO;
  - supporto nell’acquisizione dell’hosting e del dominio.
- Poco supporto dopo la realizzazione del progetto:
  - nel servizio “soulful” offre solo due settimane di supporto via e-mail post-realizzazione del sito;
  - offre solo un’ora di formazione per imparare a modificare il sito in completa autonomia.

# RECENSIONI CLIENTI

---

GOOGLE



Chiara Mazzotta Epifani  
2 recensioni

★★★★★ 8 mesi fa

Arianna è una persona gentile e soprattutto paziente e disponibile. Ho trovato il suo modo di lavorare molto professionale, ma anche amichevole. Mi ha chiarito bene ogni elemento o passaggio relativo al progetto del mio sito, ogni dubbio e ogni domanda. La consiglio sinceramente! Grazie Arianna!

Mi piace

Condividi

# **ANALISI COMPETITOR**

[Torna all'indice](#)

## **CONSIDERAZIONI FINALI**

---

Alla luce di quanto analizzato, emerge l'importanza di:

- comunicare in modo chiaro e diretto i servizi e le tecnologie utilizzate;
- essere capaci di ascoltare e cogliere le esigenze dei clienti fornendogli un costante supporto ante e post lancio del sito;
- essere gentili, disponibili, pazienti e abili nell'organizzare il proprio lavoro rispettando le scadenze;
- sviluppare siti web di qualità con un design semplice, d'impatto e accattivante con contenuti sintetici ma efficaci che spingono l'utente a perseguire le call to action;
- curare minuziosamente i profili social e collegarli adeguatamente tra loro e con il sito web.

# UTILITA'

Proporre strategie con soluzioni innovative che migliorino la visibilità e l'immagine del cliente, quali ad esempio:

- Realizzazione sito vetrina, e-commerce, blog e landing page;
- Creazione profili social e formazione per la loro gestione in autonomia;
- Assistenza sito web;
- Analisi sito web ed eventuale restyling ove fosse necessario;
- Ottimizzazione seo;
- Collaborazione team esterno per la creazione di campagne pubblicitarie ove fosse necessario.

# PROBLEMI DA RISOLVERE

- Aumentare la visibilità online;
- Migliorare il posizionamento nella serp;
- Incrementare le vendite;
- Generare lead;
- Incentivare i clienti al riacquisto;
- Sviluppare una forte brand identity, instaurando un rapporto più intimo con i clienti;
- Incrementare l'advocacy, il passaparola tra le persone.

[Torna all'indice](#)

# BARRIERE ALL'ACQUISTO

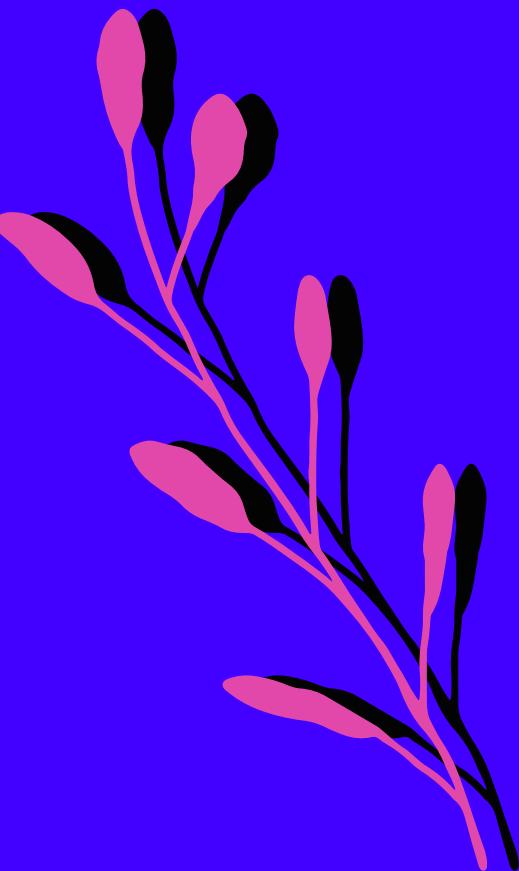
- Costi elevati;
- Scarsa fiducia nell'affidare ad una persona estranea la propria immagine aziendale;
- Timore di non ottenere i risultati desiderati e che il progetto possa richiedere più tempo del previsto.
- paura che il sito web e le pagine social possano essere soggette ad attacchi informatici;
- affidarsi a consulenti poco conosciuti a causa di brutte esperienze.

# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

[Torna all'indice](#)

*strumenti di ricerca*

- [Google Trends](#)
- [Answer the Public](#)
- [ChatGPT](#)
- [Auto-compilatore Google](#)
- [Keyword People use](#)
- [Ahrefs](#)
- [Keywordtool.io](#)
- [Keyword Planner di Google](#)



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

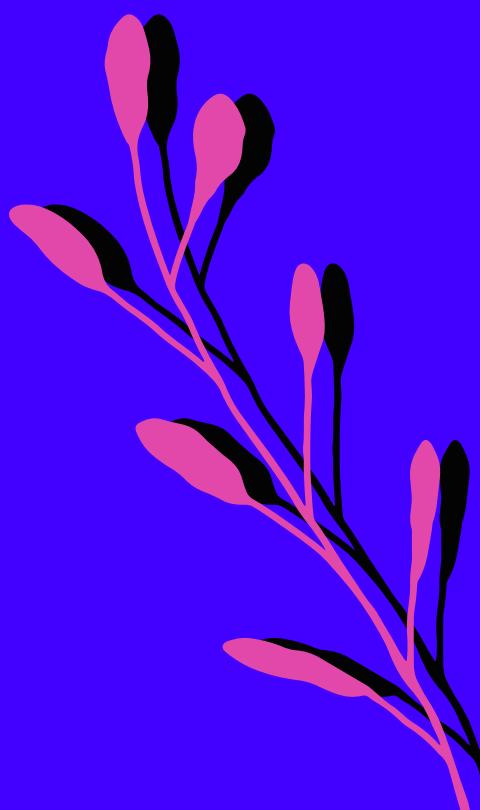
*Google trends*

## Argomenti correlati

- Wordpress
- Design
- Web designer
- Intelligenza artificiale
- Pagina web
- HTML

## Query associate

- realizzazione/creazione siti web
- come creare siti web
- Sviluppo siti web
- seo
- siti web professionali
- progettazione siti web
- Creare sito/i web
- Come creare/fare sito web
- Fare sito web
- Come fare un sito web
- Costo sito web
- Quanto costa un sito web



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## Ahrefs

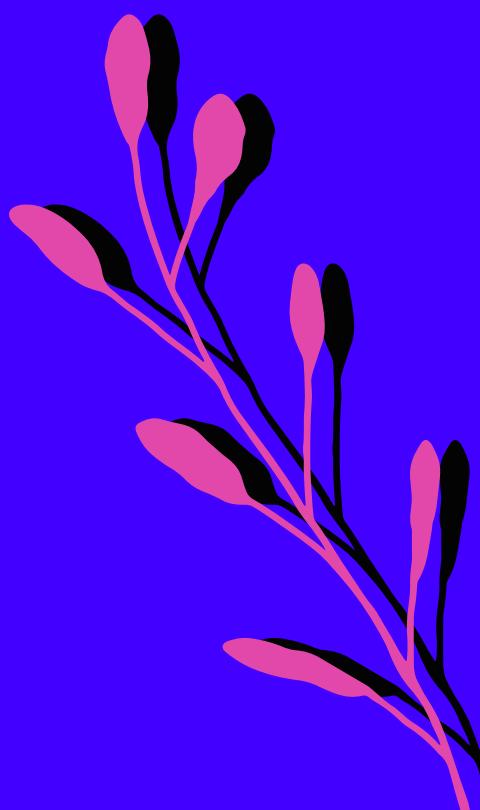
- posizionamento siti web
- ottimizzazione siti web
- realizzazione siti web professionali
- creazione siti web professionali
- preventivo sito web
- quanto costa fare un sito web
- analisi sito web
- quanto costa aprire un sito web
- quanto costa farsi fare un sito web

## Auto-completamento Google

- siti web belli e semplici
- siti web in vendita
- siti web esempi

Main topic  
**Siti/o web**

Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Answer the public*

- Che tipi di siti web esistono?
- Cosa non può mancare in un sito web?
- Chi gestisce un sito web?
- Qual è la caratteristica più importante per un sito web?
- Perché è importante avere un sito web?
- Cosa deve fare un sito web per essere efficace?
- Cosa deve avere un sito web per essere in regola?
- Quanto è difficile creare un sito web?
- Quanti soldi ci vogliono per aprire un sito web?
- Chi mi può fare un sito web?
- Quanto costa mantenere un sito web al mese?
- Quanto costa un sito web nel 2024?
- Quante ore ci vogliono per fare un sito web?
- Chi mi può creare un sito web?
- Qual è il primo passo per realizzare un sito web?



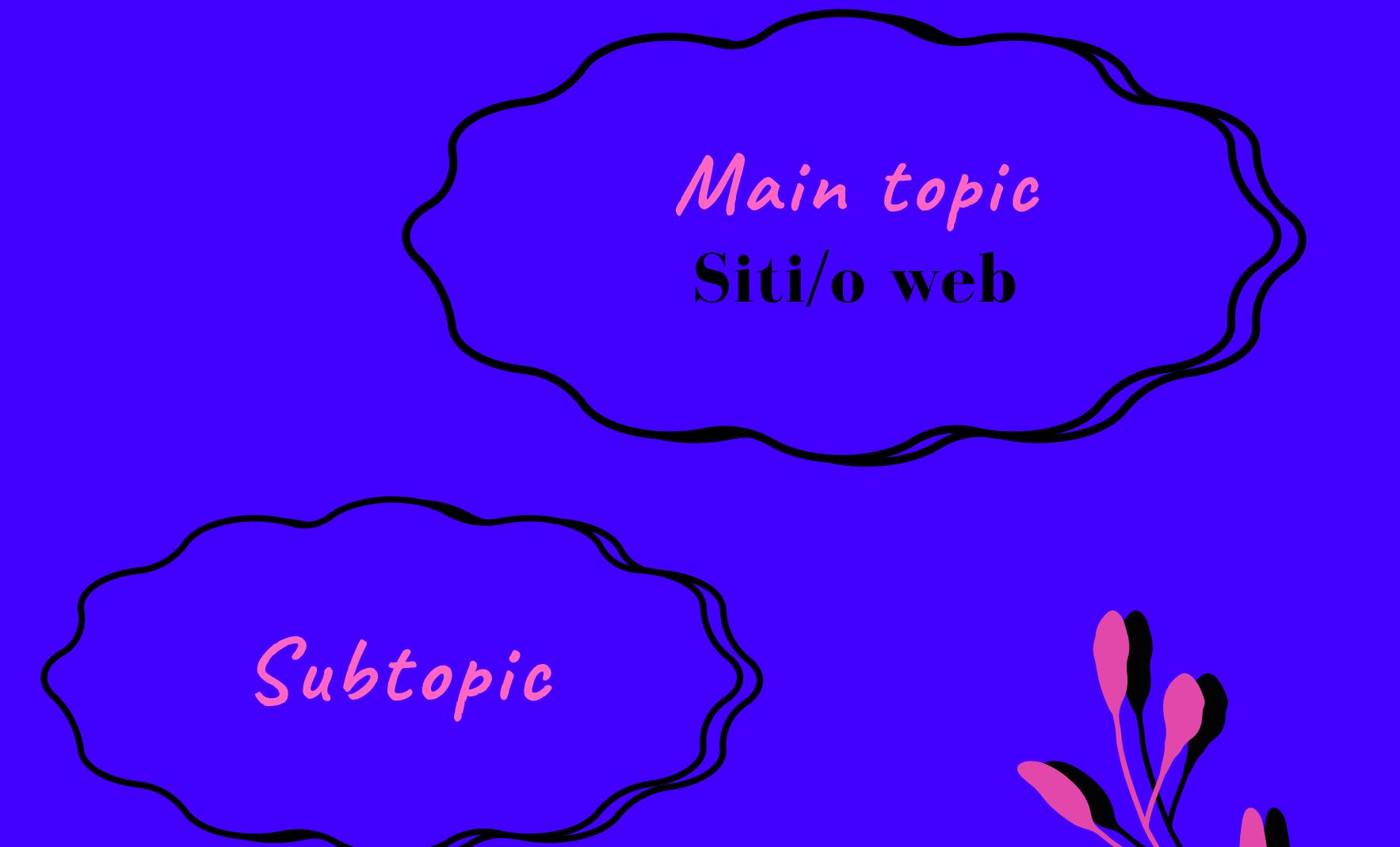
# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword tool io*

- siti web aruba
  - Siti web ai
  - siti web affidabili
  - siti web accessibili
  - siti web con intelligenza artificiale
  - siti web cosa sono
  - siti web canva
  - cosa sono i siti web
- siti web designer
  - siti web dinamici
  - Design siti web
  - domini siti web
  - design siti web esempi
  - Siti web eleganti
  - Siti web eventi
  - Esempi siti web semplici

## *Keyword people use*

- Sito web gratuito con dominio
- Sito web gratis wordpress



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

*Google trends*

## Argomenti correlati

- Marketing
- Marketing digitale
- Sito web
- Professionista SEO
- Ottimizzazione per i motori di ricerca
- consulenza seo

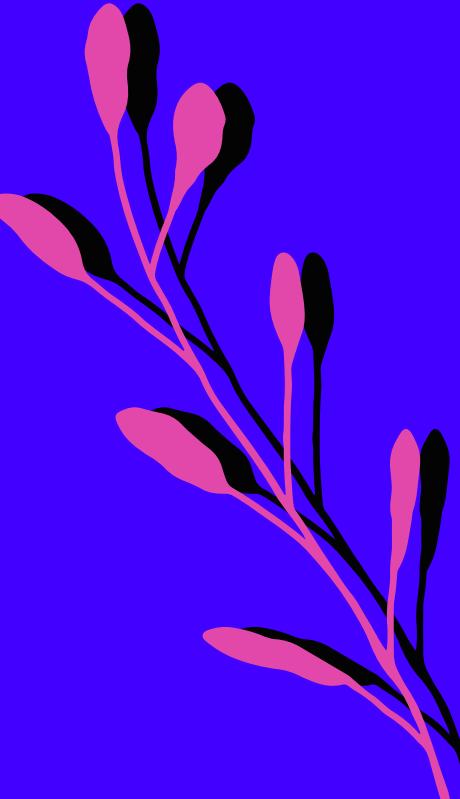
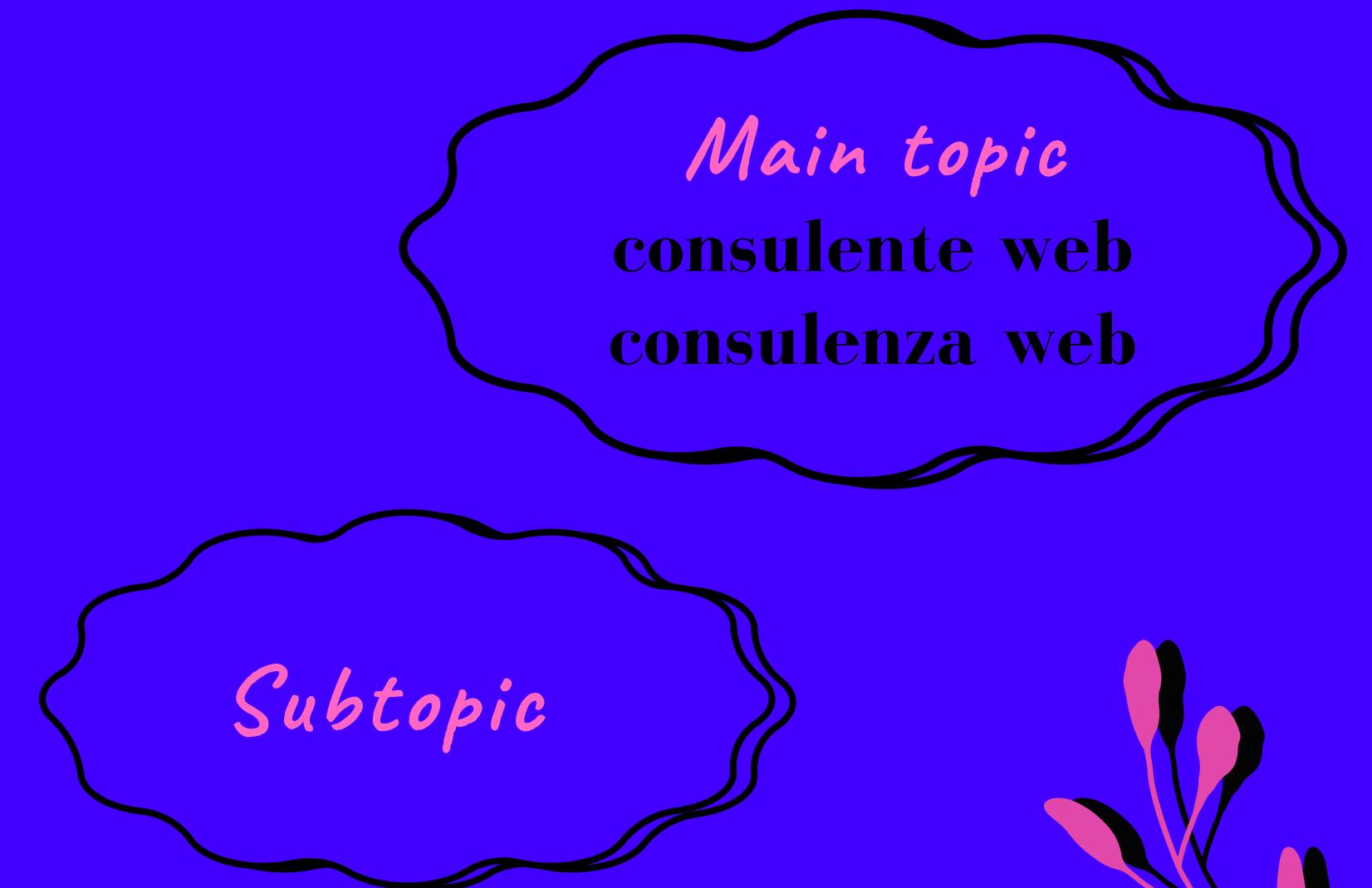
*Auto-compilatore Google*

- consulente web marketing
- consulente web designer
- consulente web seo
- consulente di web marketing

## Query associate

- consulente di web marketing
- web marketing consulente
- web marketing consulenza
- consulenza sito web
- consulenza seo e web marketing

- consulenza web marketing
- consulenza siti web
- Consulenza seo website



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

Ahrefs

niente di rilevante

Answer the Public

niente di rilevante

Keyword People Use

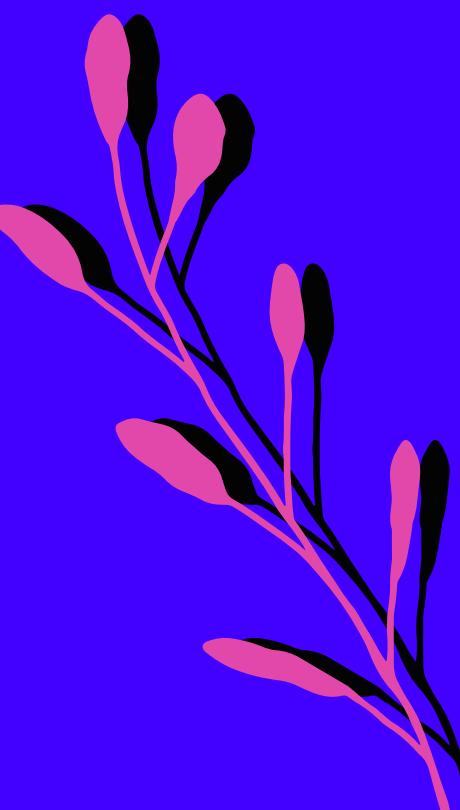
niente di rilevante

Keyword Tool io

niente di rilevante

Main topic  
consulente web  
consulenza web

Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

*Google trends*

## Argomenti correlati

- Pagina web
- Sito web
- Wordpress
- Intelligenza artificiale
- Marketing
- Elementor
- HTML
- Canva

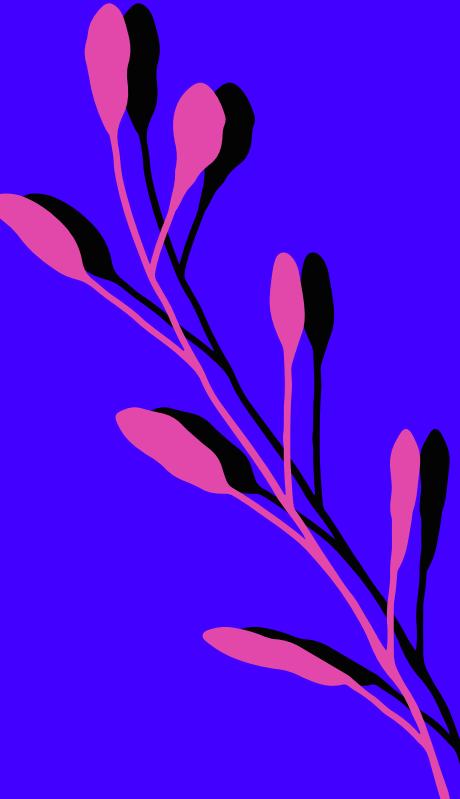
## Query associate

- come creare una landing page
- creare landing page
- landing page cos'è
- wordpress
- landing page wordpress
- landing page template
- creare una landing page
- landing page esempi
- landing page elementor
- canva landing page
- landing page significato
- landing page efficace

*Main topic*

landing page  
creare una landing page

*Subtopic*



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## Auto-compilatore Google

- creare una landing page gratis
- creare una landing page
- wordpress
- Creare una landing page con elementor
- Creare una landing page online
- Creare una landing page accattivante
- come creare una landing page efficace
- quanto costa creare una landing page

## Ahrefs

Niente di rilevante

## Answer the Public

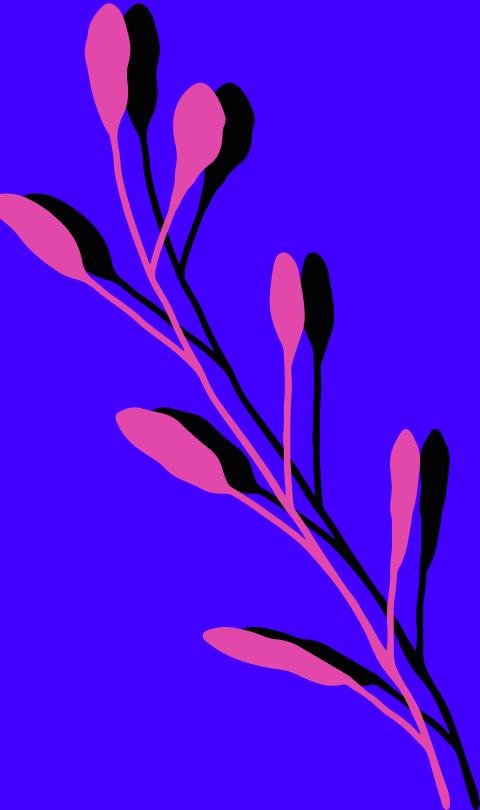
- Landing page quale scegliere

Main topic

landing page

creare una landing page

Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword Tool io*

- landing page a cosa serve
- figma landing page
- landing page ai
- landing page aruba
- landing page come crearla

## *Keyword People use*

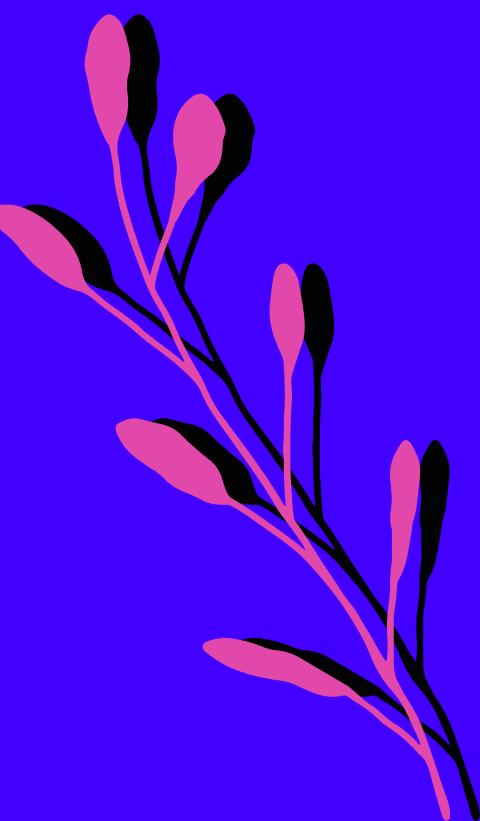
- landing page cosa sono
- landing page definizione
- Landing page wordpress costo
- Costruire una landing page efficace

*Main topic*

landing page

**creare una landing page**

*Subtopic*



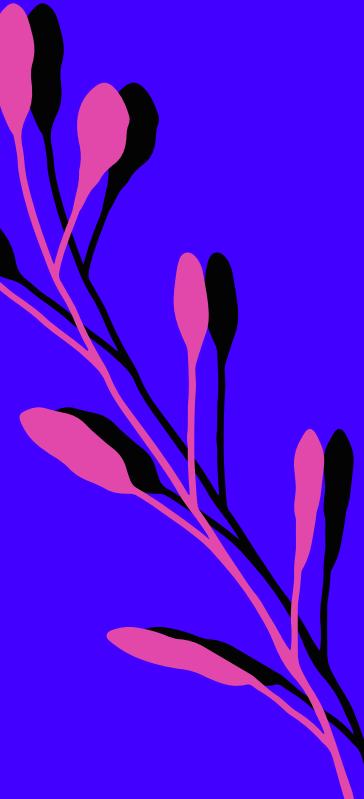
# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword People use*

- Quali sono i 5 elementi di una landing page efficace?
- Che differenza c'è tra landing page e home page?
- Cosa serve per creare una landing page?
- Quale elemento non può mancare su una landing page?
- Come si struttura una landing page?
- Come promuovere una landing page?
- Quanto costa un sito web nel 2024?
- Quanto costa mantenere un sito web al mese?
- Quanto costa un hosting all'anno?
- Come riconoscere una landing page?
- Cosa deve avere una landing page?
- Cosa non deve mancare in una landing page?
- Come fare una landing page efficace?

*Main topic*  
**quanto costa creare una  
landing page**

*Subtopic*



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

*Google trends*

Niente di rilevante

*Ahrefs*

Niente di rilevante

*Answer The Public*

Niente di rilevante

*Keyword tool io*

Niente di rilevante

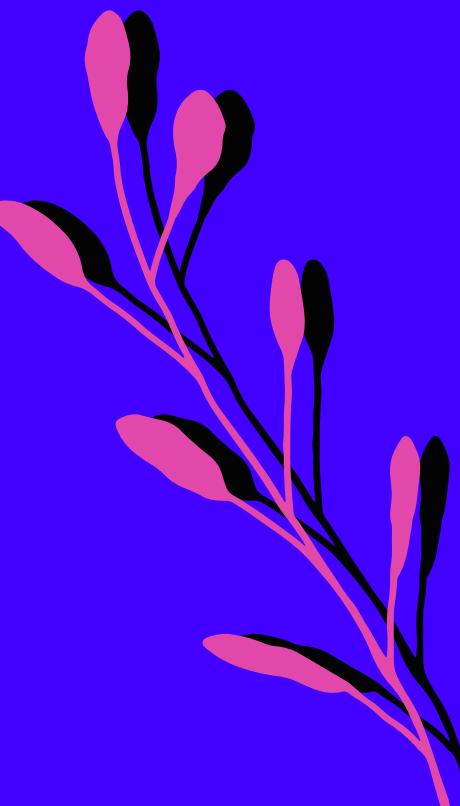
*Auto-compilatore Google*

- costo landing page
- quanto costa una landing page
- quanto costa creare una pagina web
- preventivo landing page

*Main topic*

quanto costa creare una  
landing page

*Subtopic*



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

*Google trends*

## Argomenti correlati

- Plugin
- Sito web
- PHP
- Elementor
- WooCommerce

## Query associate

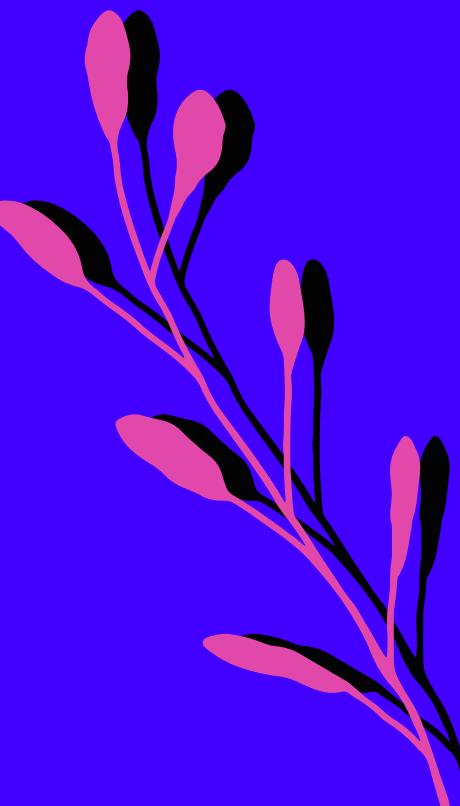
- wordpress plugin
- sito wordpress
- elementor worpress
- blog wordpress
- html
- Css

*Auto-compilatore Google*

- Wordpress cos'è
- Wordpress sito
- Wordpress blog

Main topic  
**WordPress**

Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword tool io*

- Wordpress assistenza
- wordpress aruba
- wordpress come funziona
- wordpress costo
- wordpress come creare un sito

## *Answer The Public*

Niente di rilevante

## *Keyword People Use*

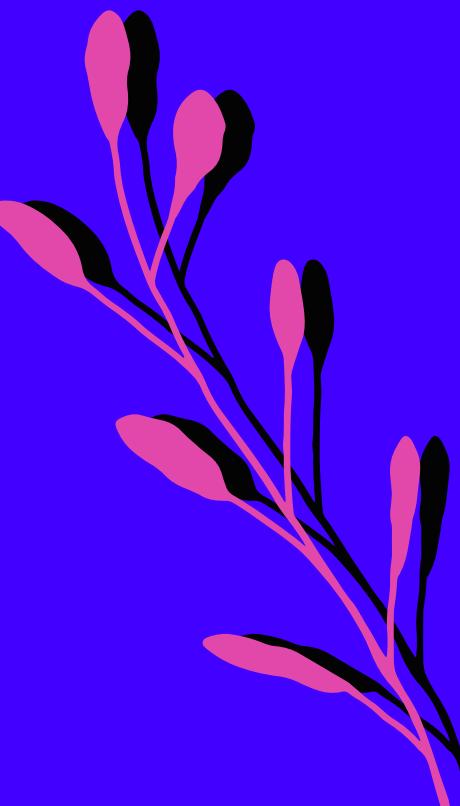
Niente di rilevante

## *Ahrefs*

- wordpress hosting
- temi wordpress

Main topic  
**WordPress**

Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

*Google trends*

## Argomenti correlati

- Social media
- Freelance

## Query associate

- Social media manager online
- Social media manager instagram
- Social media manager freelance
- Social media manager italia

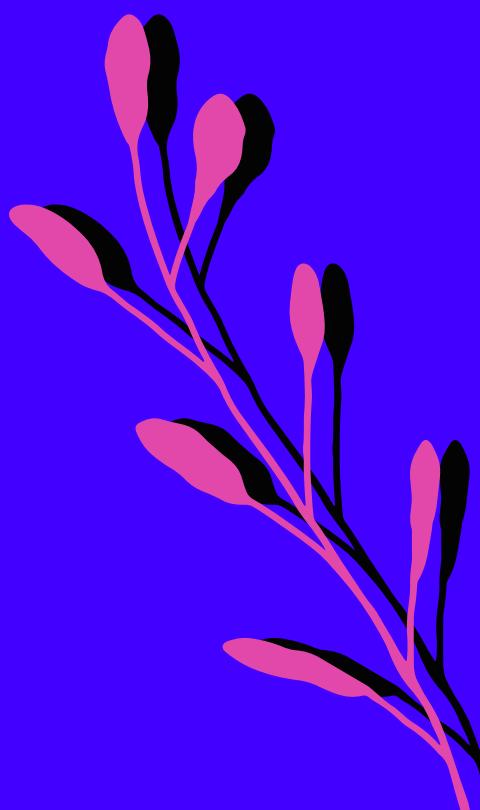
*Keyword tool io*

- costo gestione social media
- preventivo gestione social media
- gestione social media prezzi
- gestione social network
- gestione social
- gestione social network prezzi
- gestione social media pacchetti
- gestione social media marketing
- gestione profili social
- social media manager catania
- costo social media manager
- social media manager e scrittura per il web

*Main topic*

**Social media manager**  
**Creazione social media**  
**Gestione social media**

*Subtopic*



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## Auto-compilatore Google

- gestione dei social media

## Ahrefs

- gestione social media aziende

## Answer The Public

Niente di rilevante

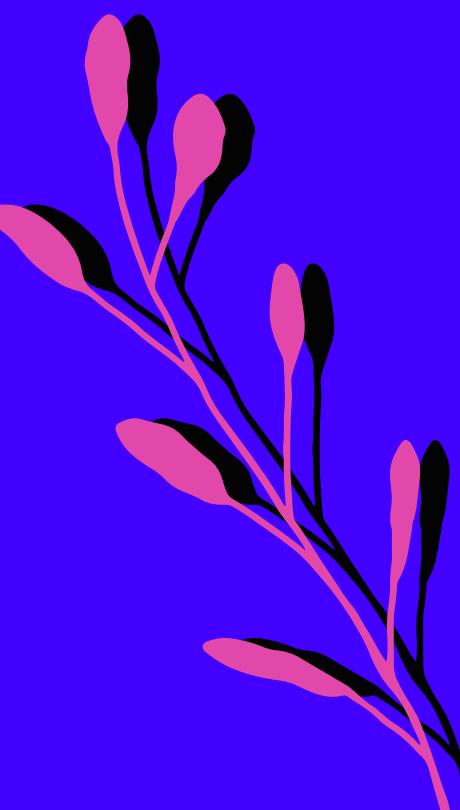
## Keyword People Use

Niente di rilevante

## Main topic

Social media manager  
Creazione social media  
Gestione social media

## Subtopic



# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword tool io*

- Creare uno shop online gratis
- Come creare un negozio su shopify
- Come si fa a creare un negozio online
- Creare un proprio negozio online
- Come creare un sito ecommerce
- Come creare uno shop online
- Fare un negozio online
- Creare un sito per un negozio online
- Creare uno shop online gratis
- Cos'è un e commerce

## *Google trends*

### Argomenti correlati

Niente di rilevante

### Query associate

- Come creare un negozio online
- Come aprire un negozio online
- Aprire un negozio online
- Come creare un negozio online gratis

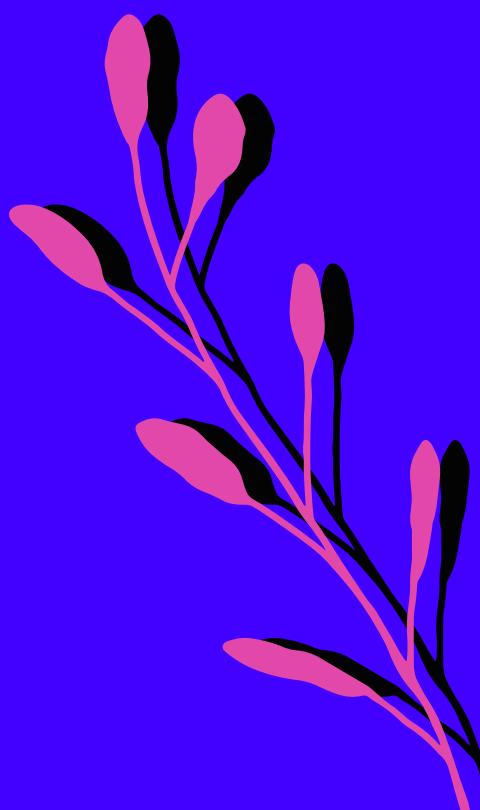
## *Main topic*

creare e-commerce

costi per creare un negozio online

creare un negozio online

## *Subtopic*



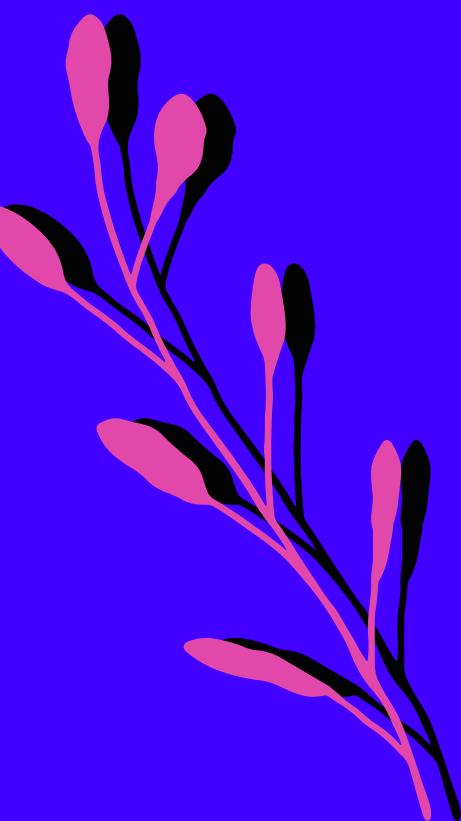
# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## Auto-compilatore Google

- come creare e commerce abbigliamento
- creare un proprio negozio online
- creare un negozio di abbigliamento online
- software per creare un negozio online
- Come creare un negozio online su shopify
- Costi per aprire un negozio online
- Costi negozio online
- Creare un negozio online gratis

## Ahrefs

- creare negozio online facebook
- programma per creare negozio online



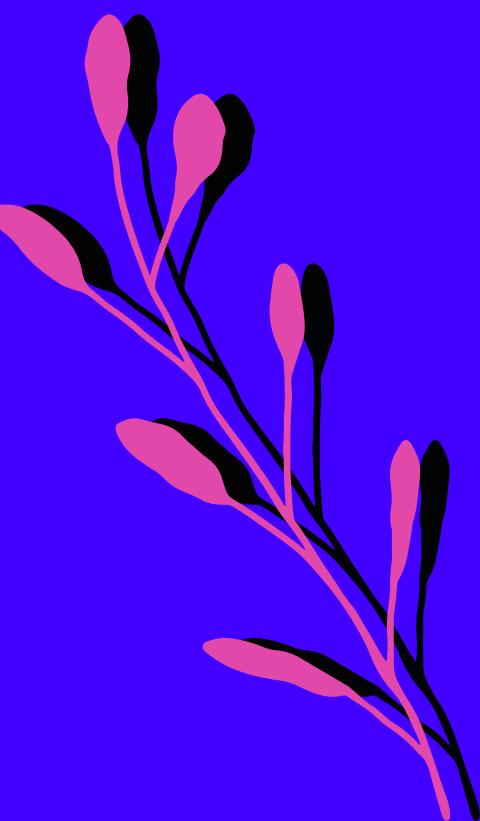
# ANALISI DELLE KEYWORDS PIÙ RICERCATE DAGLI UTENTI

## *Keyword People Use*

- creare e commerce gratis
- creare e commerce da zero
- creare ecommerce gratuito
- creare sito e commerce gratis
- creare un e-commerce da zero
- Creare ecommerce con wordpress
- software per creare e-commerce
- creare un e-commerce
- e-commerce abbigliamento come iniziare
- come creare un negozio di abbigliamento online

## *Answer The Public*

- cosa fare per creare un e-commerce
- come creare un e-commerce gratis
- cosa serve per creare un e-commerce



# SCELTA KEYWORDS

Dopo un'attenta analisi delle parole più ricercate dagli utenti, le ho inserite in google keyword Planner e ho selezionato 30 keywords pertinenti al mio settore che rispecchiano l'intento di ricerca informativo, commerciale e transazionale degli utenti.

Queste parole le ritengo utili sia per realizzare dei contenuti all'interno dei miei canali, sia per realizzare delle campagne pubblicitarie.

Ho selezionato parole che hanno nella maggior parte dei casi un alto-medio volume di ricerca e una concorrenza media-bassa al fine di migliorare la visibilità del mio personal branding.

[Torna all'indice](#)

## PERCHÈ?

- Ho selezionato keywords con un alto-medio volume di ricerca perché sono molto ricercate dagli utenti per soddisfare un loro bisogno, quindi sono capaci di portare traffico nei miei canali;
- Ho scelto keywords con un basso volume di ricerca perché, sebbene abbiano poche ricerche, quelle persone non sono riuscite a soddisfare il loro bisogno mediante quelle parole chiave;
- Ho scelto una concorrenza media perché probabilmente quelle parole sono in grado di portare dei risultati, dato che sono utilizzate dai competitor.
- Ho optato in alcuni casi per una concorrenza bassa perché quelle parole sono poco usate dai competitor e questo può darmi la possibilità di posizionarmi meglio sul mercato. Inoltre, queste parole hanno un alto-medio volume di ricerca.

# LEGENDA

# 30 KEYWORDS

*che riflettono gli intenti di ricerca*

[Torna all'indice](#)

keywords informative

keywords commerciali

keywords transazionali

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Modifica trimestrale	Modifica su base annua	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
seo	EUR	50000	-90%	-90% Bassa		12	0,09	1,09
landing page cos è	EUR	5000	-90%	0% Bassa		9	0,04	1,63
social media manager cosa fa	EUR	5000	0%	0% Bassa		23	0,41	1,17
sito web come crearlo	EUR	5000	0%	0% Media		46	0,62	2,29
come aprire un negozio online	EUR	5000	0%	0% Media		53	0,49	1,59
wordpress cos è	EUR	5000	-90%	-90% Bassa		10	0,1	1,19
gestire una pagina facebook	EUR	500	0%	0% Bassa		8	0,51	1,38
indicizzare sito google	EUR	500	0%	0% Bassa		17	0,44	2,06
sito responsive	EUR	500	0%	0% Bassa		2	0,49	2,47
ux ui designer cosa fa	EUR	500	0%	0% Bassa		11	0,22	1,32
web designer	EUR	5000	0%	0% Media		35	0,81	2,31
seospecialist	EUR	5000	0%	0% Bassa		23	0,82	2,14
social media manager freelance	EUR	500	0%	0% Media		49	0,39	1,49
gestione dei social media	EUR	500	0%	0% Media		38	0,69	2,13
gestione social prezzi	EUR	500	0%	0% Media		41	0,43	1,17
manutenzione sito wordpress	EUR	500	0%	-90% Bassa		19	0,1	2,28
valutazione sito web	EUR	500	0%	0% Bassa		19	0,38	1,22
costi per aprire un negozio online	EUR	500	900%	0% Media		38	0,41	1,36
prezzo landing page	EUR	50	0%	0% Bassa		12	0,41	1,26
migliori temi wordpress gratis	EUR	50	0%	0% Media		40	0,19	1,21
comprare un sito internet	EUR	50	0%	0% Media		36	0,79	2,66
preventivo social media manager	EUR	500	0%	0% Bassa		15	0,83	1,87
preventivo sito web	EUR	500	0%	-90% Bassa		10	0,92	3,57
preventivo sito e commerce	EUR	500	0%	0% Bassa		6	1,11	3,31
vendita siti web	EUR	500	0%	0% Bassa		16	0,81	3,14
preventivo seo	EUR	500	0%	0% Bassa		1	0,55	1,65
consulenza digital marketing	EUR	500	0%	0% Bassa		12	0,72	2,54
consulenza web marketing	EUR	5000	0%	-90% Bassa		6	0,86	3,16
consulenza wordpress	EUR	500	0%	-90% Bassa		13	0,68	3
consulenza sito web	EUR	500	0%	0% Bassa		15	1,11	3,88

# FASE DEL FUNNEL

## *informativa*

Le keywords ad intento informativo vengono utilizzate dagli utenti per arricchire il loro sapere: l'utente non vuole acquistare, ma imparare qualcosa, vuole avere informazioni su un argomento che non conosce.

Le keywords selezionate hanno uno scopo informativo: l'utente vuole sapere che cos'è la seo e la landing page, cosa fa il social media manager e l'UI/UX designer, come creare un sito web, come aprire un negozio online, che cos'è wordpress e un sito responsive, come gestire una pagina facebook e indicizzare un sito su google,

seo	EUR	50000	-90%	-90% Bassa	12	0,09	1,09
landing page cos è	EUR	5000	-90%	0% Bassa	9	0,04	1,63
social media manager cosa fa	EUR	5000	0%	0% Bassa	23	0,41	1,17
sito web come crearlo	EUR	5000	0%	0% Media	46	0,62	2,29
come aprire un negozio online	EUR	5000	0%	0% Media	53	0,49	1,59
wordpress cos è	EUR	5000	-90%	-90% Bassa	10	0,1	1,19
gestire una pagina facebook	EUR	500	0%	0% Bassa	8	0,51	1,38
indicizzare sito google	EUR	500	0%	0% Bassa	17	0,44	2,06
sito responsive	EUR	500	0%	0% Bassa	2	0,49	2,47
ux ui designer cosa fa	EUR	500	0%	0% Bassa	11	0,22	1,32

CTA: scopri di più

[Torna all'indice](#)

# FASE DEL FUNNEL

## *commerciale*

Le keywords ad intento commerciale, vengono utilizzate dagli utenti per fare dei confronti con altri prodotti: l'utente non è pronto all'acquisto, sta valutando le opzioni disponibili sul mercato. Quando avrà capito qual è il prodotto migliore per lui, passerà alla fase transazionale, cioè di acquisto. Le keywords selezionate hanno uno scopo commerciale: l'utente valuta quale web designer, seo specialist e social media manager fa al caso suo, confronta i prezzi per il servizio di gestione dei social all'interno del mercato. Inoltre, ricerca il miglior professionista che fornisca manutenzione al suo sito realizzato con wordpress, qualcuno che gli valuti il sito web per capire qual è la strada migliore da percorrere per il suo business. Infine, valuta i costi per aprire un negozio online, i prezzi per la realizzazione della landing page e i migliori temi wordpress gratis da usare nel suo sito web.

web designer	EUR	5000	0%	0% Media	35	0,81	2,31
seospecialist	EUR	5000	0%	0% Bassa	23	0,82	2,14
social media manager freelance	EUR	500	0%	0% Media	49	0,39	1,49
gestione dei social media	EUR	500	0%	0% Media	38	0,69	2,13
gestione social prezzi	EUR	500	0%	0% Media	41	0,43	1,17
manutenzione sito wordpress	EUR	500	0%	-90% Bassa	19	0,1	2,28
valutazione sito web	EUR	500	0%	0% Bassa	19	0,38	1,22
costi per aprire un negozio online	EUR	500	900%	0% Media	38	0,41	1,36
prezzo landing page	EUR	50	0%	0% Bassa	12	0,41	1,26
migliori temi wordpress gratis	EUR	50	0%	0% Media	40	0,19	1,21

CTA: scopri i servizi, scopri di più, scopri i prezzi

[Torna all'indice](#)

# FASE DEL FUNNEL

## *transazionale*

Le keywords ad intento transazionale vengono utilizzate dagli utenti quando sono pronti ad effettuare un acquisto: sanno esattamente quello di cui hanno bisogno.

Richiedono ad esempio preventivi, ricercano offerte per acquistare il prodotto ad un prezzo scontato etc. Le keywords selezionate hanno uno scopo transazionale: gli utenti vogliono comprare un sito web, richiedono un preventivo da parte di un social media manager, un preventivo per l'ottimizzazione seo, per la realizzazione di un sito web e di un e-commerce. Inoltre, richiedono una consulenza a pagamento di un professionista che si occupi di digital e web marketing, che dia informazioni in merito al funzionamento di wordpress e una consulenza per la realizzazione di un sito web.

comprare un sito internet	EUR	50	0%	0% Media	36	0,79	2,66
preventivo social media manager	EUR	500	0%	0% Bassa	15	0,83	1,87
preventivo sito web	EUR	500	0%	-90% Bassa	10	0,92	3,57
preventivo sito e commerce	EUR	500	0%	0% Bassa	6	1,11	3,31
vendita siti web	EUR	500	0%	0% Bassa	16	0,81	3,14
preventivo seo	EUR	500	0%	0% Bassa	1	0,55	1,65
consulenza digital marketing	EUR	500	0%	0% Bassa	12	0,72	2,54
consulenza web marketing	EUR	5000	0%	-90% Bassa	6	0,86	3,16
consulenza wordpress	EUR	500	0%	-90% Bassa	13	0,68	3
consulenza sito web	EUR	500	0%	0% Bassa	15	1,11	3,88

CTA: acquista ora, richiedi preventivo, richiedi consulenza

[Torna all'indice](#)

# STRATEGIA DI MARKETING

Dal punto di vista **strategico-operativo** ritengo opportuno:

Realizzare un sito intuitivo, di facile navigazione e con un'interfaccia grafica accattivante.

Creare pagine social per aumentare i punti di contatto con gli utenti instaurando delle relazioni più profonde con contenuti di valore.

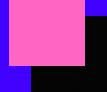
Realizzare delle campagne pubblicitarie al fine di attirare clienti, focalizzandomi sulla domanda latente creando delle sponsorizzate per la fase di awareness, consideration e conversion.

[Torna all'indice](#)

# STRATEGIA DI MARKETING

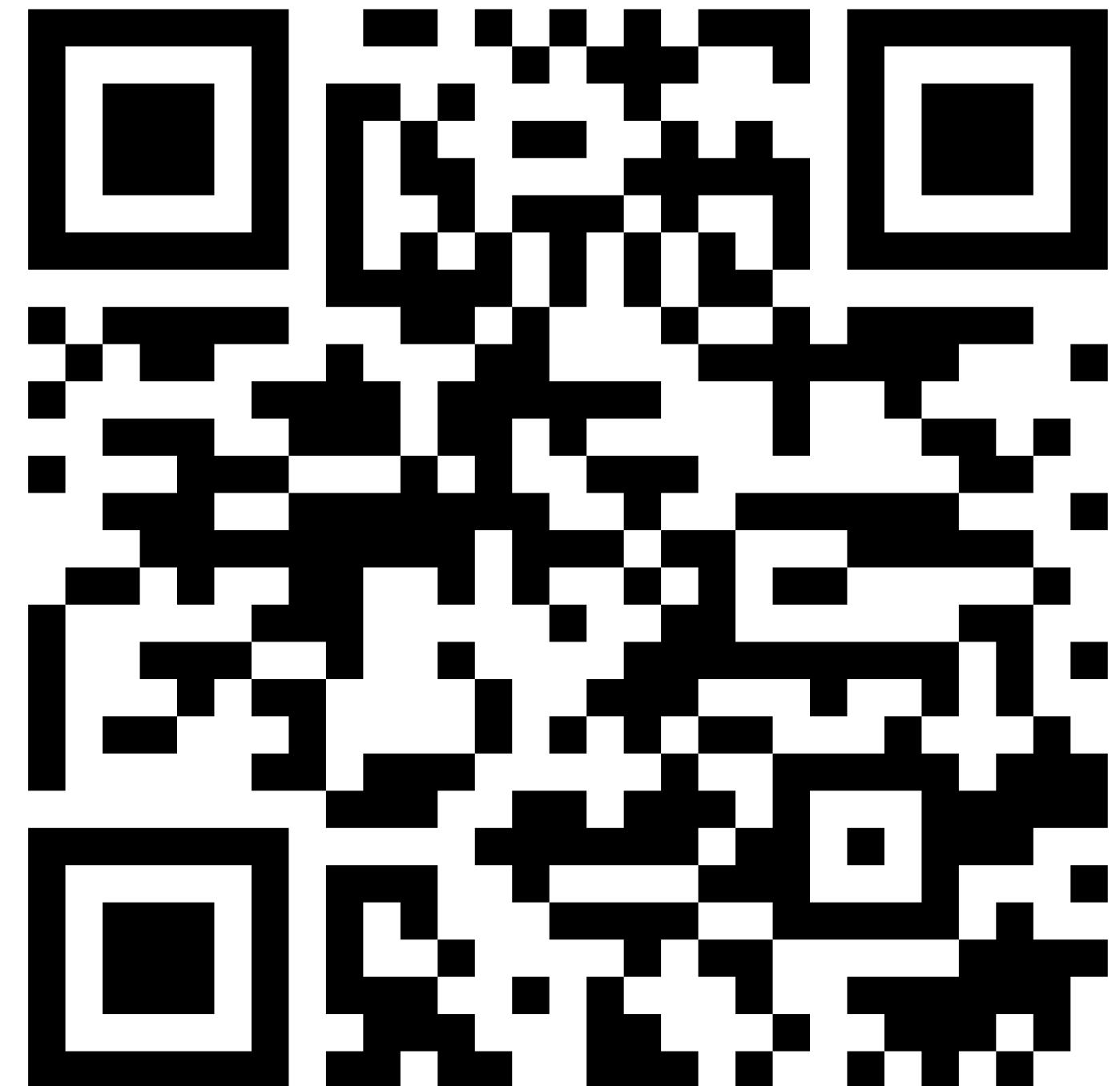
---

Realizzare un sito web di alta qualità

 **link sito web**  
[alicelawebdesigner.netsons.org/](http://alicelawebdesigner.netsons.org/)

[Torna all'indice](#)

## QR CODE SITO WEB



# STRATEGIA DI MARKETING

---

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di awareness.

## OBIETTIVO

Far conoscere un mio servizio a un utente che non mi conosce.

## DESCRIZIONE

Vuoi un sito web che rappresenti davvero la tua unicità? Non passare inosservato.

Mi chiamo Alice Conti, sono una web designer e posso aiutarti a creare un sito su misura per te capace di raccontare la tua storia unica.

Lascia che il tuo sito riveli il tuo potenziale.

Clicca il pulsante in basso per scoprire di più sui miei servizi e come possiamo collaborare.

## TITOLO

Il Tuo Sito, la Tua Storia. 

## CALL TO ACTION

Scopri di più

 La call to action rimanda alla pagina del servizio specifico all'interno del sito web

# STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di awareness.

## OBIETTIVO

Far conoscere un mio servizio a un utente che non mi conosce.

# IMMAGINE COPY

Fase di Awareness



# STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di consideration.

## OBIETTIVO

Regalare qualcosa di valore al cliente per acquistare la sua fiducia

## DESCRIZIONE

Il tuo sito merita di essere visitato. 

Scarica il mio e-book gratuito e scopri:

- Cos'è la SEO: Impara le basi della Search Engine Optimization. 
- Come aumentare le visite del tuo sito web: Strategie pratiche per attirare più visitatori. 
- Perché è così importante: Comprendi l'importanza della SEO per il successo online. 

Non farti scappare questa opportunità.

Inizia oggi stesso a migliorare la visibilità del tuo sito web. Scarica la guida cliccando il pulsante che trovi qui sotto. 

## TITOLO

Guida SEO per Principianti 

## CALL TO ACTION

Scarica ora

 La call to action rimanda ad un form dove l'utente dovrà inserire il nome, il cognome e l'email per ottenere l'ebook gratuito.

# STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di consideration.

## OBIETTIVO

Regalare qualcosa di valore al cliente per acquistare la sua fiducia

# IMMAGINE COPY

Fase di Consideration



# STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di conversion.

## OBIETTIVO

Convertire l'utente in cliente con l'acquisto di un servizio.

## DESCRIZIONE

Il tuo sito ha bisogno di un nuovo look? Sei nel posto giusto. Approfitta del mio servizio di restyling con uno sconto del 20% per un periodo limitato! 🎉

Cosa offro:

- Design Moderno: Rinnoviamo insieme l'aspetto del tuo sito con un design fresco e accattivante. 🎨
- Ottimizzazione SEO: Miglioro la visibilità del tuo sito sui motori di ricerca. 🔎
- Esperienza Utente Coinvolgente: Creiamo un'esperienza di navigazione fluida e intuitiva per i tuoi visitatori. 🌐

Ricorda che è solo per un periodo limitato! ⏳

Risparmia oggi sul servizio di consulenza.

Clicca il pulsante qui in basso per richiedere il restyling del tuo sito! 💻🌟

## TITOLO

Rinnova la tua Presenza Digitale

## CALL TO ACTION

Richiedi una consulenza

- La call to action rimanda direttamente alla pagina del servizio specifico del sito web.

# STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare delle sponsorizzate per la fase di conversion.

## ■ OBIETTIVO

Convertire l'utente in cliente con l'acquisto di un servizio.

# IMMAGINE COPY

Fase di Conversion



Grazie per l'attenzione

