

Alice Conti

P E R S O N A L B R A N D I N G

PROGETTO DI FINE MODULO M5

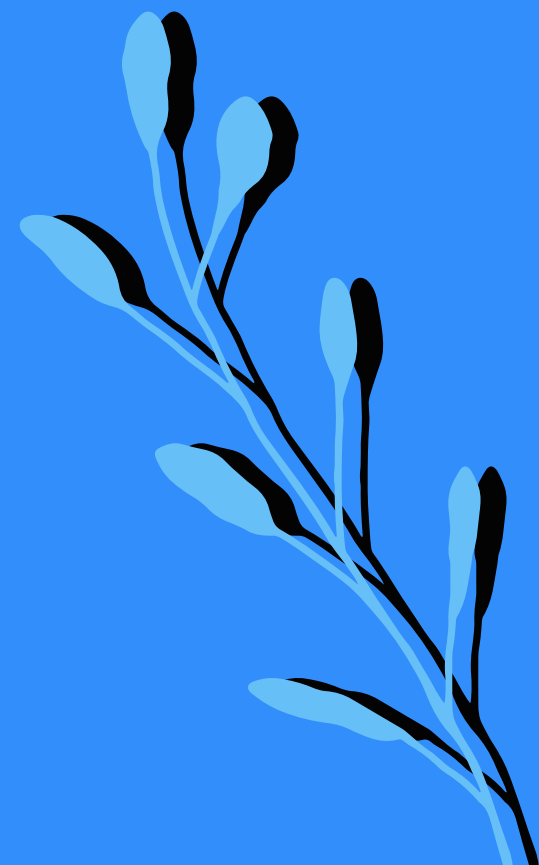


DOCUMENTO

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
- Strategia operativa
- Sito web



CHI SONO

Mi chiamo Alice Conti e sono una consulente in digital marketing con una passione incontenibile per la comunicazione, il web design, la seo 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.

Qualora fosse necessario, mi avvalgo di un team di collaboratori esterni per la realizzazione di campagne pubblicitarie per il cliente (se richiesto).

I MIEI SERVIZI

- Realizzazione siti vetrina, e-commerce, blog attraverso WordPress o Shopify con un design unico nel suo genere;
- Analisi e restyling sito web parziale o totale (ove necessario);
- 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 e social media.

[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 ad altri consulenti;
- 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, landing page e creazione pagine social;
- 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 e consulenti 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 consulente portando a risultati insoddisfacenti.

QUALITÀ

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

[Torna all'indice](#)

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, della landing o della pagina social.

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 o della landing, inclusi aggiornamenti e risoluzione di eventuali problemi tecnici.

[Torna all'indice](#)

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 attirare 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.

[Torna all'indice](#)

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;
- Potenziali 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.
- Teme di non riuscire a ottenere un numero maggiore di clienti

KEYWORDS PER DESCRIVERE SE STESSO

chef appassionato, imprenditore culinario.

[Torna all'indice](#)

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.

[Torna all'indice](#)

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

[Torna all'indice](#)

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.

[Torna all'indice](#)

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.

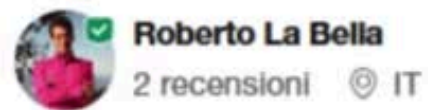
PUNTI DI DEBOLEZZA

- 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.

[Torna all'indice](#)

RECENSIONI CLIENTI

TRUSTPILOT



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

Utile Condividi



[Torna all'indice](#)

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;

[Torna all'indice](#)

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.

[Torna all'indice](#)



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

[Torna all'indice](#)

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.

[Torna all'indice](#)

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.

[Torna all'indice](#)



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

RECENSIONI CLIENTI

GOOGLE

[Torna all'indice](#)

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 ri-acquisto;
- 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.

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, quali ad esempio Facebook e Instagram al fine di aumentare i punti di contatto con gli utenti.

Questo permette di instaurare delle relazioni più profonde con contenuti di valore.

Realizzare delle campagne pubblicitarie (Meta) al fine di attirare gli utenti, focalizzandomi sulla domanda latente creando delle sponsorizzate per la fase di awareness, consideration e conversion.

[Torna all'indice](#)

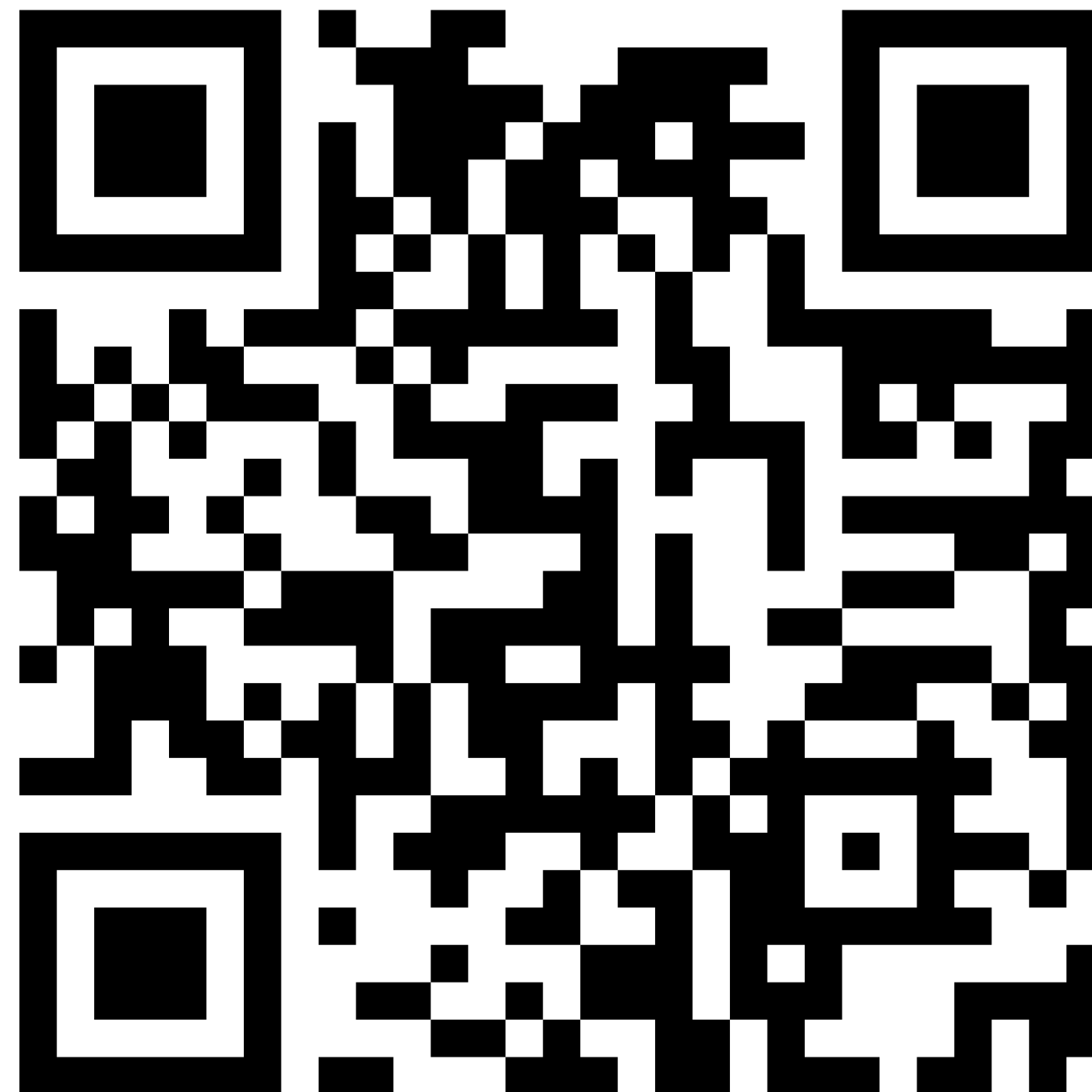
STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare un sito web di alta qualità

■ **link sito web**
<https://alice-conti.myshopify.com/>
password: rtiell

[Torna all'indice](#)

QR CODE SITO WEB



STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare un sito web di alta qualità

[Torna all'indice](#)

Per il mio personal branding ho deciso di realizzare un sito vetrina mobile-friendly dove gli utenti potranno acquistare i miei servizi.

STRUTTURA SITO WEB

■ Header

HOMEPAGE - I MIEI SERVIZI - CONTATTI

■ Footer

FORM NEWSLETTER - LINK SECONDARI

STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare un sito web di alta qualità

[Torna all'indice](#)

STRUTTURA SITO WEB

■ Homepage

Nella homepage è presente una mia piccola presentazione, a chi sono rivolti i miei servizi, una panoramica di tutti i servizi che offro, una sezione in cui metto in risalto i miei punti di forza e alcune delle recensioni dei miei clienti. Inoltre, ho aggiunto infine una sezione in cui invito i miei potenziali clienti a mandarmi un'email per richiedere maggiori informazioni sui miei servizi.

STRATEGIA DI MARKETING

Realizzare un sito web di alta qualità

[Torna all'indice](#)

STRUTTURA SITO WEB

■ Servizi

Per ogni singolo servizio ho realizzato delle landing page personalizzate all'interno della quale è presente una descrizione del servizio e i vantaggi offerti. In fine ho aggiunto una sezione in cui spiego come avverrà la consulenza passo dopo passo.

■ Contatti

Una pagina in cui è possibile contattarmi attraverso un form di contatto per avere maggiori informazioni sui miei servizi di consulenza.

STRATEGIA DI MARKETING

Automazione Brevo - Email marketing

[Torna all'indice](#)

EMAIL DI BENVENUTO ALLA NEWSLETTER

■ Automazione

Quando un'utente si iscrive alla newsletter, dopo 10 minuti riceverà un'email di benvenuto per essersi iscritto.

Grazie per l'attenzione

