



STRATEGIA Personal Branding



SERVIZI

Digital Marketing

Hai bisogno di raggiungere il tuo pubblico? Ti aiuterò a farlo! Tramite il tuo **sito web**, i **social media**, i **motori di ricerca** o la **posta elettronica**...*non c'è niente che uno schermo non possa fare!*

Consulenza

Aria di *novità*? Posso esserti di supporto per capire **cosa** e **come** cambiare!
Il cambiamento può essere impegnativo, ma può anche essere molto **gratificante**.

Brand Identity

Ti aiuto ad avere un'**identità di brand**, ciò vuol dire che potrai comunicare in modo **coerente** e **riconoscibile**, su qualsiasi supporto.

Social Media

La comunicazione non è solo ciò che dici, ma anche come lo dici.
Ricerca, strategia, obiettivi, contenuti: e via, siamo online!

COSTRUISCI LA TUA STORIA

Costruisci la tua storia:

Le persone non cercano semplicemente un prodotto o un servizio, ma vogliono vivere un'**emozione** e ascoltare una **storia**.

Quando un'azienda attraversa un periodo di stasi, si tenta spesso di riattivarla utilizzando i social media, creando contenuti visivi, organizzando eventi o lanciando promozioni.

Ma perché, a volte, le cose continuano a non funzionare?

Quelle che sembrano soluzioni, in realtà, sono solo strumenti.

Le vere soluzioni risiedono nelle fasi iniziali: **ricerca, strategia** e definizione dell'**identità**.

Insieme possiamo migliorare la tua attività, rendendola un vero e proprio brand: **autentico, solido**
e
distintivo !

Obiettivi

“dalla tua visione alla realtà digitale: costruiamo insieme un brand che parla e conquista”



Strategie su Misura:

Ogni brand è **unico**, e così lo è la mia **strategia**. Personalizzo ogni progetto per rispecchiare la tua **visione** e i tuoi **obiettivi**.



Connessione Emotiva:

I grandi brand si costruiscono sulle **connessioni emotive**. Crea una storia di brand avvincente che coinvolga il **cuore** e la **mente** dei clienti, creando un **legame duraturo**.



Brand Experience:

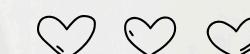
Un'esperienza di brand coesa attraverso tutti i punti di contatto costruisce **fiducia** e **lealtà**. Assicurati di mantenere **coerenza** nei messaggi, nei visual e nelle interazioni con i clienti.

MISSION

La mia missione è guidare le piccole e medie imprese nel loro percorso di trasformazione in brand **unici e riconoscibili** attraverso strategie di **digital marketing innovative e personalizzate**.

creatività

Guardando sempre al futuro del **marketing** e della **comunicazione**, mi impegno a fornire soluzioni **creative e strategiche**. Ti aiuto ad aumentare la **visibilità online**, ma anche a *creare connessioni* significative con il vostro pubblico di riferimento.



Con *passione* e *dedizione*, spero di essere il partner di **fiducia** che tutti voi state cercando! L'importante è che tu sia un brand in cerca di **crescita** e **successo** nel mondo digitale.) ,



Creiamo insieme
la strategia di
digital marketing
perfetta per te!



COSA FACCIO?

- **Analisi del Mercato e del Pubblico:**

Sarò responsabile dell'**analisi** approfondita del mercato e del tuo **pubblico target**. Questa analisi ti fornirà informazioni cruciali per sviluppare **strategie mirate ed efficaci**.

- **Sviluppo della Strategia di Marketing:**

Basandomi sull'analisi di mercato, svilupperò una **strategia di marketing dettagliata e personalizzata**. Questa strategia comprende piani per la **promozione** del tuo brand, la generazione di **lead**, l'**engagement** del pubblico e altro.

- **Monitoraggio e Ottimizzazione:**

Sarà compito mio monitorare costantemente le **prestazioni** delle **campagne di marketing** e **ottimizzare** le strategie e le tattiche di marketing di cui hai bisogno.

PROCESSO

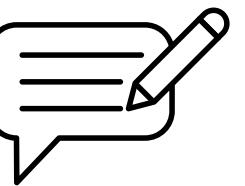
01

Ricerca



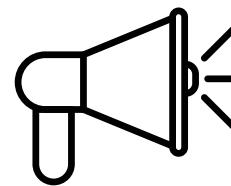
02

Creazione



03

Promozione



04

Ottimizzazione

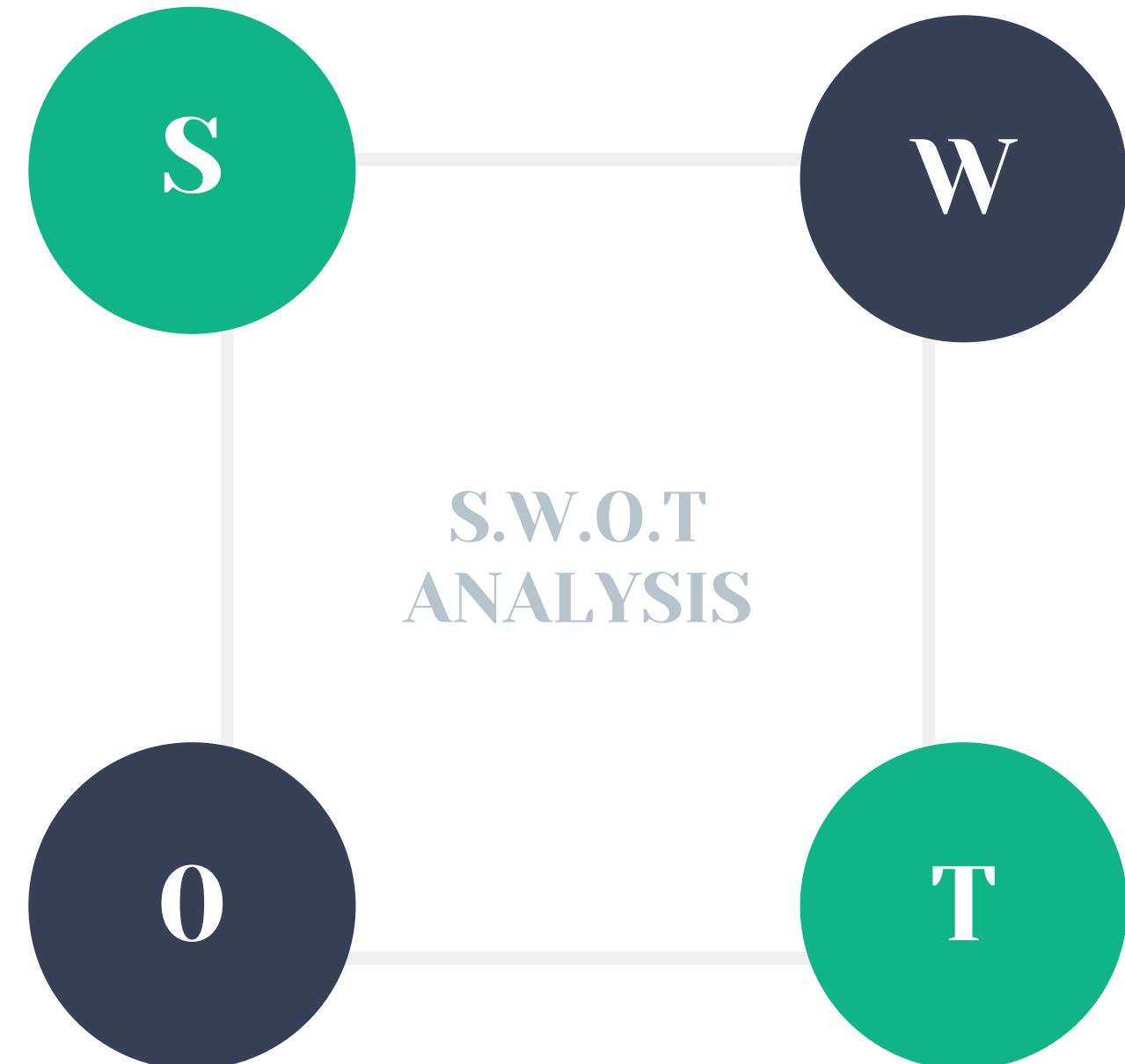


Punti di Forza

Creatività e capacità di creare strategie di branding uniche e coinvolgenti

Opportunità

Avanzamento tecnologico che apre nuove possibilità per l'innovazione nel branding digitale



Punti di Debolezza

Limitata visibilità rispetto ai concorrenti più consolidati

Minacce

Cambiamenti repentini negli algoritmi dei motori di ricerca o sui social media che possono influenzare la visibilità online

ANALISI DELLE PRESTAZIONI

- **Google Analytics:**

Monitoro il **traffico** del tuo sito web, le pagine di destinazione più visitate e le **conversioni** derivanti dalle attività di **marketing**.

- **Insight dei Social Media:**

Utilizzo gli strumenti di analisi integrati nelle piattaforme social (come Facebook Insights, Instagram Insights, LinkedIn Analytics) per valutare le metriche di **engagement**, **reach** e **crescita** dei tuoi follower.

KPIS (KEY PERFORMANCE INDICATORS)

- **Engagement Rate:**

Misuro il tasso di **engagement** (like, commenti, condivisioni) per post e contenuto.

- **Reach e Impressions:**

Monitoro la **portata** e le **impressioni** dei tuoi contenuti per capire quanto pubblico stai raggiungendo.

- **Conversion Rate:**

Traccio il tasso di **conversione** dalle campagne di marketing, per valutare l'efficacia delle tue strategie.

FEEDBACK E OTTIMIZZAZIONE

- **Feedback dei Clienti:**

Raccolgo **feedback** tramite sondaggi o recensioni per capire meglio le **esigenze** e le **preferenze** del tuo **pubblico**.

- **A/B Testing:**

Eseguo vari **test A/B** su diverse versioni di **contenuti** o **campagne** per determinare quali sono più efficaci.

- **Adattamento della Strategia:**

Utilizzo i dati raccolti per adattare e **ottimizzare** costantemente la tua **strategia** di contenuti e marketing.

SVILUPPO DI UNA STRATEGIA DI INFLUENCER MARKETING

Selezione degli Influencer

Potrebbe essere importante identificare e collaborare con influencer che condividono i valori del tuo brand.

Micro-Influencer

Tenere in considerazione collaborazioni anche con micro-influencer, per raggiungere nicchie di mercato specifiche.

Contenuti Sponsorizzati:

Creare contenuti sponsorizzati con gli influencer per promuovere i tuoi servizi.

Campagne di Co-Branding:

Sviluppare campagne di co-branding con influencer per ampliare la portata.

SVILUPPO DI UNA STRATEGIA DI RETARGETING

Segmentazione del Pubblico

Utilizzare la segmentazione per creare annunci di retargeting specifici per diverse fasi del funnel di vendita.

Creatività e Messaggi Personalizzati

Sviluppare creatività e messaggi personalizzati per i visitatori che hanno interagito con il tuo sito o i tuoi contenuti.

Promozioni e Offerte

Offrire promozioni e sconti esclusivi ai clienti che hanno abbandonato il carrello.

Campagne di Drip Email:

Implementare campagne di drip email per i lead che non hanno completato l'acquisto.

OBIETTIVI A LUNGO TERMINE

Localizzazione

Adattare i contenuti e i servizi per diversi mercati locali.

Email Marketing

Automation:

Utilizzare strumenti di automazione per segmentare e personalizzare le campagne email.

Programmi di Fidelizzazione:

Implementare programmi di fedeltà per i clienti esistenti.

Servizi Complementari:

Offrire nuovi servizi complementari come la realtà aumentata, l'intelligenza artificiale, ecc.

PIANO DI PUBBLICAZIONE SETTIMANALE

(ESEMPIO)

- **Lunedì:** Articolo sul blog "Come sviluppare una Brand Identity efficace".
- **Martedì:** Post su Instagram e Facebook con una citazione ispirazionale sul branding.
- **Mercoledì:** Video su YouTube "5 consigli per migliorare la tua presenza online".
- **Giovedì:** Infografica su LinkedIn "Il potere dei colori nel branding".
- **Venerdì:** Post su Twitter "Caso di successo: come abbiamo trasformato il brand di un cliente".
- **Sabato:** Q&A su Instagram Stories "Chiedimi qualsiasi cosa sul digital marketing".
- **Domenica:** Newsletter settimanale con i migliori contenuti della settimana e una promozione speciale.

Monitoraggio e Analisi

- **Engagement:** Misurare like, commenti, condivisioni e visualizzazioni
- **Traffico al Sito:** Monitorare il traffico generato dai post social e dai blog
- **Conversioni:** Tracciare lead e conversioni generate dalle campagne
- **Feedback:** Raccogliere feedback dai follower e dagli iscritti alla newsletter

Chi è e come individuo il mio cliente ideale?



Professione

Imprenditori, piccole e medie imprese/aziende, responsabili marketing/e-commerce, startup che hanno bisogno di supporto in fase di early-stage.

Settori:

E-commerce, retail, tecnologia, servizi professionali, brand emergenti.

Obiettivi

Aumentare la visibilità online, incrementare le vendite, migliorare la presenza sui social media, ottimizzare le campagne pubblicitarie, analizzare e migliorare le performance digitali.



MARCO (38 ANNI)

PUNTI DI FORZA:

- VOLONTÀ DI INVESTIRE IN MARKETING DIGITALE
- COMPRENSIONE CHIARA DEGLI OBIETTIVI
- APERTURA A NUOVE TECNOLOGIE

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- MANCANZA DI ESPERIENZA IN DIGITAL MARKETING
- CONCORRENZA ELEVATA
- TEMPO LIMITATO DA DEDICARE ALLE ATTIVITÀ DI MARKETING DIGITALE

1. IMPRENDITORE DI UNA PMI

Professione: Proprietario di una piccola azienda e-commerce.

Interessi: Crescita del business, ottimizzazione delle vendite online, nuove tecnologie di marketing.

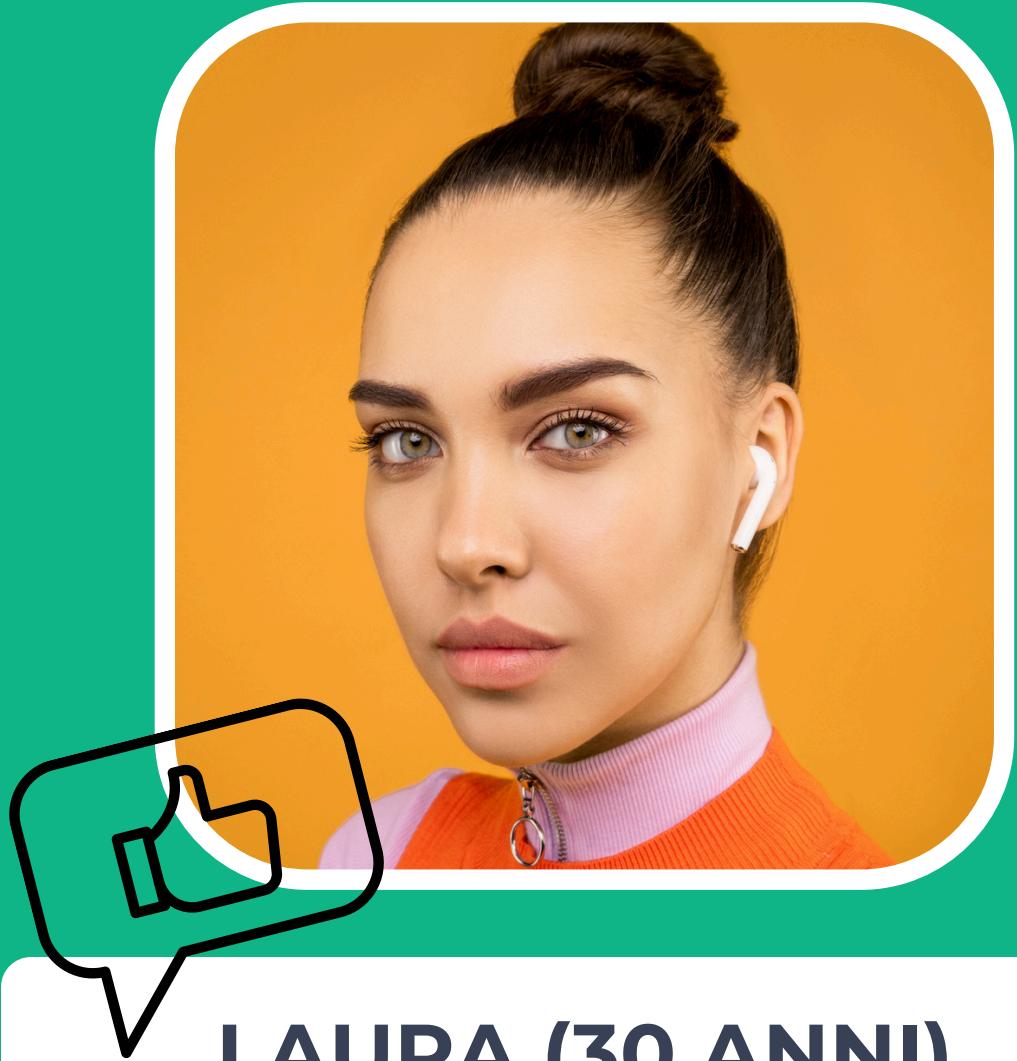
Parole chiave utilizzate: *"digital marketing per e-commerce"*, *"aumento delle vendite online"*, *"strumenti di marketing per PMI"*.

QUAL È LA SITUAZIONE IN CUI SI TROVA?

- **Sfida principale:** Aumentare le vendite online in un mercato competitivo.
- **Bisogno:** Strategie efficaci di digital marketing per differenziarsi dai concorrenti e raggiungere un pubblico più ampio.
- **Ruolo:** Decision maker, cerca soluzioni innovative e ROI immediato.

POSSIBILE STRATEGIA

- **Aumentare la visibilità online:** Far emergere il sito web e il marchio dell'e-commerce in un mercato competitivo.
- **Ottimizzare le conversioni:** Trasformare i visitatori del sito web in clienti paganti.
- **Fidelizzare i clienti:** Incoraggiare i clienti a ripetere gli acquisti e a diventare sostenitori del marchio.



LAURA (30 ANNI)

PUNTI DI FORZA:

- FOCUS SULL'ANALISI DEI DATI
- COMPRENSIONE STRATEGICA DEL MARKETING DIGITALE
- APERTURA ALL'AUTOMAZIONE DEL MARKETING

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- MANCANZA DI INFORMAZIONI SPECIFICHE SUL CONTESTO AZIENDALE
- POSSIBILE CARENZA DI ESPERIENZA IN ALCUNE AREE
- BISOGNO DI SUPPORTO PER L'IMPLEMENTAZIONE

2. RESPONSABILE MARKETING

Professione: Responsabile Marketing in una media azienda tecnologica.

Interessi: Strategie di marketing integrate, analisi dei dati, gestione delle campagne pubblicitarie.

Parole chiave utilizzate: *"strategie di marketing digitale", "analisi dei dati di marketing", "gestione campagne PPC".*

QUAL È LA SITUAZIONE IN CUI SI TROVA?

- **Sfida principale:** Integrare diverse strategie di marketing per ottenere una campagna coesa ed efficace.
- **Bisogno:** Strumenti per analisi avanzate e gestione ottimale delle risorse pubblicitarie.
- **Ruolo:** Stratega, responsabile delle decisioni di marketing che influenzano la crescita aziendale.

POSSIBILE STRATEGIA

- **Generare lead qualificati:** Attrarre potenziali clienti interessati ai prodotti o servizi dell'azienda e indirizzarli verso il funnel di vendita.
- **Misurare e ottimizzare continuamente:** Monitorare le prestazioni di tutte le campagne di marketing e analizzare i dati per identificare le aree di successo e quelle di miglioramento.
- **Implementare strumenti di analisi avanzata:** Analizzare i dati per identificare i trend, le opportunità e le aree di miglioramento.

3. FREELANCE DIGITAL MARKETER



SOFIA (22 ANNI)

PUNTI DI FORZA:

- SPIRITO IMPRENDITORIALE
- FOCUS SUL CLIENTE
- PROATTIVITA' NELL'APPRENDIMENTO

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- MANCANZA DI INFORMAZIONI SPECIFICHE
- POSSIBILE CARENZA DI RISORSE
- BISOGNO DI INVESTIRE IN FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

Professione: Consulente di marketing digitale indipendente.

Interessi: Acquisizione clienti, gestione dei progetti, crescita personale.

Parole chiave utilizzate: *"acquisizione clienti marketing digitale"*, *"strumenti per freelance marketing"*, *"gestione progetti marketing"*.

QUAL È LA SITUAZIONE IN CUI SI TROVA?

- **Sfida principale:** Acquisire nuovi clienti e gestire efficacemente più progetti contemporaneamente.
- **Bisogno:** Strumenti di gestione del tempo e risorse per il networking e l'acquisizione clienti.
- **Ruolo:** Imprenditrice, gestisce tutte le fasi del processo di marketing e del business.

POSSIBILE STRATEGIA

- **Migliorare la soddisfazione dei clienti:** Aumentare il livello di soddisfazione dei clienti esistenti attraverso un'eccellente gestione dei progetti e una comunicazione efficace.
- **Aumentare il numero di clienti acquisiti ogni mese:** Definire un obiettivo numerico realistico e misurabile per l'acquisizione di nuovi clienti.
- **Fare networking:** Partecipare a eventi di settore, conferenze e workshop per ampliare la propria rete di contatti e generare opportunità di business.

Persona	Parole Chiave Utilizzate	Intento di Ricerca
Marco	"digital marketing per e-commerce", "aumento delle vendite online", "strumenti di marketing per PMI"	Informativo/Commerciale
Laura	"strategie di marketing digitale", "analisi dei dati di marketing", "gestione campagne PPC"	Informativo/Commerciale
Sofia	"acquisizione clienti marketing digitale", "strumenti per freelance marketing", "gestione progetti marketing"	Informativo/Commerciale

COME SI INFORMANO E DECIDONO DI ACQUISTARE?

Motori di Ricerca

I clienti utilizzano **Google** per trovare **soluzioni** ai loro problemi legati al **digital marketing**.

Webinar e corsi online

Risorse educative su piattaforme come Udemy, Coursera, o direttamente dal **sito web**.

Blog e articoli di settore

Portali come HubSpot, Neil Patel e blog aziendali per **approfondimenti, case study e articoli pertinenti**.

Social Media

LinkedIn per contenuti professionali, **Facebook, Instagram** e **TikTok** per contenuti più visivi e informali.

Persona	Di Cosa ha Bisogno?	Quale lavoro vuole o deve fare?	Cosa Deve Ottenerе?	Ha avuto successo?
Marco	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie di marketing • Visibilità • Strumenti di automazione 	<ul style="list-style-type: none"> • SEO • Email marketing • Analisi dati 	<ul style="list-style-type: none"> • Traffico, • Conversioni • Presenza online 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento traffico • Conversioni • Vendite
Laura	<ul style="list-style-type: none"> • Integrazione strategie • Strumenti di analisi • Gestione risorse 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi performance • Gestione budget • Pianificazione campagne 	<ul style="list-style-type: none"> • Miglior ROI • Coinvolgimento • Decisioni basate su dati 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento ROI • Coinvolgimento • Riduzione costi acquisizione
Sofia	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisizione clienti • Gestione progetti • Strumenti di gestione 	<ul style="list-style-type: none"> • Networking • Pianificazione • Utilizzo software gestione progetti 	<ul style="list-style-type: none"> • Rete clienti fedeli, • Progetti di successo • Bilanciare carico lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento clienti • Feedback positivi • Completamento progetti



Processo Decisionale:

- **Riconoscimento del bisogno:** Il cliente identifica un problema o un'opportunità (es. migliorare la SEO del sito).
- **Ricerca di soluzioni:** Si informa sulle varie opzioni disponibili e confronta diverse offerte.
- **Valutazione delle alternative:** Analizza le recensioni, testimonianze, casi studio e fa domande specifiche.
- **Decisione di acquisto:** Sceglie il fornitore basandosi su fiducia, competenza percepita e proposta di valore.

DUBBI CHE POTREBBERO BLOCCARE L'ACQUISTO?

Costo

Preoccupazione sul ritorno dell'investimento e sui costi nascosti.

Competenza

Incertezza sulla capacità di fornire risultati concreti.

Tempo

Preoccupazioni sul tempo necessario per vedere i risultati.

Credibilità

Paura di lavorare con qualcuno che non conoscono bene.

Supporto

Dubbi sulla qualità del supporto post-vendita e sulla gestione di eventuali problemi.

Persona	Paure	Frustrazioni	Ansie
Marco	<ul style="list-style-type: none"> • Fallimento del business • Perdita finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Risorse limitate, • Tempo insufficiente • Complessità delle strategie 	<ul style="list-style-type: none"> • Incertezza sul ROI • Reputazione online • Cambiamenti del mercato
Laura	<ul style="list-style-type: none"> • Risultati insufficienti • Budget limitato • Competizione 	<ul style="list-style-type: none"> • Complessità dei dati • Coordinamento del team • Mancanza di innovazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Performance KPI • Accettazione interna • Evoluzione tecnologica
Sofia	<ul style="list-style-type: none"> • Instabilità finanziaria • Poca fiducia nelle sue capacità 	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisizione clienti • Gestione del tempo • Accesso alle risorse 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità del lavoro • Reputazione online • Evoluzione delle competenze

Persona	Desideri e Bisogni	Speranze e Sogni	Motivazioni
Marco	<ul style="list-style-type: none"> • Crescita del business • efficienza operativa • Riconoscimento del brand 	<ul style="list-style-type: none"> • Successo finanziario • Innovazione • Espansione 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambizione • Responsabilità • Passione
Laura	<ul style="list-style-type: none"> • Performance elevata • Integrazione strategie • Team coeso 	<ul style="list-style-type: none"> • Leadership • Innovazione • Crescita professionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Passione per il marketing • Soddisfazione del cliente • Crescita professionale
Sofia	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilità finanziaria • Bilanciamento vita-lavoro • Crescita della clientela 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscimento • Indipendenza • Realizzazione personale 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatività • Autorealizzazione • Indipendenza

Chi sono e cosa fanno i miei competitor?



Plan Studio

Plan Studios è una Web Agency & Digital Creative Studio Italiano, specializzata in branding, strategie di comunicazione, design digitale e sviluppo.

Coltivare Incanto

Coltivare Incanto è una piccola realtà italiana che, in gergo creativo, diremmo si occupa principalmente di brand identity e brand management.

Innova Adv

Innova Adv è un'agenzia di comunicazione integrata e creativa. Non si limitano a trasmettere informazioni; raccontano storie, evocano emozioni e creano connessioni durature con i propri clienti.

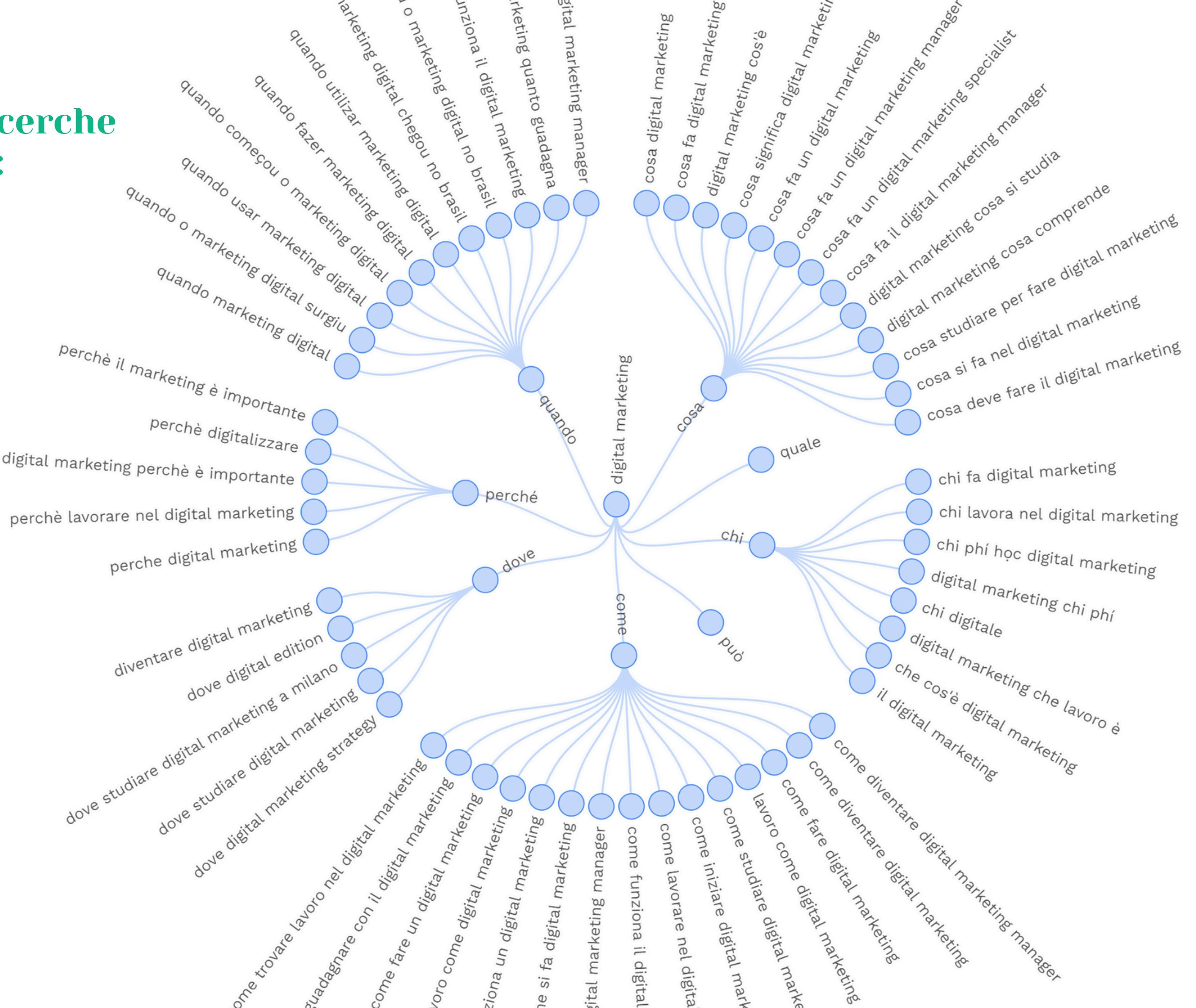
Keywords:

- SEO (Search Engine Optimization)
- Content Marketing
- Social Media Marketing
- Email Marketing
- PPC (Pay-Per-Click) Advertising
- Web Design e Sviluppo
- E-commerce Strategy
- Analytics e Data Analysis
- Branding Digitale
- Consulenza di Marketing Digitale



Categorie di servizi digitali
su cui ci concentreremo

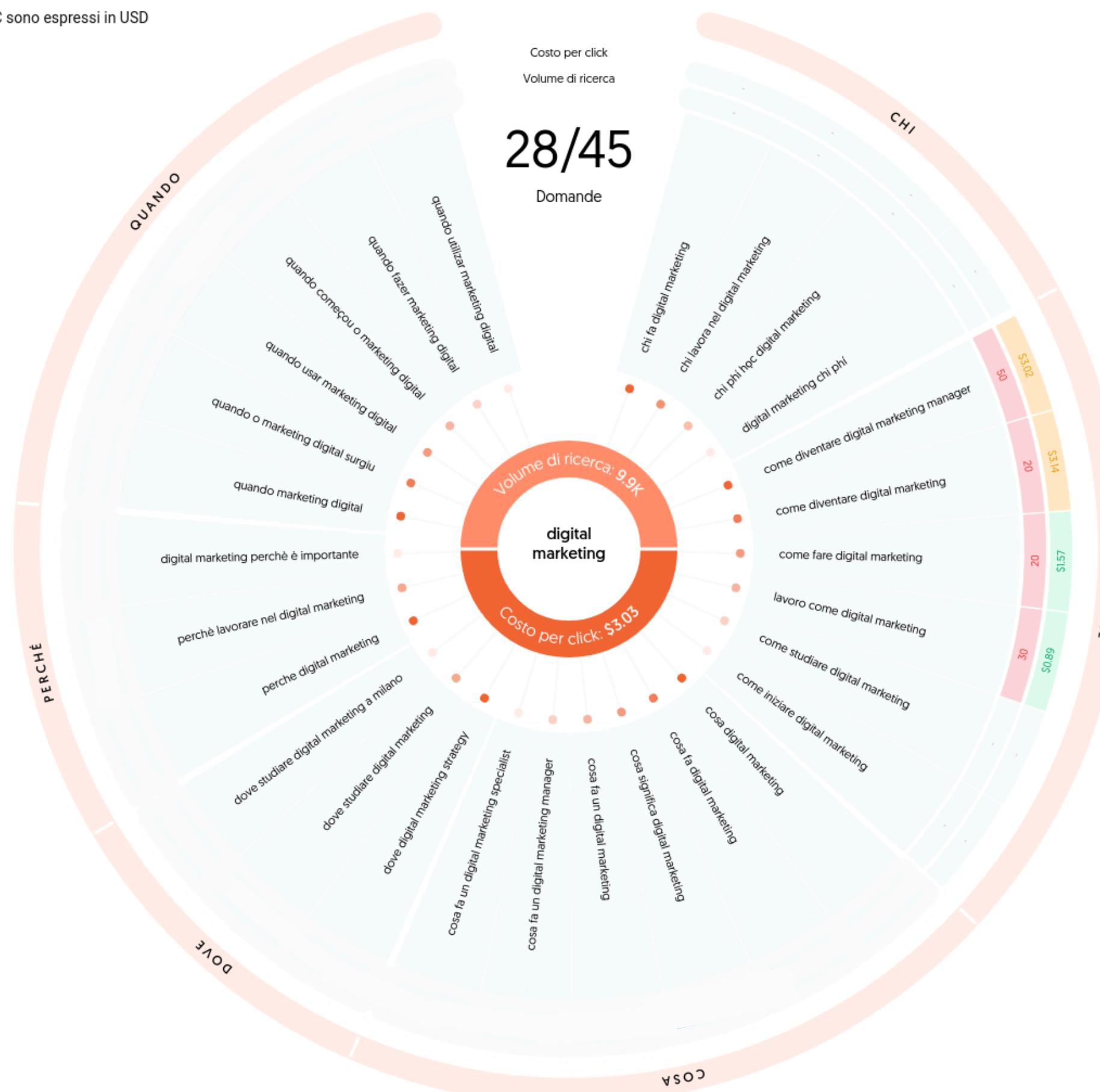
Possibili ricerche e domande:



INDICATORI PRINCIPALI

- █ Volume di ricerca alto
- Volume di ricerca medio
- Volume di ricerca basso

I valori CPC sono espressi in USD



KEYWORDS INFORMATIVE

Legate alle categorie di servizi digitali

- Cos'è il marketing digitale
- Vantaggi dell'ottimizzazione SEO
- Come funziona la pubblicità online
- Strumenti per il social media management
- Benefici dell'e-commerce
- Introduzione allo sviluppo di app mobili
- Importanza della cybersecurity
- Come utilizzare il cloud computing
- Tecniche di analisi dei dati
- Che cos'è il web hosting



KEYWORDS COMMERCIALI

Legate alle categorie di servizi digitali

- Migliori agenzie di marketing digitale
- Servizi SEO professionali
- Offerte di pubblicità online
- Software per social media management
- Piattaforme di e-commerce consigliate
- Sviluppo app mobile su misura
- Soluzioni di cybersecurity per aziende
- Fornitori di servizi di cloud computing
- Servizi di analisi dati avanzati
- Pacchetti di web hosting economici



KEYWORDS TRANSAZIONALI

Legate alle categorie di servizi digitali

- Acquista servizi di marketing digitale
- Iscriviti a consulenze SEO
- Richiedi una demo di pubblicità online
- Abbonati a strumenti di social media management
- Crea il tuo negozio e-commerce oggi
- Ordina lo sviluppo di un'app mobile
- Attiva un pacchetto di cybersecurity
- Abbonati a servizi di cloud computing
- Prenota una consulenza di analisi dati
- Registra il tuo dominio con web hosting



GRUPPO DI ANNUNCI

VANTAGGI BENEFICI UTILITÀ

PROBLEMA CHE RISOLVO

COLLI DI BOTTIGLIA

CALL TO ACTION

BRAND IDENTITY

- Creazione di un'identità di brand unica e riconoscibile
- Strategia personalizzata per ogni cliente
- Rafforzamento della percezione del brand

- Mancanza di un'identità di brand coerente e professionale
- Difficoltà nel differenziarsi dalla concorrenza
- Visibilità limitata online e offline

- Tempistiche lunghe per vedere i risultati
- Budget limitato per investimenti iniziali
- Resistenza al cambiamento da parte del cliente

- *"Inizia ora con una consulenza gratuita"*
- *"Richiedi un preventivo"*

DIGITAL MARKETING

- Aumento della visibilità online tramite SEO e social media
- Supporto continuo e consulenza personalizzata
- Maggiore interazione con il pubblico

- Strategie di marketing inefficaci
- Scarsa conoscenza delle tecniche di marketing digitale
- Utilizzo inefficiente dei canali di comunicazione

- Competizione elevata nel settore del digital marketing
- Risorse limitate per la gestione delle campagne digitali

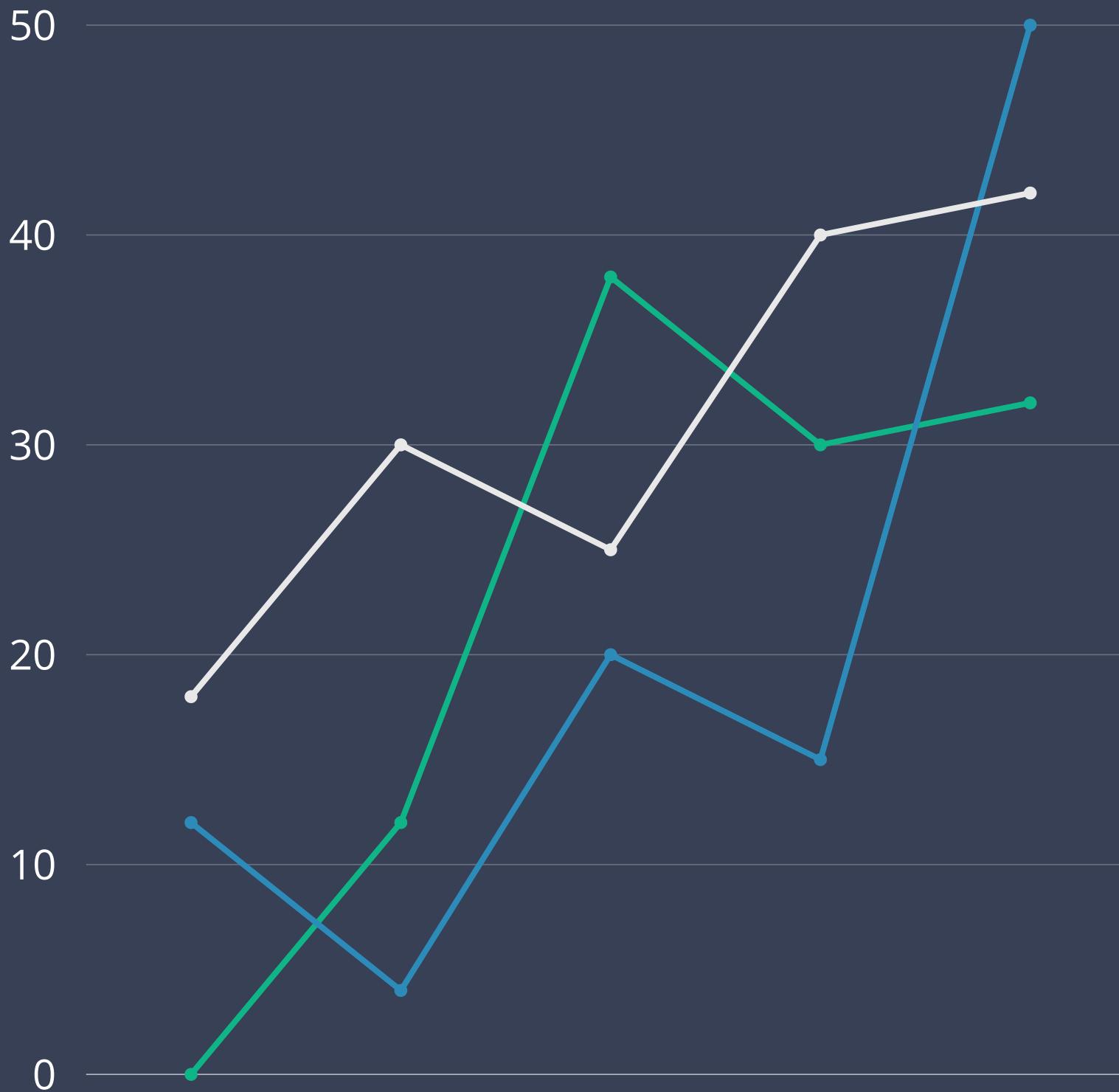
- *"Prenota una call"*
- *"Scrivimi un'email"*

ALTRÉ PAROLE CHIAVE PERTINENTI

- Consulenza Marketing Digitale
- Consulenza Marketing e Comunicazione
- Consulenza Marketing Digitale Roma
- Consulenza SEO
- Consulenza Lead Generation
- Consulenza Campagne Social
- Consulenza Campagne Google Ads
- Esperto di Marketing Digitale
- Agenzia di Marketing Digitale
- Consulente di Marketing Digitale
- Strategie di Marketing Digitale
- Servizi di Marketing Digitale
- Consulenza Strategia Digitale
- Consulenza Ottimizzazione Siti Web



Monitoraggio e Ottimizzazione



- È importante **monitorare le prestazioni** delle **parole chiave** nel tempo e apportare modifiche quando necessario.
- Utilizzare strumenti come **Google Analytics** per monitorare il traffico del **sito web** e le **conversioni**.
- Rimuovere sempre le **parole chiave** che non hanno successo e aggiungerne di nuove **pertinenti**.



qualche dubbio? FORSE (E DICO FORSE!), HO GIÀ QUALCHE RISPOSTA

- Perchè è importante avere una brand identity ben strutturata e progettata da un professionista?

Un'immagine coordinata comunica l'idea di un'azienda **solida**, di **successo** e **affidabile**. Supporta il ***posizionamento sul mercato***, facilita la comunicazione con il proprio **target** e **attrae** nuovi **potenziali clienti**. Inoltre, personalizza l'offerta, permettendo così di **distinguersi** dalla concorrenza. Resta impressa nella mente dei clienti, assicurando di essere ricordati e diventare un **punto di riferimento**.

Per ottenere tutti questi benefici, è essenziale che l'identità visiva sia sviluppata da un **professionista** del settore, in grado di eseguire tutti i passaggi necessari per la realizzazione della brand identity in modo ottimale, garantendo un risultato **professionale, funzionale e distintivo**.



qualche dubbio?
FORSE (E DICO FORSE!), HO GIÀ QUALCHE RISPOSTA

- Quali sono le tempistiche di consegna per un progetto?

PER ASSICURARE UN RISULTATO PROFESSIONALE, FUNZIONALE E UNICO, UN **PROGETTO** DI BASE RICHIENDE ALMENO **6 SETTIMANE** PER ESSERE COMPLETATO. IL TEMPO DI CONSEGNA È DETERMINATO SIA DALLA **COMPLESSITÀ** E DAL **TIPO** DI **PROGETTO**, SIA DALLA *MIA DISPONIBILITÀ COME PROFESSIONISTA*.

Ogni **progetto** viene **personalizzato** durante la fase di briefing e preventivo.

Le **urgenze** per la consegna saranno considerate come un **extra**.

La **consegna anticipata** rispetto ai termini concordati nel preventivo sarà considerata come un **extra**.

Grazie per aver seguito la presentazione!

Se avete domande o desiderate ulteriori informazioni sui miei servizi di **digital marketing** e **branding**, non esitate a contattarmi. Sono qui per aiutarvi a trasformare la vostra azienda in un brand unico, stabile e riconoscibile.

CHIARA
ROTONDO