

Esercitazione Finale

Corso: Fondamenti di Marketing e Comunicazione

Studente: Emanuele Aprile

Data: 24 marzo 2025

Esercitazione Finale - Fase 1: Analisi del Mercato e del Target

Quello che voglio fare con questo progetto è proporre una strategia di marketing digitale per un brand che si occupa di matched betting.

Mi voglio inserire in un mercato che sta crescendo tantissimo, ma che è ancora poco conosciuto in Italia.

L'obiettivo è creare qualcosa di utile, concreto e semplice da usare per chi vuole iniziare a guadagnare online senza rischiare soldi in modo stupido.

Settore e Posizionamento del Brand

Il matched betting è un metodo matematico per sfruttare i bonus dei siti di scommesse in modo sicuro.

Il mio obiettivo è creare una piattaforma chiara, semplice e in italiano (inizialmente), pensata soprattutto per chi parte da zero.

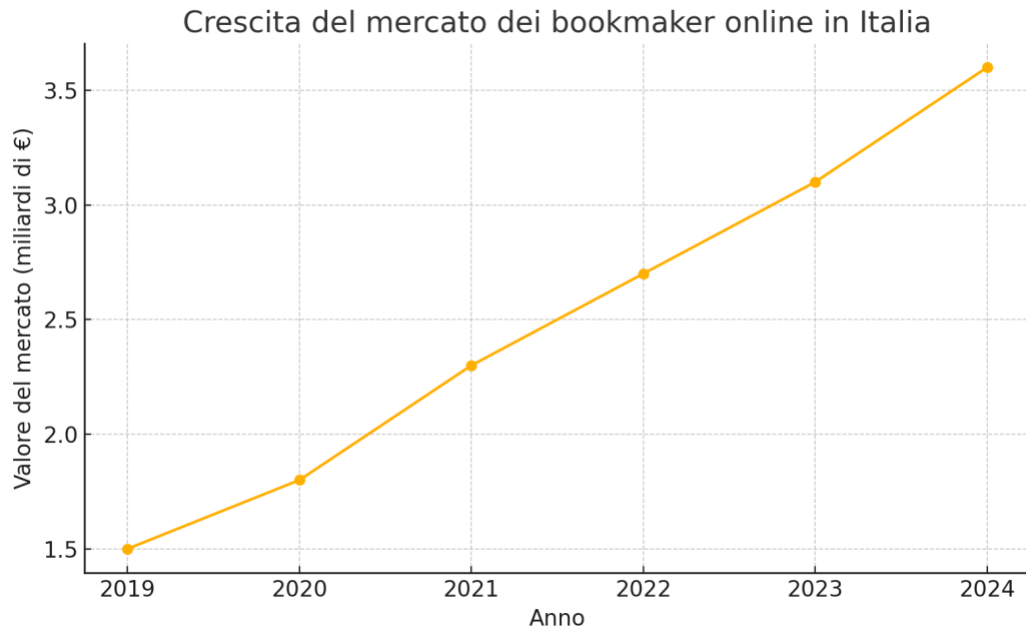
Voglio spiegare le cose come se le dicessi a un amico, con parole semplici, esempi pratici e strumenti utili (tipo calcolatore, alert, guida passo passo).

Analisi del Mercato

Negli ultimi anni si è vista una crescita pazzesca dei bookmaker online, anche in Italia.

Sempre più persone cercano modi per guadagnare qualcosa in più, e i bonus delle scommesse sono diventati una vera occasione se usati bene.

Grafico che rappresenta proprio l'incremento di cui sto parlando:



Competitor Principali

- Guadagno Matematico: conosciuto, ma un po' vecchio come stile e poco chiaro per chi è alle prime armi
- Matchbanker.it: ti fa vedere i bonus, ma non ti spiega nulla davvero
- OddsMonkey / Profit Accumulator (UK): molto avanzati, ma sono in inglese e complicati

Io voglio fare qualcosa che parli facile, dove uno capisce tutto anche se non ha mai sentito parlare di betting bancario.

Punti di Forza e Debolezza del Brand

Uno dei punti forti principali è sicuramente il modo in cui voglio comunicare: semplice, diretto, come se parlassi a un amico.

Non voglio fare la classica piattaforma fredda e complicata. Voglio che chi entra si senta guidato passo passo, capisca tutto subito e non abbia mai la sensazione di essere lasciato solo.

Un altro punto forte è l'idea di non limitarmi solo al pubblico italiano.

Sì, voglio partire da una base italiana (inizialmente), ma la mia vera ambizione è creare una piattaforma che possa essere usata anche in altri Paesi.

Paesi dove il betting è grande e attivo, come UK, Spagna, Brasile, Germania...

Una versione localizzata, con contenuti tradotti e adattati alle offerte locali, in modo da coprire tutto il mercato.

So benissimo che il matched betting viene spesso visto male solo perché c'è disinformazione.

Appena dici che usi siti di scommesse, la gente pensa che tu stia buttando soldi.
Voglio usare questo progetto anche per fare chiarezza, spiegare bene come funziona e far vedere che non è gioco d'azzardo, ma calcolo e metodo.

Inoltre, posso offrire pagamenti molto flessibili: anche dopo che l'utente ha guadagnato.
Un sistema tipo "paghi dopo che hai visto che funziona". Questo, insieme alla possibilità di fare video call con me, aiuta a creare fiducia.
Chi ti guarda negli occhi e capisce che sai quello che dici, si fida molto di più.

Rispetto ai competitor, ho il vantaggio di poter partire con un approccio moderno e aggiornato, mentre molti siti sono rimasti indietro, sia come stile che come user experience.

Debolezze? La prima ovviamente è la notorietà: parto da zero, quindi devo guadagnarli la fiducia degli utenti.
Un altro limite è che per ora sarò da solo a gestire tutto (contenuti, supporto, social), quindi devo essere molto organizzato.
Infine, dipendo dai bonus che offrono i bookmaker: se per un periodo le promo calano, devo trovare altri modi per mantenere viva l'attenzione e il valore per chi mi segue.

Pubblico Target

Persone tra i 18 e i 35 anni, che magari studiano o lavorano part-time e cercano un modo per fare qualche soldo in più.
Sono curiosi, smanettoni, e stanno tanto su YouTube, Telegram e TikTok.
Non vogliono perdere tempo e vogliono sapere subito se una cosa funziona. Se li convinci con i risultati veri, poi ti seguono.

Touchpoint Digitali Chiave

I posti dove voglio farmi trovare sono quelli dove sta davvero il mio pubblico.
Non ha senso puntare su canali "seri" se poi chi mi deve seguire sta su TikTok o Telegram.
Quindi voglio usare:

- TikTok: video brevi, dritti al punto, dove spiego come funziona il matched betting e mostro risultati reali
- YouTube: per chi vuole approfondire, con tutorial passo-passo e spiegazioni fatte bene
- Telegram: canale e gruppo per mandare bonus, rispondere alle domande, creare una community vera
- Google: chi cerca "guadagnare online senza rischio" mi deve trovare subito, quindi lavoro bene con le parole chiave
- Email: mando guide gratuite e consigli pratici per accompagnare chi parte da zero
- Il sito: è il centro di tutto, con la dashboard personale, guide, strumenti e un'area riservata per i membri

Tutto deve essere semplice, utile e intuitive, accessibile a tutti.

Fase 2 – Costruzione del Customer Journey e del Funnel di Marketing

Il customer journey nel mio caso è fondamentale, perché il matched betting è ancora poco conosciuto e spesso frainteso.

Voglio quindi costruire un percorso dove l'utente viene prima incuriosito, poi informato, accompagnato, convinto e infine coinvolto in modo attivo.

Ogni fase del funnel deve avere un messaggio, un contenuto e un'azione ben precisa, sempre coerente con il mio tono diretto, umano e trasparente.

1. Awareness – Far conoscere il brand

L'obiettivo è che più persone possibile sentano parlare del mio progetto. In questa fase uso TikTok e Instagram, pubblicando contenuti brevi e visivi che mostrano esempi reali di guadagni con il matched betting (ovviamente con chiarezza e legalità).

Lavoro con micro-influencer nel settore finanza/side hustle per sfruttare la fiducia che hanno con la loro community.

In più, posso investire qualcosa in sponsorizzate per dare una spinta iniziale a contenuti che funzionano bene.

2. Interest – Stimolare l'interesse

Una volta catturata l'attenzione, voglio che l'utente si chieda "ma cos'è esattamente questa cosa?". Per questo creo una guida gratuita scaricabile (in cambio dell'email) e video YouTube dove spiego il metodo passo passo.

Faccio post educativi su Instagram tipo "3 cose che non sai sul matched betting" oppure "Perché NON è una truffa". Uso anche delle stories per rispondere a domande frequenti in modo rapido e personale.

3. Consideration – Far superare i dubbi

Qui mi rivolgo a chi è tentato ma ancora ha dei dubbi. Quindi metto in primo piano recensioni e testimonianze di utenti reali. Creo video con schermate di profitti fatti (senza promettere cifre assurde) e faccio un confronto trasparente con altri metodi di guadagno online.

Aggiungo anche una sezione FAQ molto completa sul sito e una serie di email automatiche che rispondono ai dubbi più comuni, sempre con un tono amichevole.

4. Action – Far partire l'utente

Il momento della conversione. Qui voglio che tutto sia semplice, veloce e senza frizioni.

L'utente deve poter accedere a una demo o a un piano gratuito senza carta di credito.

Creo una pagina con guida "step-by-step" super visiva, e metto un piccolo bonus per chi si registra (es. accesso a contenuti extra o calcolatore avanzato). Offro anche assistenza

immediata via Telegram o chat per chi ha bisogno di supporto prima di iniziare.

5. Loyalty – Far restare l'utente

Un altro elemento fondamentale sarà la creazione di una chat di community, dove gli utenti possano parlare liberamente tra loro di bonus, promozioni, strategie o semplici dubbi. Questa chat avrà due scopi principali: da una parte costruire un gruppo unito, con persone che condividono lo stesso obiettivo; dall'altra creare rapporti umani, perché non voglio trattarli da clienti, ma da persone a cui sto insegnando qualcosa che può migliorargli la situazione.

Questa chat sarà anche un modo per aiutarsi a vicenda: io sarò presente, certo, ma spesso non servirà neanche che intervenga.

Un dubbio potrà essere chiarito direttamente da un altro utente, creando così un ambiente di supporto spontaneo e collaborativo.

Una volta dentro, voglio che l'utente trovi reale valore ogni settimana. Invio aggiornamenti via email, segnalo nuove offerte dei bookmaker e creo contenuti riservati solo agli iscritti attivi (video, guide avanzate, strategie).

Organizzo anche eventi live su Telegram, magari una volta al mese, dove rispondo alle domande, spiego nuove promo e creo legame con la community.

6. Advocacy – Creare ambassador

Qui voglio trasformare gli utenti soddisfatti in veri ambassador. Creo un programma referral con premi chiari e proporzionati (es. porti 1 amico = ricevi accesso a tool premium). Raccolgo contenuti generati dagli utenti (testimonianze, video spontanei) e li pubblico, con il loro consenso, per creare senso di appartenenza.

Chi diventa ambassador può anche partecipare a sessioni private o avere accesso in anteprima a nuove funzioni.