

Creazione della Strategia di Personal Branding

Per sviluppare una strategia di Personal Branding per il tuo servizio di istruttore e sportsitter, è fondamentale costruire una solida visibilità online che possa attrarre il tuo pubblico target e permetterti di vendere i tuoi servizi. La strategia si concentra sull'individuazione del cliente ideale attraverso una serie di domande e una mappa dell'empatia per comprendere meglio i bisogni, i timori e le aspettative del pubblico. Di seguito, una descrizione passo dopo passo.

Creazione delle Audience Persona

Per determinare le Audience Persona, iniziamo ponendoci le seguenti domande:

* Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

* Il cliente ideale potrebbe essere genitori occupati o famiglie con bambini, che hanno bisogno di un istruttore di sport per i loro figli, o persone che cercano un sportsitter per prendersi cura dei loro animali durante l'allenamento o attività sportive.

* Come individuare il cliente ideale: Questo pubblico può essere identificato tramite ricerche online, gruppi di social media, forum per genitori o community sportive locali. Inoltre, può essere utile raccogliere informazioni su LinkedIn, Facebook e piattaforme locali come Nextdoor o Meetup.

* Come si informa e decide di acquistare?

* Il mio cliente ideale si informa su social media (soprattutto Instagram e Facebook), blog di genitorialità, e pagine web di sport. Prende decisioni di acquisto in base a recensioni di altri clienti, portafogli di esperienze passate, e un'offerta personalizzata che risponda alle esigenze specifiche del bambino o dell'animale.

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

* Genitori: Potrebbero essere preoccupati per la sicurezza e l'affidabilità del servizio, chiedendosi se l'istruttore sia qualificato o se il servizio di sportsitter offra un ambiente sicuro e stimolante per i loro figli.

* Animali domestici: Potrebbero temere che l'animal sitter non sia in grado di gestire il comportamento dell'animale o che non fornisca la cura e attenzione necessarie.

* Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

* I competitor sono altri istruttori e sportsitter locali, agenzie di babysitting, professionisti nel settore sportivo o pet sitter che offrono servizi simili. È importante analizzare la loro comunicazione online, le recensioni dei clienti e le offerte per comprendere le aree in cui possiamo differenziarci.

Empathy Map per la Creazione delle Audience Persona

Con chi vogliamo interagire?

* Chi è la persona che vogliamo comprendere?

* Genitori che hanno figli interessati a sport, o proprietari di animali domestici che necessitano di un'assistenza qualificata.

* Situazione: I genitori sono impegnati e cercano un istruttore che possa dare ai loro figli l'attenzione e l'allenamento necessari. I proprietari di animali hanno bisogno di qualcuno che si prenda cura dei loro animali mentre sono fuori per lavoro o allenamenti.

* Ruolo in quella situazione: Genitori, padroni di animali e sportivi. Utilizzano parole chiave come: "istruttore di sport per bambini", "pet sitter qualificato", "assistenza per bambini durante sport".

Di cosa ha bisogno?

* Cosa deve ottenere?

* I genitori cercano un servizio sicuro e divertente per i loro figli, che li aiuti a imparare uno sport in modo professionale e stimolante.

* I proprietari di animali vogliono un sportsitter che si prenda cura dei loro animali mentre si trovano lontani per motivi di lavoro o sport.

* Come sapremo se ha avuto successo?

* Il successo si misurerà attraverso la soddisfazione del cliente, con feedback positivi e raccomandazioni. Se il bambino migliora nel suo sport o se l'animale è ben curato, sarà un segnale di successo.

Cosa vede?

* Cosa vede sul mercato?

* Vede altri istruttori e pet sitter, alcuni con maggiore visibilità e una comunicazione chiara. Vede anche recensioni di clienti che evidenziano la qualità dei servizi offerti.

* Cosa vede nel suo ambiente immediato?

* Vede amici, colleghi o familiari che parlano di esperienze simili, magari condividendo suggerimenti su gruppi di social media.

* Cosa sta guardando e leggendo?

* Legge articoli o post sui social media, siti web dedicati alla cura degli animali e gruppi online per genitori.

Cosa dice?

* Cosa gli hai sentito dire?

* Genitori: "Sto cercando qualcuno che si prenda cura di mio figlio mentre è impegnato con lo sport."

* Proprietari di animali: "Non voglio lasciare il mio cane con chiunque, deve essere qualcuno che lo capisca."

* Cosa puoi immaginare stia dicendo?

* "Ho bisogno di un istruttore o di qualcuno che sappia trattare il mio animale mentre sono al lavoro o durante il mio allenamento."

Cosa fa?

* Cosa fa oggi?

* Genitori: Potrebbero aver già cercato istruttori per bambini o sport sitter online, ma sono indecisi riguardo alla qualità e affidabilità.

* Proprietari di animali: Potrebbero avere già un pet sitter, ma non completamente soddisfatti della cura ricevuta, quindi cercano qualcosa di più.

* Quale comportamento hai osservato?

* Genitori che ricercano opinioni online e cercano esperienze passate di altri clienti prima di decidere.

* Proprietari di animali che cercano di risparmiare senza compromettere la qualità, magari facendo delle ricerche approfondite sui pet sitter.

Cosa sente dire?

* Cosa sente dire dagli altri?

* Dai genitori: "Trova qualcuno di affidabile per il mio bambino, non voglio nessuno che non sappia cosa fare."

* Dai proprietari di animali: "Ho bisogno di un pet sitter che ami gli animali come me."

Cosa pensa?

* Cosa prova?

* PAINS (Svantaggi): Temono di non trovare un professionista qualificato o che il servizio non soddisfi le loro aspettative.

* GAINS (Vantaggi): Desiderano una cura professionale per i loro figli e animali, con una comunicazione chiara e una soddisfazione garantita.

Pains e Gains

Pains (Svantaggi)

* Genitori: Paura che l'istruttore non sia qualificato o che non sappia come mantenere i bambini motivati. Preoccupazione per la sicurezza.

* Proprietari di animali: Paura che l'animal sitter non rispetti la routine dell'animale o che non garantisca una cura adeguata.

Gains (Vantaggi)

* Genitori: Vogliono un istruttore che sappia come motivare e insegnare ai loro figli in modo coinvolgente e sicuro.

* Proprietari di animali: Desiderano qualcuno che capisca e rispetti le necessità specifiche dei loro animali, dando loro tranquillità.

Strategia di Personal Branding

Per visibilità online, dovrei concentrarmi su:

1. Creazione di contenuti visivi: Mostrare il mio lavoro con bambini e animali, condividi storie di successi passati e testimonianze di clienti soddisfatti.

2. Portafoglio online: Presentare i miei servizi, le qualifiche e le certificazioni in modo chiaro sul sito web o sulle pagine social.

3. Recensioni: Richiedere recensioni da genitori e proprietari di animali che hanno già usufruito del servizio.

4. Targeting sui social media: Concentrarmi su Facebook, Instagram e gruppi locali per genitori e appassionati di animali.

5. Collaborazioni locali: Collaborare con palestre, scuole, parchi per animali e altri luoghi frequentati dal pubblico target.