

ANGOLO DEL GAMER DI GIOVANNI MARCHESI

Scrittura creativa

CHI SONO

Salve a tutti! Mi chiamo Giovanni Marchesi, e sono un digital marketer specialist in siti web, tra cui **Wordpress**, **Woocommerce** e anche **Shopify**, oltre a non mancare competenze in **SEO**, **SEM**, **HTML** e **CSS**. Il mio ambito primario è il settore e-commerce per vendita di videogiochi.

Nel mio sito, potrete trovare sia consulenza su determinati campi di mia competenza, che un catalogo di titoli scontati di famosi videogiochi di ultima generazione.

Primariamente, l'area di competenza è:

- **Realizzazione siti web.**
- **Supporto SEO e SEM.**
- **Prima consulenza**



SERVIZI OFFERTI

- 01** SUPPORTO SEO E SEM.
- 02** ESPLORAZIONE DELLE OPPORTUNITÀ.
- 03** STRATEGIA EFFICACE.
- 04** REALIZZAZIONE SITI WEB.
- 05** ESPERIENZA E-COMMERCE E ALTRO.
- 06** CONSULENZA GRATUITA INIZIALE.
- 07** OTTIMIZZAZIONE DEL SITO.

...E MOLTO ALTRO IN ARRIVO!

COMPETITOR: INSTANT GAMING

Instant Gaming è una piattaforma di e-commerce che offre codici digitali per videogiochi, DLC e abbonamenti per console o PC a prezzi fortemente scontati rispetto ai rivenditori ufficiali. Gli utenti acquistano chiavi di attivazione per piattaforme come Steam, Origin, Uplay, PlayStation, e Xbox, con l'obiettivo di ottenere giochi a un costo inferiore. La piattaforma si distingue per una vasta selezione, sconti aggressivi e una consegna quasi immediata dei codici digitali.

Angolo del gamer si differenzia con contenuti esclusivi, come guide e consigli legati al mondo gaming, e costruire una community attiva, ad esempio con tornei o un gruppo dedicato. Infine, una selezione curata di giochi, garanzie più vantaggiose e un supporto personalizzato possono rendere la tua piattaforma unica rispetto ai competitor.



INSTANT GAMING

TARGET AUDIENCE

Angolo del Gamer è un punto d'incontro per molte persone, che siano fanatici incalliti di qualche videogioco o semplicemente alla ricerca di consulenza e apprendimento.

Gamer appassionati (18 - 24 anni)
Streamer emergenti (20 - 30 anni)
Genitori tecnologici (35 - 50 anni)
Piccoli imprenditori o influencer del settore marketing (25 - 45 anni e su)*

***OGNI GENERE È COMPRESO**

Oltre a questi target, sviluppatori e designer di videogiochi potrebbero trovare interessante una piattaforma che unisce offerte su giochi utili per analisi di mercato a servizi di consulenza per promuovere progetti.



La combinazione unica di prodotti e servizi potrebbe attirare clienti da ambiti diversi, tutti legati da un interesse per il gaming e il marketing

S

STRENGTHS

- **Diversificazione** dell'offerta:
Unisce due settori complementari (gaming e marketing) in modo unico, attirando un pubblico variegato.
- **Specializzazione**: Competenza nei servizi di consulenza e capacità di attrarre appassionati di gaming.
- **Convenienza**: Sconti su videogiochi digitali, un elemento sempre molto apprezzato dai consumatori.
- **Community building**: Possibilità di creare una base di utenti affezionati attraverso eventi, blog o forum legati al gaming e al marketing.

W

WEAKNESSES

- **Concorrenza forte**: Competere con player affermati come Instant Gaming nella vendita di giochi potrebbe essere una sfida.
- **Mancanza di notorietà iniziale**: Essendo un progetto nuovo, potrebbe richiedere tempo per guadagnare visibilità e fiducia.
- **Risorse limitate**: Se non hai un team ampio, la gestione di due offerte diverse (vendita e consulenza) potrebbe essere impegnativa.

O

OPPORTUNITIES

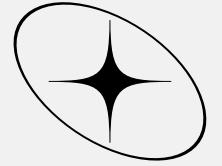
- **Crescita del settore gaming**: Il mercato dei videogiochi è in continua espansione, con sempre più persone interessate a giochi scontati.
- **Marketing personalizzato**: Offrire esperienze su misura, come pacchetti combinati tra giochi e consulenze, potrebbe distinguerti dalla concorrenza.
- **Tendenze di social media**: Puoi sfruttare piattaforme come TikTok o Instagram per raggiungere gamer e piccoli imprenditori con campagne mirate.

T

THREATS

- **Competitor affermati**: Piattaforme come Instant Gaming o CDKeys dominano il mercato dei giochi scontati.
- **Volatilità del mercato**: Cambiamenti nelle politiche di distribuzione digitale (ad esempio limitazioni sui codici) potrebbero impattare la vendita di videogiochi.
- **Saturazione**: Nel campo della consulenza marketing e del gaming, il mercato è già competitivo e può essere difficile emergere.

PROPOSTA DI VALORE



Angolo del Gamer si basa sulla combinazione unica di due mondi: la vendita di videogiochi scontati e la consulenza marketing. Questa integrazione può attrarre una clientela diversificata e creare un'esperienza che competitor più specializzati non offrono.



CONVENIENZA E ACCESSIBILITÀ

Si offre ai gamer l'opportunità di acquistare videogiochi e DLC a prezzi scontati, con un'esperienza d'acquisto semplice e veloce.

SUPPORTO SU MISURA

Per chi vuole trasformare il gaming in una professione (streamer, youtuber, o sviluppatori indie), si propone consulenza personalizzata che li aiuta a promuovere il proprio brand, monetizzare i contenuti o sviluppare strategie di marketing vincenti.

FORMAZIONE: CORSI SEO E SEM

Questo servizio permette di attrarre non solo gamer e streamer, ma anche imprenditori e professionisti. La combinazione di formazione, consulenza e vendita di videogiochi crea un'offerta unica, che risponde alle esigenze di apprendimento e intrattenimento di un pubblico diversificato.

STRATEGIA E CANALI.

SEGMENTI (COLONNA G)

- ATTIVI: CLIENTI CHE ATTUALMENTE SEGUONO LA MIA CONSULENZA/SITO.
- INATTIVI: CLIENTI CHE IN PASSATO HANNO USUFRUITO DEI MIEI SERVIZI E ATTUALMENTE NON LO STANNO FACENDO.
- NUOVI LEAD: IPOTETICI NUOVI CLIENTI CHE HANNO MOSTRATO INTERESSE NELLA CONSULENZIA MA NON SONO ANCORA CLIENTI.

SOTTO SEGMENTO DEI NUOVI LEAD:

- NUOVI LEAD CHE MI CONOSCONO GRAZIE AD UNA CALL CONOSCITIVA (CONSULENZA GRATUITA).
- NUOVI LEAD CHE NON HANNO INTERAGITO CON ME CON UNA CALL.

STRATEGIA E CANALI

OBIETTIVO: CORSO SEO E SEM SUL SITO, COME FACCIO A FARLI ISCRIVERE?

- E-BOOK O CHECK-LIST: "I 10 ERRORI PIÙ COMUNI NEL SEO E COME EVITARLI".
- WEBINAR: "INTRODUZIONE A SEO E SEM PER IL GAMING E IL BUSINESS ONLINE".
- QUIZ INTERATTIVO: "QUANTO SEI SEO-READY? SCOPRILo E RICEVI IL TUO REPORT PERSONALIZZATO".

STRATEGIA UTILIZZABILE:

- CLIENTI ATTIVI: ENORME SCONTTO SUL SERVIZIO, WEBINAR INTRODUTTIVO GRATUITO.
- CLIENTI INATTIVI: SCONTTO GENERALE + E-BOOK DISPONIBILE A PREZZO SCONTATO.
(MOMENTANEO, DURATA DI 2 MESI).
- NUOVI LEAD: SCONTTO PARZIALE + QUIZ CON PIÙ DOMANDE E CHATBOT SPECIALIZZATO
NEL RISONDERE IN FRETTA.

CHIEDERE LA PARTECIPAZIONE DI FIGURE DI SPICCO NEL SETTORE, MIGLIORANDO LA VISIBILITÀ GENERALE DEL SITO.

CANALI: EMAIL MARKETING (BREVO) PER CLIENTI ATTIVI, INATTIVI E NUOVI LEAD.

WORKFLOW

- Clienti attivi:
 1. Contatto diretto (ho informato il cliente del webinar tramite mail personale, con anche il codice sconto inserito all'interno). Si sentirà apprezzato e sarà contento di essere riconosciuto per via del suo costante impegno e supporto nel sito. La mail avrà il link che reindizzerà il cliente alla landing page con lo sconto inserito, e appena effettuerà l'acquisto verrà mandata la mail di funneling. Gli altri clienti vedranno la pagina con il prezzo del servizio pieno.
 2. Sponsorizzazioni.
 3. Brevi video informativi sui nuovi trend del marketing digitale e delle offerte all'interno del sito. Non durano molto e vanno dritti all'informazione richiesta, con call to action per la partecipazione con allegato la presenza di figure di spicco del settore, per invogliare i clienti ad esserci ancora di più.

WORKFLOW CLIENTI ATTIVI: ACQUISTO PROMOZIONE

EMAIL PER RINGRAZIARE IL CLIENT DELL'ACQUISTO E DELLA LORO FIDUCIA, MOSTRARE LO SCONTONE PERCENTUALE (70%), MOSTRARE IL LINK DEL WEBINAR E LA DATA D'INIZIO (DUE SETTIMANE PRIMA). RIPETERE LA MAIL CON UN PROMEMORIA IL PENULTIMO E L'ULTIMO GIORNO PRIMA DEL WEBINAR INTRODUTTIVO.

E SE NON DOVESSE ACQUISTARLO PROPRIO?:

VERRÀ MANDATA UNA MAIL UNA SETTIMANA DOPO L'ACCESSO ALLA LANDING PAGE DOVE SI CHIEDERANNO INFORMAZIONI SULL'INDECISIONE DEL CLIENTE, CHIEDENDO FEEDBACK PREZIOSO PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA E LA VOGLIA D'ACQUISTO. OVVIAIMENTE, SI RIPETERANNO LE INFORMAZIONI SUL CONTENUTO DEL CODICE SCONTONE, OLTRE AL WEBINAR GRATUITO E CONSULENZA PRIVATA.

WORKFLOW

- Clienti inattivi:
 1. Contatto diretto (ho informato il cliente del webinar tramite mail personale, con anche il codice sconto inserito all'interno). Si sentirà apprezzato e sarà contento di essere riconosciuto per via del suo costante impegno e supporto nel sito. La mail avrà il link che reindirizzerà il cliente alla landing page con lo sconto inserito, e appena effettuerà l'acquisto verrà mandata la mail di funneling. Gli altri clienti vedranno la pagina con il prezzo del servizio pieno.
 2. Sponsorizzazioni.
 3. Brevi video informativi sui nuovi trend del marketing digitale e delle offerte all'interno del sito. Non durano molto e vanno dritti all'informazione richiesta, con call to action per la partecipazione con allegato la presenza di figure di spicco del settore, per invogliare i clienti ad esserci ancora di più.

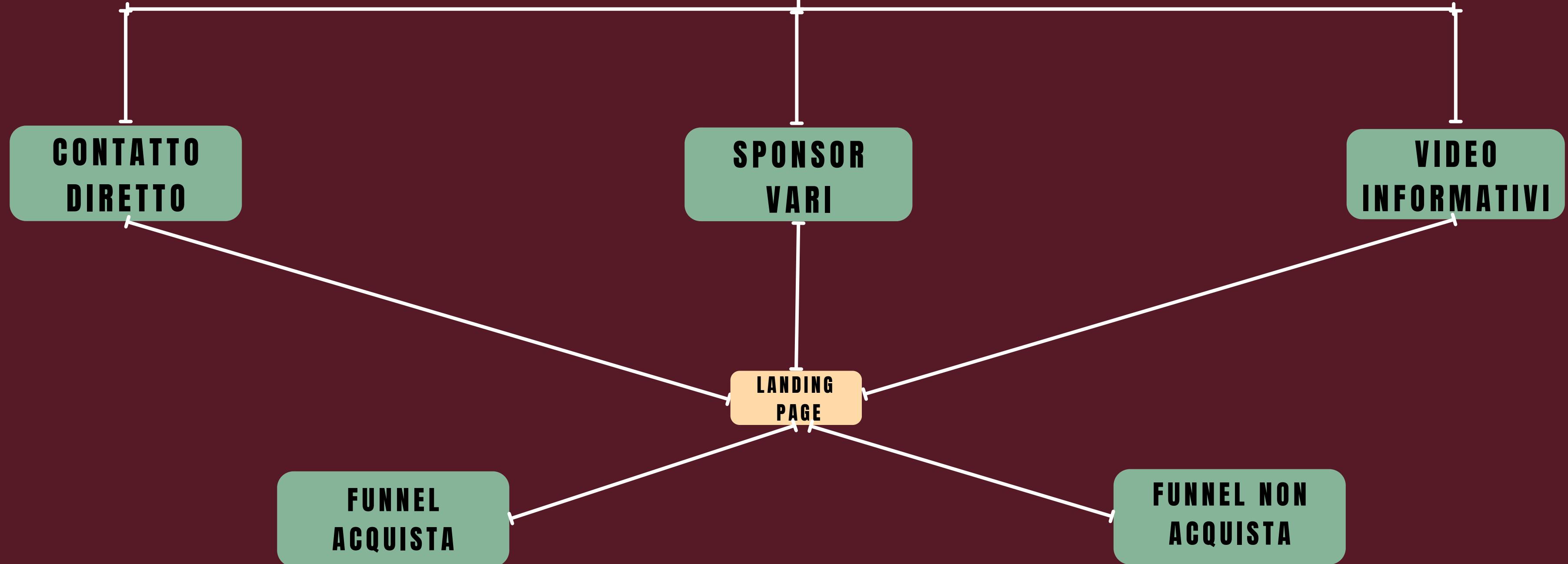
WORKFLOW CLIENTI ATTIVI: ACQUISTO PROMOZIONE

EMAIL PER RINGRAZIARE IL CLIENT DELL'ACQUISTO E DELLA LORO FIDUCIA, MOSTRARE LO SCONTONE PERCENTUALE (70%), MOSTRARE IL LINK DEL WEBINAR E LA DATA D'INIZIO (DUE SETTIMANE PRIMA). RIPETERE LA MAIL CON UN PROMEMORIA IL PENULTIMO E L'ULTIMO GIORNO PRIMA DEL WEBINAR INTRODUTTIVO.

E SE NON DOVESSE ACQUISTARLO PROPRIO?:

VERRÀ MANDATA UNA MAIL UNA SETTIMANA DOPO L'ACCESSO ALLA LANDING PAGE DOVE SI CHIEDERANNO INFORMAZIONI SULL'INDECISIONE DEL CLIENTE, CHIEDENDO FEEDBACK PREZIOSO PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA E LA VOGLIA D'ACQUISTO. OVVIAIMENTE, SI RIPETERANNO LE INFORMAZIONI SUL CONTENUTO DEL CODICE SCONTONE, OLTRE AL WEBINAR GRATUITO E CONSULENZA PRIVATA.

**CLIENTE
ATTIVO!**



**CLIENTE
INATTIVO!**

