

ANGOLO DEL GAMER DI GIOVANNI MARCHESI

Presentazione progetto
di fine modulo W24D4

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 SESSUALE 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 attrarre clienti da ambiti diversi, tutti legati da un interesse per il gaming e il marketing



Giovane gamer appassionato

Alessandro, 20 anni

Occupazione: nessuna

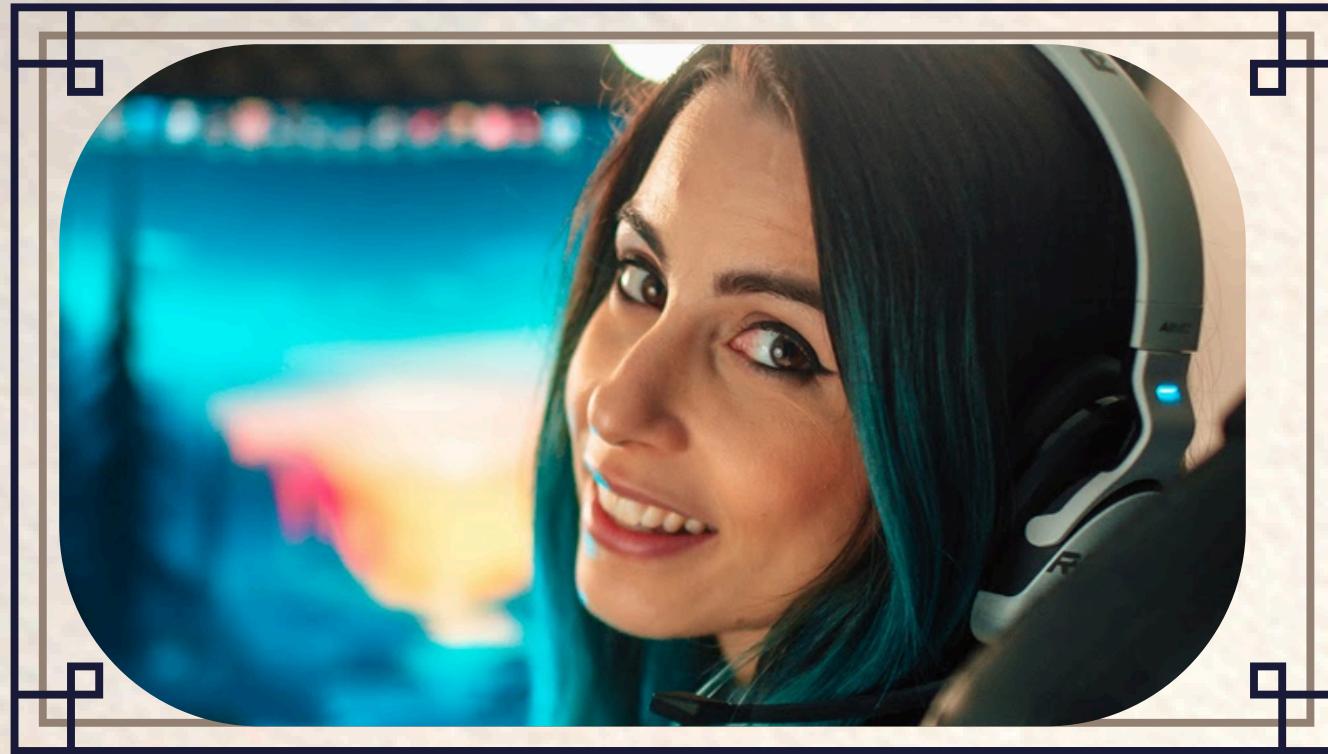
Alessandro divide il suo tempo tra lo studio e il gaming. È molto attento al budget, perché con le sue entrate limitate non può permettersi di acquistare ogni nuovo gioco al prezzo pieno.

Cosa gli piacerebbe vedere?

- **Offerte su giochi popolari e nuovi titoli multiplayer.**
- **Bundle con giochi correlati, magari per piattaforme diverse (PC e console).**
- **Una sezione community o forum dove leggere consigli su giochi e trovare altre persone con cui giocare.**

Sfida: Alessandro vuole continuare a giocare senza spendere troppo, ma spesso non riesce a trovare offerte affidabili e ha paura di acquistare su siti poco conosciuti o di incorrere in truffe.

Come si aiuta Alessandro? Offrigli una piattaforma sicura con sconti garantiti, abbinata a un programma fedeltà per premiare ogni acquisto. Aggiungere una newsletter settimanale con le migliori offerte, così non deve cercarle da solo.



Streamer emergente che vuole crescere online

Giulia, 27 anni.

Occupazione: full time streamer.

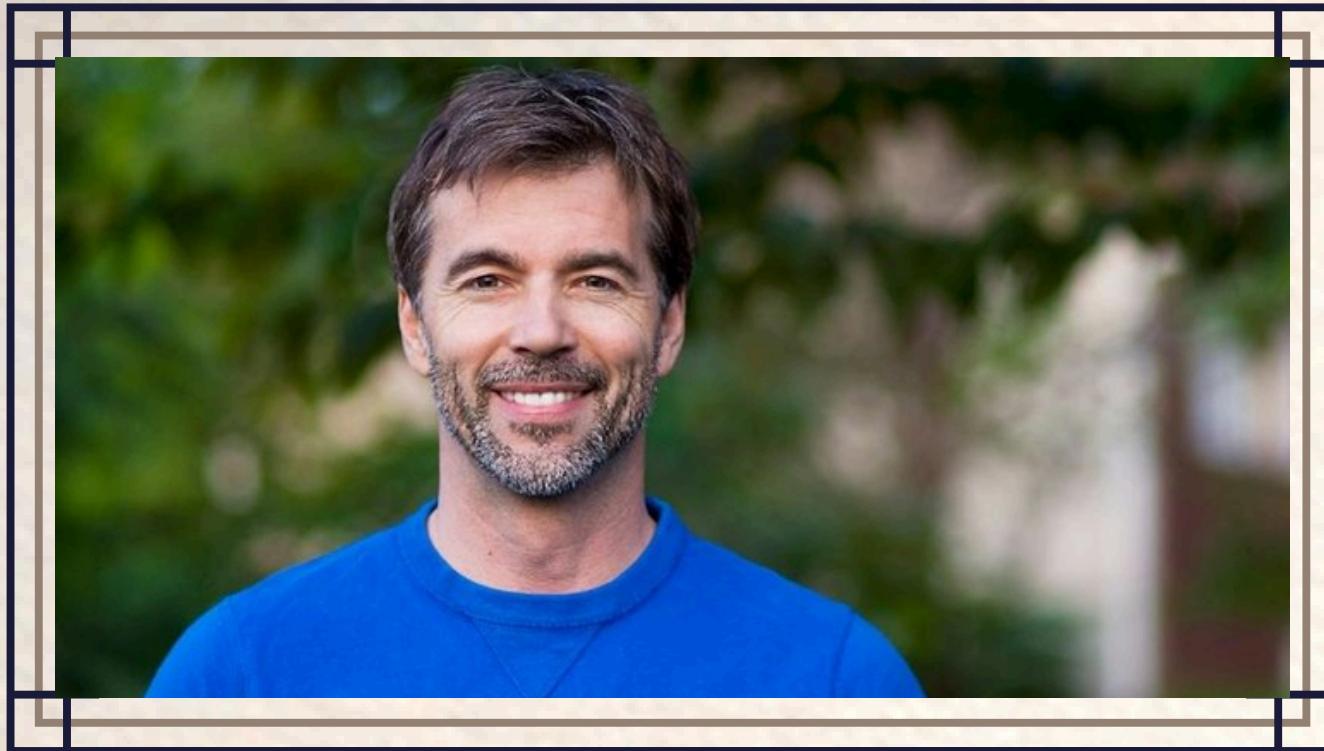
Giulia streamma gameplay di giochi indie e ama interagire con il suo pubblico. Sta cercando di crescere come content creator, ma si sente spesso sopraffatta dalle tante piattaforme da gestire. Vuole migliorare il posizionamento dei suoi video e attirare nuovi spettatori, ma non ha una strategia chiara per farlo.

Cosa le piacerebbe vedere sul sito:

- Un corso SEO/SEM pensato per creator come lei, con esempi specifici per chi lavora su Twitch e YouTube.
- Offerte su giochi indie da mostrare nei suoi stream, con contenuti esclusivi.
- Consigli su come monetizzare meglio i suoi contenuti, ad esempio tramite strategie di marketing digitale.

Sfida: Giulia fatica a far crescere il suo pubblico perché non sa come ottimizzare la visibilità dei suoi contenuti e non ha gli strumenti per farlo in modo efficace.

Come si aiuta Giulia? Offrire corsi pratici su SEO e SEM, con focus su come ottimizzare i contenuti per le piattaforme video. Le si possono anche proporre bundle con giochi indie scontati e bonus che potrebbe usare come giveaway per attrarre più spettatori.



Genitore tecnologico attento al gaming dei figli

Marco. 40 anni

Occupazione: sviluppatore software

Marco ha due figli di 12 e 14 anni, entrambi appassionati di videogiochi. Ama il mondo della tecnologia e gioca occasionalmente con loro, ma si preoccupa dei contenuti dei giochi che acquistano. Inoltre, vorrebbe trovare titoli educativi o collaborativi che possano essere giocati in famiglia, senza spendere una fortuna.

Cosa gli piacerebbe vedere sul sito:

- Una sezione dedicata a giochi sicuri per bambini e adolescenti, con recensioni chiare.
- Offerte su giochi family-friendly o collaborativi, ideali per le serate in famiglia.
- Suggerimenti su giochi educativi che combinano divertimento e apprendimento.

Sfida: Marco non ha tempo di esplorare tutte le opzioni di gioco disponibili e spesso si sente incerto sull'acquisto di titoli che non conosce. Vuole evitare errori e spese inutili..

Come si aiuta Marco? Offrigli una selezione curata di giochi family-friendly, con recensioni dettagliate e opzioni di acquisto sicure. Si può anche proporre guide su come scegliere i giochi giusti per i figli in base all'età e ai loro interessi.



Piccolo imprenditore o freelance che cerca consulenza marketing

Sara. 32 anni.

Occupazione: Graphic Designer
Freelance

Come si aiuta Marco? Offrire un corso pratico su SEO/SEM con strumenti semplici e consigli per promuovere il suo lavoro online. Si potrebbe anche organizzare webinar o workshop live per rispondere alle sue domande specifiche e costruire una community di professionisti con interessi simili.

Sara è una designer freelance con una piccola rete di clienti. Ha un buon talento creativo ma non sa come promuovere i suoi servizi online in modo strategico. Ama i videogiochi come hobby e ha pensato di sfruttare la sua passione per creare contenuti legati al gaming, ma non sa come farlo diventare una fonte di guadagno.

Cosa le piacerebbe vedere sul sito:

- Un corso SEO e SEM che sia chiaro e applicabile anche a piccoli budget.
- Articoli o video che spieghino come posizionarsi nel settore freelance con strategie digitali.
- Un blog che unisca la passione per il gaming con suggerimenti per il marketing personale.

Sfida: Sara ha difficoltà a raggiungere nuovi clienti perché non ha competenze di marketing digitale e non sa come distinguersi in un mercato competitivo.

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

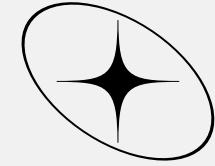
- **Crescita del settore gaming**: Il mercato dei videogiochi è in continua espansione, con sempre più persone interessate a giochi scontati.
- **Marketing personalizzato**: Offrire esperienze su misura, come pacchetti combinati tra giochi e consulenze, potrebbe distinguerti dalla concorrenza.
- **Tendenze 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: TUTTO CIÒ CHE SERVE DA SAPERE.

RIFERENDOSI AL DOCUMENTO DEL PROGETTO DI FINE MODULO, LA COLONNA G È STATA UTILIZZATA PER DETERMINARE LA STRATEGIA E I CANALI IDEALI.



Segmenti (colonna G). Abbiamo tre tipi di clienti:

1

Attivi: Clienti che attualmente seguono la mia consulenza/sito.

2

Inattivi: Clienti che in passato hanno usufruito dei miei servizi e attualmente non lo stanno facendo.

3

Nuovi lead: ipotetici nuovi clienti che hanno mostrato interesse nella consulenza ma non sono ancora clienti.i il punto in programma.

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 sconto sul servizio, webinar introduttivo gratuito.
- **Clienti inattivi:** sconto generale + e-book disponibile a prezzo scontato. (momentaneo, durata di 2 mesi).
- **Nuovi lead:** sconto parziale + quiz con più domande e chatbot specializzato nel rispondere 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

COME MANTENIAMO I NOSTRI CLIENTI NEL SITO? OFFRIAMO UNA PROMOZIONE SPECIALE:

- CONTATTO DIRETTO (HO INFORMATO IL CLIENTE DEL WEBINAR TRAMITE MAIL PERSONALE, CON ANCHE IL CODICE SCONTINO 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 SCONTINO INSERITO PER IL CORSO SEO E SEM, E APPENA EFFETTUERÀ L'ACQUISTO VERRÀ MANDATA LA MAIL DI FUNNELING.
- SPONSORIZZAZIONI.
- 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.

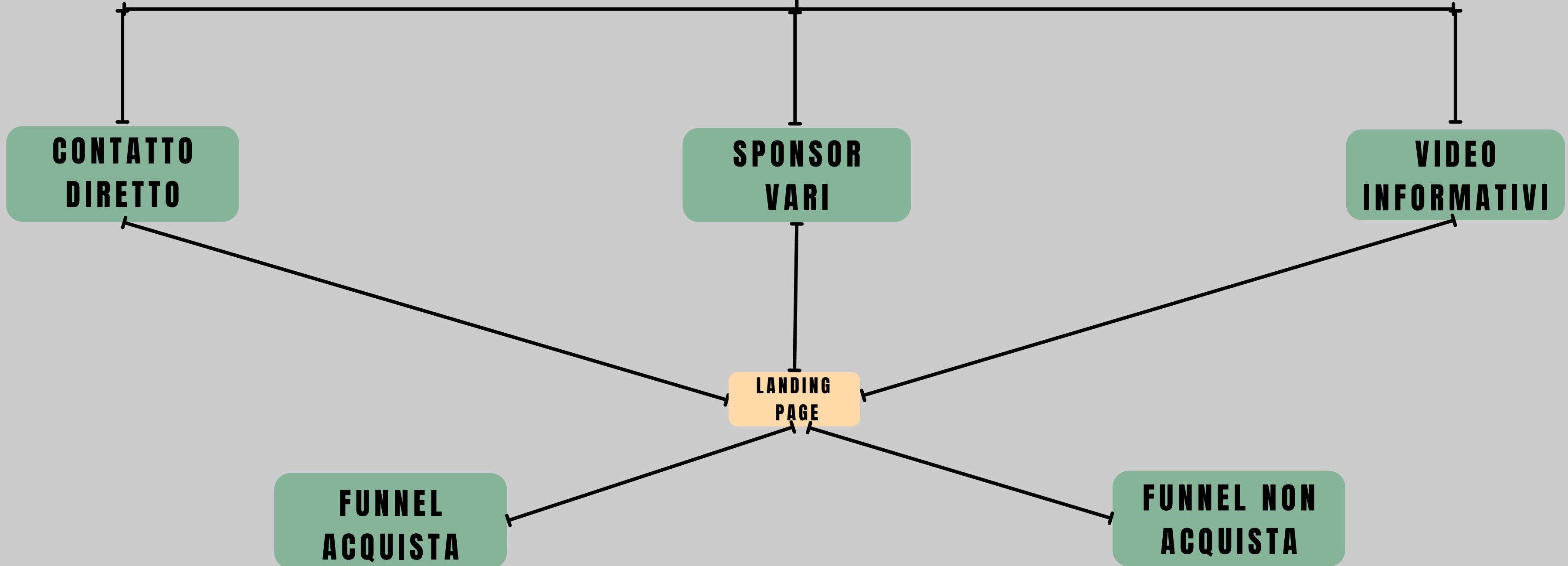
CLIENTI ATTIVI: ACQUISTO PROMOZIONE

Email per ringraziare il client dell'acquisto e della loro fiducia, mostrare lo sconto 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.

CLIENTI ATTIVI: NON ACQUISTO DELLA PROMOZIONE

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. Ovviamente, si ripeteranno le informazioni sul contenuto del codice sconto, oltre al webinar gratuito e consulenza privata.

**CLIENTE
ATTIVO!**



WORKFLOW: CLIENTI INATTIVI

COME FACCIAMO TORNARE I NOSTRI CLIENTI SUL SITO? OFFRIAMO UNA SPECIALE PROMOZIONE DIVERSA DALLA PRECEDENTE:

- CONTATTO DIRETTO (HO INFORMATO IL CLIENTE TRAMITE MAIL PERSONALE, CON ANCHE IL CODICE SCONTONE GENERALE ALL'INTERNO). SI CERCHERÀ DI SOLLECITARE IL CLIENTE AD INTERAGIRE DI PIÙ NEL SITO E DI CAPIRE COSA POSSIAMO MIGLIORARE. LA MAIL AVRÀ IL LINK CHE REINDIZZERÀ IL CLIENTE ALLA LANDING PAGE CON LO SCONTONE INSERITO PER IL CORSO SEO E SEM, E APPENA EFFETTUERÀ L'ACQUISTO VERRÀ MANDATA LA MAIL DI FUNNELING. GLI ALTRI CLIENTI VEDRANNO LA PAGINA CON IL PREZZO DEL SERVIZIO PIENO.
- SPONSORIZZAZIONI VARIE INFORMERANNO IL CLIENTE DI UNO SCONTONE ADATTO A LORO.
- PUBBLICITÀ DEL SITO PER CLIENTI INATTIVI. TECNICA PER "PUNZECCHIARE" IL CLIENTE A DARE UNO SGUARDO ALLA PROMOZIONE.

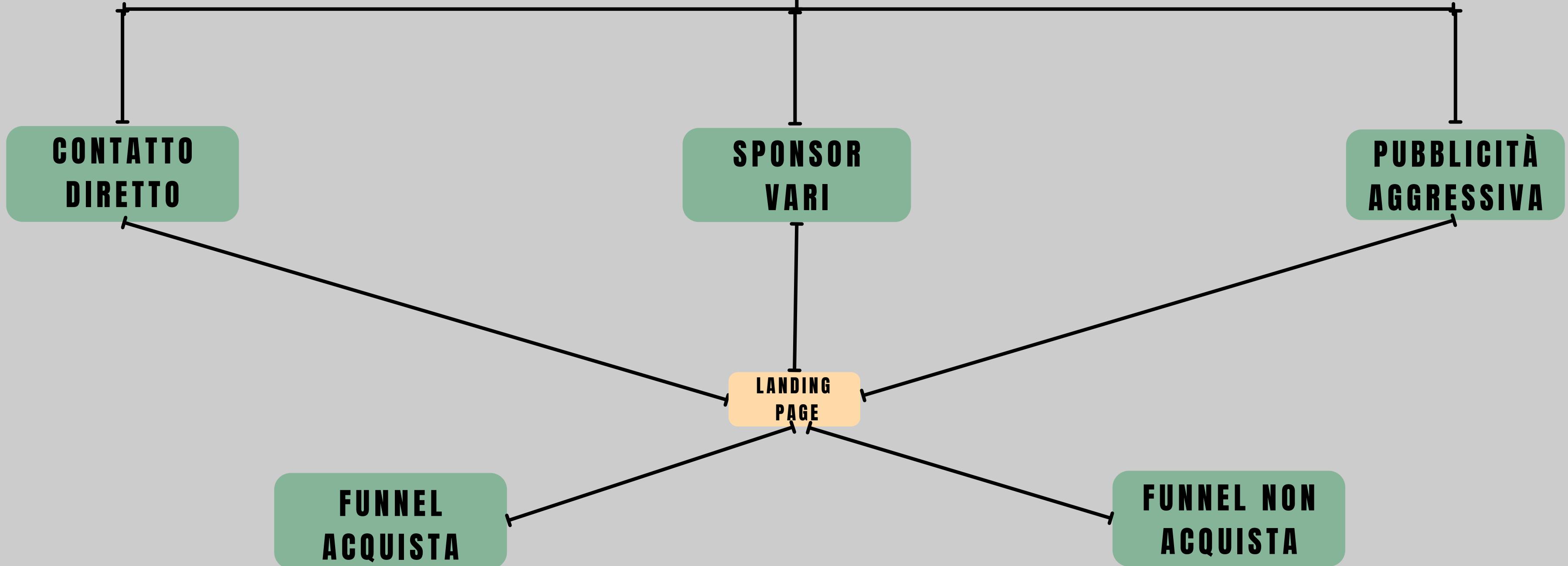
CLIENTI ATTIVI: ACQUISTO PROMOZIONE

Email per ringraziare il client dell'acquisto e della loro fiducia, mostrare lo sconto percentuale del corso (50%), mostrare la pagina con all'interno l'e-book e il prezzo di sconto (50%). ripetere la mail con un promemoria ogni due giorni fino alla quinta volta.

CLIENTI ATTIVI: NON ACQUISTO DELLA PROMOZIONE

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. Ovviamente, si ripeteranno le informazioni sul contenuto del codice sconto, oltre alla possibilità di scaricare l'e-book.

**CLIENTE
INATTIVO!**



WORKFLOW: NUOVI LEAD

COME FACCIAMO FAR ENTRARE NUOVI CLIENTI? OFFRIAMO UNA SPECIALE PROMOZIONE, OLTRE A NUOVI CANALI DI DISTRIBUZIONE PER I CLIENTE, COSÌ DA RICEVERE LA PROMOZIONE IN MODI DIVERSI:

- CONTATTO DIRETTO (HO INFORMATO IL CLIENTE TRAMITE MAIL PERSONALE, CON ANCHE IL CODICE SCONT GENERALE ALL'INTERNO). SI CERCHERÀ DI SOLLECITARE IL CLIENTE AD INTERAGIRE NEL SITO. LA MAIL AVRÀ IL LINK CHE REINDIZZERÀ IL CLIENTE ALLA LANDING PAGE CON LO SCONTO INSERITO PER IL CORSO SEO E SEM, E APPENA EFFETTUERÀ L'ACQUISTO VERRÀ MANDATA LA MAIL DI FUNNELING. GLI ALTRI CLIENTI VEDRANNO LA PAGINA CON IL PREZZO DEL SERVIZIO PIENO.
- SPONSORIZZAZIONI VARIE INFORMERANNO IL CLIENTE DI UNO SCONTO ADATTO A LORO.
- PUBBLICITÀ LIEVI: IL CLIENTE È NUOVO, E PERTANTO DEVE ESSERE SEGUITO CON CURA.
- PASSAPAROLA DA FIGURE DI SPICCO.

CLIENTI ATTIVI: ACQUISTO PROMOZIONE

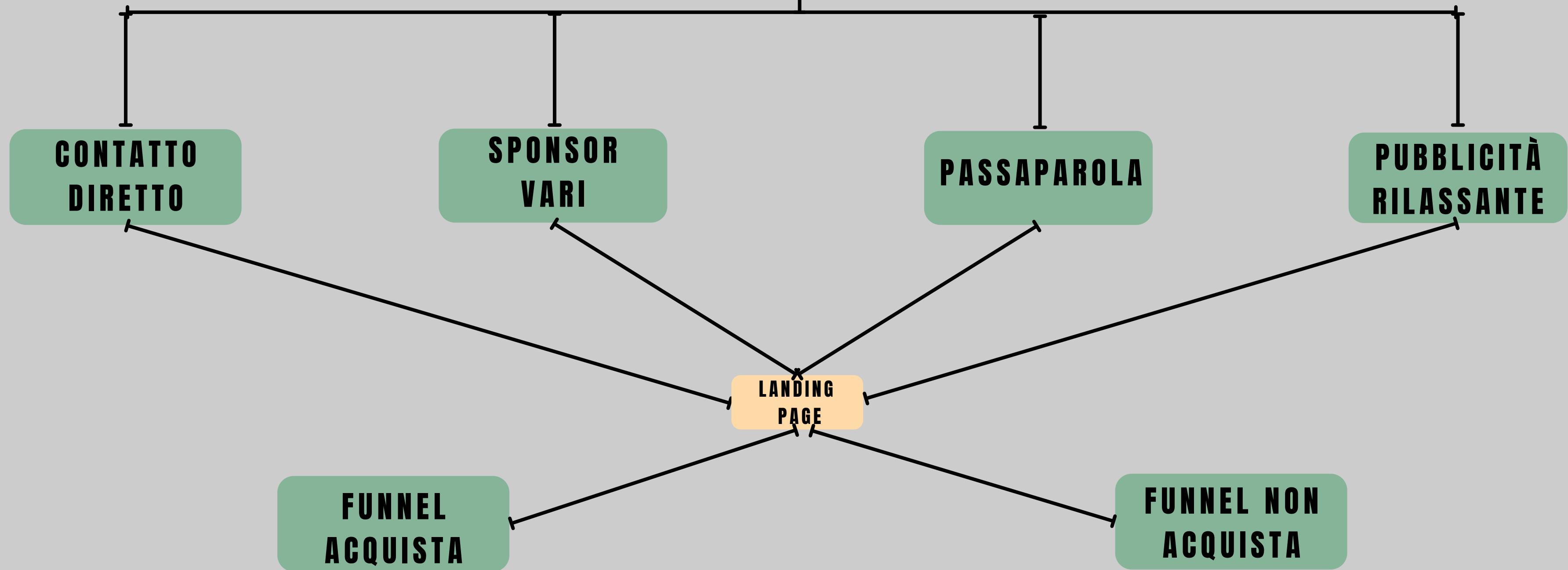
Email per ringraziare il client dell'acquisto e della loro fiducia, mostrare lo sconto percentuale del corso (30%), mostrare la pagina con all'interno il quiz illustrativo con competenze per mettersi alla prova.

Inoltre, un video partira automaticamente, in cui ci sarò che spiegherò le impostazioni del sito e altro (questo quando effettuerà l'acquisto e verrà reindirizzato nella landing page). ripetere la mail con un promemoria ogni due giorni fino alla quinta volta.

CLIENTI ATTIVI: NON ACQUISTO DELLA PROMOZIONE

Verrà mandata una mail una settimana dopo l'accesso alla landing page dove si chiederanno informazioni sull'indecisione del cliente. Spingere aggressivamente con la pubblicità, e tentare di avere un colloquio privato da 10 minuti per spiegare nel dettaglio qualora ci fossero dubbi e quesiti che scoraggiano la curiosità dei nuovi lead

NUOVI LEAD!



GRAZIE.

Sito Shopify - Angolo del Gamer.

Giovanni Marchesi

