

Strategia per il mio Personal Branding ‘ Lucia Stasi - E-commerce Specialist Freelancer’

Obiettivo:

Far conoscere il mio brand online e aumentare il numero di clienti che mi conoscono e che si affidano alle mie competenze.

Audience Persona:

1. Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

Il mio cliente ideale è in grado di muoversi online e riconoscere gli annunci di qualità da quelli falsi. È attivo sui social e sa che oltre alla creazione di un e-commerce deve attivare anche altri canali per farsi conoscere, per cui è attivo anche su Instagram con un canale aziendale e mostra i propri prodotti per fidelizzare il cliente.

Il mio cliente ideale ha un'età che va dai 35 ai 50 anni, di sesso sia maschile che femminile. È un pubblico giovane e con spirito imprenditoriale, per cui ha già in mente di dover essere presente sui social.

Ovviamente il mio cliente ideale deve avere o sta per intraprendere un business per cui necessità della creazione di un E-commerce per poter vendere anche online i propri prodotti e assicurarsi una buona visibilità.

Un sito web bello ed efficace infatti gli garantirà un'ottima base di partenza.

È localizzato in zone mediamente ricche dove c'è possibilità di acquisto, possibilmente nel nord e centro Italia.

2. Come si informa e decide di acquistare?

Si informa attraverso motori di ricerca e Social Media (Instagram, Facebook e Tik Tok) oltre che il passaparola.

Io dovrò essere brava nel costruire il mio portfolio clienti e portfolio attività già svolte così da mostrarlo come esempio, sarà utile in fase di acquisizione cliente.

Decide di acquistare secondo le fasi di Esplorazione, Considerazione e Acquisto.

Esplorazione: cerca diverse figure come la mia

Considerazione: valuta le alternative e si avvale di recensioni per vagliare i candidati a cui vorrebbe affidare il progetto

Acquisto: dopo attenta analisi sceglie sulla base anche del suo istinto e sull'esperienza dei candidati.

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

Dubbi: il candidato, ovvero io, sarà all'altezza? È in grado di realizzare il mio sito web? È affidabile nella consegna del lavoro?

Questi timori possono bloccare l'acquisto ma attraverso il mio portfolio è possibile ovviare tali dubbi; è importante anche che io accumuli tante recensioni positive così da mostrare fiducia nei clienti.

4. Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

I miei competitor sono:

1. Zarrar Yousaf

- **Piattaforma:** Fiverr
- **Competenze:** Assistenza virtuale, Microsoft Office, SEO
- **Valutazione:** 5.0 su 805 recensioni
- **Profilo:** [zarrayousaf su Fiverr](#)

2. Riyaj_99

- **Piattaforma:** Fiverr
- **Competenze:** Sviluppo web, Shopify, WordPress, marketing digitale
- **Valutazione:** 4.9 su 792 recensioni
- **Profilo:** [riyaj_99 su Fiverr](#)

3. Markygbr

- **Piattaforma:** Fiverr
- **Competenze:** Shopify, marketing con influencer, Etsy, SEO per Etsy
- **Valutazione:** 5.0 su 301 recensioni
- **Profilo:** [markygbr su Fiverr](#)

4. Brndoil96

- **Piattaforma:** Fiverr
- **Competenze:** Shopify, montaggio video, servizio clienti, vendite
- **Valutazione:** 5.0 su 163 recensioni
- **Profilo:** [brndoil96 su Fiverr](#)

5. Nsdmalik1

- **Piattaforma:** Fiverr
- **Competenze:** Shopify, jQuery, PHP, sviluppo web, design di siti web
- **Valutazione:** 4.9 su 905 recensioni
- **Profilo:** [nsdmalik1 su Fiverr](#)

Empathy Map:

1. Con chi vogliamo interagire?

- **Persona target:** Imprenditori, professionisti o piccole imprese che desiderano entrare nel mondo dell'e-commerce. Può trattarsi di attuali imprenditori che possiedono già realtà fisiche o anche nuovi imprenditori che hanno l'idea del Dropshipping.
 - **Situazione:** Non hanno competenze tecniche o tempo per creare un sito web, ma vogliono migliorare la propria presenza online.
 - **Ruolo:** Fondatore o gestore di una piccola attività (es: artigianato, consulenze, vendita di prodotti locali).
 - **Keywords che usano:** "Non so da dove iniziare", "Vorrei un sito semplice ma professionale", "Non ho tempo per occuparmene", "Come posso vendere online?".
-

2. Di cosa ha bisogno?

- **Obiettivi principali:**
 - Avere un sito web funzionale e facile da usare.
 - Automatizzare i processi di vendita online.
 - Creare una piattaforma professionale che rappresenti il loro brand.

- **Decisioni da prendere:**
 - Quale piattaforma scegliere (es. Shopify, WordPress).
 - Investire in un professionista o provare a farlo da soli.
 - Quanto budget destinare.
 - **Successo:**
 - Aumento delle vendite.
 - Facilità nella gestione del sito e degli ordini.
 - Feedback positivo da clienti e collaboratori.
-

3. Cosa vede?

- **Sul mercato:** Competitor che vendono online con siti ben curati e accattivanti.
 - **Nell'ambiente:** Pubblicità di piattaforme come Shopify o Wix che promettono semplicità.
 - **Negli altri:** Imprenditori che hanno già avviato e-commerce di successo.
 - **Cosa legge:** Blog e articoli su come vendere online, tutorial su YouTube, post su LinkedIn o Instagram su successi di altri.
-

4. Cosa dice?

- **Frase tipiche:**
 - "Vorrei vendere online, ma non so da dove iniziare."
 - "Non ho il tempo di costruire un sito."
 - "Mi servirebbe qualcuno che si occupa di tutto, dalla creazione del sito alla manutenzione."
 - "Devo capire come raggiungere più clienti."
-

5. Cosa fa?

- **Attualmente:**
 - Vende offline o utilizza solo i social media.
 - Cerca informazioni su piattaforme di e-commerce.
 - Prova a costruire il sito da solo, ma si blocca facilmente.
-

6. Cosa sente dire?

- **Dagli amici/colleghi:**
 - "Avere un e-commerce è ormai indispensabile."
 - "Ho provato Wix/Shopify, ma è più complicato di quanto pensassi."
 - "Perché non ti affidi a un esperto?"
 - **Seconda mano:**
 - Racconti di successi di chi ha avviato un e-commerce ed è soddisfatto di aver fatto la scelta migliore per il suo successo.
-

7. Cosa pensa?

- **Cosa prova:**

- **Pains (Svantaggi):**

- Ansia di sbagliare o di perdere soldi.
 - Frustrazione per la mancanza di tempo e competenze tecniche.
 - Paura che il sito non porti risultati concreti.

- **Gains (Vantaggi):**

- Desiderio di semplificare il lavoro e raggiungere più clienti.
 - Speranza di aumentare le entrate e far crescere il brand.
 - Sogno di avere un'attività online di successo e più visibilità.
-

Conclusioni:

La strategia del mio personal branding deve enfatizzare le mie stesse competenze e sprigionare fiducia. Il mio portfolio deve essere la chiave che attira sempre più clienti, insieme al passaparola. Attraverso i social sarò in grado di aumentare la mia visibilità e mostrare l'annuncio dei miei servizi.