

# IL TUO CONSULENTE MARKETING DIGITALE



con un background nel campo audiovisivo e conoscenza dello storytelling , aiuto le attività ,dalla pizzeria sotto casa alla grande azienda, a costruire la propria storia per raggiungere gli obiettivi di marketing prefissati ed una credibilità a livello social.

Perchè affidarti a me? perchè più che algoritmi e numeri il mio interesse più grande sta nel valorizzare l'umanità della tua azienda, esaltando i punti di forza e creando connessioni con gli utenti.

La chiarezza verso i clienti è una delle prime regole del mio lavoro, creando semplici ed efficaci piani di digital marketing rendo comprensibile al cliente sin da subito qual è il lavoro da svolgere, quali campagne avviare e su cosa investire per ottenere i risultati ideali per il tuo business. Dietro ogni azienda ci sono persone che credono in quello che fanno,e non vedo l'ora di scrivere una meravigliosa pagina della vostra azienda nel mondo digitale.

## **prompt per l'ai**

Ora ti scriverò un esempio fittizio di un consulente marketing digitale; in base al testo qui scritto crea un tipo ideale di audience persona a cui il consulente si rivolge, concentrandosi su i vantaggi del rivolgersi a lui e le paure che potrebbero allontanarlo ,approfondisci gli interessi e i comportamenti online, i pain points e dopo riassumi tutto quello che ci siamo detti nei precedenti messaggi in un unico efficace messaggio

Abbiamo creato due audience persona dettagliate:

- Marta: Proprietaria di una piccola pizzeria, interessata a migliorare la sua presenza online, a fidelizzare i clienti e a distinguersi dalla concorrenza. Marta è consapevole della presenza di altre pizzerie nella zona e probabilmente le monitora regolarmente. Potrebbe utilizzare app dedicate per le recensioni, visitare i loro locali o seguire i loro profili social. È probabile che si concentri sui punti di forza e di debolezza dei competitor, cercando di offrire qualcosa di unico ai suoi clienti.
- Luca: Responsabile marketing di una startup, focalizzato sull'aumento della visibilità del brand, la generazione di lead e la misurazione delle performance. Luca è immerso in un mercato altamente competitivo e dedica molto tempo all'analisi dei competitor. Utilizza strumenti di monitoraggio online per tenere traccia delle loro attività, delle loro campagne pubblicitarie e delle loro novità di prodotto. È particolarmente interessato a capire quali strategie funzionano per i suoi concorrenti e come può differenziare la sua offerta.

## Valutazione dei competitor:

### Marta:

- Punti di forza: Potrebbe apprezzare la qualità dei prodotti, l'atmosfera del locale o le promozioni offerte dai competitor.
- Punti di debolezza: Potrebbe notare carenze nel servizio clienti, un'immagine del brand poco definita o una scarsa presenza online.
- Come si informa: Legge le recensioni online, visita i locali dei competitor, segue i loro profili social e potrebbe partecipare a gruppi locali per ristoratori.

### Luca:

- Punti di forza: Analizza le strategie di marketing dei competitor, studia i loro prodotti e servizi, monitora le loro performance sui social media.
- Punti di debolezza: Identifica le lacune nei loro prodotti o servizi, le inefficienze nelle loro campagne marketing e le opportunità di differenziazione.
- Come si informa: Utilizza strumenti di monitoraggio online, analizza i dati di mercato, partecipa a eventi di settore e legge report di settore.

Opportunità per la tua offerta:

- Marta: Offrile un'analisi dettagliata della concorrenza locale, mettendo in evidenza le loro debolezze e suggerendo strategie per differenziarsi. Potresti proporle un'immagine del brand più forte, un'esperienza cliente più personalizzata o un'offerta di prodotti unici.
- Luca: Offrile una strategia di marketing completa che tenga conto della concorrenza, mettendo in evidenza i punti di forza della sua startup e proponendo azioni concrete per differenziarsi. Potresti proporre una campagna di content marketing mirata, una strategia di social media più aggressiva o un'analisi approfondita dei dati per ottimizzare le campagne.

In conclusione:

Comprendere come i nostri clienti percepiscono la concorrenza è fondamentale per sviluppare una strategia di marketing vincente. Offrendo un'analisi approfondita dei competitor e proponendo soluzioni personalizzate, possiamo aumentare la nostra credibilità e la nostra attrattività.