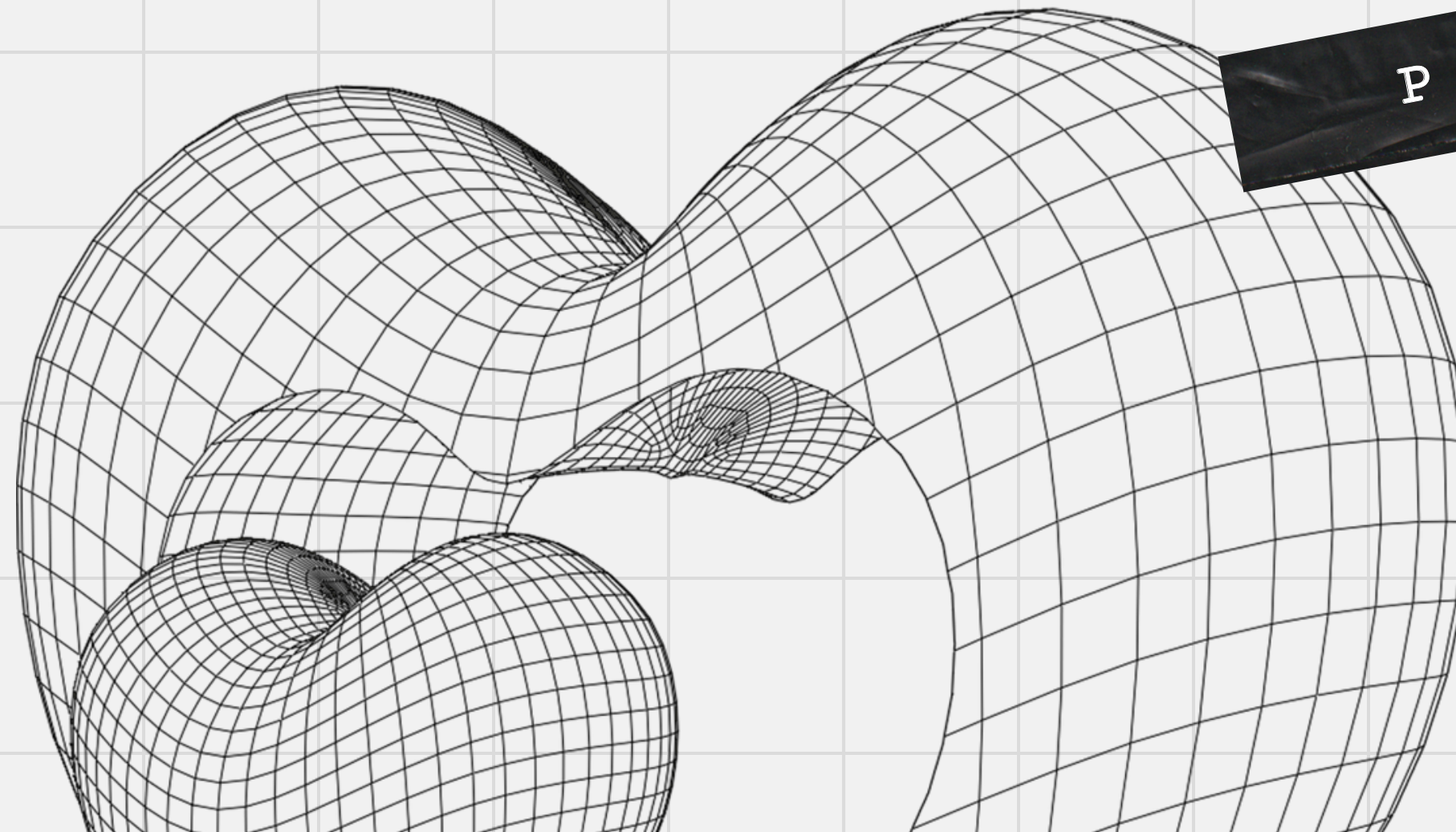


PERSONAL BRANDING STRATEGY

P.F. M4



PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

1

CHI E' LA BUYER PERSONAS ED I TARGET

AUDIENCE PERSONA: IL CLIENTE IDEALE

PROFILO DEMOGRAFICO E PSICOGRAFICO

- ETÀ: 30-50 ANNI
- GENERE: ** SIA UOMINI CHE DONNE
- UBICAZIONE: ** ITALIA, CON POSSIBILE ESPANSIONE IN EUROPA
- PROFESSIONE: ** IMPRENDITORI, CEO, MANAGER DI MEDIO-ALTO LIVELLO, RESPONSABILI MARKETING DI PMI E STARTUP
- LIVELLO DI ISTRUZIONE: ** LAUREA, SPESSO CON MASTER O CORSI DI SPECIALIZZAZIONE IN BUSINESS O MARKETING
- INTERESSI: INNOVAZIONE, CRESCITA AZIENDALE, NUOVE TECNOLOGIE, TREND DI MERCATO, NETWORKING PROFESSIONALE

- OBIETTIVI: CRESCITA DEL BUSINESS, AUMENTO DELLA VISIBILITÀ DEL BRAND, MIGLIORAMENTO DELLE STRATEGIE DI MARKETING, ESPANSIONE IN NUOVI MERCATI
- SFIDE: BUDGET LIMITATO, COMPETIZIONE ELEVATA, MANCANZA DI COMPETENZE INTERNE SPECIFICHE, DIFFICOLTÀ NEL RAGGIUNGERE IL PUBBLICO TARGET

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

2

PROCESSO INFORMATIVO E DECISIONALE D'ACQUISTO

AUDIENCE PERSONA: MODALITÀ DI INFORMAZIONE E DECISIONE

CANALI DI INFORMAZIONE PREFERITI

- LINKEDIN:POST, ARTICOLI, E VIDEO
- WEBINAR E PODCAST:ARGOMENTI RILEVANTI SUL MARKETING E LO SVILUPPO DEL BUSINESS
- BLOG DI SETTORE:ARTICOLI DETTAGLIATI SU CASE STUDY E STRATEGIE DI SUCCESSO
- CONFERENZE ED EVENTI:PARTECIPAZIONE A FIERE, WORKSHOP, E SEMINARI
- NEWSLETTER:CONTENUTI ESCLUSIVI E AGGIORNAMENTI SETTIMANALI

FATTORI DECISIVI PER L'ACQUISTO**

- CREDIBILITÀ E REPUTAZIONE:ESPERIENZA COMPROVATA, TESTIMONIANZE POSITIVE, PRESENZA MEDIATICA
- EVIDENZA DI RISULTATI:CASE STUDY DETTAGLIATI, ROI DIMOSTRABILE, STORIE DI SUCCESSO
- VALORE AGGIUNTO:SERVIZI PERSONALIZZATI, CONSULENZA ONE-TO-ONE, SUPPORTO CONTINUO

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

3

DUBBI E TIMORI PRE ACQUISTO

AUDIENCE PERSONA: PROCESSO D'ACQUISTO

PREOCCUPAZIONI COMUNI

- COSTO:TIMORE CHE IL SERVIZIO SIA TROPPO COSTOSO RISPETTO AL BUDGET DISPONIBILE
- EFFICACIA:DUBBI SULL'EFFETTIVA CAPACITÀ DI PORTARE RISULTATI CONCRETI
- AFFIDABILITÀ:INCERTEZZA SULLA MIA COMPETENZA RISPETTO AI COMPETITOR PIÙ AFFERMATI
- COMPATIBILITÀ:PREOCCUPAZIONE CHE LE SOLUZIONI PROPOSTE NON SIANO ADATTE ALLE SPECIFICITÀ DEL LORO BUSINESS

STRATEGIE DI MITIGAZIONE

- TRASPARENZA SUI PREZZI:OFFERTA DI PACCHETTI CHIARI E OPZIONI DI PAGAMENTO FLESSIBILI
- PROVE DI EFFICACIA:CONDIVISIONE DI CASE STUDY DETTAGLIATI E METRICHE DI SUCCESSO
- TESTIMONIANZE E RECENSIONI:PUBBLICAZIONE DI FEEDBACK DEI CLIENTI SODDISFATTI E STORIE DI SUCCESSO
- CONSULENZA GRATUITA:OFFERTA IN PRIMA PRESTAZIONE CONSULENZIALE GRATUITA PER DIMOSTRARE IL VALORE DEL MIO SERVIZIO

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

4

ANALISI DEI COMPETITOR

AUDIENCE PERSONA: DENTIFICAZIONE DEI PRINCIPALI COMPETITOR

- CONSULTING FIRMS: AGENZIE DI CONSULENZA MARKETING E BUSINESS DEVELOPMENT AFFERMATE
- FREELANCE SPECIALIST: PROFESSIONISTI INDIPENDENTI CON ESPERIENZA SIMILE
- MARKETING PLATFORMS: STRUMENTI E PIATTAFORME DIGITALI CHE OFFRONO SOLUZIONI DI MARKETING AUTOMATIZZATE

STRATEGIE E TATTICHE DEI COMPETITOR**

- SERVIZI OFFERTI:** VALUTAZIONE DEI SERVIZI SPECIFICI CHE OFFRONO E COME LI POSIZIONANO SUL MERCATO
- CANALI DI MARKETING:** ANALISI DEI LORO CANALI DI COMUNICAZIONE E MARKETING CHE UTILIZZANO (SEO, SEM, SOCIAL MEDIA, CONTENT MARKETING)
- PREZZI E PACCHETTI: CONFRONTO DELLE LORO OFFERTE DI PREZZO E I PACCHETTI DI SERVIZI
- PUNTI DI DIFFERENZIAZIONE: ANALISI DEI LORO PUNTI DI FORZA; COSA LI RENDE UNICI E QUALI SONO LE LORO USP (UNIQUE SELLING PROPOSITIONS)

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

5/1

PERSONAL BRANDING STRATEGY

AUDIENCE PERSONA: POSIZIONAMENTO

- VALUE PROPOSITION: "ROBERTO URSO, IL TUO PARTNER DI FIDUCIA PER STRATEGIE DI MARKETING INNOVATIVE E SVILUPPO BUSINESS EFFICACE."
- UNIQUE SELLING POINTS: ESPERIENZA COMPROVATA, APPROCCIO PERSONALIZZATO, FOCUS SUI RISULTATI MISURABILI

COMUNICAZIONE

- WEBSITE PROFESSIONALE: DESIGN MODERNO, CHIARO, CON SEZIONI DEDICATE A CASE STUDY, TESTIMONIANZE, E BLOG
- CONTENT MARKETING: BLOG CON ARTICOLI DI VALORE, E-BOOK, WHITE PAPER, E GUIDE PRATICHE
- SOCIAL MEDIA STRATEGY: ** PRESENZA ATTIVA SU LINKEDIN E TWITTER CON CONTENUTI REGOLARI E INTERAZIONI CON IL PUBBLICO TARGET
- EMAIL MARKETING: NEWSLETTER SETTIMANALI CON AGGIORNAMENTI DI SETTORE E CONSIGLI PRATICI

NETWORKING E COLLABORAZIONI

- PARTECIPAZIONE A EVENTI: SPEAKER A CONFERENZE, WORKSHOP, E WEBINAR DI SETTORE
- COLLABORAZIONI: PARTNERSHIP CON ALTRE AGENZIE O SPECIALISTI PER OFFRIRE SERVIZI COMPLEMENTARI
- TESTIMONIANZE: INVITA CLIENTI SODDISFATTI A CONDIVIDERE LA LORO ESPERIENZA ATTRAVERSO VIDEO O ARTICOLI SUL TUO SITO

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

5/2

PERSONAL BRANDING STRATEGY

AUDIENCE PERSONA: MONITORAGGIO E OTTIMIZZAZIONE

KPI E METRICHE

- ENGAGEMENT SUI SOCIAL MEDIA:** NUMERO DI FOLLOWER, INTERAZIONI, CONDIVISIONI
- TRAFFICO AL SITO WEB:** NUMERO DI VISITATORI UNICI, TEMPO MEDIO SULLA PAGINA, TASSO DI CONVERSIONE
- LEAD GENERATION:** NUMERO DI CONTATTI QUALIFICATI GENERATI
- CLIENTI ACQUISITI:** NUMERO DI NUOVI CLIENTI E TASSO DI RETENTION

STRUMENTI DI ANALISI

- GOOGLE ANALYTICS: PER MONITORARE IL TRAFFICO WEB E LE PERFORMANCE DELLE PAGINE
- SOCIAL MEDIA ANALYTICS: INSIGHTS DI LINKEDIN E TWITTER PER MISURARE L'ENGAGEMENT
- CRM: PER TRACCIARE I CONTATTI, LE INTERAZIONI, E IL FUNNEL DI VENDITA

IMPLEMENTANDO QUESTA STRATEGIA, POTRAI COSTRUIRE E FAR CRESCERE IL TUO PERSONAL BRANDING IN MODO EFFICACE, RAGGIUNGENDO E CONVERTENDO IL TUO PUBBLICO IDEALE.

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

6/1

EMPATHY MAP

Con chi vogliamo interagire?

Personas: Imprenditori, CEO, manager di medio-alto livello, responsabili marketing di PMI e startup.

Obiettivi: Crescita del proprio business in un mercato competitivo e dinamico.

Ruolo: Decision maker aziendale con responsabilità di crescita e sviluppo.

Keywords: Innovatore, stratega, leader, problem solver, growth-driven.

CDi cosa ha bisogno?

Crescita del business: Implementare strategie di marketing efficaci e sostenibili.

Visibilità: Aumentare la notorietà del brand e raggiungere nuovi mercati.

Supporto strategico:**
Consulenza per decisioni critiche riguardanti il marketing e lo sviluppo del business.

Risultati Misurabili:ROI chiaro e dimostrabile.

Successo: Aumento delle vendite, espansione del mercato, miglioramento del brand awareness, e ottimizzazione del budget marketing.

Cosa vede?

Competizione Elevata: Molti competitor con proposte simili.

Innovazione: Nuove tecnologie e tendenze di marketing emergenti.

Best Practices: Strategie di marketing di successo adottate da leader di settore.

Media: Blog di settore, webinar, podcast, conferenze, social media (soprattutto LinkedIn).

Cosa dice?

Parole Sentite:

- "Abbiamo bisogno di aumentare la nostra visibilità."
- "Non riusciamo a raggiungere il nostro pubblico target."
- "Il nostro budget marketing è limitato, ma dobbiamo vedere risultati concreti."

Pensiero critico:

- "Serve una strategia innovativa e personalizzata."
- "Abbiamo bisogno di un partner affidabile che ci guidi."

PUNTO 1 “AUDIENCE PERSONAS”

6/2

EMPATHY MAP

Cosa fa?

Comportamento Osservato:

Ricerca: Consulta articoli, case study, e testimonianze online.

Networking: Partecipa a eventi, conferenze e workshop di settore.

Decisioni:** Prende decisioni strategiche basate su analisi di mercato e trend emergenti.

Sperimenta: Prova nuove strategie e tecniche di marketing.

Collaborazione: Lavora a stretto contatto con il team per implementare le soluzioni scelte.

Cosa sente dire?

Feedback da Altri:

Amici e Colleghi: Raccomandazioni su consulenti e strategie di marketing di successo.

Esperti di Settore: Consigli e best practices attraverso blog, webinar e social media.

Mercato: Opinioni sui competitor e su nuove tendenze di marketing.

PAINS/SVANTAGGI:

- Paure: Investire in strategie inefficaci, perdere terreno rispetto ai competitor.

- Frustrazioni: Risorse limitate, mancanza di competenze specifiche nel team interno.

- Ansie: Incertezza sui risultati delle nuove iniziative di marketing.

GAINS/VANTAGGI:

- Desideri: Crescita del business, riconoscimento del brand, successo sostenibile.

- Bisogni: Soluzioni di marketing innovative e efficaci, supporto strategico continuo.

-Speranze e Sogni: Diventare leader di mercato, espandere il business a livello internazionale.

KEYWORDS

7

30 KEYWORDS
TOTALI CON
INTENTO DI
RICERCA

L'analisi delle keywords è stata condotta per rispondere ai bisogni informativi, commerciali e transazionali del target audience di Roberto Urso, Marketing Specialist e Business Developer. Le categorie di servizi digitali (Consulenza di Marketing, Business Development, Formazione e Coaching, SEO e SEM, Analisi e Reporting) sono state selezionate per coprire le aree principali di competenza e attrarre imprenditori, responsabili marketing, startup founders e professionisti del settore. Le keywords informative mirano a educare e attirare l'interesse iniziale, quelle commerciali aiutano nella valutazione dei servizi offerti, mentre le transazionali puntano a convertire l'interesse in azioni concrete, come richieste di consulenza o iscrizioni a corsi.

TOP 10 KEYWORDS INFORMATIVE

Consulenza di Marketing

1. Cos'è la consulenza di marketing
2. Come scegliere un consulente di marketing
3. Migliori strategie di marketing 2024
4. Guida alla pianificazione di marketing
5. Trend di marketing digitale

Business Development

1. Che cos'è il business development
2. Strategie di crescita aziendale
3. Come fare un'analisi di mercato
4. Ottimizzazione del funnel di vendita

Formazione e Coaching

1. Benefici della formazione aziendale

TOP 10 KEYWORDS COMMERCIALI

Consulenza di Marketing

1. Servizi di consulenza di marketing
2. Consulenza di marketing per PMI
3. Consulenza di marketing digitale
4. Consulente di marketing esperto
5. Offerte di consulenza di marketing
6. Consulenza di marketing su misura
7. Consulenza di marketing a Milano

Business Development

1. Servizi di business development
2. Consulenza per lo sviluppo aziendale
3. Esperti in business development

TOP 10 KEYWORDS TRANSAZIONALI

Consulenza di Marketing

1. Prenota consulenza di marketing online
2. Acquista servizi di marketing digitale
3. Consulenza di marketing immediata
4. Richiedi consulenza di marketing
5. Preventivo per consulenza di marketing

Business Development

1. Prenota sessione di business development
2. Acquista servizi di crescita aziendale
3. Richiedi consulenza di sviluppo aziendale
4. Preventivo per business development

Formazione e Coaching

1. Acquista corso di marketing online

EPICODE - CORSO IN MARKETING TECHNOLOGY
GEN 2024

ALL. FSM ROBERTO URSO

THANK YOU