

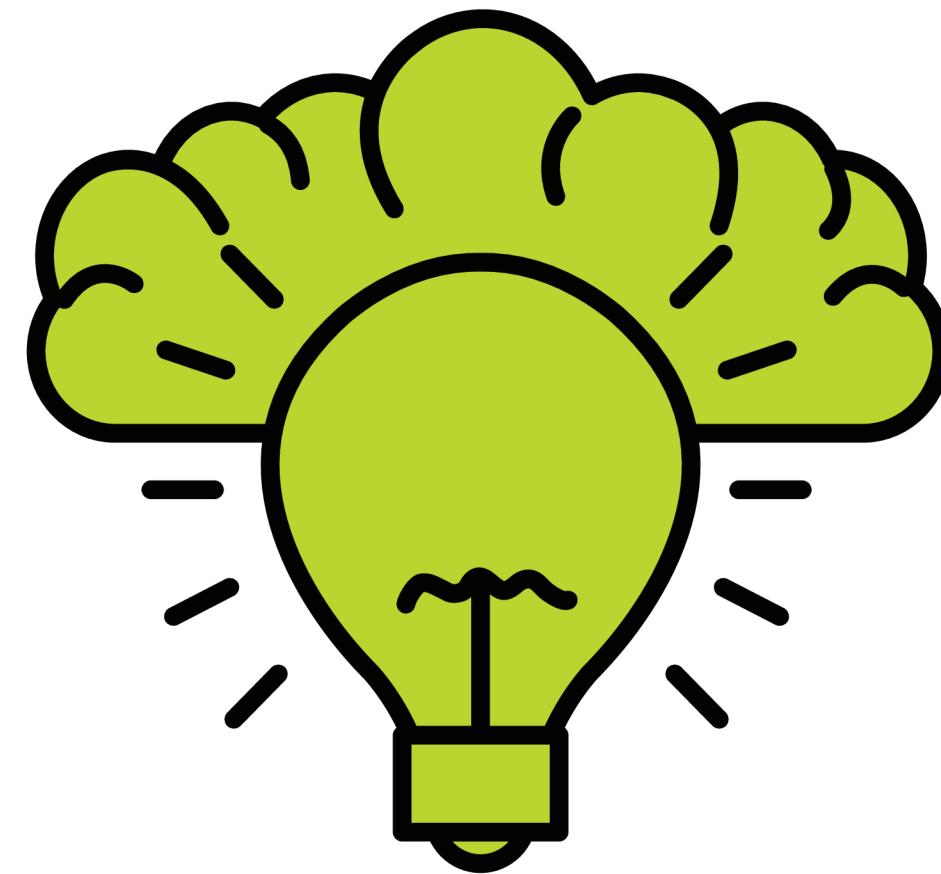


# CONTENT MARKETING E STRATEGIE DI CREAZIONE CONTENUTI

**Modulo 1 - Esercizio 6**



# ANALISI DEL PUBBLICO E DEL BRAND



# 01 DEFINISCI IL BREND E IL SETTORE DI RIFERIMENTO

Sono la fondatrice di Alefa Viaggi, una Travel Designer specializzata nell'organizzazione di **viaggi su misura in Madagascar**.

## DEFINIZIONE DEL BREND

Organizzo viaggi responsabile e il rispetto per la tradizione. Ogni esperienza è pensata per immergere i viaggiatori nella cultura e nella natura del Madagascar, garantendo al contempo un impatto positivo sull'ambiente e sulle persone del luogo.

## IL TARGET

Mi rivolgo a viaggiatori di fascia medio-alta che cercano esperienze autentiche e di qualità. Clienti che amano strutture tradizionali, ma non vogliono rinunciare al comfort e alla personalizzazione del viaggio, con un forte interesse per la sostenibilità e il supporto alle comunità locali facendosi nello stesso tempo viaggi con esperienze uniche nel suo genere.

## IL SETTORE

Alefa Viaggi opera nel settore del turismo esperienziale e responsabile. Offriamo viaggi esclusivi, personalizzati e sostenibili, che valorizzano il Madagascar in modo autentico e rispettoso, lontano dalle rotte turistiche convenzionali.

# 02

# ANALIZZA I COMPETITOR

Dopo aver analizzato alcuni competitor, anche se quelli che ho trovato sono Tour Operator io a differenza sono una Travel Designer , ad ogni modo quelli che si affacciano di piu alla mia missione e valori sono **EasyAfrica e Wadi Destination.**

## 1. Tipologie di contenuti utilizzati dai competitor:

- **EasyAfrica:** Utilizzano immagini evocative, testimonianze di viaggiatori, guide informative e video di viaggio per attrarre i clienti che cercano esperienze autentiche.
- **Wadi Destination:** Prediligono contenuti visivi di alta qualità, itinerari dettagliati, articoli sul Madagascar e recensioni di clienti per attrarre un pubblico informato.

## 2. Strategie SEO e social media:

- **EasyAfrica:** Ottimizzano il sito per parole chiave generali e long-tail, utilizzano Instagram e Facebook per pubblicare contenuti visivi, recensioni e blog SEO-friendly.
- **Wadi Destination:** Ottimizzano il sito per parole chiave specifiche (come destinazioni o esperienze), usano Instagram per contenuti visivi e Facebook per offerte e articoli, e sfruttano YouTube per video esperienziali.

# 02

# ANALIZZA I COMPETITOR

## 3. DIFFERENZIAZIONE RISPETTO AL MIO BREND:

- **Connessione locale:** Posso differenziarmi grazie alla mia esperienza diretta in Madagascar e alla mia connessione personale con la cultura locale. Offrire contenuti basati sulla mia esperienza autentica mi permette di raccontare storie uniche che solo chi ha vissuto sul posto può raccontare.

**Personalizzazione estrema:** Posso offrire itinerari completamente su misura e esperienze esclusive che solo un esperto del posto come me può proporre, come tour privati o esperienze guidate direttamente da me.

**Contenuti unici:** Mi concentrerò su video e blog che mostrano il mio legame autentico con il Madagascar, raccontando storie locali e dando visibilità alla cultura malgascia. Questo mi permette di creare contenuti che i grandi tour operator non possono replicare.

**In sintesi,** la mia esperienza autentica e la connessione con le comunità locali mi permettono di creare un'offerta altamente personalizzata, distinguendomi dai competitor come EasyAfrica e Wadi Destination.

# 03 CREAZIONE DI UN CONTENT STRATEGY OTTIMIZZATA

**IL MIO MAIN TOPIC** sarà:

**"Viaggi su misura in Madagascar: autenticità, sostenibilità e connessione con le comunità locali."**

Questo tema riassume ciò che offro come travel designer, mettendo in evidenza la mia esperienza diretta nel paese e il mio approccio personalizzato. Il mio focus principale sarà sull'autenticità del viaggio, sulla sostenibilità e sul supporto alle comunità locali, per far capire che i miei viaggi sono unici rispetto ai tour organizzati da altre agenzie.

**Per sviluppare contenuti, lavorerò su diversi  
SUBTOPICS:**

**Autenticità del Viaggio:** Racconterò la mia esperienza personale in Madagascar, mostrando come i viaggiatori possano vivere esperienze autentiche. Per esempio, articoli su "Come un viaggio in Madagascar può cambiare la tua visione del mondo".

**Sostenibilità e Turismo Responsabile:** Parlerò delle pratiche sostenibili che adotto, come il supporto alle comunità locali e la scelta di strutture eco-friendly. Un contenuto potrebbe essere "Il mio impegno per un turismo che supporta le comunità malgasce".

# CREAZIONE DI UN CONTENT STRATEGY OTTIMIZZATA

**Esperienze Su Misura:** Metterò in evidenza come costruisco itinerari personalizzati per ogni cliente, creando esperienze uniche. Un esempio di contenuto: "Il viaggio perfetto in Madagascar, creato appositamente per te".

**Tradizioni e Cultura del Madagascar:** Introdurrò i lettori alla cultura malgascia, condividendo storie e tradizioni locali. Ad esempio, un post su "Le tradizioni più affascinanti del Madagascar che ogni viaggiatore dovrebbe conoscere".

**Testimonianze di Viaggiatori:** Pubblicherò storie e recensioni di viaggiatori che hanno vissuto esperienze con Alefa Viaggi, per mostrare l'impatto positivo di un viaggio su misura. Un esempio: "Cosa dicono i miei clienti: esperienze autentiche e uniche in Madagascar".

**Vivere il Madagascar come un Locale:** Racconterò i luoghi meno turistici e le esperienze che solo un insider del Madagascar può proporre. Un contenuto potrebbe essere "I posti segreti del Madagascar che solo un locale può mostrarti".

**Consigli di Viaggio:** Fornirò suggerimenti pratici su come prepararsi per un viaggio in Madagascar, come "Cosa portare nel tuo viaggio in Madagascar: consigli pratici per prepararti al meglio".

**Soggiorni Tradizionali e Autentici:** Parlerò delle strutture tradizionali che propongo per un soggiorno autentico, come quelle che riflettono la cultura locale. Un esempio: "Soggiornare in Madagascar: vivere come un locale in strutture tradizionali".

# DEFINISCI UNA STRATEGIA SEO INTEGRATA





## AWARENESS E PAROLE CHIAVI

Per definire una strategia SEO integrata per Alefa Viaggi, è fondamentale concentrarsi su tre fasi principali del funnel di marketing: Awareness (consapevolezza), Consideration (considerazione) e Conversion (conversione). Ogni fase richiede un approccio specifico per l'utilizzo delle parole chiave, i contenuti e la struttura dell'articolo. **Strategia SEO Integrata:**

### **Awareness (Consapevolezza):**

In questa fase, il focus è attrarre un pubblico più ampio, che non è ancora consapevole del mio servizio, ma che potrebbe essere interessato al Madagascar e ai viaggi su misura.

### **Parole chiave da utilizzare:**

Generali e informative: "viaggio in Madagascar", "cosa fare in Madagascar", "cultura malgascia", "viaggio avventura Madagascar", "tour Madagascar 2025".

Queste parole chiave aiutano a portare il pubblico che cerca informazioni generiche sulla destinazione e le esperienze



# CONSIDERATION (CONSIDERAZIONE) E PAROLE CHIAVI

## **Consideration (Considerazione):**

Qui, i potenziali clienti stanno valutando diverse opzioni per un viaggio in Madagascar, ed è quindi il momento di introdurre il valore e la personalizzazione che offro come travel designer.

## **Parole chiave da utilizzare:**

**Mirate e specifiche:** "viaggi su misura in Madagascar", "tour privati Madagascar", "vacanze esclusive Madagascar", "viaggi sostenibili Madagascar".

Queste parole chiave mostrano che offro soluzioni uniche, su misura e orientate alla sostenibilità, differenziandomi dai tour operator generali.



## CONVERSATION E PAROLE CHIAVI

**CONVERSIONE:** In questa fase, il cliente è pronto a prendere una decisione. L'obiettivo è spingerlo a contattarmi o a prenotare un viaggio.

### Parole chiave da utilizzare:

Orientate alla conversione: "**prenota viaggio Madagascar su misura**", "richiedi un itinerario personalizzato", "viaggi personalizzati Madagascar Alefa Viaggi", "consulenza viaggio Madagascar".

Queste parole chiave sono mirate a chi è pronto a intraprendere l'azione e convertire.



# STRUTTURA DI UN ARTICOLO OTTIMIZZATA SEO

Qui porto il link del mio BLOG ALEFA portando un esempio su una struttura di un articolo con titoli in H1 H2 H3 e parole chiavi in ottica LSI

<https://alefaviaggi.it/come-organizzare-un-viaggio-su-misura-in-madagascar-guida-completa/>



# CREA UN PIANO EDITORIALE PER SOCIAL MEDIA E BLOG

## Frequenza dei Post:

Post settimanali: 3-4 post settimanali

1 post lungo sul blog ogni settimana (con SEO ottimizzato).

2-3 post brevi per social media (Instagram, Facebook, LinkedIn) che siano coinvolgenti e informativi.

1 video settimanale (possibile anche per YouTube, IGTV, TikTok) per un coinvolgimento maggiore.

## Tipi di Formati per i Contenuti:

Post del Blog (1 a settimana)