

## Punto 1:

### Cliente Ideale:

- **Profilo:**
  - **Tipo di azienda:** Piccole e medie imprese (PMI) con un fatturato annuo tra i 100.000€ e i 5 milioni di euro.
  - **Settori: Vari settori, tra cui:**
    - Commercio al dettaglio (sia online che offline)
    - Servizi professionali (consulenti, agenzie, studi)
    - Produzione artigianale
    - Turismo e ospitalità
    - Ristorazione
  - **Necessità:**
    - Aumentare la visibilità online e generare lead qualificati.
    - Migliorare l'efficienza delle attività di marketing attraverso l'automazione.
    - Ottimizzare le campagne pubblicitarie online per massimizzare il ROI.
    - Creare o migliorare un sito web e-commerce funzionale.
- **Comportamento d'acquisto:**
  - **Come si informano:**
    - Ricerche online su Google (parole chiave come "agenzia marketing digitale", "consulente marketing PMI", "automazione marketing").
    - Partecipazione a eventi di settore o webinar online.
    - Lettura di articoli e blog di settore.
    - Richiesta di consigli a colleghi e conoscenti.
  - **Come decidono:**
    - Valutano l'esperienza e le competenze del professionista.
    - Analizzano casi studio e testimonianze di clienti precedenti.
    - Confrontano preventivi e proposte di diverse agenzie/consulenti.
    - Cercano un rapporto di fiducia e collaborazione a lungo termine.
- **Dubbi e timori:**
  - **Costo:** Preoccupazione per i costi elevati delle consulenze di marketing.
  - **Risultati:** Timore di non ottenere risultati concreti e misurabili.
  - **Tempo:** Paura di dover dedicare troppo tempo alla gestione delle attività di marketing.
  - **Competenza:** Dubbio sulla capacità del consulente di comprendere le specifiche esigenze del loro settore.

### Competitor:

- **Chi sono:**

- Agenzie di marketing digitale: Strutture più grandi che offrono una vasta gamma di servizi, spesso con un approccio meno personalizzato.
  - Consulenti freelance: Professionisti indipendenti specializzati in uno o più ambiti del marketing digitale.
  - Web agency: Focalizzate principalmente sulla creazione e sviluppo di siti web, con competenze di marketing limitate.
- **Cosa fanno:**
    - Agenzie: Offrono pacchetti di servizi standardizzati, spesso a prezzi più elevati.
    - Freelance: Puntano sulla flessibilità e sulla personalizzazione dei servizi, ma potrebbero avere meno risorse a disposizione.
    - Web agency: Si concentrano sulla realizzazione di siti web, trascurando spesso aspetti strategici del marketing.

## Punto 2:

### Parole chiave informative:

- **Intento:** L'utente cerca informazioni generali sul marketing digitale, consigli, guide, tutorial.
- **Esempi:** "cos'è il funnel marketing", "come fare social media marketing", "strategie marketing per PMI", "migliori strumenti di automazione marketing".

### Parole chiave commerciali:

- **Intento:** L'utente sta valutando diverse opzioni e confrontando servizi di marketing digitale.
- **Esempi:** "agenzia marketing digitale Milano", "consulente marketing online", "preventivo marketing digitale", "migliori piattaforme e-commerce".

### Parole chiave transazionali:

- **Intento:** L'utente è pronto ad acquistare un servizio di marketing digitale.
- **Esempi:** "contatta agenzia marketing", "richiedi consulenza marketing", "acquista corso online funnel marketing".

### Il mio vantaggio competitivo:

La mia combinazione unica di competenze tecniche (web development, automazioni) e strategiche (funnel marketing, advertising) mi permette di offrire un servizio completo e personalizzato alle PMI, differenziandomi sia dalle agenzie generaliste che dai freelance specializzati in un solo ambito.

## Prompt ottimizzato:

Agisci come un esperto SEO e marketing digitale specializzato in [INSERISCI MERCATO].

Genera 30 parole chiave in totale, suddivise per intento di ricerca, considerando:

Categorie di servizi digitali: [Elenca in modo specifico i tuoi servizi, ad es. "funnel marketing", "automazione email", "sviluppo e-commerce Shopify"]

Target audience: [Descrivi il tuo cliente ideale, ad es. "PMI italiane settore commercio", "professionisti freelance", "start-up tecnologiche"]

Mercato: [Specifica il mercato geografico di riferimento, ad es. "Italia", "Lombardia", "Roma"]

Suddivisione per intento di ricerca:

10 Informative: Parole chiave che indicano una ricerca di informazioni (es. "cos'è il funnel marketing", "guida automazione email").

10 Commerciali: Parole chiave che mostrano interesse per l'acquisto (es. "miglior agenzia funnel marketing", "costi sviluppo e-commerce").

10 Transazionali: Parole chiave che indicano l'intenzione di acquistare (es. "preventivo funnel marketing", "contatta esperto Shopify").

## Prompt per l'AI:

Agisci come un esperto di marketing digitale specializzato in PMI italiane. Sviluppa una strategia di marketing completa basata sulla seguente Empathy Map del cliente ideale:

### 1. Chi è il cliente ideale?

- **Profilo:** [Descrivi il cliente ideale, ad es. "Titolare di una PMI italiana nel settore commercio con 10-50 dipendenti"]
- **Situazione:** [Descrivi la situazione attuale del cliente, ad es. "Sta cercando di aumentare le vendite online ma ha difficoltà a generare traffico qualificato"]
- **Ruolo:** [Descrivi il ruolo del cliente nella sua azienda, ad es. "Responsabile delle decisioni di marketing"]
- **Keywords:** [Elenca le parole chiave che il cliente potrebbe utilizzare per descrivere se stesso, ad es. "imprenditore", "PMI", "marketing digitale", "crescita online"]

### 2. Bisogni e obiettivi:

- **Obiettivi:** [Elenca gli obiettivi del cliente, ad es. "Aumentare le vendite online del 20%", "Generare 100 lead qualificati al mese"]
- **Lavoro da fare:** [Descrivi le attività che il cliente deve svolgere per raggiungere i suoi obiettivi, ad es. "Creare campagne pubblicitarie efficaci", "Ottimizzare il sito web per i motori di ricerca"]

- **Decisioni da prendere:** [Elenca le decisioni che il cliente deve prendere, ad es. "Scegliere i canali di marketing più adatti", "Definire un budget per le attività di marketing"]
- **Misurazione del successo:** [Descrivi come il cliente misurerà il successo, ad es. "Aumento del traffico web", "Numero di lead generati", "ROI delle campagne pubblicitarie"]

### 3. Cosa vede:

- **Mercato:** [Descrivi come il cliente percepisce il mercato, ad es. "Molto competitivo", "In rapida evoluzione"]
- **Ambiente:** [Descrivi ciò che il cliente vede nel suo ambiente immediato, ad es. "Molti competitor che investono in marketing digitale"]
- **Influenze esterne:** [Descrivi cosa il cliente vede fare e dire dagli altri, ad es. "Articoli di blog su nuove strategie di marketing", "Case study di successo di altre PMI"]

### 4. Cosa dice:

- **Dichiarazioni:** [Riporta alcune frasi che il cliente potrebbe dire, ad es. "Non ho tempo per occuparmi di marketing", "Non so da dove iniziare con il marketing digitale"]

### 5. Cosa fa:

- **Comportamenti:** [Descrivi i comportamenti osservabili del cliente, ad es. "Cerca informazioni online sul marketing digitale", "Partecipa a webinar di settore"]

### 6. Cosa sente:

- **Influenze esterne:** [Descrivi cosa il cliente sente dire dagli altri, ad es. "Il marketing digitale è essenziale per le PMI", "Bisogna investire in pubblicità online per avere successo"]

### 7. Cosa pensa e prova:

- **Pains/Svantaggi:** [Elenca le paure, frustrazioni e ansie del cliente, ad es. "Paura di sprecare soldi in attività di marketing inefficaci", "Frustrazione per la mancanza di risultati"]
- **Gains/Vantaggi:** [Elenca i desideri, bisogni, speranze e sogni del cliente, ad es. "Desiderio di far crescere la propria azienda", "Bisogno di acquisire nuovi clienti", "Speranza di diventare un leader nel proprio settore"]

**Sulla base di questa Empathy Map, la strategia di marketing digitale dovrebbe includere:**

- **Canali di marketing:** [Suggerisci i canali più adatti al cliente, ad es. "SEO, content marketing, social media advertising"]
- **Messaggi chiave:** [Definisci i messaggi chiave da comunicare al cliente, ad es. "Risultati misurabili", "Soluzioni personalizzate", "Supporto costante"]

- **Tattiche specifiche:** [Proponi tattiche concrete per raggiungere gli obiettivi del cliente, ad es. "Creazione di contenuti ottimizzati per la SEO", "Campagne pubblicitarie mirate sui social media", "Implementazione di un sistema di automazione del marketing"]

**Obiettivo finale:** Aiutare il cliente a [riformulare l'obiettivo principale del cliente in termini di risultati concreti e misurabili].