

# PROGETTO CONSEGNA

AYOUB SAIDI-EPICODE



## Project Summary

- Breve presentazione
- analisi target audience
- strategia operativa - In 6 FASI
- FASE 1: Analisi e Pianificazione
- FASE 2: Content Marketing
- FASE 3: Espansione e Sponsorizzazione Pubblicitaria
- FASE 4: Conversione e vendita
- FASE 5: Fidelizzazione e Upsell
- FASE 6: Analisi e Ottimizzazioni

## PRESENTAZIONE PROGETTO

### BREVE PRESENTAZIONE

- PERSONAL BRANDING: Consulente e InfoMarketer digitale + servizio done for you chiave in mano
- NOME BRAND: Ayoub Saidi - digital Marketing
- CORE : Social Media Marketing (Content Creation), Copywriting, Email marketing

Il portfolio di servizi comprende anche Formazione diretta con strategie e supporto nella creazione di strutture marketing automatizzato e personalizzate in base al servizio o prodotto di punta dei nostri clienti.

Tutto questo avviene attraverso:

1. formazione sotto forma di consulenze 1 to 1 o coach di gruppo per Creazioni e gestioni di Funnel, siti Web personalizzate alle esigenze del cliente e all'obiettivo da raggiungere (generazione di traffico, vendite etc) , Ads pubblicitarie di differenti piattaforme social Google (Google Adwords, youtube), Meta (Facebook, Instagram), Tik Tok, Linkedin, creazione e gestione di email marketing e autoresponder.

2. Esiste anche un ulteriore servizio di punta ad alto costo in cui siamo noi a creare il tutto con servizi ad hoc "Chiavi in mano".

In base alle complessità e al tempo di lavoro ci sarà anche l'operatività diretta dei miei collaboratori super esperti e professionisti del settore di comprovata esperienza negli anni e che hanno collaborato con i più grandi marchi e brand nazionali ed internazionali.

grazie alle loro competenze e i loro servizi, siamo in grado di offrire , oltre a consulenze personalizzate generali o specifiche di alcuni ambiti, anche creare e gestire per loro il tutto attraverso un servizio done for you "Chiavi In Mano".

## AUDIENCE PERSONA

### 1. A chi mi rivolgo?

Uomini e donne che appartengono alla categoria di Imprenditori, Liberi professionisti, formatori e Coach che vogliono scalare le loro aziende e attività, aumentando i propri clienti e fatturati sfruttando le strategie del digital marketing e creare o potenziare la loro presenza nel web.

### 2. Come si informa e decide di acquistare?

Il mio target ideale viene attratto tramite

1. le mie sponsorizzate (youtube, meta, linkedin, tik tok) con contenuti specifici o tutorial, casi di successo dei nostri clienti che hanno ottenuto e raggiunto gli obiettivi o addirittura sono andati ben oltre.
2. i miei Webinar online o dal vivo organizzati con contenuto di altissimo valore
3. Attraverso il passaparola diretto,
4. Grazie a sponsorizzate di aziende partnership che collaborano con noi con il sistema joint venture tra aziende.

Solitamente i miei clienti accedono ai miei contenuti gratuiti di altissimo valore (template, workbook, pdf, articoli di blog) o attraverso minicorsi low ticket già creati che risolvono alcuni dei problemi più riscontrate in quelle nicchie che li può portare a rivolgersi direttamente con me e i miei collaboratori per una call strategica ed eventualmente, proiettarsi per una delle due strade o entrambe:

1. **Consulenze one to one con il cliente o di gruppo**
2. **Un servizio personalizzato Done for you "chiavi in mano"** con una referral mensile in base alle prestazioni prodotte + il pagamento per la costruzione di tutta la struttura necessaria (domini, sito, piattaforme e software, budget sponsorizzate etc)

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

1. **Costo:** Possono pensare che l'investimento iniziale sia elevato.
2. **Efficacia:** Possono avere dubbi sull'efficacia delle strategie proposte e diffidenza sul marketing digitale a causa anche dei "Fanta Guru" e

paura di beccarsi l'ennesima "Fregatura" da qualche web agency o consulente.

3. **Esperienze precedenti con i competitor negative:** sono "scottati" dai precedenti agenzie, consulenze.
4. **Complessità:** Hanno difficoltà nel seguire i vari step della strategia e risultare ai loro occhi un sistema molto complesso e difficile da applicare e che possa scoraggiare dall'applicarle.
5. **Affidabilità:** Hanno incertezza sulla competenza dei consulenti, dei tecnici e delle piattaforme e strategie utilizzate.
6. **Personalizzazione:** Hanno timore che le soluzioni non siano abbastanza personalizzate e adattabili al proprio business e alla sua nicchia nello specifico.
7. **Tempo:** temono che necessiti di tanto tempo per vedere i risultati.
8. **Integrazione con i sistemi esistenti:** hanno dubbi sulla compatibilità e integrazione con i sistemi e software rispetto a quelli utilizzati dall'azienda.
9. **Supporto post-vendita:** Hanno paura che ci sia mancanza di Disponibilità di supporto e assistenza dopo l'acquisto
10. **Sovraccarico di informazioni: Hanno paura delle** Complessità delle strategie di marketing automatizzato e dell' "Overload" con bombardamento di informazioni talvolta macchinose e fini a se stesse.
11. **Rischi legati alla privacy e sicurezza dei dati:** Preoccupazioni sulla gestione e sicurezza dei dati sensibili dei loro clienti.
12. **Flessibilità:** Timore di mancanza di Flessibilità nel modificare le strategie in corso d'opera.
13. **ROI (ritorno dell'investimento) non garantito:** Hanno incertezza sul ritorno sull'investimento a fronte di una grande spesa.

#### **4. Quali sono le soluzioni per contrastare i loro dubbi ed eliminare potenziali resistenze all'acquisto dei miei servizi?**

Le soluzioni vengono introdotte sia in fase di vendita e branding che nelle altre fasi del marketing, come nella creazione di contenuti (per esempio nei miei Lead Magnet), durante la fase di acquisizione di lead, nelle campagne email, nei copy delle sponsorizzate ads, e illustrarli come bullet points nel copy delle Sales page (Pagine di vendita)), nei funnel etc)

1. **Costo:** Offriamo un lead magnet di alto contenuto di valore gratuitamente e li indirizziamo ad una prima call conoscitiva sempre gratuita. Offriamo piani di pagamento flessibili e dimostriamo il ROI attraverso studi di casi di successo.
2. **Efficacia:** Forniamo testimonianze, casi di successo e risultati tangibili e misurabili.
3. **Esperienze precedenti con i competitor negative:** Comunichiamo in maniera trasparente e mostriamo loro il nostro elemento differenziante che ci allontana completamente dal modo di lavorare dei competitor e introdurre sessioni di Q&A settimanali per rispondere a qualsiasi dubbio e problematiche specifiche (questo conforta il cliente che si sente al centro e non un semplice e mero "portafogli" vivente).

4. **Complessità:** Riduciamo l'operatività strategica e tecnica in step semplici e applicabili fin da subito senza giri di parole, senza buttare ore e ore di contenuto fine a se stesso. più passi pratici diretti e implementativi. ragionare in chiave di micro step passo passo.
5. **Affidabilità:** Evidenziamo l'esperienza e le qualifiche dei componenti del team, forniamo i feedback dei nostri clienti.
6. **Personalizzazione:** Enfaticizziamo l'approccio su misura e la consulenza 1-to-1. Mostriamo esempi concreti di soluzioni personalizzate implementate per altri clienti.
7. **Tempo:** ragioniamo in chiave di micro obiettivi per volta e quantifichiamo il tutto in microtempi. questo ci permetterà di mantenere alta la motivazione del cliente che lavorerà assieme a noi a micro obiettivo per volta, lo renderà molto più produttivo e avrà e otterrà una percezione ridotta del tempo di lavoro .
8. **Integrazione con i sistemi esistenti:** Identifichiamo software ultra compatibili che possano integrarsi con i suoi sistemi software, che siano il più semplici possibili e addirittura potenziarli. Offriremo loro anche un supporto tecnico e formazione per una transizione senza problemi.
9. **Supporto post-vendita:** Disponibilità di supporto e assistenza pre, durante e dopo l'acquisto attraverso contatti di riferimento via whatsapp, email con i team di supporto, aperture di ticket risolutivi dalla piattaforma e attraverso le domande più frequenti inserite nella pagina sito di supporto. Forniamo anche un piano di manutenzione e aggiornamenti regolari.
10. **Sovraccarico di informazioni:** ragioneremo per micro step, eliminiamo o riduciamo al minimo elementi teorici al solo fine del raggiungimento dell'obiettivo e ragioniamo sui passi pratici utilizzando un linguaggio che il nostro target conosce.
11. **Rischi legati alla privacy e sicurezza dei dati:** Implementiamo e comunichiamo chiaramente le politiche di sicurezza e privacy adottate. Forniamo esempi concreti di come i dati saranno protetti e gestiti in modo sicuro. Garantiamo la gestione e la massima sicurezza dei dati sensibili dei loro clienti rispettando le norme Europee GDPR, ed evitando di violare la privacy e la vendita di database con dati sensibili ad altre aziende o piattaforme .
12. **Flessibilità:** garantiamo piena flessibilità nel modificare le strategie in corso d'opera in quanto ragionando in micro step, può risultare anche più facile rivalutare e rimodellare al meglio la strategia iniziale, offrendo loro soluzioni scalabili che possano crescere con l'azienda.
13. **ROI (ritorno dell'investimento):** Forniamo loro previsioni basate su dati e casi di studio precedenti. Offriamo periodi di prova o garanzie di soddisfazione per ridurre il rischio percepito e analisi dettagliata dei risultati volta per volta.

## **5. Chi sono e cosa fanno i miei competitor?**

**Consulenti :** Consulenza specifica, spesso focalizzata su un'area particolare del marketing

## ANALISI TARGET AUDIENCE

i loro punti di forza consistono in un altissima specializzazione in settori specifici del marketing stesso, si può arrivare a identificare ogni singolo dettaglio e micro problema e suo potenziale microstep di risoluzione .  
I loro punti di debolezza Difficoltà di offrire un servizio tutto completo o integrato

( a meno che non si tratti di un grande brand come alcuni elencati qui sotto che hanno interi team che si occupano di creare tutti i servizi e addirittura alcuni di loro hanno team di programmatori e creato piattaforme di automazione per gestioni di funnel, email marketing, piattaforme di E-learning per corsi, creazioni siti web etc)

esempio di Consulenti Marketer Italiani

1. Big Luca, <https://www.biglucainternational.com/>
2. Mik Cosentino, <https://mikcosentino.com/>
3. Giacomo Freddi, <https://www.giacomofreddi.it/Ofkwk4y>
4. Simone Milani, <https://www.simonemilani.com/>
5. Marco Scabbia (corsi e consulenze di Jeff walker in lingua italiana), <https://www.marcoscabbia.com/>
6. Frank Merenda, <https://frankmerenda.com/>
7. Marco Lutz, <https://drlutz.com/>
8. Marketers (Dario vignali), <https://wearemarketers.net/chi-siamo/>

**Web Agency:** Offrono servizi simili, ma spesso non con la stessa personalizzazione e consulenza approfondita, ma più come pacchetti di servizi.

i loro punti di forza consistono nell'avere un ampia gamma di servizi e un esperienza consolidata di questi servizi in quanto lavorano a tanti casi. i loro punti di debolezza e che sono Meno flessibili e talvolta si basano più sul lavoro della nicchia stessa che nella personalizzazione del brand.

inoltre alcuni di loro hanno una scarsa promozione a livello social in termini di sponsorizzate ads e lavorano molto più sulla SEO e ricerca google (limitando una bella fetta di potenziale target presente su meta e youtube)

esempio di aziende Agency

1. Loop agency ( Francesco Agostinis), <https://loopsrl.agency/francesco-agostinis/>
2. Net Strategy, <https://www.netstrategy.it/>

3. Websolute, <https://www.websolute.com/>
4. Webdomus digital agency, <https://www.webdomus.net/>
5. Bewe - empower digital marketing, <https://www.bewe.it/>

## **6. Con chi vogliamo interagire?**

- **Aziende di medie dimensioni:** Aziende che cercano di ottimizzare le loro strategie di marketing digitale attraverso l'automazione online.
- **Imprenditori , Coach, Consulenti e liberi professionisti :** Che necessitano di un approccio personalizzato per incrementare il loro business e migliorare il ROI delle campagne.

## **7. Chi è la persona che vogliamo comprendere?**

- **Persona:** Imprenditori , Coach, Consulenti e liberi professionisti.
- **Età:** 25-60 anni.
- **Localizzazione:** Principalmente in Italia, ma aperto a clienti di lingua italiana a livello internazionale.

## **8. Qual è la situazione in cui si trova? (Quali keywords utilizza per descrivere sé stesso)**

- **Situazione:** La persona è alla guida di un'azienda o di un'attività e sta cercando di ottimizzare le campagne di marketing, migliorare l'efficienza operativa e incrementare le vendite e clienti.
- **Keywords:** "Marketing automatico", "ottimizzazione del funnel", "aumento delle conversioni", "ROI marketing", "soluzioni chiavi in mano".

## **9. Qual è il suo ruolo in quella situazione?**

- **Ruolo:** Decision maker che a causa dei vari tentativi falliti, ricerca una soluzione più pratica e "diretta" per migliorare le performance di vendite e acquisizione clienti.

## **10. Di cosa ha bisogno?**

- **Bisogno:** Soluzioni di marketing automatizzato che siano efficaci, facili da implementare e che possano essere monitorate in termini di ROI.
- **Bisogni specifici:**
  - Creazione e gestione di funnel di vendita.
  - Ads pubblicitarie su varie piattaforme.
  - Creazione e gestione di siti web personalizzati.
  - Campagne di email marketing e autoresponder.

### 11. Cosa deve ottenere?

- **Obiettivo:** Aumento delle conversioni, incremento delle vendite, maggiore efficienza nelle campagne di marketing, ottimizzazione del funnel di vendita.

### 12. Che lavoro vuole o deve fare? Quali decisioni deve prendere? Come sapremo se ha avuto successo?

- **Lavoro:** Implementare strategie di marketing automatizzato, monitorare le performance delle campagne, adattare le strategie in base ai risultati.
- **Decisioni:** Scelta dei software di servizi di marketing, di veri professionisti marketer che possano aiutarli, allocazione del budget per le campagne, selezione delle piattaforme pubblicitarie.
- **Successo:** Aumento del traffico web, incremento delle conversioni, miglioramento del ROI, feedback positivo da parte dei clienti.

### 13. Cosa vede?

- **Mercato:** Vede una competizione crescente nel proprio settore con molte aziende che offrono soluzioni standardizzate.
- **Ambiente in continuo cambiamento:** Pressione per ottenere risultati concreti e dimostrabili, necessità di giustificare l'investimento in nuove tecnologie.
- **Altri:** Competitor che implementano nuove strategie, colleghi che sperimentano con diverse tecniche di marketing.
- **Cosa guarda e legge:** Blog di settore, case study, webinar, riviste specializzate in marketing digitale, contenuti educativi su LinkedIn.

### 14. Cosa dice?

- **Frasi tipiche:** "Dobbiamo migliorare il nostro ROI", "Cerchiamo una soluzione che sia efficace, non complessa e personalizzata", "Ho bisogno di una strategia che mi porti risultati tangibili".
- **Immagina se stesso:** Discutere con i colleghi di soluzioni innovative, confrontarsi con altri leader del settore su best practices.

### 15. Cosa fa?

- **Agisce confuso,** non sa come agire e si ritrova a buttare continuamente soldi senza ottenere nessun risultato.
- **Comportamento osservato nei suoi competitor:** Investire tempo in ricerca di mercato, testare nuove soluzioni di marketing, monitorare costantemente i KPI.



## 16. Cosa sente dire?

- **Amici e colleghi:** Parlano di soluzioni innovative, condividono esperienze positive e negative riguardo a diverse strategie di marketing.
- **Seconda mano:** Sentire storie di successo o fallimenti di altre aziende, ottenere feedback su vari fornitori di servizi di marketing.

## 17. Cosa pensa? Cosa prova?

- **PAINS/SVANTAGGI:**

1. **Paure:** Investire in una soluzione costosa che non porta risultati, non riuscire a giustificare l'investimento al consiglio di amministrazione.
2. **Frustrazioni:** Difficoltà a integrare nuove soluzioni con i sistemi esistenti, mancanza di supporto continuo.
3. **Ansie:** Rischio di perdere terreno rispetto ai competitor che adottano tecnologie più avanzate.

- **GAINS/VANTAGGI:**

1. **Desideri:** Avere una soluzione di marketing che funziona in modo fluido e integrato, ottenere un chiaro ritorno sull'investimento.
2. **Bisogni:** Migliorare le conversioni, aumentare le vendite, avere una maggiore efficienza operativa.
3. **Speranze e sogni:** Diventare leader nel proprio settore grazie a strategie di marketing superiori.

- **Altri pensieri e sentimenti:**

1. **Motivazioni:** Volontà di innovare, desiderio di ottenere riconoscimento professionale, ambizione di far crescere l'azienda o la propria attività.
2. **Blocchi:** Timore del cambiamento, preoccupazioni sulla complessità delle nuove soluzioni, incertezze sulla capacità di implementazione.

- **Rischi:**

1. **Rischi finanziari:** Investire in soluzioni costose senza un chiaro ritorno.

## STRATEGIA OPERATIVA

### IL PIANO STRATEGICO IN 6 FASI

A livello di consulenze possiamo offrire supporto per una specifica fase , per più fasi o addirittura per tutta la strategia completa. stessa cosa vale per il servizio di Done for you dove andremo a fare il lavoro al posto loro per ogni singola fase o più fasi a seconda dell'esigenza del cliente e dell'obiettivo da raggiungere .

Possiamo riassumere il tutto in **6 FASI STRATEGICHE:**

## FASE 1 : ANALISI E PIANIFICAZIONE

### FASE 1 : Analisi e Pianificazione

1. **Ricerca di Mercato:** Comprendiamo il mercato di riferimento, i bisogni dei clienti e la concorrenza.

Questo lo possiamo fare attraverso diverse strategie:

#### **Analisi SWOT (Forze, Debolezze, Opportunità, Minacce):**

- **Forze:** Identifichiamo i loro punti di forza dell'azienda rispetto ai loro competitor (es. team esperto, soluzioni personalizzate).
- **Debolezze:** Riconosciamo le loro aree di miglioramento (es. visibilità di brand, costo dei servizi).
- **Opportunità:** Identifichiamo le tendenze di mercato e le nuove tecnologie che possono essere sfruttate dalle aziende dei nostri clienti (es. crescita del marketing automatizzato).
- **Minacce:** Riconosciamo i rischi esterni (es. nuovi competitor, cambiamenti normativi).
- **Sondaggio tra clienti esistenti e potenziali:** Utilizziamo strumenti come SurveyMonkey o Google Forms per raccogliere dati su preferenze, sfide e bisogni dei nostri potenziali clienti.
- **Analisi dei competitor:** Studiamo i servizi offerti dai competitor, le loro strategie di marketing, i loro punti di forza e debolezze.

2. **Definizione del Cliente Ideale (Buyer Persona):** lo scopo è quella di crearci profili altamente dettagliati dei nostri clienti target.


Questo lo possiamo fare attraverso diverse strategie:

- **Segmentazione del mercato:** Suddividiamo il mercato in segmenti specifici in base a demografia, psicografia e comportamento d'acquisto.
- **Creazione di profili di buyer persona:** Facciamo compilare loro i profili dettagliati che includano informazioni come età, ruolo lavorativo, obiettivi, sfide e canali di comunicazione preferiti.

3. **Obiettivi di Marketing SMART (Intelligente):** Qui Stabilizziamo obiettivi specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e temporizzati.

Questo lo possiamo fare attraverso diverse strategie:

- **Definizione di KPI (Key Performance Indicators):** Stabiliamo fin da principio metriche chiave come tasso di conversione, lead generati, traffico del sito web, ecc.
- **Stabilire le tempistiche:** Definiamo scadenze specifiche per il raggiungimento di ciascun micro obiettivo per volta prefissato. Questo



ci permetterà di rendere gli obiettivi del cliente facilmente raggiungibili e soprattutto più chiari ai loro occhi (es. aumentare il traffico del sito web del 20% in 6 mesi).

## FASE 2 : Content Marketing

Una volta definito il lavoro preparatorio , passiamo a questa fase in cui creiamo lo scheletro iniziale partendo proprio dalla progettazione e creazione di contenuti altamente attrattivi con lo scopo di attrarre il nostro potenziale lead in target, scaldarli e trasformarli in nostri potenziali clienti e rafforzare il nostro brand positioning. Possiamo utilizzare diversi strumenti che lavorano in sinergia e contemporaneamente come:

### 1. SITO WEB

- Creiamo il nostro sito Web attraverso Wordpress con il core brand, logo e lo curiamo dettagliatamente con gli elementi come la Home, pagine servizio. (e renderlo facilmente navigabile)
  - inseriamo all'interno del sito stesso i nostri contenuti come articoli, blog, video (Creiamo video tutorial, interviste con esperti, webinar e live streaming.) con pubblicazioni settimanali su temi rilevanti come strategie di marketing, case study, e best practices
  - Offriamo la possibilità di scaricare contenuti gratuiti che approfondiscono argomenti specifici e risolvono problemi comuni del nostro target sotto forma di Ebook, report, roadmap workbook etc in formato pdf..
  - Li Indirizziamo, per altri contenuti di valore all'interno delle:
1. Nostre pagine social e profili (facebook, instagram, Linkedin, tik tok(per la parte del nostro target che utilizza la piattaforma)) ,
  2. Nostri gruppi facebook, gruppi telegram, whatsapp o Discord.
  3. Nostri Canali Youtube

### 2. SOCIAL

- **Facebook:** Creiamo una pagina facebook come gruppo per la community dei nostri clienti (da sfruttare anche per una strategia di remarketing) dove pubblicheremo continuamente nuovi contenuti "Riservati" per i nostri clienti e che permettono di scaldarli continuamente con aggiornamenti, procedure, vendita di prodotti con offerte "esclusive solo per loro" . inoltre questo gruppo potrebbe fungere anche da supporto e risoluzione alle domande comuni dei nostri clienti.
- **Instagram:** del profilo con il nome del nostro Brand. lo scopo principale in questo caso è aumentarne la visibilità e aumentare i

## FASE 2 : CONTENT MARKETING

followers (Arpioniamo i nostri potenziali lead che navigano nei nostri siti, nei nostri canali youtube o i clienti che già ci conoscono e li invitiamo a seguirci ) attraverso contenuti di altissimo valore tramite i reels ultra attrattivi, post e video accattivanti che creeremo per loro.

- **Youtube:** Potremo sfruttare contenuti che abbiamo già utilizzato in altre piattaforme o trascrivere e registrare una parte di un nostro prodotto o servizio di punta che vendiamo a basso costo e renderli dei video accattivanti per youtube. Questo ci permetterà di creare una nostra authority e soprattutto rendere tutto più chiaro agli occhi dei nostri potenziali lead, mostrando la semplicità e l'efficacia dei nostri metodi e servizi. possiamo anche caricare webinar e programmare le live aperte al pubblico su un determinato contenuto di cui ci occupiamo (con l'iscrizione ad un nostro evento grazie alla promessa di un contenuto ad alto valore gratuito che invieremo loro e creazione di hype attraverso l'email marketing.
- **TikTok:** In questo caso creiamo contenuti più "Soft" attraverso reel ben studiati adattabili al nostro target di riferimento che utilizza questo social. Sfrutteremo l'utilizzo di una call to action con link che li indirizzeranno ad altri contenuti presenti all'interno di nostre pagine specifiche del nostro funnel, alle pagine e canali social principali o al nostro sito web di riferimento.

### 3. EMAIL MARKETING


I lead che ci hanno lasciato i loro contatti in cambio della promessa di un contenuto ad alto valore gratuito, entreranno in una lista in cui riceveranno giornalmente

- Dei nostri contenuti ad alto valore che li indirizzeranno alle nostre pagine, canali social o articoli di siti web
- Alle nostre pagine di vendita del prodotto/servizio

### 4. SEO (Search Engine Optimization)

Dopodiché passiamo alla fase in cui andremo a migliorare la visibilità del nostro sito web sui motori di ricerca.

- **Ricerca delle keyword:**

- 
- Utilizzeremo strumenti come Google Keyword Planner e SEMrush per identificare le keyword più rilevanti da sfruttare.
  - **Ottimizzazione on-page:**
  - Ottimizziamo i titoli, meta descrizioni, header tags, contenuti e immagini del sito web.
  - **Creazione di contenuti:**
  - Scriviamo articoli e blog post basati sulle keyword che abbiamo selezionato.

## FASE 3 : ESPANSIONE E SPONSORIZZAZIONE PUBBLICITARIA

### FASE 3 : Espansione e Sponsorizzazione Pubblicitaria

1. **PPC (Pay-Per-Click) Advertising:** Andremo ad aumentare il traffico al sito web e generare lead qualificati attraverso annunci a pagamento.
  - **Google Ads:** Creiamo campagne su Google Search, targettizzando le nostre keyword e il pubblico appropriato.
  - **Social Media Ads:** Implementare le nostre campagne su Facebook, Instagram, LinkedIn e TikTok con segmentazioni dettagliate per raggiungere il nostro target.
  - **Remarketing:** Targetizzare gli utenti che hanno già visitato il nostro sito web con annunci personalizzati per aumentare le nostre potenziali conversioni.
- 2.. **Email Marketing:** In questo caso specifico ci serve per "nutrire" i nostri lead acquisiti e mantenere i nostri clienti, che già hanno acquistato da noi, sempre coinvolti
  - **Sequenze di email automatizzate:** Creiamo una serie di email e sequenze per guidare i lead attraverso il funnel di vendita (es. benvenuto, nurturing, offerta speciale).
  - **Segmentazione della lista email:** Suddividiamo la lista in segmenti per inviare contenuti personalizzati in base agli interessi e comportamenti dei destinatari.
  - **Newsletter regolari:** Inviemo aggiornamenti periodici con notizie, offerte e contenuti educativi per mantenere alto l'interesse.
- 3.. **Social Media Marketing:** Ci permette di aumentare la nostra Brand Awareness e coinvolgere il nostro pubblico sui social media
  - **Creazione e pubblicazione di contenuti:** Pianifichiamo e pubblichiamo contenuti regolari su LinkedIn, Facebook, Instagram e TikTok.
  - **Interazione con il pubblico:** Rispondiamo ai commenti, messaggi diretti e partecipiamo a discussioni nei nostri gruppi.
  - **Influencer Marketing:** Collaboriamo attraverso partnership, joint venture con influencer del settore per ampliare la portata di potenziali clienti e la credibilità del nostro brand.
- 4.. **Eventi e Webinar**
  - **Organizzazione di webinar:** Pianifichiamo e creiamo webinar su temi specifici di marketing (soprattutto quelli che possono sembrare molto complessi ai loro occhi).



- **Partecipazione a eventi dal vivo (in un secondo momento):** Organizzare conferenze e seminari (anche di qualche giorno) per aumentare la visibilità del nostro brand e portarli a vendite di prodotti high ticket.
- **Offerta di sessioni di consulenza gratuite:** Durante i giorni dell'evento offriamo anche consulenze iniziali gratuite per attrarre nuovi clienti.

## FASE 4 : CONVERSIONE E VENDITA

### FASE 4 : Conversione e Vendita

1. **Ottimizzazione del Funnel di Vendita:** Guidiamo i lead attraverso il processo di vendita fino alla conversione in clienti paganti.
  - **Creazione di landing page:** Progettiamo landing page ottimizzate per la conversione con CTA chiari e offerte rilevanti.
  - **Implementazione di CTA:** Utilizzeremo call-to-action efficaci nelle nostre landing page e nei contenuti per guidare i lead verso le conversioni.
  - **Analisi del comportamento degli utenti:** Utilizziamo strumenti di analisi per monitorare il comportamento degli utenti e ottimizzare continuamente il funnel.
- 2.. **Lead Nurturing:** Coltivare i lead fino a che non sono pronti per l'acquisto e continuare a farlo anche dopo per remarketing.
  - **Email e contenuti personalizzati:** Inviame email e forniamo contenuti specifici per rispondere ai bisogni e alle preoccupazioni dei lead.
  - **Demo gratuite e consulenze 1-to-1:** Offriamo demo dei servizi e consulenze individuali per mostrare il valore delle nostre soluzioni proposte.
- 3.. **Sales Enablement:** Forniamo al nostro team di vendita gli strumenti e le informazioni necessari per chiudere le vendite.
  - **Training al team di vendita:** Formeremo continuamente il team di vendita sulle nuove strategie di marketing e sulle tecniche di chiusura delle vendite che devono applicare ai clienti.

**FASE 5 :  
FIDELIZZAZIONE E  
UPSELL**

**FASE 5 : Fidelizzazione e Upsell**

1. **Customer Success:** Ci assicuriamo che i clienti siano soddisfatti e che riescano a raggiungere i loro obiettivi.

- **Supporto continuo e personalizzato:** Offriamo assistenza continua e personalizzata per risolvere eventuali problemi.
- **Monitoraggio dei risultati:** Monitoriamo i risultati ottenuti e forniamo raccomandazioni per miglioramenti.

2.. **Programmi di Fidelizzazione:** In questa fase Incentiviamo i clienti a rimanere nostri "Fan" e stimoliamo la fidelizzazione e portarli a fare ulteriori acquisti.

- **Programmi di fidelizzazione:** Creiamo programmi con sconti, offerte esclusive e premi per i clienti fedeli.
- **Contenuti educativi continui:** Offriremo contenuti formativi e aggiornamenti sui servizi per mantenere alto l'interesse.

3.. **Strategia di Upsell e Cross-Sell:** Aumentiamo il valore del cliente proponendo servizi scalari aggiuntivi.

- **Analisi dei bisogni dei clienti:** Valutiamo i bisogni dei clienti e proponiamo soluzioni complementari.
- **Creazione di pacchetti di servizi:** Offriremo pacchetti che combinano diversi servizi per massimizzare il valore per il cliente e ottenere maggiori risultati che possono andare aldilà dei risultati sperati.

## FASE 6 : ANALISI E OTTIMIZZAZIONE

### FASE 6 : Analisi e Ottimizzazione

1. **Monitoraggio dei KPI:** Misuriamo il successo delle campagne e identifichiamo aree di miglioramento.
  - **Utilizzo di strumenti di analisi:** Utilizziamo Google Analytics, CRM e piattaforme di marketing automation per monitorare le metriche chiave.
  - **Monitoraggio delle metriche chiave:** Analizziamo tasso di conversione, i costi per acquisizione, il ROI, etc.
- 2.. **A/B Testing:** Ottimizziamo le campagne attraverso test continui.
  - **Esecuzione di A/B test:** Testiamo diverse versioni di landing page, email, annunci pubblicitari e CTA per identificare le più efficaci.
  - **Analisi dei risultati:** Analizziamo i risultati dei test e implementiamo le modifiche più efficaci.
- 2.. **Feedback dei Clienti:** Raccogliamo feedback per migliorare i nostri servizi e la customer experience.
  - **Sondaggi e interviste:** creare continui sondaggi e interviste ai clienti per raccogliere feedback e farci lasciare i casi studio.
  - **Utilizzo del feedback:** Utilizziamo il feedback per apportare miglioramenti ai servizi e alle strategie.