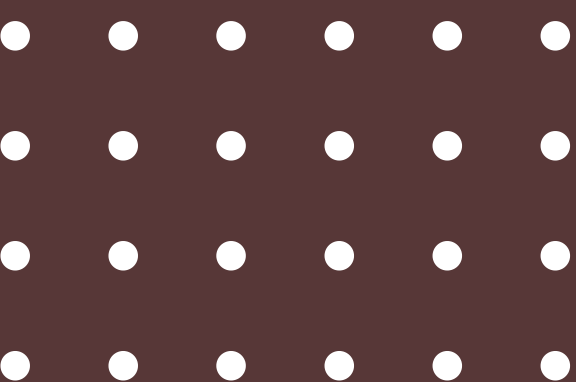
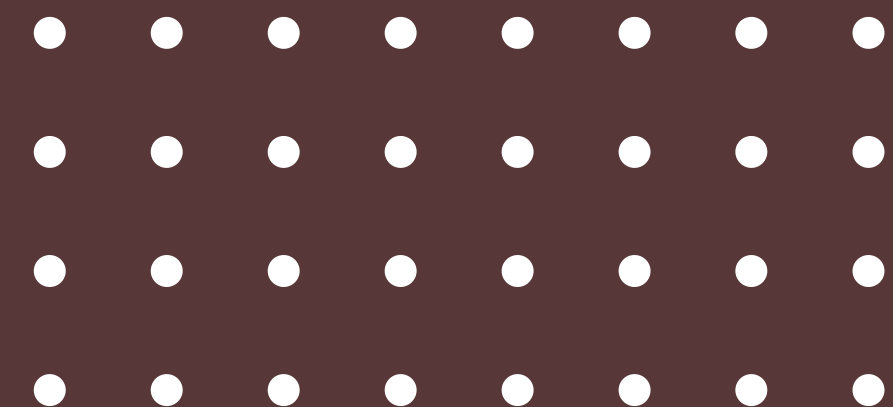




STRATEGIA CONSULENTE MARKETING DIGITALE



Settore	Categoria	Servizi
Consulente	Digital Marketing	SEO, Lead Generation, Campagne Social, Campagne Google.



Audience Personas

1. Piccolo Imprenditore
2. Marketing Manager medie e grandi imprese
3. Professionista Indipendente

Chi è la mia audience personas 1?



- **Caratteristiche:** Proprietario di una piccola azienda nel settore tradizionale (es. ristorazione, negozi al dettaglio, artigianato).
- **Come individuarlo:** Frequenta fiere locali, eventi di networking, gruppi di settore su LinkedIn e Facebook, utilizza Google My Business in modo limitato.

Come si informa e decide di acquistare?

- Fonti di informazione: Blog di settore, forum, gruppi Facebook e LinkedIn, webinar gratuiti, podcast, passaparola.
- Processo decisionale: Cerca casi studio e testimonianze di successo simili al suo settore. Preferisce approcci consultivi e preventivi dettagliati.

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

- **Dubbi:** Costi iniziali troppo elevati, mancanza di risultati immediati, scetticismo sull'efficacia del digital marketing per il suo business.
- **Timori:** Paura di investire senza ritorno, difficoltà nell'apprendere nuove tecnologie, mancanza di fiducia nei consulenti digitali.

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

- Agenzie di digital marketing locali, Consulenti freelance, Piattaforme fai-da-te

Agenzie di digital marketing full-service: Offrono una gamma completa di servizi di digital marketing, che possono essere costosi per le piccole imprese. Potrebbero non essere in grado di fornire l'attenzione personalizzata che le piccole imprese richiedono.

Consulenti di digital marketing freelance: Possono offrire servizi più convenienti e personalizzati, ma potrebbero non avere la stessa esperienza o le stesse risorse delle agenzie full-service.

Soluzioni di digital marketing fai da te: Possono essere una buona opzione per le piccole imprese con un budget limitato, ma possono richiedere tempo e competenze per essere implementate correttamente.

Chi è la mia audience personas 2?



- **Caratteristiche:** Responsabile marketing in una PMI. Ha conoscenza di base del digital marketing ma cerca supporto specialistico.
- **Come individuarlo:** Attivo su LinkedIn, partecipa a conferenze di marketing e digital events, abbonato a newsletter di settore.

Come si informa e decide di acquistare?

- Fonti di informazione: Blog specializzati, white paper, report di settore, corsi online, podcast e webinar di esperti.
- Processo decisionale: Valuta proposte dettagliate, studia case study, confronta offerte, necessita di vedere dati e KPI concreti.

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

- **Dubbi:** Giustificare il budget agli stakeholders interni, gestione e integrazione dei nuovi servizi.
- **Timori:** Paura di non vedere risultati tangibili, rischio di interrompere altre campagne, preoccupazione per il ROI.

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

- Agenzie di digital marketing specializzate, tool di marketing automation, società di consulenza con pacchetti completi

Agenzie di digital marketing full-service: Possono offrire le competenze e le risorse necessarie per gestire campagne di marketing complesse, ma possono essere costose.

Consulenti di digital marketing freelance: Possono offrire un'opzione più conveniente e flessibile, ma potrebbero non avere la stessa esperienza o le stesse risorse delle agenzie full-service.

Soluzioni di digital marketing fai da te: Possono essere una buona opzione per le PMI con un budget limitato o che desiderano avere un maggiore controllo sulle loro campagne di marketing, ma possono richiedere tempo e competenze per essere implementate correttamente.

Chi è la mia audience personas 3?



- **Caratteristiche:** Freelancer o consulente in settori come finanza, coaching, design, estetica, chirurgia.. Ha bisogno di incrementare la visibilità e generare lead qualificati.
- **Come individuarlo:** Attivo su LinkedIn, Instagram e Twitter. Partecipa a meetups, workshop e corsi di formazione continua

Come si informa e decide di acquistare?

- **Fonti di informazione:** Blog di influencer di settore, tutorial su YouTube, articoli, gruppi di discussione, webinar
- **Processo decisionale:** Ricerca opinioni e recensioni online, preferisce servizi con pacchetti personalizzabili e prove gratuite, influenzato da testimonial di altri professionisti.

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

- **Dubbi:** Investimento iniziale in relazione ai guadagni attuali, mancanza di tempo per gestire le nuove attività di marketing, complessità degli strumenti.
- **Timori:** Preoccupazione per l'impatto sulla propria immagine professionale, timore di sprecare risorse senza ritorno, ansia riguardo al mantenimento dell'autenticità online

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

- Altri consulenti di digital marketing freelance, piattaforme di marketing, corsi online per autogestire il marketing

Agenzie di digital marketing: Possono aiutare i freelance a creare una forte presenza online e sviluppare campagne di marketing mirate, ma possono essere costose.

Consulenti di digital marketing freelance: Possono offrire un'opzione più conveniente e personalizzata, ma potrebbero non avere la stessa esperienza o le stesse risorse delle agenzie full-service.

Soluzioni di digital marketing fai da te: Possono essere una buona opzione per i freelance con un budget limitato, ma possono richiedere tempo e competenze per essere implementate correttamente.

10 KEYWORD Informative

Keyword	Volume di ricerca
1.Cos'è SEO	1000
2.Come funziona la Lead Generation	800
3.Strategie di Campagne Social Media	700
4.Importanza delle Campagne Google	900
5.Come migliorare il posizionamento SEO	1200
6.Tecniche per generare lead qualificati	1000
7.Tipi di contenuti per le Campagne Social	800
8.Vantaggi delle Campagne Google Ads	1100
9.SEO per piccole imprese	600
10.Ruolo del Marketing Manager nella strategia digitale	850



10 KEYWORD Commerciali

Keyword	Volume di ricerca
1.Servizi di ottimizzazione SEO	500
2.Soluzioni per la Lead Generation	450
3.Consulenza per le Campagne Social Media	400
4.Gestione delle Campagne Google Ads	600
5.Migliorare la visibilità online	700
6.Aumentare le vendite con lead qualificati	550
7.Piani di pubblicità sui social media	500
8.Ottimizzazione delle Campagne Google	650
9.Strategie digitali per PMI	400
10.Servizi di marketing digitale su misura	350



10 KEYWORD Transazionali

Keyword	Volume di ricerca
1.Acquistare servizi SEO	300
2.Richiedere preventivo Lead Generation	250
3.Prenotare consulenza Campagne Social	200
4.Attivare Campagne Google Ads	350
5.Servizio di posizionamento SEO Italia	180
6.Generazione di lead per aziende	220
7.Campagne pubblicitarie su Facebook Italia	300
8.Google Ads management service	280
9.Pacchetti marketing digitale per PMI	150
10.Consulenza professionista indipendente SEO	200



Strategia Digital

Creazione di Contenuti di Valore:

Blog, video tutorial, podcast e webinar che rispondano direttamente alle domande e ai problemi dei tuoi audience personas.

Offerte Personalizzate e Pacchetti Flessibili:

Pacchetti di servizi personalizzati che rispondano alle esigenze specifiche di ogni persona, con opzioni di prova gratuita o consulenze iniziali gratuite.

Testimonianze e Case Study:

Utilizzare testimonianze autentiche e case study dettagliati per dimostrare l'efficacia dei tuoi servizi.

Strategia Digital

Educazione e Formazione:

Offrire risorse educative gratuite come ebook, guide, e workshop online per attrarre e fidelizzare il tuo pubblico.

Networking e Collaborazioni:

Partecipare attivamente a conferenze, meetups, e gruppi online per costruire una rete di contatti e collaborazioni.

Fase	Tipo di contenuto	Titolo del contenuto	Parole chiave	Descrizione
Awareness	Blog Post	"Guida Essenziale alla SEO"	SEO, ottimizzazione del sito	Una guida dettagliata su cosa è la SEO, i suoi principi fondamentali e come migliorare il posizionamento
Consideration	Webinar	"Come Ottimizzare le Campagne Google Ads"	Campagne Google, Google Ads	Un webinar interattivo che mostra come ottimizzare le campagne pubblicitarie su Google Ads
Conversion	Case Study	"Come il Nostro Servizio ha Incrementato le Vendite"	Aumentare le vendite, successo del cliente	Uno studio di caso che dimostra l'efficacia dei servizi di marketing digitale nell'aumentare le vendite

Conclusione

Target Audiences: Piccoli imprenditori, Marketing Manager di PMI, Professionisti indipendenti.

Obiettivi e bisogni: Vogliono ottenere visibilità e generare lead qualificati per aumentare le vendite e l'autorità del brand.
Hanno bisogno di strategie di marketing digitale personalizzate e competenze specializzate per raggiungere i loro obiettivi commerciali.

Visione di mercato: Vedono un mercato competitivo e in continua evoluzione, dove la presenza online e le strategie digitali sono essenziali per il successo aziendale

Conclusione

Posizione e Opinione: Riconoscono l'importanza del marketing digitale ma possono essere incerti su quali strategie adottare e come investire in modo efficace il proprio budget

Azioni Autonome: Potrebbero già essere attivi online, ma potrebbero non ottenere i risultati desiderati o potrebbero sentirsi sopraffatti dalle complessità del marketing digitale

Paure e ansie: Temono di investire in strategie digitali inefficaci che non producono risultati tangibili.

Potrebbero preoccuparsi di essere superati dalla concorrenza o di non avere le risorse necessarie per competere efficacemente nel mercato

Conclusione

Strategia per far scegliere il servizio: Offrire consulenze gratuite per dimostrare il valore dei propri servizi.

Creare contenuti educativi e studi di caso per dimostrare l'efficacia delle proprie strategie.

Presentare offerte speciali o pacchetti di lancio per incentivare i potenziali clienti a intraprendere azioni.