

Compito finale

Chi è e come individuo il mio cliente ideale?

Target età: tra 30-50 anni

lo individuo tramite un'analisi utilizzando strumenti tipo Answerthepublic, google trends, facebook audience Insights, LinkedIn sales navigator.
individuare piccole e medie imprese o liberi professionisti che cercano di ampliare la loro presenza online (rafforzare il brand sui social media).
Creando un'esigenza per il loro tempo è limitato.

Come si informa e decide di acquistare?

si informano tramite la piattaforma più utilizzata LinkedIn o motori di ricerca, pagine di recensioni, portafogli online, social media.

decide: tramite i consigli, opinioni, testimonianze o recensioni di clienti precedenti.

Confrontando costi risultati promessi e trasparenza del metodo di lavoro.

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

Timori/dubbi:

- Costi elevati rispetto al ritorno del loro investimento.
- Non si fidano del giovane professionista.
- Dubitano dei risultati che richiedano troppo tempo o che non siano adatti alla loro nicchia.

Chi sono e che cosa fanno i miei competitor?

i miei competitor sono le altre agenzie digitali, freelance ecc.

che cosa fanno:

- utilizzano le testimonianze dei clienti per costruire fiducia.
- sono attivi nelle piattaforme social e pubblicano contenuti educativi, post su blog o video tutorial.

STRATEGIA :

Creare un portfolio accattivanti da presentare ai futuri clienti.

Creare contenuti di valore per costruire fiducia.

Offrire consulenze personalizzate invece di pacchetti standard.

Dimostrare la massima trasparenza con report dettagliati per monitorare i risultati.

Partecipare a eventi di networking o webinar di settore per farsi conoscere.

PROMPT

Crea un buyer persona ideale che cerca un servizio di digital marketing, piccole e medie imprese o liberi professionisti che cercano di ampliare la loro presenza online.

Con le seguenti informazioni:

Crea un avatar del mio cliente ideale (definisci un profilo dettagliato eta- sesso - professione-interessi- ubicazioni).

fai una lista per identificare i bisogni ,frustrazioni , paure, i suoi obiettivi , i suoi desideri , e come posso aiutarlo a risolvere.

Una lista per identificare come comunica come si informa i suoi comportamenti online (siti web visitati, social media utilizzati, ricerche effettuate, modalità di acquisto).

Una lista di 10 termini di ricerca online.

Buyer Persona:

Marco, il titolare illuminato

- **Età:** 35-50 anni
- **Sesso:** Maschio
- **Professione:** Titolare di una piccola impresa nel settore [inserisci settore specifico, es. artigianato, consulenza]
- **Interessi:** Crescita aziendale, innovazione, tecnologia, networking
- **Ubicazione:** [Inserire città o regione]
- **Demografica:** Di solito è sposato, con figli, e vive in una zona urbana o suburbana.
- **Caratteristiche:** Ambizioso, intraprendente, orientato ai risultati, ma spesso oberato di lavoro e con limitate conoscenze tecniche.

Bisogni, frustrazioni, paure, obiettivi e desideri:

- **Bisogni:**
 - Aumentare la visibilità online della sua azienda
 - Attrarre nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti
 - Generare più lead e convertire in vendite
 - Migliorare la propria reputazione online
 - Automatizzare alcune attività di marketing
- **Frustrazioni:**
 - Non ha le competenze interne per gestire il marketing digitale
 - Non sa come scegliere i canali giusti e le strategie più efficaci
 - Ha un budget limitato e vuole ottenere il massimo ritorno sull'investimento
- **Paure:**
 - Paura di essere truffato da agenzie poco serie
 - Paura di non vedere risultati concreti
- **Obiettivi:**
 - Far crescere il suo business online
 - Aumentare il fatturato
 - Concorrere con i competitor più grandi

- **Desideri:**

- Un partner affidabile che lo guidi nel mondo del digital marketing
- Risultati misurabili e tangibili
- Una comunicazione trasparente e costante

Comportamenti online:

- **Siti web visitati:** Blog di marketing, forum di settore, siti di recensioni, social media, siti web di agenzie di marketing
- **Social media utilizzati:** LinkedIn, Facebook, Instagram (a seconda del settore)
- **Ricerche effettuate:** "agenzia digital marketing [città]", "SEO per piccole imprese", "campagne Google Ads", "social media marketing", "content marketing"
- **Modalità di acquisto:** Preferisce le aziende locali, legge recensioni online, cerca offerte e promozioni
- **come comunica:** via email, telefono o messaggistica diretta (whatsapp, messenger), Partecipa a gruppi di Facebook o LinkedIn per scambiare esperienze o Condividere contenuti professionali su LinkedIn.

10 termini di ricerca online:

1. agenzia digital marketing [città]
2. SEO per piccole imprese
3. campagne Google Ads
4. social media marketing
5. content marketing
6. email marketing
7. web design
8. analisi web
9. reputazione online
10. consulente marketing digitale

Come puoi aiutarlo a risolvere:

- **Offri soluzioni personalizzate:** Analizza le sue esigenze specifiche e crea un piano marketing su misura.
- **Semplifica il linguaggio tecnico:** Evita termini troppo complicati e spiega in modo chiaro i concetti.
- **Garantire la trasparenza:** Comunica costantemente i risultati e i progressi ottenuti.
- **Offri un servizio completo:** Copri tutti gli aspetti del digital marketing, dalla strategia alla realizzazione.
- **Metti a disposizione un supporto continuo:** Sii sempre disponibile per rispondere alle sue domande e risolvere eventuali problemi.

Funnel Awareness per Social Media LinkedIn (Domanda Latente)

copy: Hai mai pensato al potenziale che il digitale può offrire al tuo business? Che tu sia una piccola impresa o un libero professionista, noi ti aiutiamo a trasformare le opportunità online in successi concreti. Contattaci per una consulenza gratuita!

Più clienti, meno stress: strategie digitali su misura per te.

scopri di più

CTA: scopri di più