

Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

di Lorenzo Luci





Analisi Mercato

Lorenzo Luci si affaccia al mercato come consulente strategico, nel campo del marketing digitale, con focus sui seguenti servizi:

- **Consulenza Marketing Digitale**
- **Seo strategy**
- **Social media marketing**
- **Google ads strategy**

Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

Audience Persona



Analisi Mercato & Buyer Persona

L'analisi dei potenziali buyer è stata eseguita seguendo una **empathy map** umanizzando il più possibile i risultati ottenuti, mentre per l'analisi delle **audience persona** sono stati analizzati i seguenti parametri:

- **Demografici**
- **Psicografici**
- **Comportamento d'acquisto**



USER PERSONA 1: Imprenditore Start-Up



DATI DEMOGRAFICI

Nome : Marco Rossi

Età : 32

Occupazione : Start-up Founder

Reddito annuo : €45,000

Situazione familiare : Single, no figli

Località: Milano

COMPORTAMENTO D'ACQUISTO

Budget: Moderato, €1,000 al mese

Frequenza d'acquisto: Regolare, ogni mese

Canali preferiti: Canali digitali, online

Comportamento online: Ricerca approfondita, confronti tra servizi

Termini ricercati: "consulenza marketing digitale", "SEO per start-up", "Google Ads"

Triggers : Promozioni, testimonianze di successo

Barriere: Costo elevato, dubbio sulla qualità dei servizi

DATI PSICOGRAFICI

Punti di debolezza:

- Paura di non distinguersi dalla concorrenza
- Frustrazione per il budget limitato.
- Ansia per i risultati immediati.

Punti di forza:

- Desiderio di aumentare la visibilità e acquisire nuovi clienti
- Speranza di vedere la sua start-up crescere rapidamente
- Diventare leader di mercato
- Rischio di investire in strategie inefficaci.

Caratteristiche Personalì : Ambizioso, innovativo, orientato ai risultati

Hobbies : Programmazione, networking, partecipazione a eventi tech

Interessi : Tecnologia, innovazione, imprenditoria

Aspirazioni Personalì : Costruire un'azienda di successo e innovativa

Obiettivi Professionali : Aumentare la presenza online e acquisire nuovi clienti

Svantaggi: Competizione elevata, budget limitato

Sfide principali: Scalare il business, trovare partner affidabili

Bisogni: Strategie di marketing efficaci, aumento della visibilità

Sogni: Fare della propria start-up un leader nel settore



USER PERSONA 2: Proprietaria Business Piccolo



DATI DEMOGRAFICI

Nome : Alessandra Bianchi

Età : 45

Occupazione : Proprietaria di un negozio

Reddito annuo : €60,000

Situazione familiare : Sposata, 2 figli

Località: Roma

COMPORTAMENTO D'ACQUISTO

Budget: Moderato, €800 al mese

Frequenza d'acquisto: Occasionale, quando necessario

Canali preferiti: Social media, Google search

Comportamento online: Ricerca rapida, preferenza per raccomandazioni

Termini ricercati: "consulenza marketing negozio", "social media per vendite"

Triggers : Raccomandazioni, casi studio

Barriere: Complessità delle soluzioni, mancanza di tempo

DATI PSICOGRAFICI

Punti di debolezza:

- Paura di non riuscire a competere con grandi catene
- Frustrazione per la mancanza di tempo
- Ansia per i costi delle campagne di marketing

Punti di forza:

- Desiderio di aumentare le vendite online.
- Speranza di espandere il business
- Sogno di diventare un punto di riferimento nel settore
- Rischio di non ottenere ROI positivo.

Caratteristiche Personali : Determinata, pratica, attenta ai dettagli

Hobbies : Moda, design, social media

Interessi : Tendenze moda, commercio, marketing

Aspirazioni Personalì : Espandere il negozio e migliorare la vita familiare

Obiettivi Professionali : Incrementare le vendite online, fidelizzare i clienti

Svantaggi: Concorrenza, mantenere l'equilibrio tra lavoro e famiglia

Sfide principali: Aumentare la visibilità online, gestire campagne di marketing

Bisogni: Strategie di marketing su misura, supporto SEO

Sogni: Rendere il negozio un punto di riferimento nella moda locale



USER PERSONA 3: Professionista Freelance



DATI DEMOGRAFICI

Nome : Giulia Verdi

Età : 29

Occupazione : Fotografa Freelance

Reddito annuo : €35,000

Situazione familiare : Fidanzata

Località: Firenze

COMPORTAMENTO D'ACQUISTO

Budget: Basso, €500 al mese

Frequenza d'acquisto: Occasionale, in base ai progetti

Canali preferiti: Blog, corsi online

Comportamento online: Ricerca di qualità, recensioni dettagliate

Termini ricercati: "consulenza marketing digitale", "posizionamento organico", "Google Ads"

Triggers : Offerte di servizi digitali (pacchetti)

Barriere: Costo, qualità delle informazioni

DATI PSICOGRAFICI

Caratteristiche Personalì : Creativa, proattiva, orientata al cliente

Hobbies : Blogging, lettura, corsi online

Interessi : Fotografia, scrittura,

Aspirazioni Personalì : Diventare un'esperta riconosciuta nel settore

Obiettivi Professionali : Ampliare il portafoglio clienti, aumentare presenza social

Svantaggi: Competizione, necessità di aggiornamento costante

Sfide principali: Trovare nuovi clienti, gestire il carico di lavoro

Bisogni: Formazione continua, networking, aumento presenza online

Sogni: Aprirsi una propria attività di eventi



Punti di debolezza:

- Frustrazione per la complessità delle nuove tecnologie
- Ansia per l'acquisizione di clienti.

Punti di forza:

- Ampliare il portafoglio clienti.
- Speranza di ottenere riconoscimento nel settore.
- Sogno di essere un'esperta rinomata.

Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

Competitor'behavior



Individuazione & analisi Competitor

L'analisi dei potenziali competitor è stata eseguita seguendo cercando di individuare le principali categorie di competitor (Agenzie e/o Professionisti) suddividendola analizzando:

- **Cosa fanno**
- **Come comunicano**



Agenzie di Marketing

Categorie	Kreativa Srl	Bliss Agency	Studio WebAlive	Seed Media Agency
Cosa Fanno	<ul style="list-style-type: none">• SEO• pubblicità su Google• gestione dei social media	<ul style="list-style-type: none">• SEO,• gestione campagne pubblicitarie online• ottimizzazione delle conversioni	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppo web• SEO• social media marketing• pubblicità online	<ul style="list-style-type: none">• SEO• advertising• gestione dei social media
Cosa Comunicano	<ul style="list-style-type: none">• Enfatizzano la certificazione e partnership con grandi piattaforme, centrati sui risultati	<ul style="list-style-type: none">• Comunicazione chiara e orientata alla soluzione, con casi di studio e testimonianze	<ul style="list-style-type: none">• Linguaggio semplice e diretto, sottolineando la crescita del business dei clienti	<ul style="list-style-type: none">• Linguaggio creativo e motivazionale, collaborazione stretta con i clienti per soluzioni personalizzate



Consulenti / Professionisti

Categorie	Luca La Mesa	Alessandro Sportelli	Valentina Vellucci	Riccardo Mares
Cosa Fanno	<ul style="list-style-type: none">• Social media e digital marketing• speaker in conferenze internazionali	<ul style="list-style-type: none">• SEO e performance marketing• autore di libri	<ul style="list-style-type: none">• Social media e personal branding• consulente e formatrice	<ul style="list-style-type: none">• SEO e web analytics• consulenza per aziende di vari settori
Cosa Comunicano	<ul style="list-style-type: none">• Condivide consigli pratici e case study su social media, offre corsi online e workshop	<ul style="list-style-type: none">• Articoli di approfondimento su blog e social media, analisi dettagliate e suggerimenti pratici	<ul style="list-style-type: none">• Insight e best practice su LinkedIn e Instagram, post educativi e testimonianze dei clienti	<ul style="list-style-type: none">• Articoli approfonditi sul blog, partecipa a webinar e podcast con prospettive tecniche accessibili



Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

Keyword & intento di ricerca



Ricerca keyword e analisi intento di ricerca

L'analisi delle **keyword** e sull'**intento di ricerca** degli utenti è stata eseguita analizzando quelle che sono le categorie di servizi digitali offerti ovvero : consulenza marketing digitale, seo strategy (strategia Seo), Social media marketing, Google ads (campagne Sea). Sono stati usati i seguenti strumenti a supporto dell'analisi:

- **Strumenti di analisi KW (kw people use, answer the public, Sistrix, ecc.)**
- **Strumenti Google (GG KW planner, autocompilazione, yt, analisi serp ecc.)**



Ricerca KW Intento Informativo

- 1. Social Media Marketing per negozi online**
- 2. Strategie SEO per e-commerce in Italia**
- 3. Come fare pubblicità su Google per il mio negozio online**
- 4. Consigli SEO per aumentare il traffico al mio sito web**
- 5. Come creare una campagna Google Ads efficace**
- 6. Migliori strumenti per Social Media Marketing**
- 7. SEO per principianti: guida completa**
- 8. Come funziona Google Ads per il mio business**
- 9. Consigli per creare contenuti social accattivanti**
- 10. Importanza della SEO per il successo online**



Ricerca KW Intento Commerciale

- 1. Agenzia Social Media Marketing per negozi online**
- 2. Consulenza SEO per e-commerce in Italia**
- 3. Campagne Google Ads per il tuo negozio online**
- 4. Aumentare visibilità online con SEO e Social Media**
- 5. Ottimizzare il tuo sito web per Google**
- 6. Creazione campagne pubblicitarie su Google Ads**
- 7. Social Media Marketing per aumentare le vendite**
- 8. SEO per e-commerce: posizionati in prima pagina**
- 9. Google Ads: fai conoscere il tuo brand**
- 10. Consulenza marketing digitale per il tuo business**



Ricerca KW Intento Transazionale

- 1. Aumentare le vendite online con il Social Media Marketing**
- 2. Posizionare il mio sito web in prima pagina con la SEO**
- 3. Fare pubblicità su Google per il mio negozio online**
- 4. Far crescere il mio business con il marketing digitale**
- 5. Ottenere più clienti con strategie di marketing mirate**
- 6. Migliorare il ritorno sull'investimento con campagne Google Ads**
- 7. Aumentare il traffico al mio sito web con strategie SEO**
- 8. Ottimizzare il mio sito web per i motori di ricerca**
- 9. Creare contenuti social accattivanti**
- 10. Gestire campagne pubblicitarie su Google Ads con successo**



Ricerca keyword e analisi intento di ricerca

Sono state poi analizzate le KW principali, in ottica di una campagna Google & Seo organica rispettivamente per i servizi digitali offerti :

- **Social Media Marketing**
- **Consulenza Marketing Digitale**
- **Seo strategy**
- **Google ads**



Categorie di Servizi

Social Media Marketing

Intento Informativo

- Cos'è il social media marketing
- Strategie di social media marketing
- Vantaggi del social media marketing
- Strumenti per il social media marketing
- Social media marketing per piccole imprese

Seo strategy

- Cos'è la SEO
- Migliori pratiche SEO
- SEO on-page vs off-page
- Strumenti SEO gratuiti
- Guida alla SEO per principianti

Google ads

- Cos'è il social media marketing
- Strategie di social media marketing
- Vantaggi del social media marketing
- Strumenti per il social media marketing
- Social media marketing per piccole imprese

Consulenza Marketing Digitale

- Quali sono i migliori strumenti di marketing digitale per le aziende?
- Quanto costa una consulenza di marketing digitale?
- Perché è importante il marketing digitale per le aziende?
- Come funziona il marketing digitale?
- Quali sono i benefici del marketing digitale per le aziende?

Intento Commerciale

- Servizi di social media marketing
- Costo social media marketing
- Consulenza social media marketing
- Social media marketing per aziende

- Consulenza SEO
- Servizi SEO professionali
- Costo consulenza SEO
- SEO per e-commerce

- Consulenza Google Ads
- Servizi Google Ads Italia
- Costo gestione Google Ads
- Google Ads per aziende

- Agenzia di consulenza marketing digitale
- Consulente marketing digitale freelance
- Corsi di consulenza marketing digitale
- Software di automazione del marketing digitale
- Servizi di marketing digitale per piccole imprese
- Strategie di marketing digitale per e-commerce
- Marketing dei contenuti

Intento Transazionale

- Esperto social media marketing
- Comprare servizi di social media marketing
- Preventivo social media marketing
- Prenota consulenza social media marketing
- Offerte social media marketing

- Assumi consulente SEO
- Comprare servizi SEO
- Preventivo SEO
- Consulenza SEO
- Pacchetto offerta SEO

- Esperto Google Ads
- Comprare servizi Google Ads
- Preventivo gestione Google Ads
- consulenza Google Ads

- Offerte speciali per consulenza marketing digitale
- Aumenta le tue vendite con il marketing digitale
- Ottieni più clienti con il marketing digitale
- Fai crescere la tua attività con il marketing digitale
- Trasforma la tua attività online con il marketing digitale



Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

Strategia Organica/PPC



Strategia Organica / PPC

L'analisi della possibile strategia online da perseguire è stata portata avanti suddividendola tra : **Organica** & **PPC** ed a seconda della fase del funnel. Sono stati individuate le possibili strategia da utilizzare nei vari tipi di **Benchmark**



Funnel fase : AWARENESS



LED

Strategia Organica / SEO

Obiettivo: Posizionarsi per le parole chiave informative legate ai servizi offerti

Attività:

- Ottimizzare il sito web di Lorenzo Luci con parole chiave informative come "Cos'è il social media marketing", "Cos'è la SEO", e "Cos'è Google Ads"
- Creare contenuti educativi sul blog che rispondano a domande frequenti del pubblico target.
- Utilizzare tecniche di SEO on-page (meta tag, titoli, descrizioni) e off-page (backlink di qualità da siti autorevoli)



Strategia Organica / Social Media

Obiettivo: Aumentare la visibilità e creare una comunità attorno a Lorenzo Luci

Attività:

- Creare e condividere contenuti informativi e coinvolgenti su piattaforme come LinkedIn, Facebook, e Instagram.
- Pubblicare regolarmente post che spiegano i benefici dei servizi offerti e includono testimonianze dei clienti.
- Utilizzare video e infografiche per spiegare concetti complessi in modo semplice e visivo



Strategia Organica / Blog

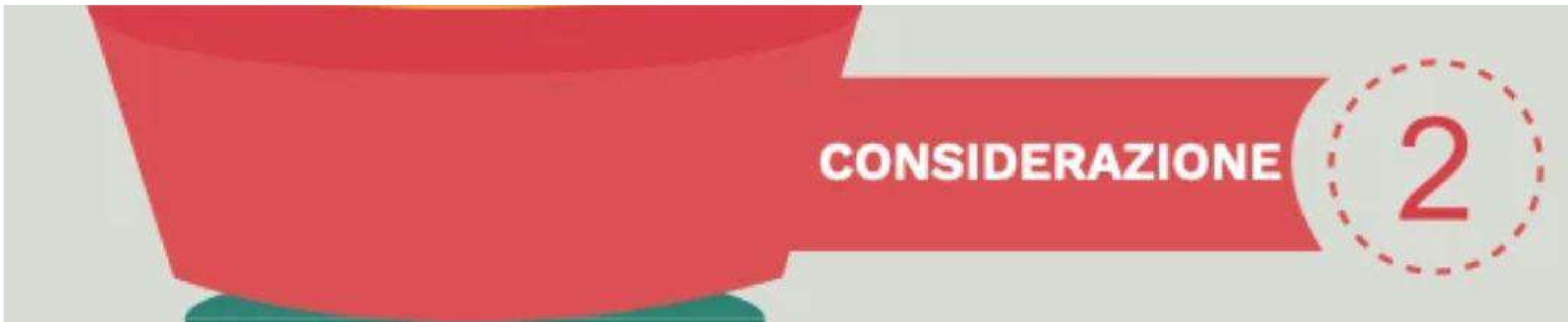
Obiettivo: Attrarre traffico organico e stabilire Lorenzo come esperto di settore

Attività:

- Scrivere articoli approfonditi su argomenti come "Strategie di social media marketing", "Migliori pratiche SEO", e "Come impostare una campagna Google Ads".
- Ottimizzare i post del blog per SEO, includendo parole chiave pertinenti e link interni.
- Promuovere i contenuti del blog tramite social media e newsletter



Funnel fase : CONSIDERATION



ED

Strategia Organica / SEO

Obiettivo: Catturare l'interesse di potenziali clienti che stanno valutando soluzioni specifiche.

Attività:

- Creare pagine di destinazione ottimizzate per parole chiave commerciali come "Servizi di social media marketing", "Consulenza SEO", e "Servizi Google Ads Italia".
- Sviluppare case study e white paper che dimostrano l'efficacia dei servizi di Lorenzo Luci.



Strategia Organica / Social Media

- **Obiettivo:** Dimostrare l'expertise e creare fiducia con il pubblico target.

Attività:

- Condividere testimonianze dei clienti e case study sui social media.
- Ospitare webinar e live session per rispondere alle domande del pubblico e fornire valore aggiunto



Strategia Organica / Blog

Obiettivo: Fornire contenuti che aiutino i potenziali clienti a prendere una decisione informata

Attività:

- Pubblicare articoli che confrontano i vari servizi digitali e spiegano come scegliere il migliore per le proprie esigenze.
- Offrire guide dettagliate e checklist per implementare strategie di marketing digitale



Funnel fase : RETARGETING



ED

Strategia Organica / SEO

Obiettivo: Rimanere nella mente dei potenziali clienti che hanno visitato il sito web

Attività:

- Utilizzare tecniche di remarketing SEO per raggiungere nuovamente i visitatori del sito attraverso contenuti personalizzati.
- Creare landing page specifiche per gli utenti che hanno già mostrato interesse, con offerte speciali o demo gratuite.



Strategia Organica / Social Media

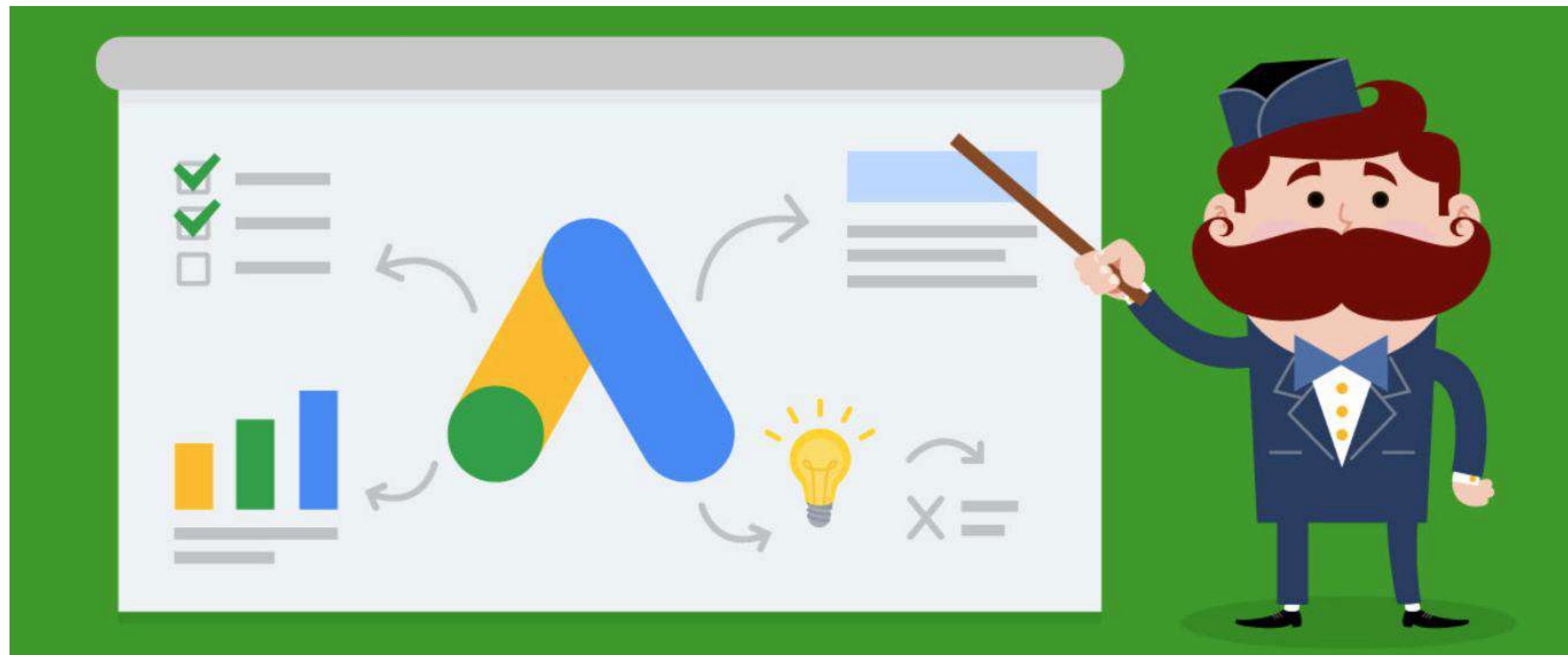
- **Obiettivo:** Ri-engage con il pubblico che ha interagito con i contenuti

Attività:

- Utilizzare annunci di retargeting su piattaforme come Facebook e LinkedIn per mostrare contenuti specifici agli utenti che hanno visitato il sito o interagito con i post.
- Creare campagne personalizzate con offerte e sconti per incentivare la conversione



Strategia PPC Google ADS



ED

Strategia PPC

Ricerca e Selezione delle Parole Chiave

Parole Chiave di Conversione

Transazionali: "Assumi esperto social media marketing",
"Comprare servizi SEO", "Preventivo gestione Google Ads".

Commerciali: Consulenza SEO", "Servizi Google Ads Italia",
"Migliore agenzia di social media marketing".



Strategia PPC

Ricerca e Selezione delle Parole Chiave

Parole Chiave a Lungo Termine (Long-Tail)

- Utilizzare parole chiave più specifiche e meno competitive per raggiungere utenti con intenti chiari di conversione.
- Esempi: "Consulenza SEO per e-commerce", "Esperto social media marketing per piccole imprese".



Strategia PPC

Strutturazione delle Campagne

Segmentazione delle Campagne

- Creare campagne separate per ogni servizio: SEO, Social Media Marketing, Google Ads.
- Utilizzare gruppi di annunci specifici per diverse fasi del funnel (Awareness, Consideration, Retargeting).



Strategia PPC

Strutturazione delle Campagne

Annunci Ottimizzati

- Scrivere titoli e descrizioni che evidenziano chiaramente il valore unico e gli USP (Unique Selling Propositions).
- Utilizzare le estensioni annuncio (sitelink, callout, snippet strutturati) per fornire informazioni aggiuntive e migliorare la visibilità.



Strategia PPC

Strutturazione delle Campagne

Landing Page Dedicated

- Creare landing page ottimizzate per ogni gruppo di annunci con CTA chiare, testimonianze, e form di contatto facili da compilare.
- Assicurarsi che le landing page siano responsive e si carichino rapidamente



Strategia PPC

Campagna 2: Display Network (Rete Display)

Targeting Preciso

- Utilizzare targeting demografico, per interessi e per remarketing per raggiungere un pubblico specifico e rilevante.
- Creare annunci visivi accattivanti con offerte speciali e CTA forti.



Strategia PPC

Campagna 2: Display Network (Rete Display)

Remarketing Dinamico

- Implementare campagne di remarketing per raggiungere utenti che hanno visitato il sito web ma non hanno ancora convertito.
- Personalizzare gli annunci in base alle pagine visitate e alle azioni intraprese sul sito.



Strategia PPC

Ottimizzazione delle Campagne

Analisi delle Performance

- Utilizzare Google Analytics e Google Ads per monitorare le performance delle campagne.
- Analizzare metriche chiave come CTR (Click-Through Rate), CPA (Cost Per Acquisition), e conversion rate.



Strategia PPC

Ottimizzazione delle Campagne

A/B Testing

- Testare vari elementi degli annunci (titoli, descrizioni, immagini) e delle landing page.
- Continuare a ottimizzare in base ai risultati dei test per migliorare le performance.



Strategia PPC

Ottimizzazione delle Campagne

Gestione del Budget

- Allocare budget maggiore alle campagne e parole chiave che mostrano le migliori performance di conversione.
- Utilizzare strategie di offerta automatizzate come il "Target CPA" o "Maximize Conversions" per ottimizzare le spese pubblicitarie.



Strategia PPC

Migliorare il Quality Score

Rilevanza degli Annunci

- Assicurarsi che gli annunci siano altamente rilevanti per le parole chiave target.
- Utilizzare le parole chiave nei titoli e nelle descrizioni degli annunci.



Strategia PPC

Migliorare il Quality Score

Esperienza dell'Utente sulla Landing Page

- Creare landing page di alta qualità con contenuti rilevanti e pertinenti agli annunci.
- Ottimizzare le landing page per la velocità di caricamento e la facilità di navigazione.



Strategia PPC

Migliorare il Quality Score

CTR (Click-Through Rate)

- Migliorare il CTR degli annunci attraverso A/B testing e ottimizzazione continua dei copy.
- Utilizzare estensioni annuncio per aumentare la visibilità e il CTR.



Analisi & Strategia



lorenzolucidesign

GRAZIE

