

VITIELLO MATTEO

DIGITAL MARKETING

www.vitiellomatteo34@.com



Chi sono

Sono un marketer specializzato nella creazione di strategie di marketing digitale che ottimizzano il ROI e la visibilità online delle PMI. Ho una forte passione per il mondo digitale e una profonda conoscenza delle tecniche di SEO, content marketing e gestione dei social media.



Perche lo faccio

La mia missione è supportare le piccole e medie imprese, spesso trascurate nel vasto panorama del marketing digitale, aiutandole a competere con le aziende più grandi. Credo che con la giusta strategia, ogni impresa possa raggiungere il successo online. Sono motivato dalla voglia di vedere i miei clienti crescere e raggiungere i loro obiettivi grazie alle soluzioni che offro.



SEO e Contenuti

Ottimizzazione SEO: Aiuto i miei clienti a migliorare il loro posizionamento sui motori di ricerca attraverso tecniche SEO avanzate, aumentando così la visibilità e il traffico organico del loro sito web.

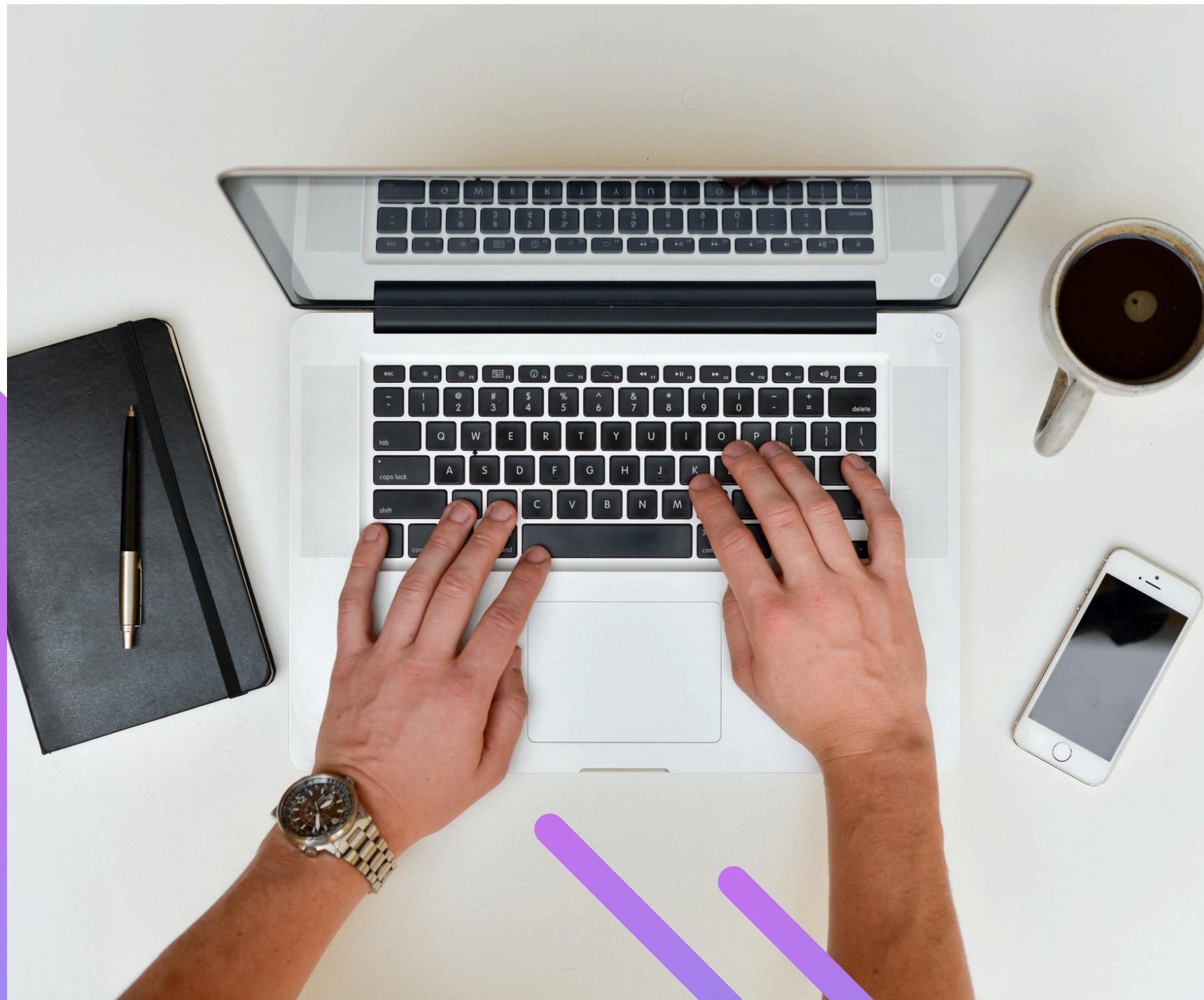
Strategie di Content Marketing: Creo contenuti di alta qualità e all'avanguardia che rispondono alle esigenze e agli interessi del target di riferimento. Utilizzo blog, articoli, video e infografiche per coinvolgere il pubblico e promuovere l'autorità del brand.



Social e Audience

Gestione dei Social Media: Gestisco i profili social dei miei clienti, sviluppando piani editoriali mirati e campagne pubblicitarie efficaci per aumentare l'engagement e attrarre nuovi clienti.

Ricerca del Cliente Ideale: Utilizzo strumenti di analisi avanzati per identificare il cliente ideale per ogni impresa, personalizzando le strategie di marketing in base ai comportamenti e alle preferenze del target.



Analisi e Report

Analisi e Report: Monitoro costantemente le performance delle campagne e fornisco report dettagliati per dimostrare i risultati raggiunti, apportando modifiche per ottimizzare continuamente le strategie.

I miei Maintopic

01

Expertise nel
Marketing Digitale

02

Focus sul ROI

03

Innovazione e
Adattabilità

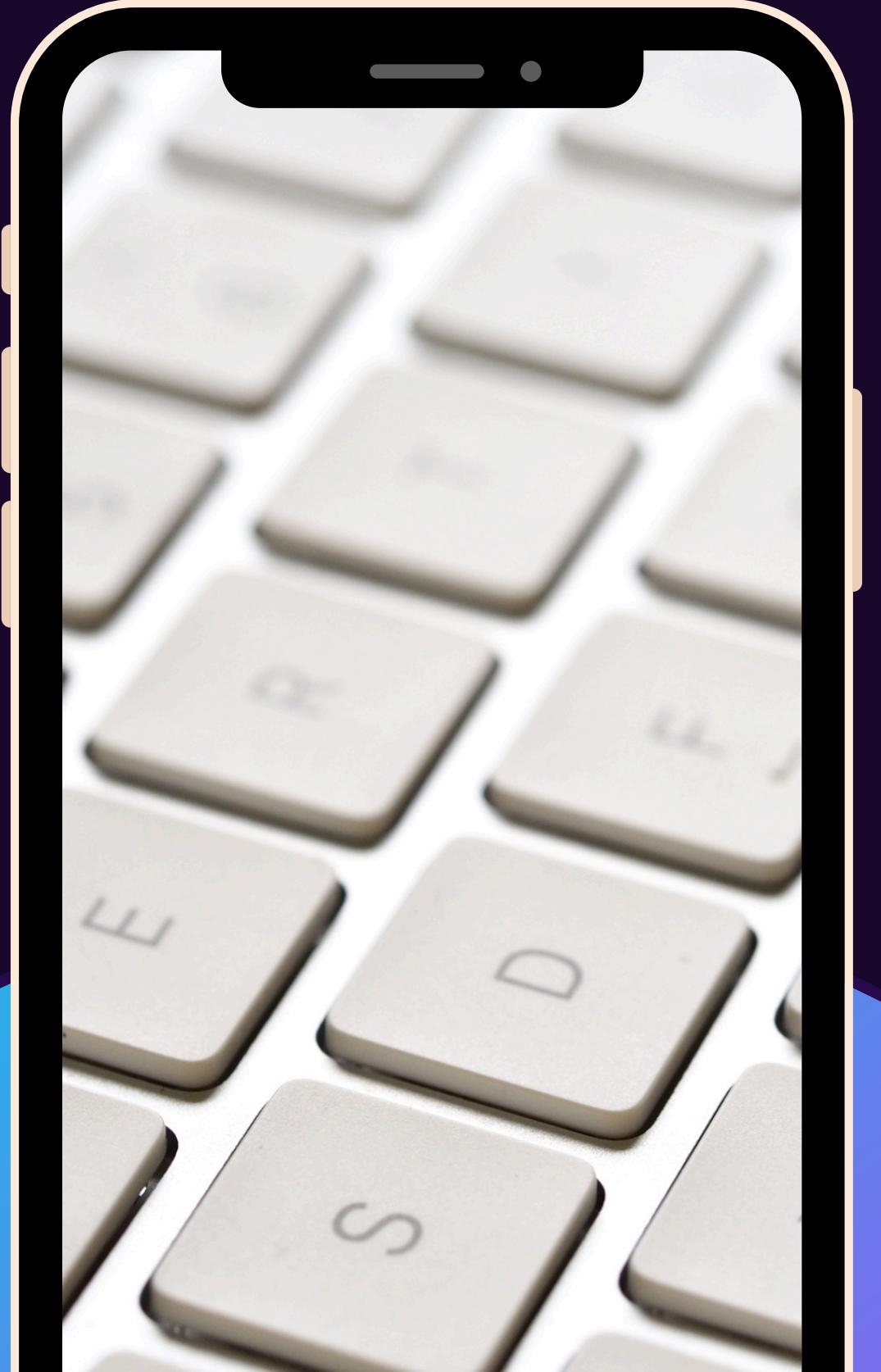
04

Partnership a Lungo
Termine

Audience Persona: Identificazione

>>>

- Chi è e come individuo il mio cliente ideale?



Segmentazione di Mercato:

Inizio segmentando il mercato delle PMI (piccole e medie imprese) che potrebbero beneficiare dei miei servizi. Considerando i seguenti criteri:

- **Settore:** Quali settori hanno maggiore necessità di ottimizzazione SEO e strategie di marketing digitale?
- **Dimensione Aziendale:** Quali aziende (numero di dipendenti, fatturato) sono più propense a investire in servizi di marketing?
- **Geografia:** Mi Focalizzo su una specifica area geografica o tendo a coprire un mercato più vasto?
- Da queste topic vado a estrapolare quello che mi serve di sapere delle mie audience persona

Audience Persona: EMPATHY MAP

>>>



- Chi è la persona che vogliamo comprendere?
- Persona: Proprietario di una piccola impresa
- Situazione: Gestisce la propria azienda, affrontando sfide quotidiane di crescita e gestione.
- Ruolo: CEO, Fondatore, responsabile per tutte le decisioni aziendali.

Audience Persona: EMPATHY MAP

>>>



- Di cosa ha bisogno?
- Aumentare la visibilità online
- Migliorare il posizionamento sui motori di ricerca
- Creare una strategia di marketing efficace per aumentare le vendite
- Obiettivi:
 - Otttenere più traffico sul sito web
 - Convertire i visitatori in clienti
 - Avere una presenza professionale sui social media

Audience Persona: Buyer persona



- **Persona A: Proprietario di una piccola impresa**
 - **Età: 35-50 anni**
 - **Ruolo: CEO, Fondatore**
 - **Obiettivi: Aumentare le vendite online, migliorare la visibilità del sito web**
 - **Sfide: Budget limitato, mancanza di competenze digitali interne**
 - **Canali di Informazione: Blog di settore, webinar, social media (LinkedIn, Facebook)**

Audience Persona: EMPATHY MAP

>>>

- Chi è la persona che vogliamo comprendere?



- Responsabile di Marketing di una PMI
- Situazione:
- Gestisce le attività di marketing della propria azienda con risorse limitate, cercando di aumentare la visibilità online e migliorare i risultati delle campagne di marketing.

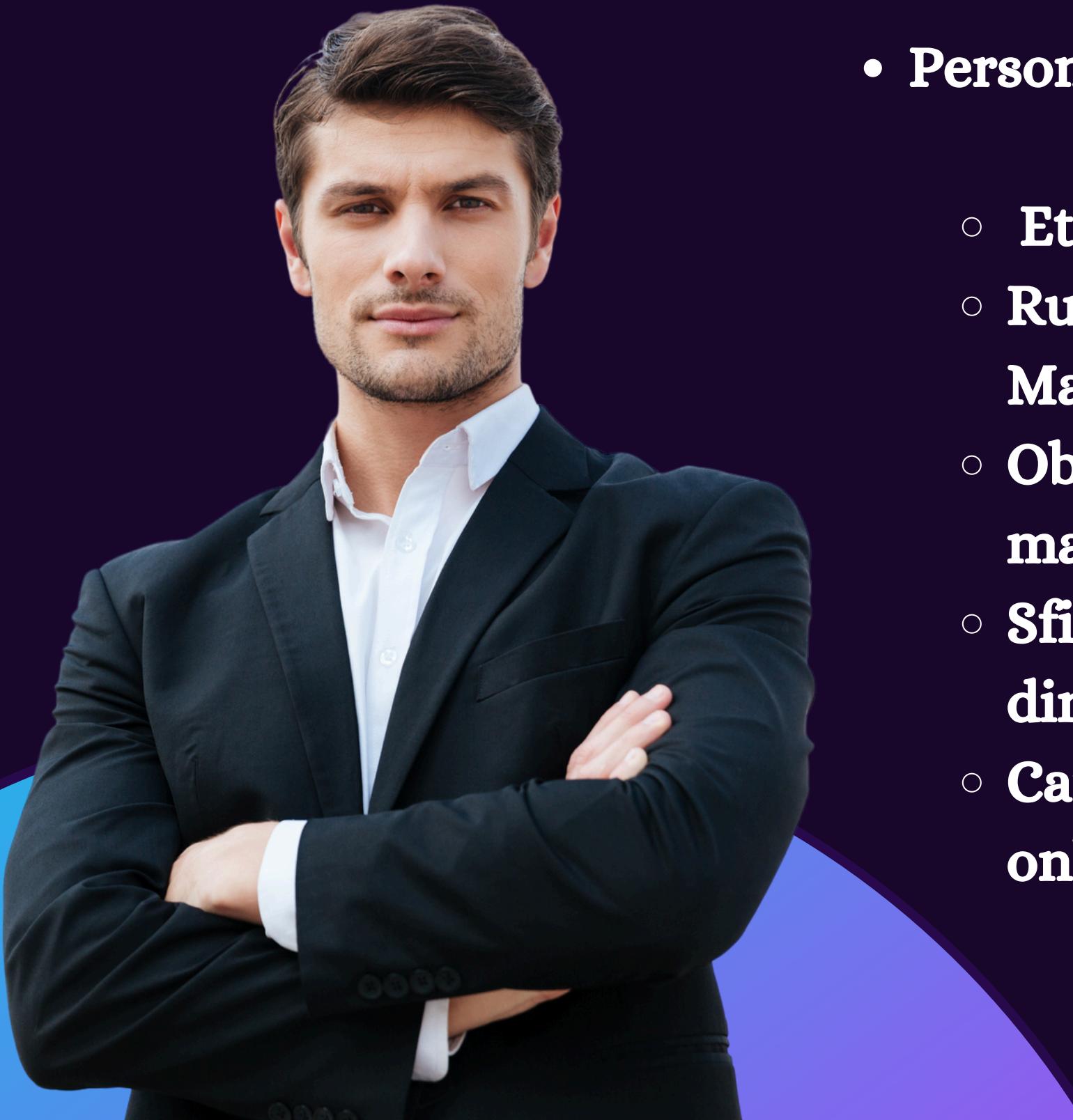
Audience Persona: EMPATHY MAP

>>>



- Di cosa ha bisogno?
 - Aumentare la visibilità online dell'azienda
 - Migliorare il posizionamento SEO
 - Creare contenuti efficaci per il pubblico target
 - Gestire in modo efficace i social media
- Cosa deve ottenere:
 - Maggiore traffico web
 - Aumento delle conversioni
 - ROI positivo dalle campagne di marketing

Audience Persona: Buyer persona



- **Persona B: Responsabile Marketing di una PMI**
 - **Età: 28-40 anni**
 - **Ruolo: Responsabile Marketing, Digital Marketing Manager**
 - **Obiettivi: Migliorare il ROI delle campagne di marketing, ottimizzare le strategie SEO**
 - **Sfide: Concorrenza agguerrita, necessità di dimostrare risultati concreti**
 - **Canali di Informazione: Articoli di settore, corsi online, conferenze**



COME SI INFORMA E DECIDE DI ACQUISTARE?

- **Ricerca Online:** I clienti ideali cercano informazioni attraverso Google, leggono blog, guardano video su YouTube, e partecipano a webinar.
- **Raccomandazioni:** Spesso si affidano a raccomandazioni di colleghi o altre aziende.
- **Prove e Testimonianze:** Valutano i casi di studio e le testimonianze di altri clienti.
- **Incontri e Consultazioni:** Preferiscono avere una consultazione iniziale per capire meglio l'offerta.



QUALI SONO I DUBBI E I TIMORI CHE POTREBBERO BLOCCARE L'ACQUISTO?

- **Costo:** Preoccupazione che l'investimento non dia il ritorno sperato.
- **Risultati:** Timore che i risultati promessi non siano raggiunti.
- **Competenza:** Dubbi sulla competenza e affidabilità del fornitore di servizi.
- **Tempo:** Incapacità di vedere risultati rapidi e tangibili.

Competitors

AZIENDA AFFERMATA

- Punti di forza: Ampia esperienza, numerosi casi di studio.
- Punti deboli: Prezzi elevati, servizio poco personalizzato.

AGENZIA SPECIALIZZATA IN SEO

- Punti di forza: Focus su un unico servizio, prezzi competitivi.
- Punti deboli: Mancanza di servizi integrati di marketing.

FREELANCE CON ESPERIENZA

- Punti di forza: Approccio personale, costi più bassi.
- Punti deboli: Capacità limitata di gestione di progetti più grandi.

KEYWORD RESEARCH E INTENTO DI RICERCA

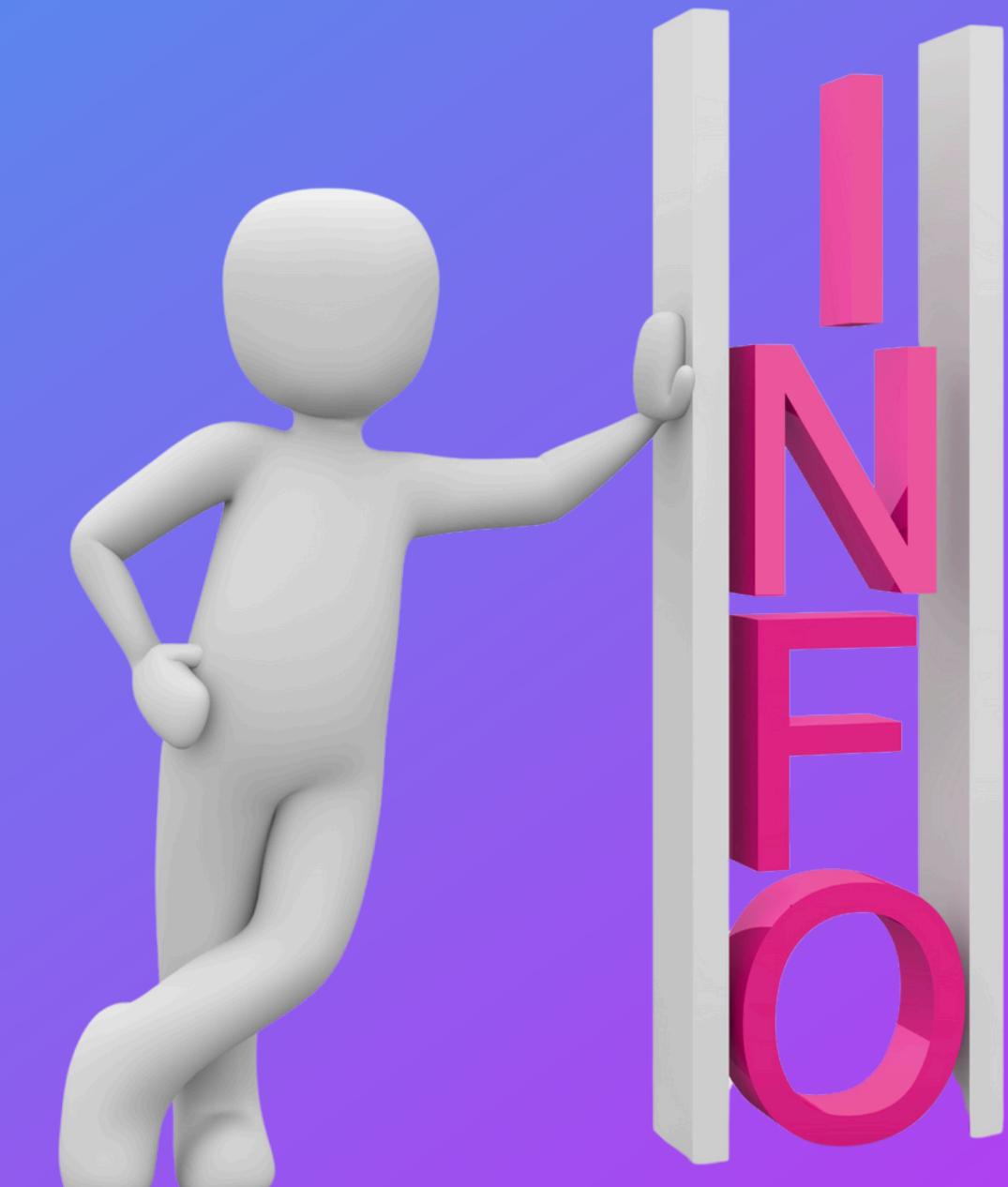
- **Strumenti Utilizzati:**

Google Keyword Planner, Answer the public e Chat gpt

- Attraverso queste piattaforme ed estensioni andrò a ricavare 30 parole chiave utili ai miei servizi digitali per l'ottimizzazione ricerca e creazione contenuti inerenti ed efficaci creando tabelle correlate in cui suddividerò la categoria, il target audience ed il mercato andando ad ultimare la mia strategia.

Keywords Informativa

1. Come migliorare il SEO del sito aziendale
2. Che cos'è il content marketing
3. Vantaggi della gestione dei social media per PMI
4. Come aumentare il traffico web
5. Guida alla creazione di contenuti digitali
6. Strategie di marketing digitale per piccole imprese
7. Importanza del SEO per le PMI
8. Come ottimizzare il ROI delle campagne di marketing
9. Strumenti per l'analisi delle parole chiave
10. Tendenze di marketing digitale 2024



KEYWORD RESEARCH E INTENTO DI RICERCA

CATEGORIE SERVIZI DIGITALI	TARGET AUDIENCE	MERCATO
Come migliorare il SEO del sito aziendale	Proprietari di piccole imprese	Marketing digitale
Che cos'è il content marketing	Responsabili marketing di PMI	Content marketing
Vantaggi della gestione dei social media per PMI	Proprietari di PMI	Social media management
Come aumentare il traffico web	Responsabili marketing di PMI	SEO
Guida alla creazione di contenuti digitali	Marketers di PMI	Content marketing
Strategie di marketing digitale per piccole imprese	Proprietari di piccole imprese	Marketing digitale
Importanza del SEO per le PMI	Responsabili marketing di PMI	SEO
Come ottimizzare il ROI delle campagne di marketing	Marketers di PMI	Marketing digitale
Strumenti per l'analisi delle parole chiave	Proprietari di PMI	SEO
Tendenze di marketing digitale 2024	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale

Strategia finale contenuti informativi

Tipi di Contenuti:

- Blog post
- Infografiche
- Guide e white papers

Argomenti:

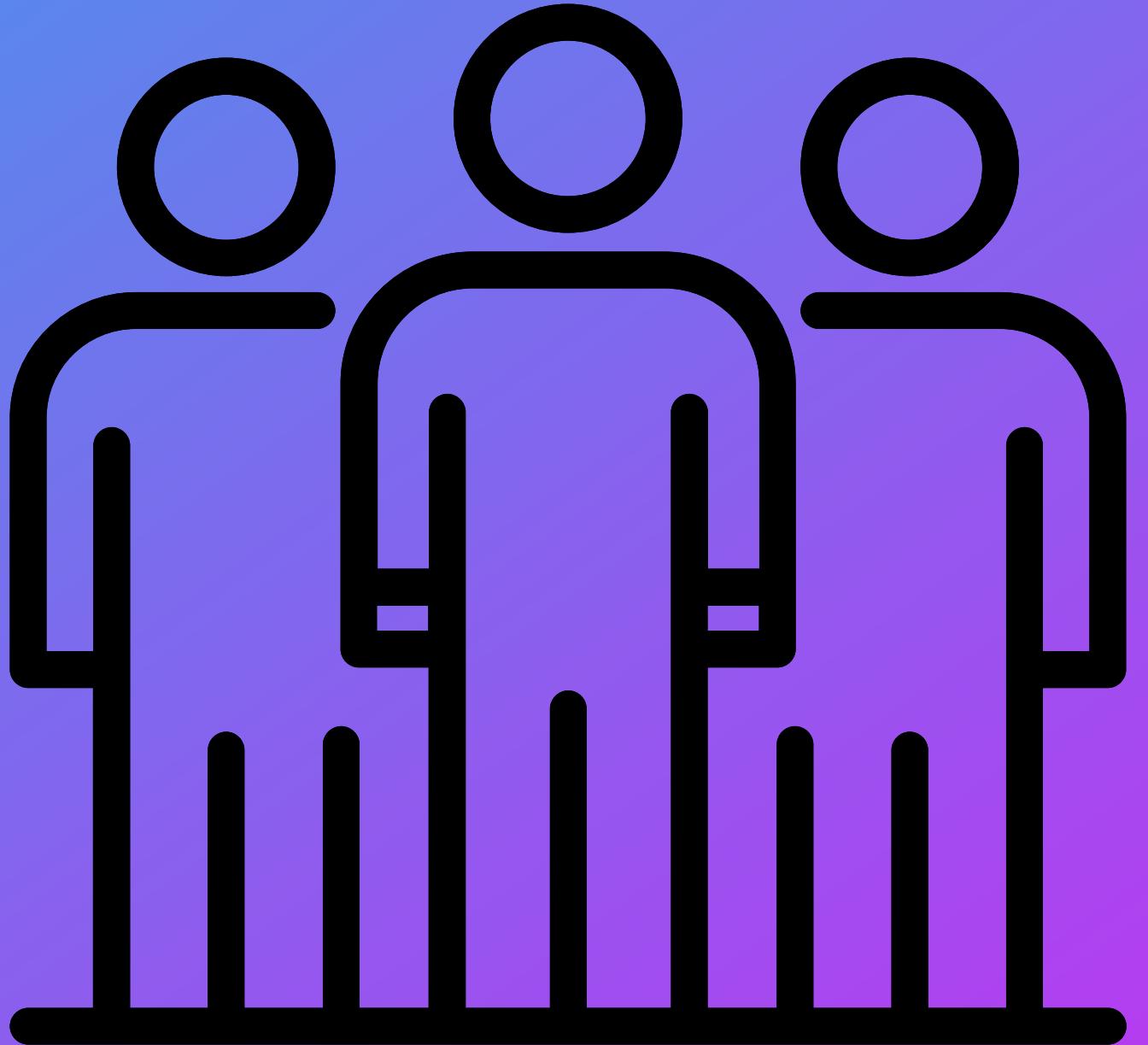
- "Come migliorare il SEO del sito aziendale"
- "Guida alla creazione di contenuti digitali"
- "Strategie di marketing digitale per piccole imprese"
- "Importanza del SEO per le PMI"
- "Tendenze di marketing digitale 2024"

Formato:

- Post settimanali sul blog
- Condivisione su LinkedIn e Facebook
- Infografiche su Instagram e Pinterest

Keywords Commerciali

1. Servizi di ottimizzazione SEO per PMI
2. Agenzia di content marketing per piccole imprese
3. Gestione dei social media per aziende
4. Consulenza di marketing digitale per PMI
5. Pacchetti di SEO aziendale
6. Campagne di marketing online per PMI
7. Analisi delle parole chiave per piccole imprese
8. Servizi di digital marketing a basso costo
9. Soluzioni di marketing per piccole imprese
10. Agenzia di social media management



KEYWORD RESEARCH E INTENTO DI RICERCA

CATEGORIA SERVIZI DIGITALI	TARGET AUDIENCE	BUYER PERSONA
Servizi di ottimizzazione SEO per PMI	Proprietari di PMI	SEO
Agenzia di content marketing per piccole imprese	Responsabili marketing di PMI	Content marketing
Gestione dei social media per aziende	Proprietari di PMI	Social media management
Consulenza di marketing digitale per PMI	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale
Pacchetti di SEO aziendale	Proprietari di PMI	SEO
Campagne di marketing online per PMI	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale
Analisi delle parole chiave per piccole imprese	Proprietari di PMI	SEO
Servizi di digital marketing a basso costo	Proprietari di PMI	Marketing digitale
Soluzioni di marketing per piccole imprese	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale
Agenzia di social media management	Proprietari di PMI	Social media management

Strategia finale contenuti commerciali

Tipi di Contenuti:

- Case studies
- Testimonianze
- Video promozionali

Argomenti:

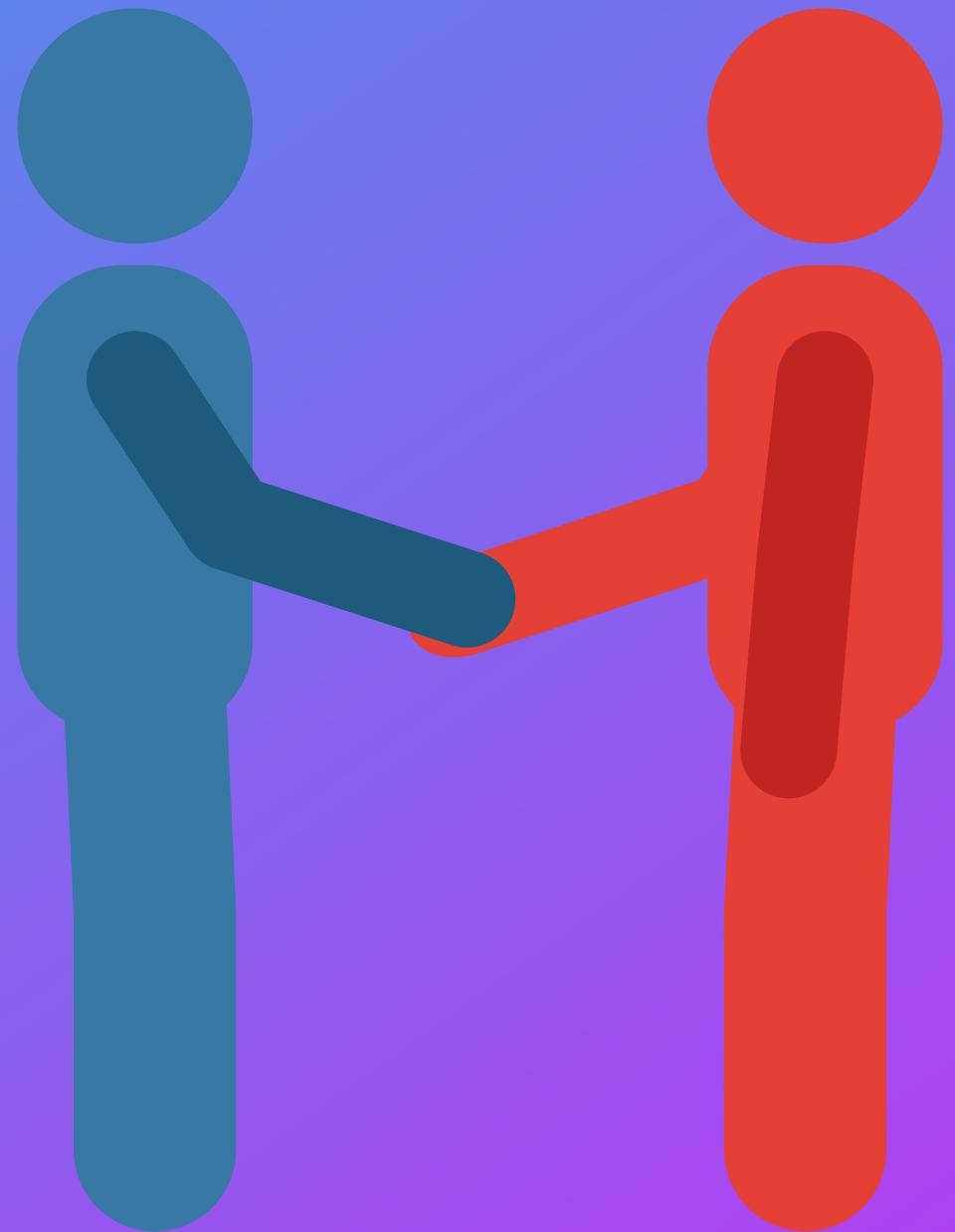
- "Come abbiamo aumentato il traffico web di una PMI del 50% in 6 mesi"
- "Testimonianza di successo: La gestione dei social media che ha trasformato un brand"
- "Servizi di ottimizzazione SEO per PMI"

Formato:

- Post mensili di case studies sul blog
- Video testimonianze su YouTube e Instagram
- Post su LinkedIn con link ai case studies

Keywords Transazionali

1. Assumi esperti SEO per PMI
2. Prezzi per gestione social media aziendale
3. Offerte per consulenza di marketing digitale
4. Acquista pacchetti di content marketing
5. Preventivo per servizi SEO aziendale
6. Richiedi una demo di gestione social media
7. Iscriviti a consulenza di marketing digitale
8. Compra servizi di analisi delle parole chiave
9. Ottieni una consulenza gratuita di marketing digitale
10. Prenota una call strategica di marketing



KEYWORD RESEARCH E INTENTO DI RICERCA

CATEGORIA PRODOTTI DIGITALI	TARGET AUDIENCE	BUYER PERSONA
Assumi esperti SEO per PMI	Proprietari di PMI	SEO
Prezzi per gestione social media aziendale	Proprietari di PMI	Social media management
Offerte per consulenza di marketing digitale	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale
Acquista pacchetti di content marketing	Proprietari di PMI	Content marketing
Preventivo per servizi SEO aziendale	Proprietari di PMI	SEO
Richiedi una demo di gestione social media	Responsabili marketing di PMI	Social media management
Iscriviti a consulenza di marketing digitale	Proprietari di PMI	Marketing digitale
Compra servizi di analisi delle parole chiave	Proprietari di PMI	SEO
Ottieni una consulenza gratuita di marketing digitale	Responsabili marketing di PMI	Marketing digitale
Prenota una call strategica di marketing	Proprietari di PMI	Marketing digitale

Strategia finale contenuti transazionali

Tipi di Contenuti:

- Offerte speciali
- Call-to-action per consulenze gratuite
- Landing pages

Argomenti:

- "Richiedi una demo di gestione social media"
- "Preventivo gratuito per servizi SEO aziendale"
- "Iscriviti a una consulenza di marketing digitale gratuita"

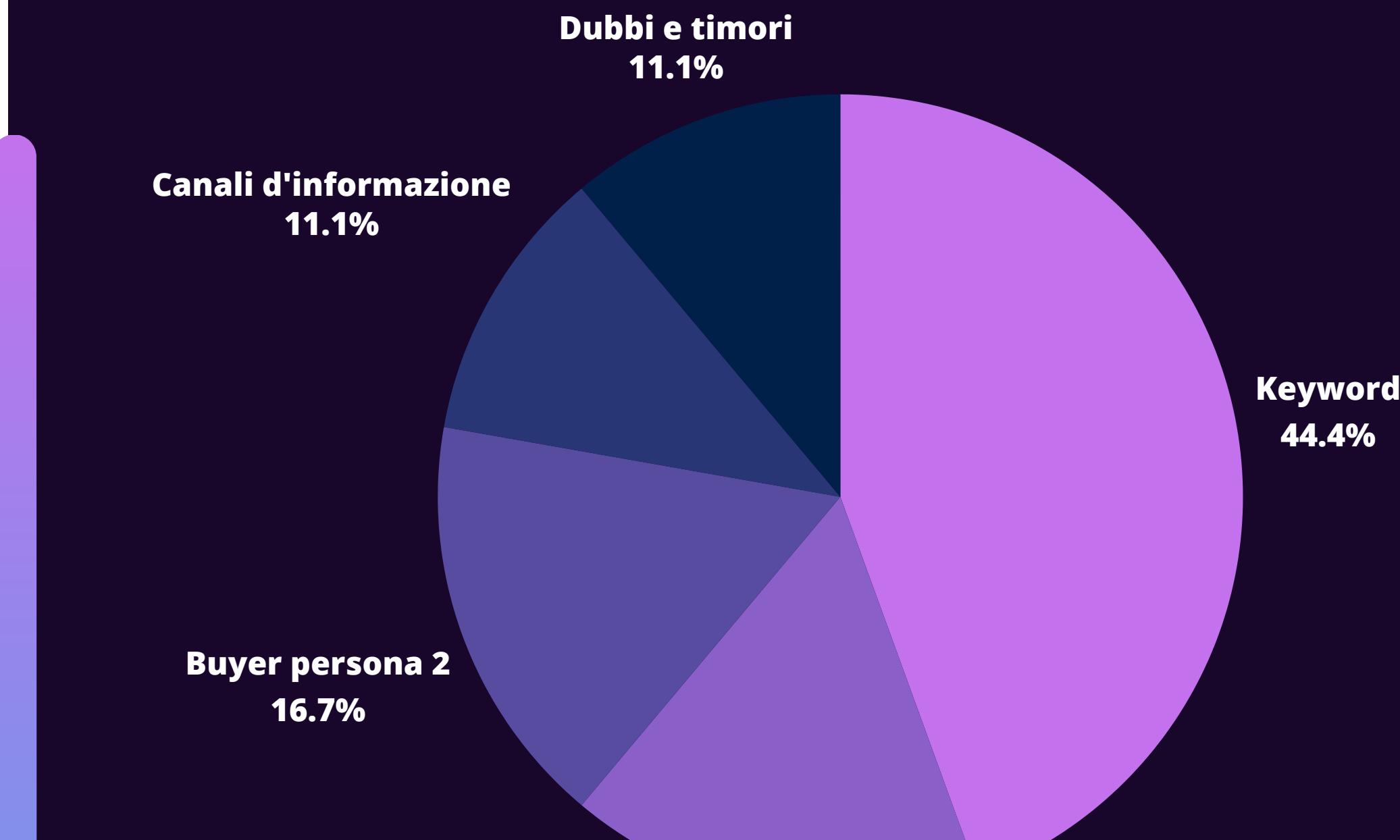
Formato:

- Annunci su LinkedIn e Facebook
- Email marketing con offerte speciali
- Landing pages ottimizzate per conversione

C A L E N D A R I O E D I T O R I A L E

Keyword Research e Intento di Ricerca

Con una chiara comprensione delle mie buyer persona, dei loro bisogni, dei canali di informazione e dei loro timori, insieme a un'analisi approfondita delle parole chiave e dell'intento di ricerca, potrò quindi strutturare come descritto nelle precedenti slide una strategia di Personal Branding efficace creando un **Calendario Editoriale** efficace.



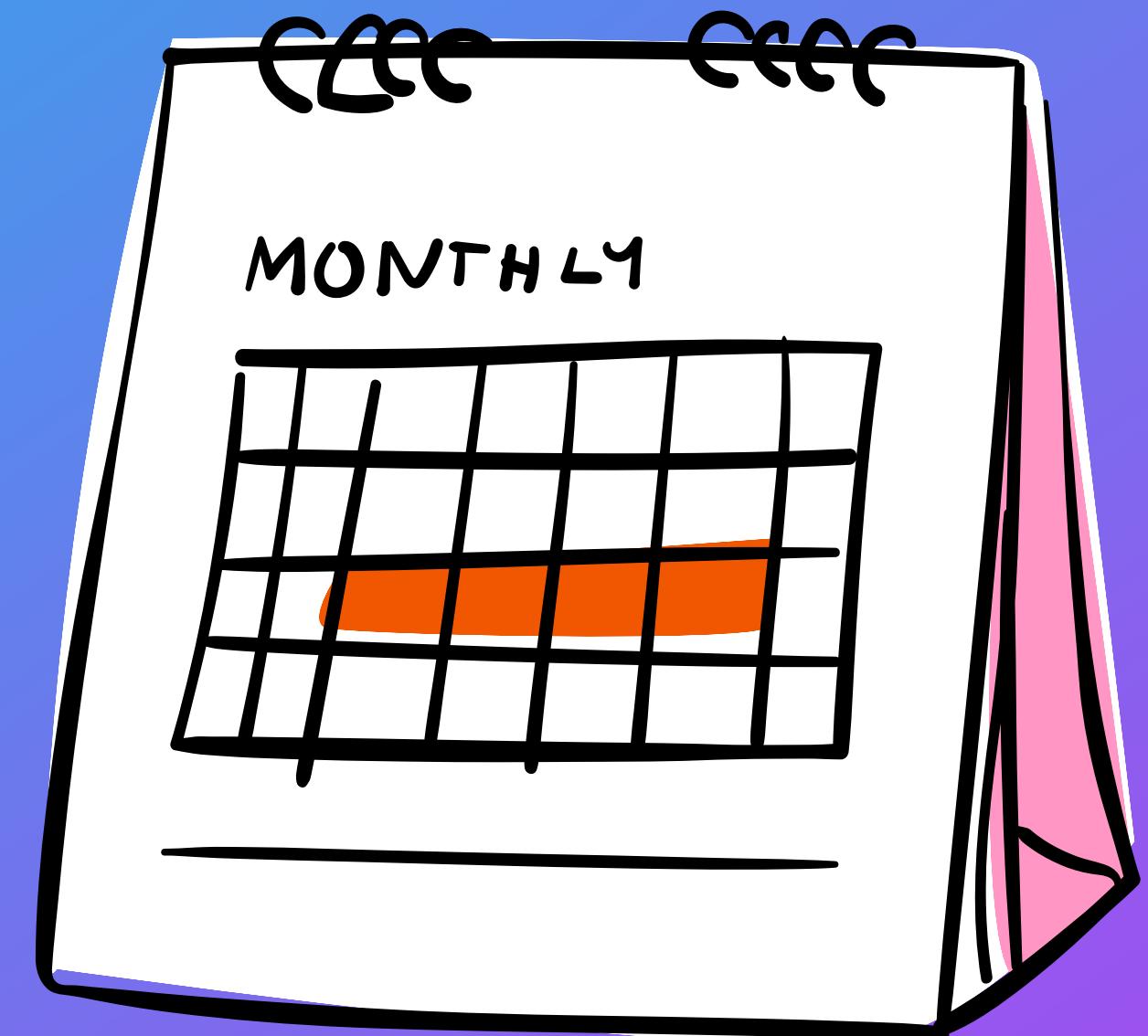
Calendario Editoriale Mensile

- **Settimana 1:**

- Blog Post: Guida alla creazione di contenuti digitali
- LinkedIn Post: Condivisione della guida + infografica su Instagram
- YouTube Video: Tutorial su come migliorare il SEO

- **Settimana 2:**

- Case Study: Come abbiamo aumentato il traffico web di una PMI
- Instagram Story: Behind-the-scenes della creazione del case study
- Email Campaign: Annuncio della pubblicazione del case study



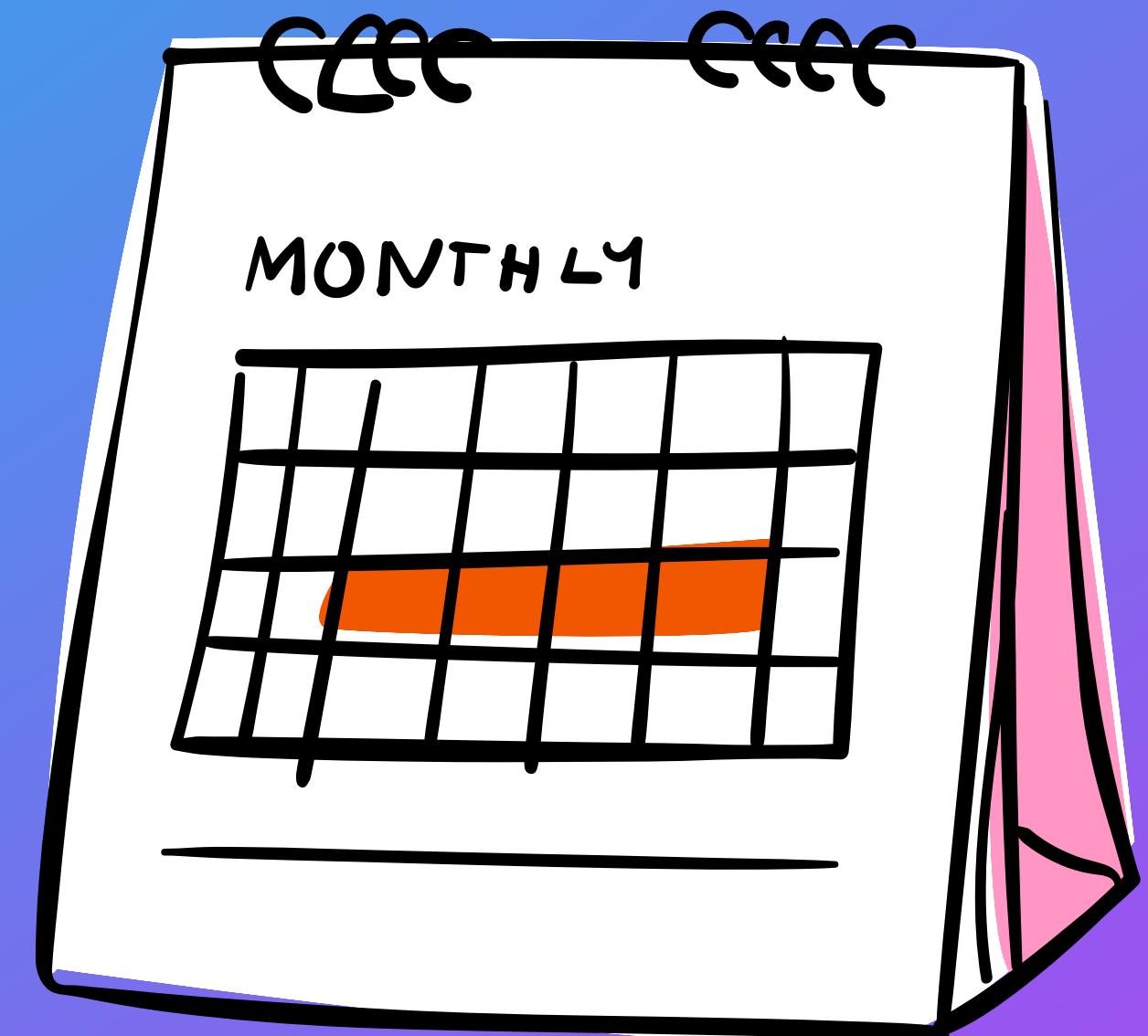
Calendario Editoriale Mensile

- **Settimana 3:**

- Blog Post: Strategie di marketing digitale per piccole imprese
- LinkedIn Poll: Coinvolgimento su sfide di marketing comuni
- Facebook Ad: Promozione di una consulenza gratuita

- **Settimana 4:**

- Video Testimonianza: Successo della gestione social media per un cliente
- Twitter Thread: Suggerimenti rapidi di marketing digitale
- Landing Page Update: Nuova offerta speciale con call-to-action



Engagement e Monitoraggio

- **Engagement:**
 - Risposta ai commenti e messaggi su LinkedIn, Facebook, Instagram e YouTube.
 - Partecipare a discussioni su Twitter utilizzando hashtag rilevanti.
 - Creare sondaggi e Q&A session su Instagram Stories.
- **Monitoraggio:**
 - Utilizzare strumenti di analisi come Google Analytics, LinkedIn Analytics e Facebook Insights.
 - Monitorare il traffico sul sito web e le conversioni delle landing pages.
 - Analizzare le performance delle email campagne con strumenti come Mailchimp.



Ottimizzazione

- Aggiusterò le strategie in base ai dati raccolti, concentrandomi sui contenuti e i canali che generano il miglior ROI.
- Sperimentero con nuovi formati di contenuto e orari di pubblicazione.
- Continuerò a testare e migliorare le campagne di email marketing



Conclusione

Con questa **struttura e strategie integrate**, sarò in grado di raggiungere il mio target di responsabili marketing di PMI o piccoli medi imprenditori offrendo loro contenuti preziosi e pertinenti che rispondono alle loro esigenze e problemi specifici. Attraverso un mix di **contenuti informativi, commerciali e transazionali**, sarò in grado di guidare i potenziali clienti lungo il **funnel di marketing**, convertendoli in **clienti fedeli**.



**GRAZIE DELLA
VISIONE**