

DEMURTAS SAMUELE

E-COMMERCE SPECIALIST

2024

**PERSONAL
BRAND**



INDICE

01.

OBIETTIVI

02.

AUDIENCE PERSONAS



01. **OBIETTIVI A BREVE TERMINE**

1 Definizione del brand

- Stabilire una chiara identità di brand, comprensiva di logo, palette di colori e tone of voice.
- Creare un sito web professionale con una sezione "Chi Sono" e "Servizi" ben delineata.

2 Creazione contenuti

- Pubblicare un blog con articoli settimanali su temi rilevanti per l'e-commerce (es. strategie di vendita online, ottimizzazione delle conversioni, etc.).
- Registrare e pubblicare almeno 1 video tutorial o webinar a settimana su piattaforme come YouTube e LinkedIn.
- Creazione di contenuti reel per offrire valore gratuito su instagram e tiktok sfruttando una copertura organica.

3 Networking e collaborazioni

- Identificare e connettersi con almeno 5 influencer o professionisti del settore e-commerce.

01.1

OBBIETTIVI A MEDIO TERMINE

1 Aumentare visibilità e autorità

- Ottenere almeno 10 articoli ospitati su blog di settore o pubblicazioni online.
- Creare podcast formativo con 1 puntata a settimana.

2 Sviluppo e lancio di servizi

- Sviluppare e lanciare un pacchetto di servizi per consulenze e-commerce, come audit di siti web, strategie di marketing digitale, o ottimizzazione delle conversioni.
- Offrire una promo lancio o un webinar gratuito per attrarre nuovi clienti.
- Creazione corso avanzato per costruire il proprio e-commerce o migliorarlo.

3 Crescita del network

- Costruire una rete di almeno 1000 follower su LinkedIn e 500 follower su Instagram.
- Partecipare attivamente a gruppi LinkedIn e forum di discussione sul marketing e-commerce.

01.2

OBBIETTIVI A LUNGO TERMINE

1 Espansione della clientela

- Aumentare il numero di clienti paganti di almeno il 50% rispetto ai 6 mesi precedenti.
- Raggiungere un tasso di conversione del 20% per le proposte di servizio inviate.

2 Costruzione della reputazione

- Ottenere recensioni e testimonianze da almeno 10 clienti soddisfatti.
- Pubblicare regolarmente case study di successo sul tuo sito e sui social media, con dati e risultati concreti.

3 Ottimizzazione e automazione

- Implementare strumenti di automazione per la gestione dei lead e delle campagne di email marketing.
- Ottimizzare il sito web per migliorare la SEO e la user experience, puntando a raggiungere la prima pagina dei risultati Google per almeno 5 parole chiave principali.

02. AUDIENCE PERSONAS

1. Giovane imprenditore

- Età: 25-35 anni
- Interesse: Crescita e visibilità online
- Punti Dolenti: Paura di non raggiungere il mercato target, frustrazione per i costi pubblicitari.

2. Manager PMI

- Età: 35-50 anni
- Interesse: Espansione del business online
- Punti Dolenti: Ansia di non stare al passo con le nuove tecnologie, complessità delle campagne pubblicitarie.

3. Aspirante imprenditore

- Età: 20-40 anni
- Interesse: Formazione e avvio di un e-commerce
- Punti Dolenti: Paura di investire in corsi di bassa qualità, frustrazione per la quantità di informazioni contrastanti.

AUDIENCE PERSONA 1

Giovane Imprenditore

Chi è

- Un giovane imprenditore **tra i 25 e i 35 anni**, che ha appena avviato un negozio online.
- Si trova nella **fase iniziale** del suo business, cercando di scalare **rapidamente**.
- È il **proprietario e il responsabile** marketing del suo e-commerce.
- Keywords: "**startupper**", "**digital native**", "**innovativo**", "**ambizioso**".

Bisogni

- Vuole aumentare le **vendite e la visibilità** del suo negozio online.
- Deve sviluppare una **strategia di marketing** efficace e gestire **campagne pubblicitarie**.
- Deve decidere su budget pubblicitario, piattaforme di marketing, e fornitori di servizi.
- Sapremo se ha avuto successo quando vedrà un **aumento significativo** nelle vendite e nel traffico del sito.

AUDIENCE PERSONA 1

Giovane Imprenditore

Cosa vede

- Vede un **mercato competitivo** con molti altri e-commerce simili.
- Nel suo ambiente immediato, vede altre startup e imprenditori che **cercano di emergere**.
- Nota le **migliori pratiche** adottate dai concorrenti e le tendenze emergenti.
- Sta guardando **video su YouTube** su come migliorare le vendite online e leggendo **blog di marketing**.

Cosa dice

- "Ho bisogno di capire come attrarre più clienti."
- "Devo ottimizzare il mio sito per le conversioni."

Cosa fa

- Partecipa a **webinar e corsi online** per migliorare le sue competenze.
- Sta **testando** diverse **strategie di marketing** per vedere cosa funziona meglio.

Cosa pensa

- È **entusiasta** ma anche **ansioso** riguardo al futuro del suo business.
- Pensa spesso a **come distinguersi** dai concorrenti.

AUDIENCE PERSONA 1

Giovane Imprenditore

PAINS

- **Paura** di non riuscire a raggiungere il mercato target.
- **Frustrazione** per i costi elevati della pubblicità e la mancanza di risultati immediati.

GAINS

- Spera di vedere il suo business **crescere rapidamente** e diventare un marchio riconosciuto.
- Desidera **libertà finanziaria** e la possibilità di espandere il suo business a livello internazionale.
- Potrebbe essere bloccato dalla **paura del fallimento** e dalle difficoltà iniziali di scalare il business.
- Rischia di **investire troppo** in strategie che **non portano risultati**.

AUDIENCE PERSONA 2

Manager PMI

Chi è

- Un **manager di marketing** di una piccola o media impresa (PMI) tra i **35 e i 50 anni**.
- È responsabile dell'espansione delle vendite online dell'azienda.
- Keywords: "**esperto di marketing**", "**leader**", "**strategico**".

Bisogni

- Deve **aumentare** la presenza online dell'azienda e **migliorare** le vendite e-commerce.
- Ha bisogno di **strumenti e strategie** per ottimizzare le campagne di marketing.
- Deve decidere **su budget, piattaforme pubblicitarie e strategie di contenuto**.
- Sapremo se ha avuto successo quando vedrà un **aumento delle vendite e una maggiore visibilità** del brand.

AUDIENCE PERSONA 2

Manager PMI

Cosa vede

- Vede un mercato con **grandi opportunità** di crescita nel settore digitale.
- Nel suo ambiente immediato, **vede altre PMI** che stanno **investendo pesantemente** nel marketing digitale.
- **Sta leggendo** report di settore, white papers e segue webinar su marketing avanzato.
-

Cosa dice

- "Dobbiamo migliorare la nostra strategia di marketing digitale."
- "Serve un approccio più integrato e dati-driven."

Cosa fa

- **Analizza** i dati delle campagne e lavora con il team per **migliorare le performance**.
- Coordina con **agenzie esterne** e fornitori di servizi per **ottimizzare** le attività di marketing.

Cosa pensa

- **È motivato** ma anche **preoccupato** di non raggiungere gli obiettivi aziendali.
- Pensa a come **implementare nuove strategie** in modo efficace.

AUDIENCE PERSONA 2

Manager PMI

PAINS

- **Ansia** di non riuscire a stare al passo con i cambiamenti del mercato.
- **Frustrazione** per la complessità e il costo delle campagne pubblicitarie.

GAINS

- **Speranza** di vedere un **aumento significativo** delle vendite online e della visibilità del brand.
- Desidera **riconoscimento professionale** e successo per l'azienda.
- Potrebbe essere **bloccato dalla resistenza al cambiamento** all'interno dell'azienda.
- **Rischia** di investire in strumenti e tecnologie che **non portano i risultati sperati**.

AUDIENCE PERSONA 3

Aspirante imprenditore

Chi è

- Un **aspirante imprenditore** o professionista interessato a lanciare un negozio online.
- Si trova nella **fase di ricerca e apprendimento**, cercando di acquisire **competenze e conoscenze pratiche**.
- È spesso autodidatta e **cerca risorse online** per imparare.
- Keywords: "**aspirante imprenditore**", "**autoformazione**", "**startup**", "**impara e-commerce**".
-

Bisogni

- Vuole **acquisire le competenze** necessarie per avviare e gestire un e-commerce di successo.
- Ha bisogno di **formazione pratica** su aspetti come la creazione di un sito web, il marketing digitale, e la gestione delle vendite online.
- Deve **prendere decisioni** su quali corsi **acquistare**, quali piattaforme utilizzare e come applicare ciò che impara.
- Sapremo se ha avuto successo quando **lancerà il suo e-commerce** con successo, vedendo vendite e feedback positivi dai clienti.

AUDIENCE PERSONA 2

Aspirante imprenditore

Cosa vede

- Vede un mercato **ricco di opportunità** e risorse educative online per l'e-commerce.
- Nel suo ambiente immediato, vede **pubblicità e offerte di corsi di formazione** su piattaforme come Udemy, Coursera, e LinkedIn Learning.
- **Nota le storie di successo** di altri imprenditori che hanno avviato negozi online e le tecniche che utilizzano.

Cosa dice

- "Voglio imparare come avviare un e-commerce di successo."
- "Ho bisogno di un corso pratico che mi guidi passo dopo passo."

Cosa fa

- **Naviga** frequentemente su **piattaforme di formazione online** e forum di e-commerce.
- Partecipa a **webinar gratuiti e segue influencer** e esperti di e-commerce.
- **Si iscrive** a newsletter e scarica guide gratuite per iniziare il suo percorso.

Cosa pensa

- È **entusiasta** ma anche un **po' incerto** e preoccupato di investire tempo e denaro in corsi che non valgano la pena.
- Pensa a come applicare ciò che impara per **evitare errori comuni** e migliorare le sue possibilità di successo.

AUDIENCE PERSONA 2

Aspirante imprenditore

PAINS

- **Paura** di scegliere corsi di bassa qualità o di **perdere tempo** con informazioni inutili.
- **Frustrazione per la complessità** del mercato e la quantità di informazioni contrastanti disponibili.

GAINS

- Desidera **acquisire competenze pratiche e concrete** che possano portarlo a lanciare e gestire un e-commerce con successo.
- Potrebbe essere **motivato dall'aspirazione** a diventare un imprenditore di successo e dalla libertà di gestire un business online.
- **Rischia** di investire in corsi che non rispondono alle sue necessità pratiche o che non sono aggiornati con le ultime tendenze del mercato.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

DEMURTAS SAMUELE