**PROGETTO FINALE MODULO 4, TOBIA RONDINI**

**DOCUMENTO STRATEGICO ANALITICO:**

**Introduzione ai miei servizi di Social Media marketing:**

Come consulente di social media marketing, offro una consulenza completa che spazia dalla gestione organica dei contenuti alla progettazione e ottimizzazione di campagne advertising. Il mio obiettivo è aiutare aziende e liberi professionisti a:

* **Incrementare la visibilità online:** Creando e gestendo una presenza social coerente e riconoscibile.
* **Costruire un’immagine di marca solida:** Attraverso storytelling, contenuti di valore e una strategia di comunicazione mirata.
* **Generare lead qualificati e conversioni:** Tramite campagne pubblicitarie ottimizzate e monitoraggio costante dei risultati.

**La Categoria dei Servizi Digitali offerti con i principali contenuti:**

I servizi che offro rientrano nel settore del digital marketing e, in particolare, nel **social media marketing**. Ecco i principali ambiti:

1. **Social Media Strategy**
   * **Analisi e pianificazione:** Studio del settore, analisi della concorrenza e definizione di obiettivi specifici.
   * **Definizione del tone-of-voice e dell’identità visiva:** Per garantire coerenza su tutte le piattaforme.
2. **Content Marketing**
   * **Creazione di contenuti di valore:** Post, video, infografiche e articoli pensati per coinvolgere e fidelizzare il pubblico.
   * **Pianificazione editoriale:** Calendario dei contenuti che rispecchia la strategia di branding e le stagionalità del mercato.
3. **Advertising e Performance Marketing**
   * **Gestione delle campagne:** Progettazione, lancio e ottimizzazione di campagne su piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn e Google.
   * **Analisi e reportistica:** Monitoraggio delle performance, A/B testing e ottimizzazione del budget per massimizzare il ROI.
4. **Analytics e Reporting**
   * **Monitoraggio dei dati:** Uso di strumenti analitici per valutare l’efficacia delle strategie.
   * **Report dettagliati:** Feedback continuo e piani di azione per migliorare costantemente le performance.

**Il Target Audience**

Il mio target si articola principalmente in due macrocategorie (audience personas già individuate nel progetto di fine modulo 3):

1. **Aziende**
   * **Piccole, medie e grandi imprese:** Organizzazioni che necessitano di digitalizzare la propria comunicazione e rafforzare la propria presenza online.
   * **Start-up e imprese in trasformazione digitale:** Aziende innovative che cercano di sfruttare il potenziale dei social media per crescere.
2. **Liberi Professionisti**
   * **Coach, consulenti e formatori:** Figure che vogliono costruire un personal brand autorevole.
   * **Professionisti di nicchia:** Medici, avvocati, creativi e altre figure che necessitano di una presenza online strategica per attrarre nuovi clienti.

**Il Mercato Italiano su cui opero:**

Il contesto italiano presenta alcune caratteristiche particolari(mercato italiano già spiegato nel progetto di fine modulo 3):

* **Crescita della Digitalizzazione:** Sempre più aziende stanno investendo in strategie digitali per rimanere competitive. Questo crea una forte domanda per consulenti esperti in social media marketing.
* **Competitività in Evoluzione:** Pur essendo un mercato competitivo, la capacità di offrire soluzioni personalizzate e culturalmente rilevanti rappresenta un vantaggio competitivo significativo.
* **Adattabilità Culturale:** La conoscenza delle specificità culturali, linguistiche e comportamentali del pubblico italiano è fondamentale per costruire messaggi efficaci e relazioni durature.

**Idea di Strategia Globale per il Personal Branding:**

1. **Definizione della Value Proposition**
   * **Unicità e Specializzazione:** Comunicare chiaramente cosa distingue la mia consulenza da quella dei competitors (es. metodologie innovative, esperienza settoriale, risultati misurabili).
   * **Messaggi Chiave:** Sviluppa un messaggio coerente da utilizzare su tutte le piattaforme.
2. **Networking e Collaborazioni**
   * **Eventi e Webinar:** Partecipare o organizzare eventi e webinar per mostrare le mie skills e creare connessioni nel settore.
   * **Collaborazioni Strategiche:** Costruire partnership con altri professionisti e agenzie che possano ampliare la mia rete di contatti

**STEP DA ATTUARE ALMENO DOPO 6 MESI DI ATTIVITA’ LAVORATIVA, IN MODO TALE DI AVERE DEI CASE STUDIES DA MOSTRARE ED UNA MAGGIORE CREDIBILITA’**

1. **Costruzione di una Presenza Online Integrata**
   * **Sito Web e Blog:** Un sito professionale con un blog che offra contenuti di valore (case study, guide, articoli di approfondimento) per posizionarmi come esperto.
   * **Social Media:** Attività costante su LinkedIn, Instagram, Facebook e YouTube. Pubblica regolarmente post educativi, video, dirette e interviste che mostrino il tuo know-how.
   * **SEO e Content Marketing:** Ottimizza i tuoi contenuti per i motori di ricerca per attrarre traffico organico di qualità.
   * **Campagne di advertising mirate:** Investi in campagne pubblicitarie per attrarre aziende e liberi professionisti interessati. Campagne di lead generetion, retargeting con segmentazione del pubblico.
2. **Testimonianze e Case Study**
   * **Prove Sociali:** Raccogliere e pubblicare testimonianze, case study e recensioni di clienti soddisfatti per costruire credibilità.
   * **Storytelling:** Racconta in modo autentico storie di successo, evidenziando come le consulenze strategiche hanno portato valore concreto ai clienti.
3. **Monitoraggio e Ottimizzazione Continua:** raccogliendo il feedback dei clienti e analizzando i dati della mia attività con analytics per poi modificare la strategia.

Implementando questa strategia globale, sarò in grado di rafforzare il mio **personal brand**, posizionarmi come **punto di riferimento nel settore del social media marketing** e attrarre aziende e liberi professionisti che cercano soluzioni concrete e personalizzate per la loro crescita digitale. La chiave del successo risiede nella **coerenza del messaggio, nella qualità dei contenuti offerti e nella capacità di adattarsi** dinamicamente alle esigenze del mercato italiano.

**RICERCA MANUALE DELLE PAROLE CHIAVE IN AMBITO SOCIAL MEDIA MARKETING:**

**Parole chiave con autocompilazione di google (input social media):**

Social Media Manager

Social Media

Social Media Manager cosa fa

Social Media Marketing

Social Media Manager stipendio

Social Media Manager cercasi

**Parole chiave con Answerthepublic (keyword: social media marketing)**

Di fondamentale importanza la terza immagine(Ricerche simili) dove vengono indicate le principali parole chiave correlate, con i volumi di ricerca più importanti.

**Immagine che contiene testo, schermata, cerchio, diagramma

Il contenuto generato dall'IA potrebbe non essere corretto.Immagine che contiene testo, cerchio, schermata, diagramma

Il contenuto generato dall'IA potrebbe non essere corretto.Immagine che contiene testo, schermata, menu, numero

Il contenuto generato dall'IA potrebbe non essere corretto.**

**Google trends (keywords associate a social media marketing):**

Social media

Social marketing

Media marketing

Social media marketing

Social media manager

Social media agency (basso volume)

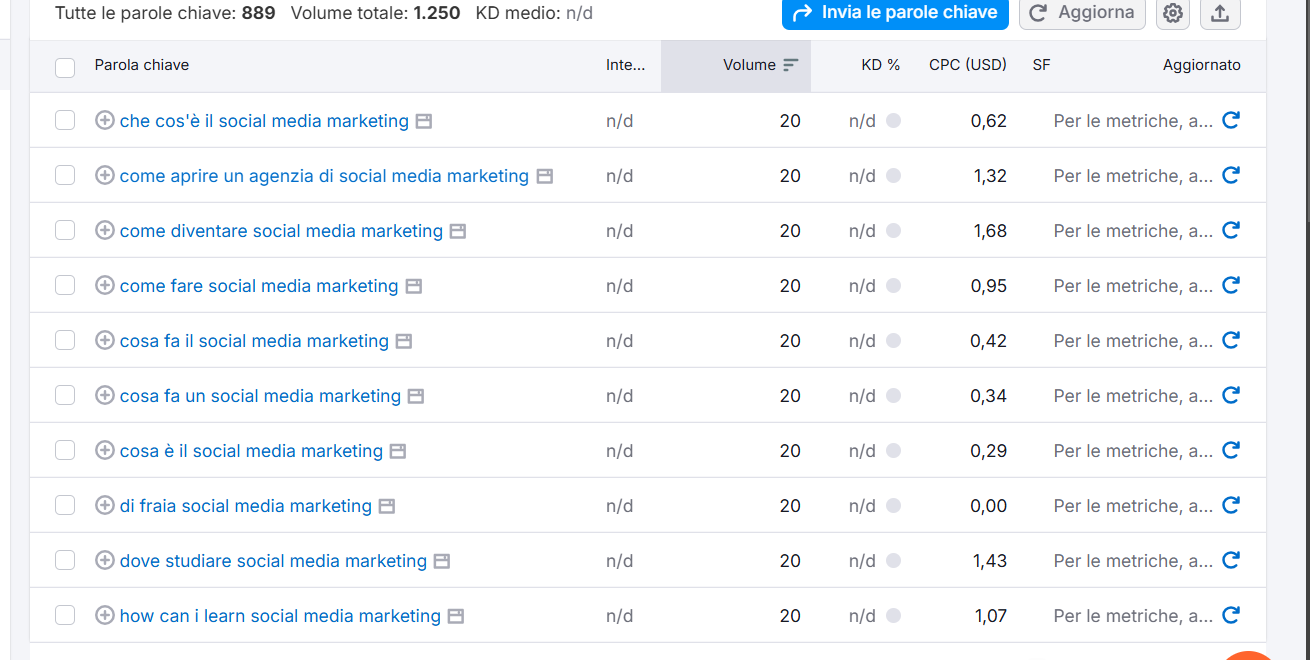
**SEMRUSH (Parole chiave e domande correlate a social media marketing)**

**Parole chiave:**

Immagine che contiene testo, schermata, numero, software

Il contenuto generato dall'IA potrebbe non essere corretto.

**Domande correlate:**



**Keywordspeopleuse (social media marketing)**

**Principali macroaree:** Cosa fa il social media marketing, quanto può guadagnare il social media marketing, che differenza c’è tra social media manager e social media marketing, cosa fa un’agenzia di social media marketing? (VEDI IMMAGINE SOTTO)

Immagine che contiene testo, diagramma, Carattere, linea

Il contenuto generato dall'IA potrebbe non essere corretto.

**Google Gemini** richiesta di keywords con maggiore volume di ricerca relativo ad argomento “social media marketing” (ecosistema google):

**Parole chiave principali (alto volume di ricerca)**

* **consulente social media marketing**
* **social media manager**
* **esperto social media**
* **corsi social media marketing**
* **strategia social media**

**Parole chiave secondarie (volume di ricerca medio-alto)**

* **come aumentare i follower su instagram**
* **pubblicità su facebook**
* **social media marketing per aziende**
* **consulenza social media marketing [nome città]**:
* **prezzi social media marketing**

**VALUTAZIONE ED ANALISI INTENTO DI RICERCA IN BASE ALLE KEYWORDS TROVATE IN PRECEDENZA + ALCUNE KEYWORDS SIMILI CORRELATE:**

**MACROAREA INTENTO DI RICERCA COMMERCIALE/TRANSAZIONALE:** Questi utenti sono pronti ad agire e cercano attivamente servizi o professionisti. Hanno l'intenzione di *assumere* o *acquistare* un servizio.

* **Keywords transazionali/commerciali:**
  + "social media marketing servizi"
  + "agenzia social media marketing"
  + "social media manager freelance"
  + "costo social media manager"
  + "preventivo social media marketing"
  + "assumere social media manager"
  + "miglior agenzia social media marketing [città/area]"
  + "consulente social media marketing"
  + "servizi gestione social media"
* **Volume di Ricerca:** **Alto**. Queste parole chiave, soprattutto quelle più generiche come "social media marketing servizi", tendono ad avere volumi di ricerca elevati, invece le keyword a coda lunga (es. "miglior agenzia social media marketing Milano") avranno volumi inferiori ma una maggiore specificità e un tasso di conversione potenzialmente più alto.
* **Analisi dell'Intento:** L'intento è chiaramente *transazionale*. Questi utenti sono alla ricerca di soluzioni concrete e sono in fase di valutazione di fornitori o servizi. Sono potenziali clienti diretti per l’attività di consulenza in social media marketing.

**INTENTO DI RICERCA INFORMATIVA:** Questi utenti cercano informazioni, guide, tutorial e risorse per *imparare* o *capire* meglio il social media marketing.

* **Parole Chiave Esempio:**
  + "cos'è il social media marketing"
  + "come fare social media marketing"
  + "guida social media marketing"
  + "strategie social media marketing"
  + "social media marketing tutorial"
  + "social media marketing per principianti"
  + "corso social media marketing online"
  + "social media marketing esempi"
  + "trend social media marketing 2025"
* **Volume di Ricerca:** **Molto Alto**. Le parole chiave informative, soprattutto quelle più generiche come "cos'è il social media marketing", possono avere volumi di ricerca *enormi*. C'è un vasto pubblico che cerca di informarsi e formarsi sul social media marketing.
* **Analisi dell'Intento:** L'intento è *informativo*. Questi utenti sono in fase di *apprendimento* e *ricerca*. Anche se non sono clienti diretti *immediati*, intercettare questo intento può essere utile per costruire awareness, posizionarmi come esperto e attrarre traffico qualificato nel lungo termine (es. attraverso contenuti blog, guide gratuite, etc.).

**INTENTO DI RICERCA NAVIGAZIONALE:** Questi utenti cercano informazioni specifiche su *brand*, *piattaforme* o *strumenti* di social media marketing.

* **Parole Chiave Esempio:**
  + "instagram marketing"
  + "facebook advertising"
  + "linkedin marketing"
  + "tiktok marketing"
  + "strumenti social media marketing"
  + "hootsuite"
  + "buffer"
  + "canva social media"
  + "social media analytics tool"
  + "instagram insights"
* **Volume di Ricerca:** **Medio-Alto**. Il volume varia molto a seconda della specificità della piattaforma o dello strumento. Parole chiave come "instagram marketing" e "facebook advertising" avranno volumi elevati, mentre nomi di strumenti specifici (es. "hootsuite") possono avere volumi medi o alti a seconda della popolarità dello strumento.
* **Analisi dell'Intento:** L'intento è *navigazionale*. Questi utenti cercano informazioni specifiche su piattaforme o strumenti, spesso con l'obiettivo di *utilizzarli* o *capire come funzionano*. Anche in questo caso, intercettare questo intento può essere utile per posizionarmi come esperto su specifiche piattaforme o strumenti e attrarre un pubblico interessato a soluzioni pratiche.

**PROMPT A CHATGPT(CON RAGIONAMENTO) PER CLASSIFICARE L’INTENTO DI RICERCA DEGLI UTENTI E TROVARE 30 PAROLE CHIAVE SULLA BASE DEI VARI INTENTI**

**Intento Informativo (Educare ed informare)**

1. **"Cos'è il social media marketing"**
   * Per chi vuole capire le basi e le funzionalità del settore.
2. **"Strategie di social media marketing per aziende"**
   * Articoli che spiegano approcci specifici per realtà aziendali.
3. **"Come migliorare la presenza sui social media"**
   * Guide e consigli pratici per ottimizzare la visibilità online.
4. **"Consigli per il social media organico"**
   * Idee e tattiche per una crescita naturale sui social.
5. **"Ottimizzazione campagne social advertising"**
   * Approfondimenti su come massimizzare il ROI delle campagne.
6. **"Trend e novità social media marketing 2025"**
   * Ricerche e analisi sui trend futuri del settore.
7. **"Analisi dei dati nei social media"**
   * Guide su come interpretare e utilizzare gli analytics.
8. **"Case study di successo nel social media marketing"**
   * Esempi pratici e storie di aziende che hanno ottenuto risultati.
9. **"Social media marketing per liberi professionisti"**
   * Strategie mirate a chi lavora in proprio.
10. **"Guida completa al content marketing sui social"**
    * Risorse che spiegano come creare contenuti efficaci.

**Intento Commerciale (Ricerca di Soluzioni e Informazioni sui Servizi)**

1. **"Consulente di social media marketing"**
   * Per chi cerca un esperto che possa supportare la propria strategia.
2. **"Servizi di consulenza social media per aziende"**
   * Soluzioni specifiche rivolte a imprese.
3. **"Esperto di social media advertising"**
   * Per chi è alla ricerca di professionalità nel campo della pubblicità online.
4. **"Consulenza strategica per social media"**
   * Termini che evidenziano la componente strategica della consulenza.
5. **"Agenzia di social media marketing per professionisti"**
   * Alternative per liberi professionisti che cercano supporto.
6. **"Consulenza digital marketing personalizzata"**
   * Per chi desidera soluzioni su misura.
7. **"Strategia social media per piccole imprese"**
   * Approccio specifico per le piccole e medie imprese.
8. **"Social media advertising per imprese"**
   * Indicazioni sui servizi di advertising rivolti a realtà aziendali.
9. **"Servizi di content marketing e social media"**
   * Per chi vuole integrare contenuti e advertising.
10. **"Consulenza per campagne pubblicitarie sui social"**
    * Ricerca di supporto specifico per campagne online.

**Intento Transazionale (Pronto all'Azione e alla Conversione)**

1. **"Richiedi consulenza social media marketing"**
   * Invito diretto per ottenere un contatto immediato.
2. **"Acquista consulenza social media"**
   * Per chi è pronto a investire nel servizio.
3. **"Preventivo consulenza social media marketing"**
   * Termini per la richiesta di una stima personalizzata.
4. **"Servizi social media marketing prezzi"**
   * Ricerca di informazioni sui costi del servizio.
5. **"Offerta consulenza digital marketing"**
   * Promozioni o pacchetti speciali per chi vuole iniziare subito.
6. **"Contratta esperto di social media"**
   * Termini che indicano l'avvio di una collaborazione.
7. **"Prenota strategia social media"**
   * Call-to-action per fissare un incontro o una consulenza.
8. **"Consulenza social media online"**
   * Per chi cerca soluzioni completamente digitali.
9. **"Promo consulenza social media marketing"**
   * Incentivi e promozioni per incentivare l'acquisto.
10. **"Iscriviti a webinar consulenza social media"**
    * Invito a partecipare a eventi formativi che fungono anche da contatto commerciale.