

Report di analisi

INTRODUZIONE:

In questa prima parte mi concentro sull'attività di definizione e strutturazione del mio Personal Branding, ricerca e analisi delle parole chiave dapprima via brainstoarming e poi utilizzando i tool indicati. Prima di passare allo sviluppo della strategia quindi faccio prima un'analisi per definire i seguenti:

- UVP
- Individuazione nicchia di mercato
- TOV

Definiti questi punti, passerò all'ideazione di strategia, ricerca e raccolta dati

- La mia UVP: cosa mi distingue dagli altri consulenti?

La Unique Value Proposition (UVP) è ciò che rende unico un professionista rispetto alla concorrenza. Deve rispondere a tre domande fondamentali:

Qual è il principale problema che risolvo per i miei clienti?

Cosa offro di diverso rispetto agli altri?

Perché i clienti dovrebbero scegliere me?

- Individuare una Nicchia di Mercato Specifica: quale nicchia di mercato scegliere? La specializzazione è fondamentale per il mio personal branding. Devo diventare il riferimento in un settore specifico sennò rischio di essere troppo generalista.
- Definire il mio tono di voce (TOV): qual è il tono di voce più efficace per il proprio brand?

Il tono di voce è il modo in cui comunichi con il tuo pubblico ed è fondamentale per creare un'identità coerente.

Risultato atteso:

- Più autorevolezza nel tuo settore
- Maggiore visibilità online
- Più clienti e opportunità di business

Nome: Virginia Tiraforti

Posizione: Consulente SEO & Content Marketing per Startup SaaS

Specializzazione: SEO Data-Driven e Content Strategy

Obiettivo del Personal Branding: Posizionarsi come esperto nell'ottimizzazione del traffico organico e nella creazione di contenuti strategici per le startup SaaS, aumentando lead qualificati e conversioni senza dipendere esclusivamente dalla pubblicità a pagamento.

Problema che risolvo:

Le startup SaaS hanno bisogno di strategie scalabili e sostenibili per aumentare il traffico web e convertire visitatori in clienti paganti. Molte di queste aziende dipendono da canali pubblicitari a pagamento, ma spesso non hanno una base solida di traffico organico che possa garantire una crescita a lungo termine.

Cosa offro di diverso:

Con un approccio integrato che combina SEO avanzata, content marketing strategico e CRO, aiuto le startup SaaS a costruire una presenza online solida e scalabile, riducendo la dipendenza dalle campagne pubblicitarie. Il mio metodo è basato sui dati, testato e ottimizzato per garantire risultati misurabili e rapidi.

Risultato che garantisco:

- Crescita del traffico organico del +150% in 6 mesi attraverso l'ottimizzazione SEO.
- Aumento del tasso di conversione del +30% grazie a strategie mirate di CRO, content marketing e ottimizzazione dell'esperienza utente UX/UI.
- Ottimizzazione delle landing page per massimizzare il ROI delle campagne marketing.

La mia UVP: aiuto le startup SaaS a scalare il loro fatturato online combinando SEO avanzata e ottimizzazione delle conversioni. Con il mio approccio data-driven, garantisco una crescita del traffico organico e un miglioramento del tasso di conversione, portando risultati misurabili in 6 mesi.

Perché mi sono concentrata su questa nicchia?

Le startup SaaS sono in rapida crescita e sempre più consapevoli della necessità di strategie digitali scalabili. Tuttavia, spesso non riescono a gestire efficacemente la SEO e a ottimizzare le loro conversioni per aumentare il numero di clienti paganti. L'opportunità di specializzarmi in questo settore mi permette di sfruttare la domanda crescente e risolvere un problema specifico e urgente: come ottenere traffico qualificato e convertirlo in clienti paganti in modo efficace.

Approccio distintivo nella nicchia:

Mi concentro su una combinazione di SEO tecnica avanzata e Conversion Rate Optimization per aiutare le startup SaaS a non solo attrarre più utenti, ma anche a massimizzare il loro valore a lungo termine attraverso il miglioramento delle conversioni.

Comunicazione con il mio pubblico: tono di voce

Il mio tono di voce è professionale e autorevole, ma anche accessibile e pratico, in modo che i fondatori di startup possano comprendere facilmente concetti complessi come SEO avanzata e CRO senza sentirsi sopraffatti.

- Tono autorevole: "La SEO non è solo una questione di parole chiave, ma di un'analisi approfondita del comportamento degli utenti. Solo così possiamo costruire una strategia che genera risultati tangibili."
- Tono pratico e utile: "Se vuoi aumentare il traffico organico senza fare affidamento sulle ads, inizia con un audit SEO completo. Te lo spiego passo per passo."

Grazie a una strategia SEO avanzata e una combinazione vincente di CRO e content marketing, sono riuscito a posizionarmi come un esperto consulente per startup SaaS. Il mio approccio data-driven, che integra SEO tecnica e ottimizzazione delle conversioni, ha permesso a "SaaSify" di vedere risultati tangibili in breve tempo, portando la loro crescita a un livello successivo.

STRATEGIA

Step 1: Definizione dell'Obiettivo della Keyword Research

L'obiettivo della ricerca di parole chiave è individuare le query più rilevanti che gli utenti cercano su Google e altre piattaforme, per posizionare il mio personal brand e i miei contenuti in modo strategico.

Focalizzazione della ricerca:

- Target: Startup SaaS, imprenditori digitali, CEO di aziende tech
- Servizi chiave: SEO avanzata, Content Marketing, Strategia Data-Driven
- Obiettivo: Posizionarsi su Google con contenuti educativi e strategici per generare traffico qualificato e lead

Step 2: Brainstorming delle Parole Chiave Principali

Prima di passare agli strumenti, individuiamo le macro-categorie di parole chiave su cui basare la ricerca:

Ho dapprima segmentato le parole chiave chiave per macro categorie:

SEO per Startup SaaS

- SEO per aziende SaaS
- SEO per startup B2B
- Miglior strategia SEO per SaaS
- SEO e Content Marketing per SaaS

Content Marketing per la crescita organica

- Come usare il content marketing per generare lead
- Content marketing per SaaS
- Strategie di contenuto per startup

Parole chiave legate all'approccio Data-Driven

- SEO Data-Driven: cos'è e come applicarlo
- Migliori tool per un'analisi SEO basata sui dati
- Strategie SEO basate sui dati

Problemi specifici che risolvo

- Come ridurre il costo per lead con la SEO
- Come generare lead senza Ads
- Come ottimizzare un blog per SEO

Questa è solo una prima base, utilizzi ora gli strumenti per affinare la ricerca delle parole chiave.

Step 3: Utilizzo dei Tool per Espandere la Keyword Research

Documento 1 di 2

Ora useremo i seguenti strumenti per trovare idee di parole chiave e analizzare l'intento di ricerca.

• Google Autocomplete

Obiettivo: Capire quali parole chiave vengono cercate di più su Google partendo dalle query principali.

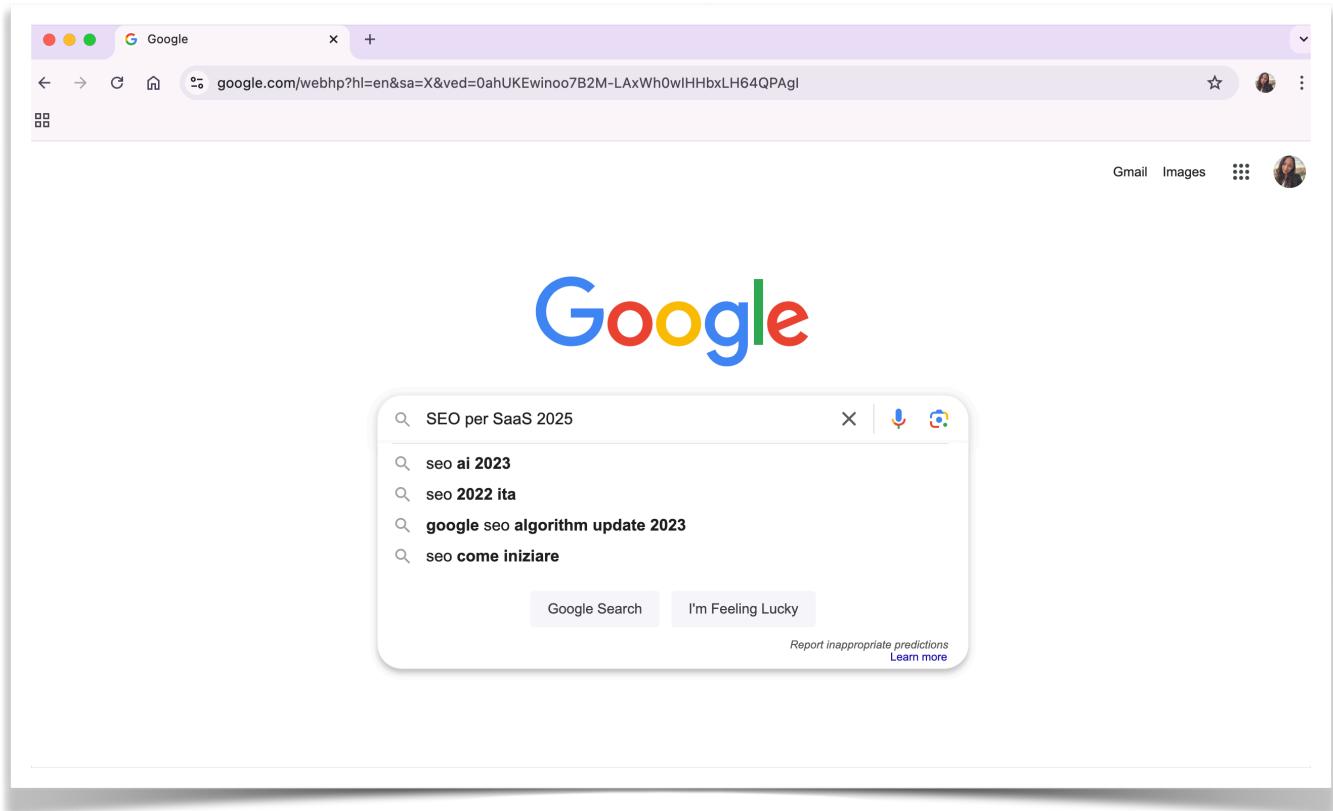
Il mio obiettivo è cercare le liste di keyword long-tail che possiamo aggiungere alla ricerca. Ho cercato “SEO per SaaS”, “strategia di content marketing per....” Affidandomi all’auto completamento per farmi un’idea di cosa cercano maggiormente gli utenti.

Parto da ricerche più broad a più specifiche per capire il grado di long tail da seguire.

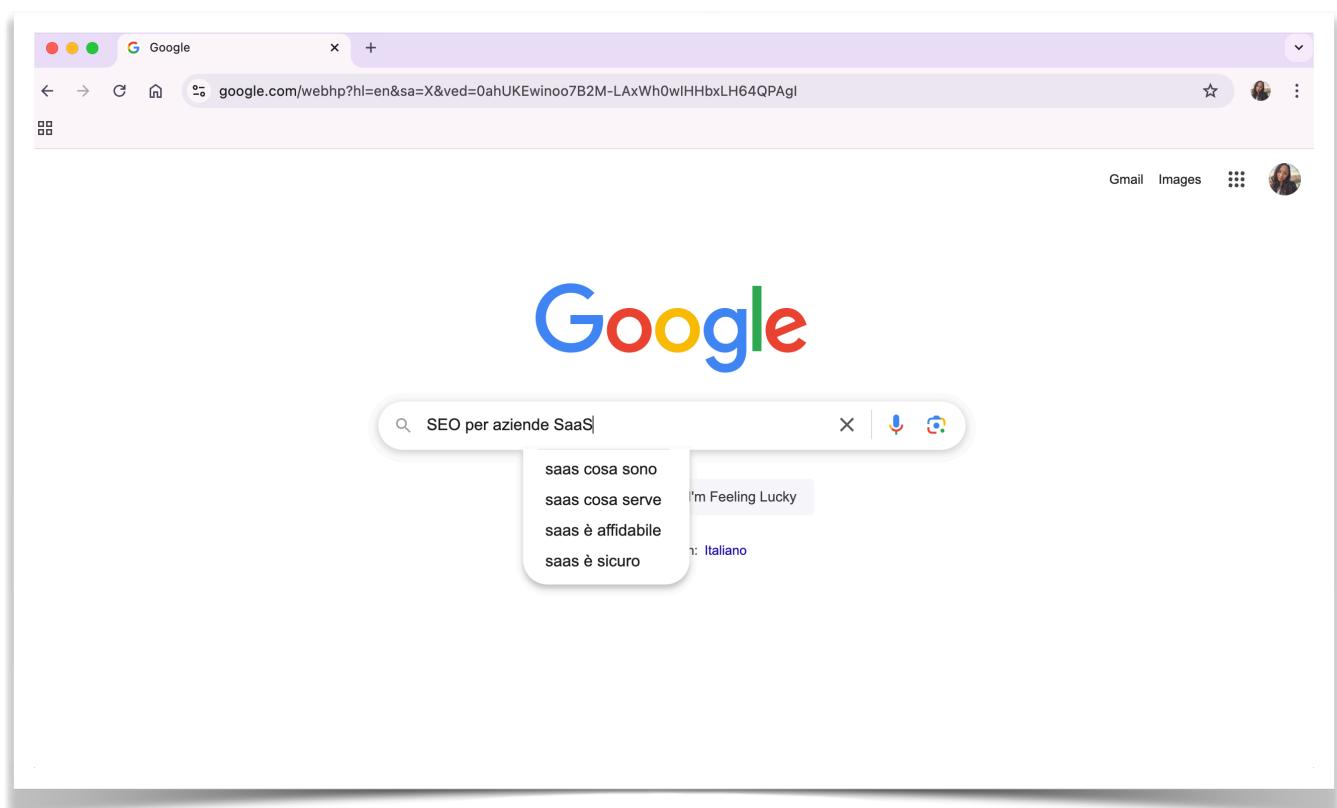
A screenshot of a web browser window showing the Google search homepage. The search bar contains the query "SEO per SaaS". Below the search bar, a dropdown menu displays several suggestions: "saas wordpress", "saas google", "saas marketing", and "saas wordpress plugin". To the right of the suggestions is a button labeled "I'm Feeling Lucky". The status bar at the bottom of the browser shows "d in: Italiano".

A screenshot of a web browser window showing the Google search homepage. The search bar contains the query "strategia di content marketing per". Below the search bar, a dropdown menu displays several suggestions: "per google", "per google ads", "per il marketing", "personal", and "per la presenza online". To the left of the suggestions is a button labeled "Google Search". The status bar at the bottom of the browser shows "d in: Italiano".

Documento 1 di 2



Questa ricerca (sopra) per esempio, per me non è un dato perché non ho informazioni utili da poter utilizzare visto che non corrisponde neanche un orizzonte temporale.



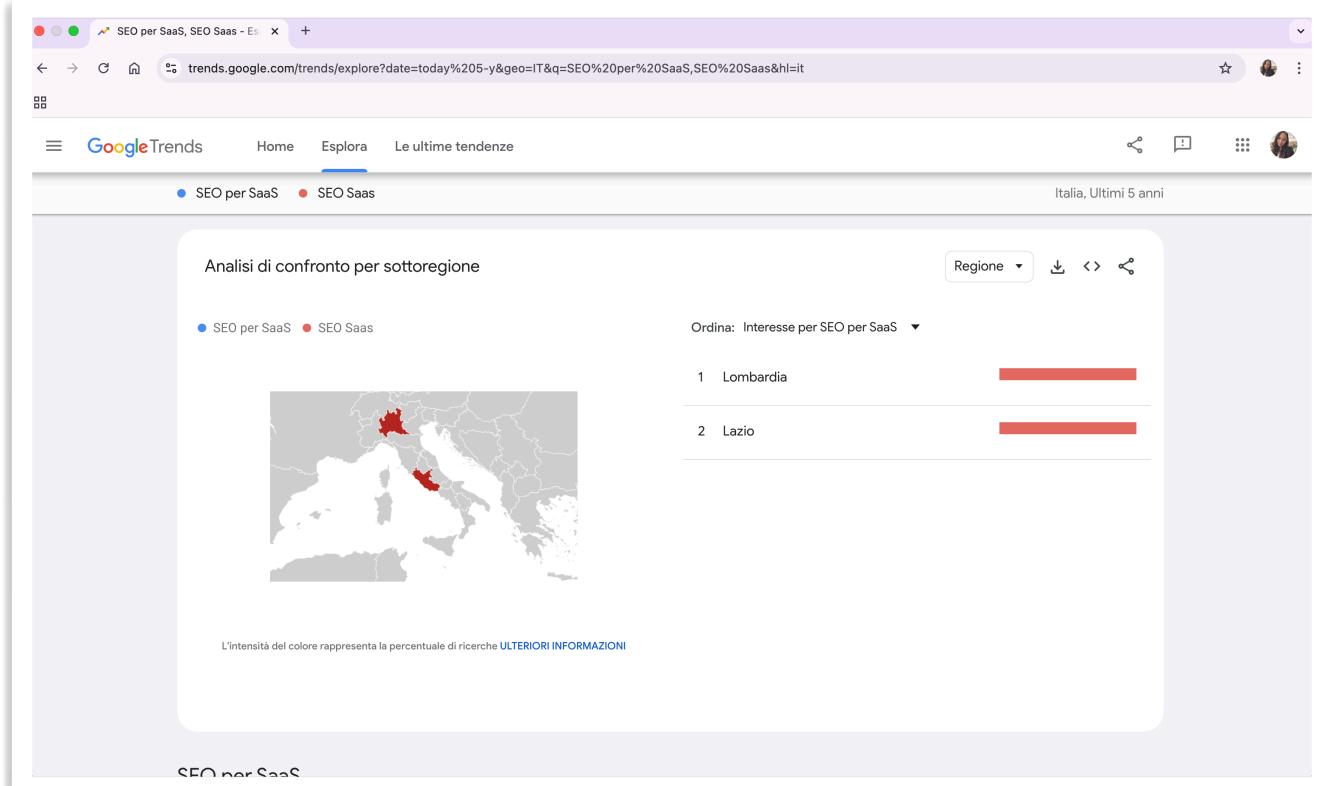
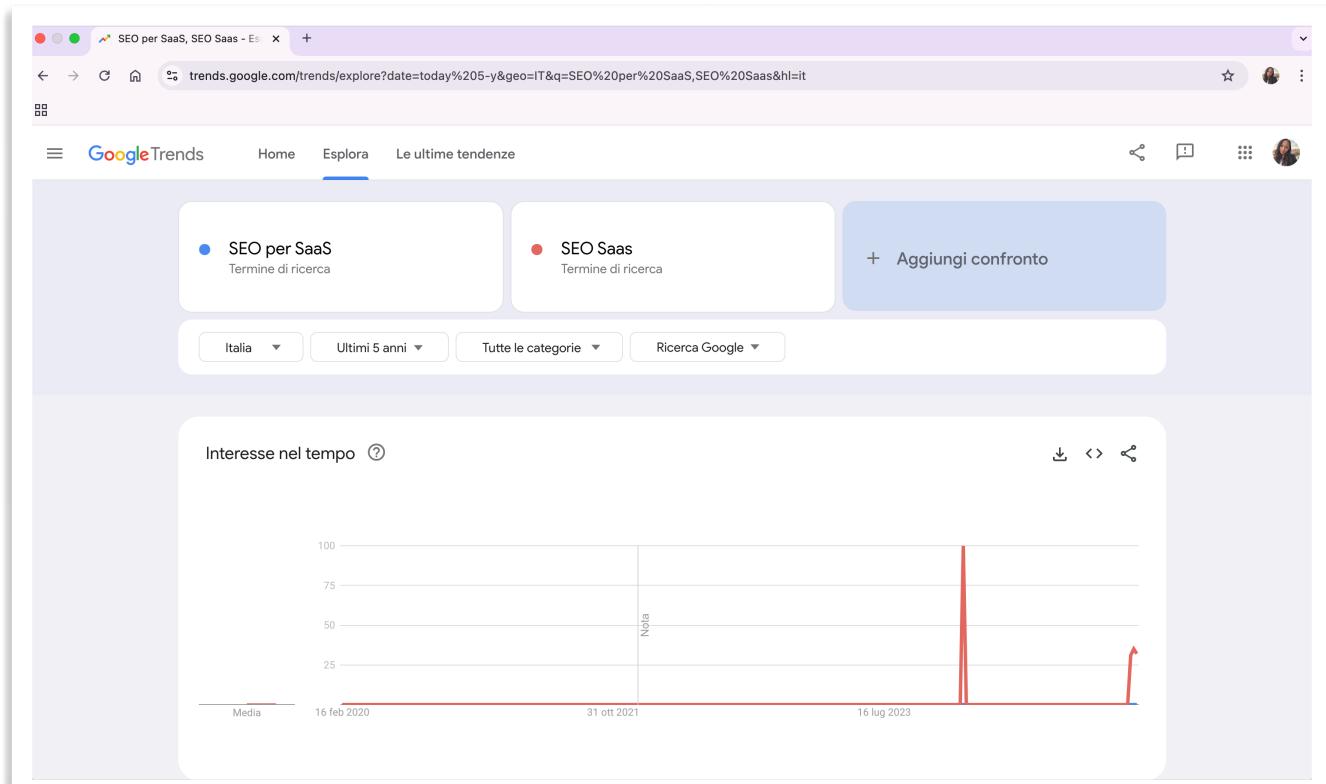
Documento 1 di 2

• Google Trends

Obiettivo: Analizzare le tendenze stagionali e il volume di ricerca nel tempo.

Risultato atteso: Capire quali keyword sono in crescita e ottimizzare i contenuti in base alle tendenze.

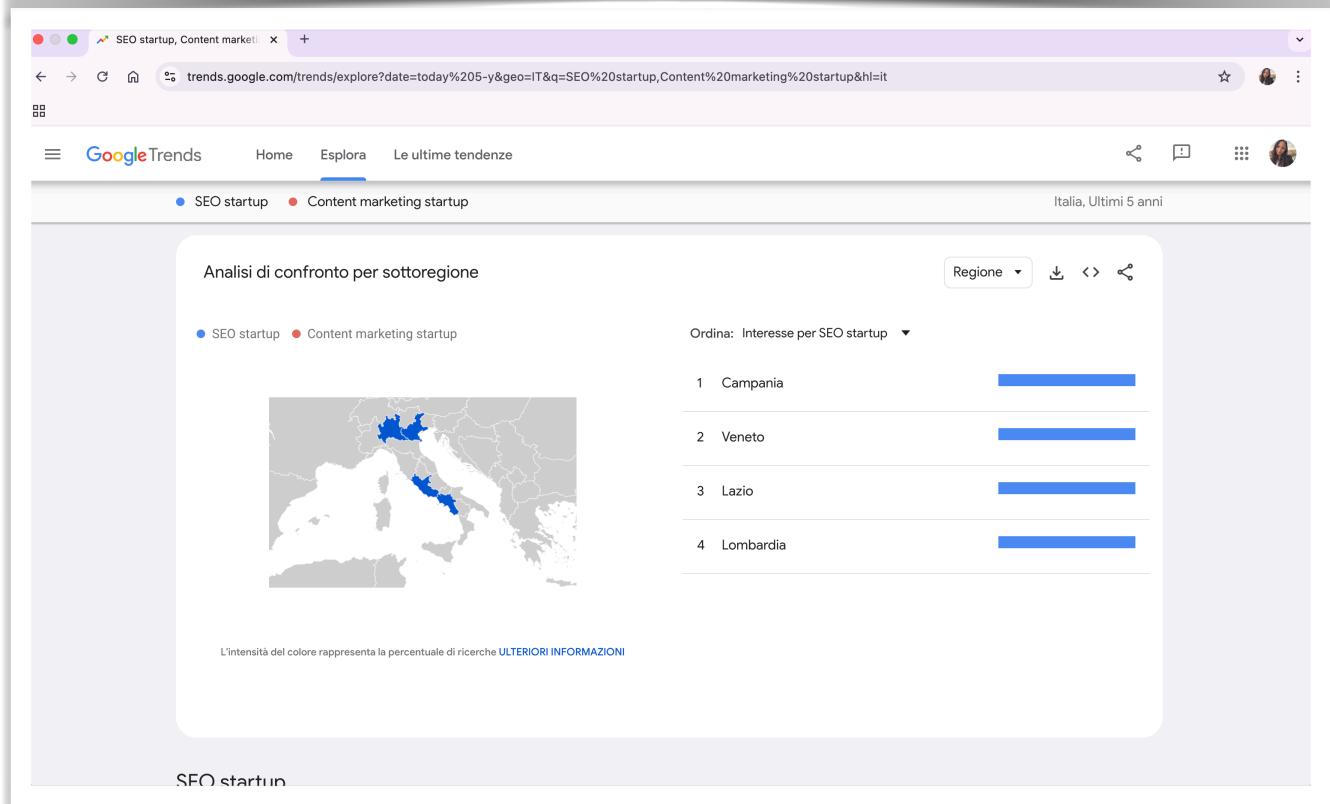
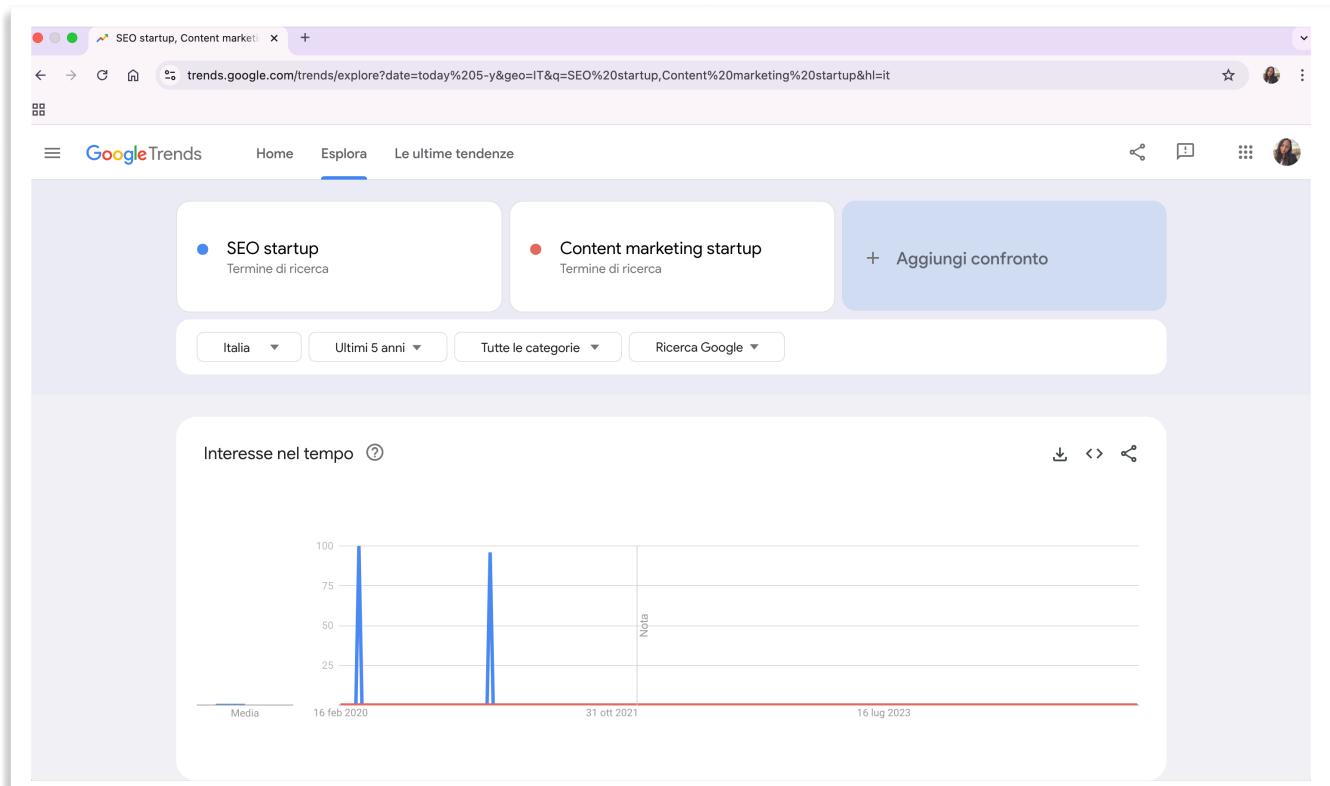
“SEO per SaaS”- “Content marketing per SaaS” negli ultimi 5 anni:



Documento 1 di 2

Non vedo stagionalità né una popolazione di ricerche massiccia. Questo non vuol dire che non si possano sfruttare, per ora raccolgo il dato e continuo con la ricerca.

“Seo startup” - “Content marketing startup” negli ultimi 5 anni: qui noto che cambiano anche le presenze geografiche di ricerca



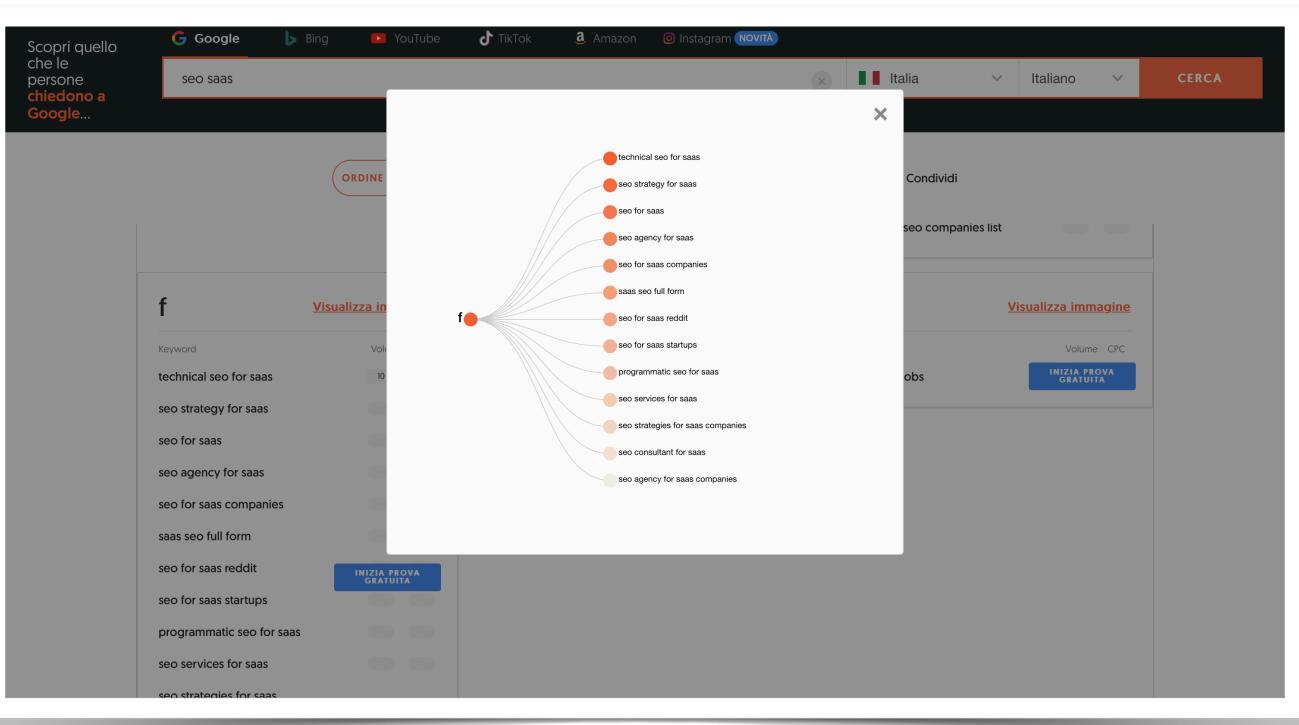
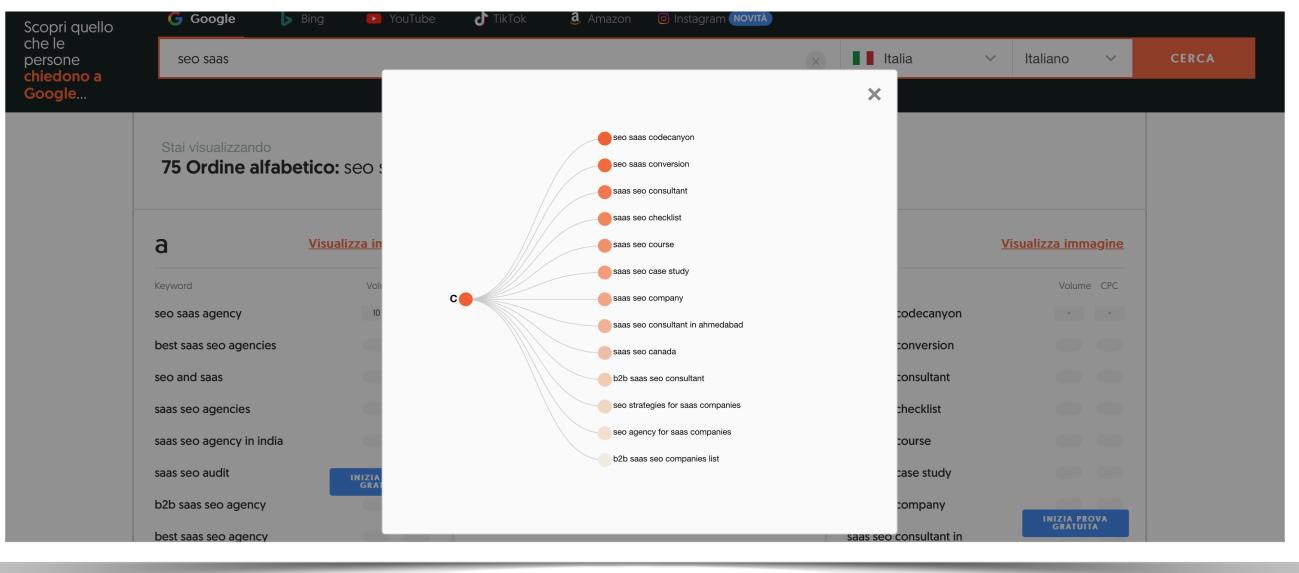
Documento 1 di 2

• Answer The Public

👉 Obiettivo: Trovare domande frequenti degli utenti per creare contenuti ottimizzati.

The screenshot shows the Answer The Public interface. At the top, there are search engines like Google, Bing, YouTube, TikTok, Amazon, and Instagram. The language is set to Italian. A search bar contains the query "seo saas". Below the search bar, a sidebar on the left lists various SEO-related terms under the letter 'a'. A central panel displays a mind map with the root node "seo saas" (orange dot) branching into several sub-nodes: "seo saas agency", "best saas seo agencies", "seo and saas", "saas seo agencies", "saas seo agency in india", "saas seo audit", "b2b saas seo agency", "best saas seo agency", "top saas seo agencies", "saas seo consultant in ahmedabad", and "ai seo saas". To the right of the mind map, there is a list of related terms: "codecanyon", "conversion", "consultant", "checklist", "course", "case study", "company", "saas seo consultant in ahmedabad", "saas seo canada", "b2b saas seo consultant", and "seo strategies for saas companies". A button labeled "INIZIA PROVA GRATUITA" is visible at the bottom right.

This screenshot is nearly identical to the one above, showing the same interface and search results for the query "seo saas". The mind map in the center has a different root node, labeled "b", which branches into "best seo saas", "saas seo budgets", "seo b2b saas", and "saas based seo". The rest of the interface, including the sidebar, the list of related terms on the right, and the "INIZIA PROVA GRATUITA" button, remains the same.

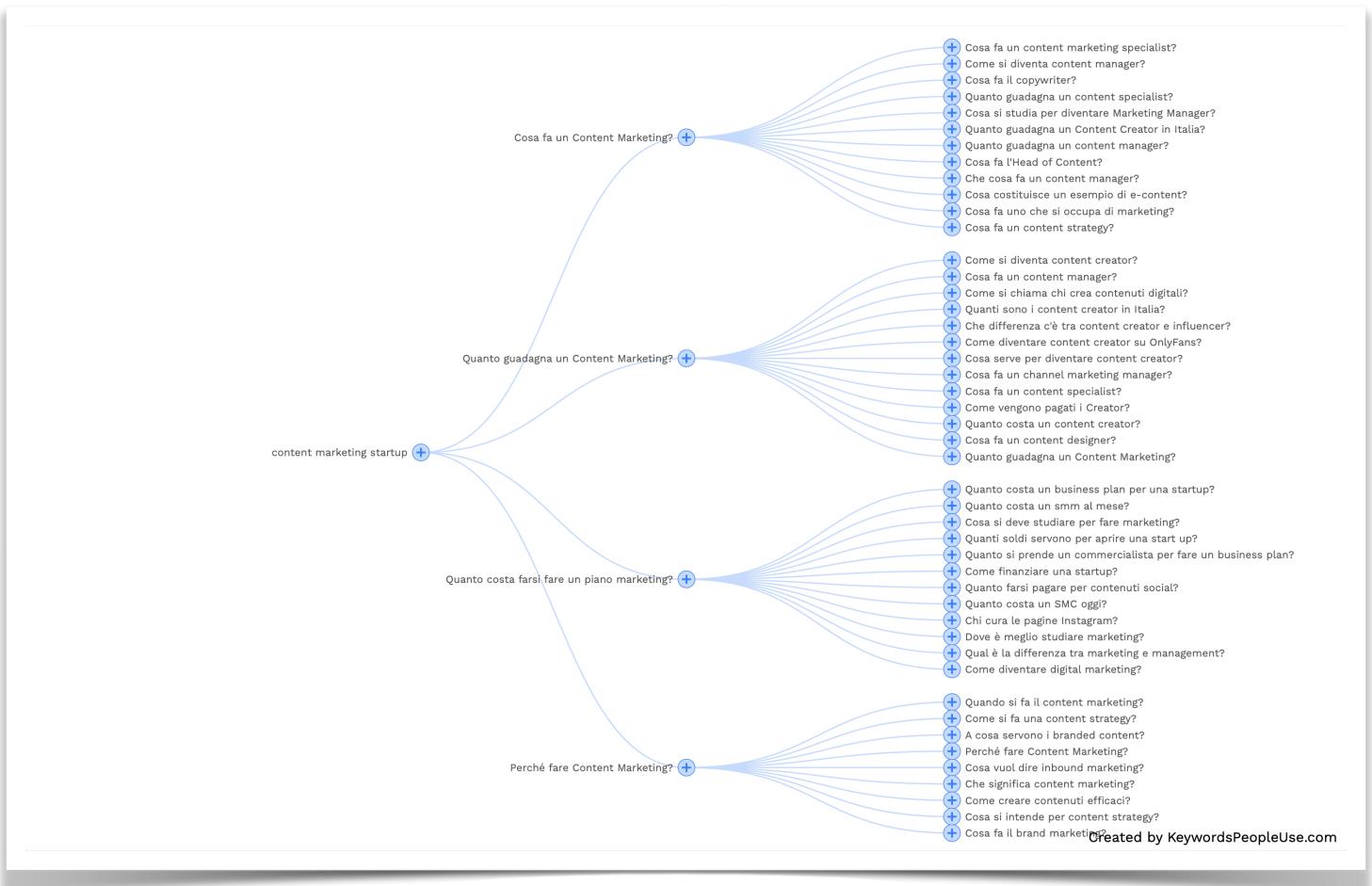


DA una prima analisi i volumi di ricerca sono abbastanza bassi, ma le domande possono già essere abbastanza per nuovi contenuti.

(Fino a qui vedo che SEO per startup e Content marketing per startup vedo che mi generano più risultati che non SEO Saas e content marketing per Saas.)

- **AlsoAsked**

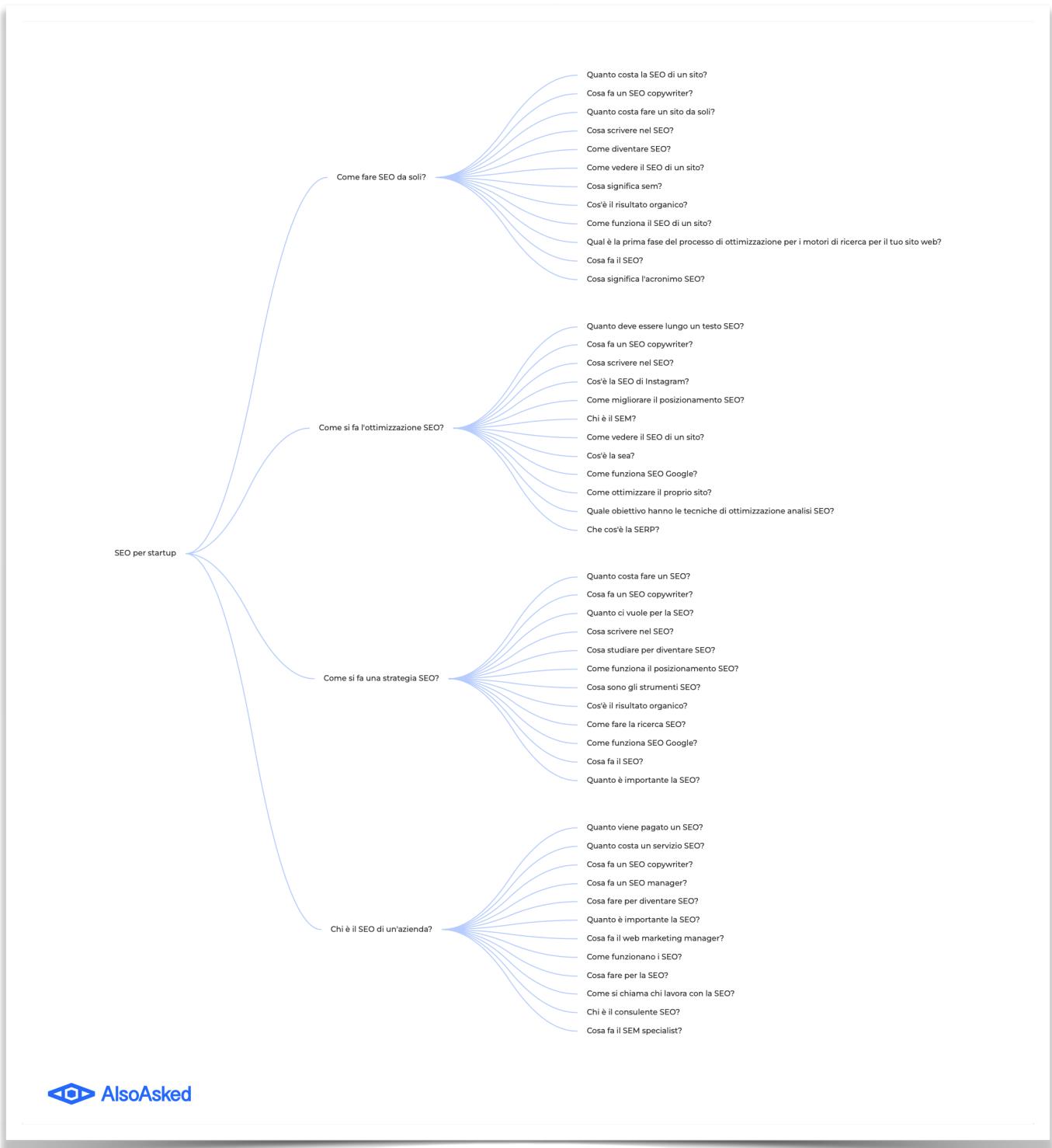
Intento di analisi simile a answer the public.



Documento 1 di 2

• **KeywordsPeopleUse**

Obiettivo: Identificare domande e ricerche correlate (simile al tool precedente)



Documento 1 di 2

Le ricerche correlate trovate:

The screenshot shows a search interface with tabs at the top: Map, Keyword Clusters, Data, and Related Searches. The Related Searches tab is selected. Below it, under 'People Also Ask:', there are two rounded rectangular buttons: 'Strategia Content marketing' and 'Content strategy esempio'. Under 'Reddit and Quora:' is another set of two similar buttons: 'Strategia Content marketing' and 'Content strategy esempio'.

- YouTube Keyword Search

Obiettivo: Capire quali argomenti video sono più cercati nel settore.

Risultato atteso: Scoprire contenuti video che possono essere riadattati in articoli o post.

The screenshot shows a YouTube search results page for the query 'SEO per SaaS'. The left sidebar includes links for Home, Shorts, Subscriptions, and a sign-in button. The main content area displays three video thumbnails. The first video is titled 'INTEGRATION PAGES = \$\$\$' and is from the channel 'SEO for SaaS'. The second video is titled 'Backlinks italiani - Link Building SEO - Acquista Backlinks italiani' and is from 'Sponsorizzato'. The third video is titled 'Case study SEO SaaS: traffico 10 volte superiore in 1 anno' and is from 'Ahrefs'. Each video thumbnail includes its title, channel name, duration, and a 'Visualizza la playlist completa' link.

Documento 1 di 2

The screenshot shows a YouTube search results page with the following details:

- Video 1:** SEO per SaaS by Jaume Ros. Duration: 8:33. Description: SEO for SAAS . Hey guys - a really interesting video today targeting specifically all of you who are building or working with the ...
Published 6645 visualizzazioni • 3 anni fa
- Video 2:** SEO per siti Web SaaS (Software as a Service) by Crawling Mondays by Aleyda. Duration: 18:39. Description: Come eseguire la SEO per i siti Web SaaS (Software as a Service)? Scopri in questa intervista con Matthew Howells-Barby di ...
Published 3979 visualizzazioni • 4 anni fa
- Video 3:** SEO per SaaS: la guida definitiva per il 2023 by MADX Digital. Duration: 15 capitoli. Description: Hai bisogno di aiuto per decifrare il codice SEO per la tua attività SaaS? Approfondisci la nostra guida SEO definitiva ...
Published 224 visualizzazioni • 1 anno fa

Left sidebar:

- YouTube logo
- Home
- Shorts
- Iscrizioni
- Tu
- Cronologia
- Accedi per mettere Mi piace ai video, commentare e iscriverti ai canali.
- Accedi
- Esplora
- Tendenze
- Musica
- Film
- Live
- Giochi
- Notizie
- Sport
- Moda e bellezza
- Podcast

Step 4: Creazione del Report di Keyword Research

Dopo aver raccolto tutti i dati, organizziamo le parole chiave in un report dettagliato.

VEDERE DOCUMENTO PARTE 2

