



FLOBIDESIGN

## IMMAGINE E STRATEGIA

1. Segui i trend del momento
2. Segui una strategia
3. Cambia idea se non funziona
4. Abbi coraggio e ambizione
5. Testa e analizza sempre i dati
6. L'immagine è la tua reputazione

# CON COSA COSTRUISCO LA MIA STRATEGIA D'IMMAGINE?



## Con i **contenuti**

- Chi sono? Cosa voglio dire e fare? Dove voglio arrivare? Quali mezzi ho? Qual è il mio budget?
- Descrivo la mia azienda, gli obiettivi, i punti di forza e di debolezza, **mission**?

*Si ma, in che modo?*

➔ **Rispondo a bisogno/desideri dando vantaggi e credibilità in modo semplice e convincente**



## Con le **immagini**

- Ho un **logo** fatto bene? Ho un'**immagine coordinata** che segue la mia progettualità?
- Mi va di raccontare la mia azienda con le immagini di una storytelling?

*Da dove devo partire?*

Progettando la brand identity dalla a alla z; partendo dal logo fino al sito web e ai canali social, passando per brochure, banner, stand fieristici, vetrine, merchandising.



## Con la presenza sul **web**

- Il **sito** risponde alle esigenze del mio potenziale cliente? E' responsive? Funzionale? Bello?
- Sono sui **social**? Quali? Curo i canali con argomenti interessanti e che coinvolgono? Interagisco?

*Come faccio a farlo bene?*

Scelti i canali, bisogna avere un piano editoriale dei contenuti e un calendario di pubblicazione.



## Con il **marketing** digitale

- Analizzo i **dati** di visite al sito? Rispondo alle **recensioni**?
- Fidelizzo gli utenti/clienti nel post vendita? Invio **newsletter** o promozioni riservate?

*E per non sbagliare?*

I risultati di una strategia vincente li vedrò solo col tempo, analizzando, provando e cambiando.

(Un tempo realistico va dai 6 ai 12 mesi)

# DI COSA È FATTA LA MIA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE?



## Reputazione e **grafica** vanno a braccetto

- ✓ Ti serve un **logo** semplice, riconoscibile e bello, ma soprattutto coerente col tuo business
- ✓ La tua immagine **coordinata** deve essere originale, coinvolgente e riconoscibile
- ✓ I **contenuti** devono essere interessanti, chiari e rispondenti alle esigenze del tuo potenziale cliente
- ✓ Hai bisogno di materiale informativo utile, facile da consultare e completo
- ✓ Devi lavorare sulle **immagini** e sui **video**



## Tutto questo anche **online!**

- ✓ Un **sito** web progettato non solo come piace a te, ma come piace ai tuoi potenziali utenti
- ✓ Ottimizza il sito in termini di **SEO**, ricercando le parole chiave e capendo i bisogni degli utenti
- ✓ Programma l'invio di **newsletter** e email promozionali con offerte e sconti
- ✓ Progettiamo per una User Experience (esperienza dell'utente) migliore possibile
- ✓ Traccia in anticipo la Customer Journey (dall'incontro alla fidelizzazione del tuo utente)
- ✓ Investi budget (anche minimo) per fare **pubblicità** su Google AdWord e sui social
- ✓ Apri i **canali social** con un piano editoriale definito e tienili aggiornati analizzando gli insights

***Dopo la progettazione c'è la fase di test, subito dopo la più importante fase di analisi dei dati. Solo attraverso questa sapremo la nostra strategia sta funzionando o dove dobbiamo intervenire.***



## ... e per un'attività locale?

### Si punta tutto sulla **geo-localizzazione!**

- ✓ Scheda **Google My Business** e gestione delle recensioni (rispondendo alle più "critiche")
- ✓ Destinare un piccolo budget in **pubblicità** su Google Ads (in ottimizzazione SEM) e sui social per pubblicizzare servizi solo sul territorio, con eventi e dirette sui social, sconti, offerte e giornate nel locale
- ✓ Attività di LOCAL SEO particolarmente definita per il territorio sul sito web

1

## Lo studio e la strategia

1. Conoscere il mercato di riferimento
2. Individuare il target e le sue abitudini
3. Costruire diverse schede “Buyer Personas”
4. Scrivere buoni copy, mission e filosofia aziendali
5. Delineare la strategia di comunicazione, tempistiche e stakeholder
6. Destinare budget per le fasi successive

2

## La progettazione e il lancio

1. Progettare l'immagine aziendale coordinata stampata
2. Ottimizzare i contenuti testuali e fotografici per il web
3. Costruire un sito in ottica SEO/Local SEO
4. Creare i canali social utili e non tutti
5. Scrivere il piano e il calendario editoriale dei contenuti
6. Lanciare pubblicità su internet e/o sui quotidiani

3

## Il monitoraggio e l'analisi

1. Tenere traccia di tutte le azioni fatte
2. Leggere e rispondere alle recensioni, specie se critiche
3. Monitorare le visite al sito web
4. Interagire con i fan delle pagine social
5. Creare e lanciare promozioni per fidelizzare, spunti divertenti
6. Continuare a coinvolgere narrando la storia aziendale attraverso immagini, video, blog e post

***Tutto funziona? Continua così!***

***Non va come vorremmo? Ritorniamo alla fase1 e capiamo dove abbiamo sbagliato.***

# PILLOLE DI MARKETING



“ Il marketing è la macchina “seduttrice” della società dei consumi. Non possiamo anticipare successi o insuccessi e nemmeno sapere cosa sta facendo la concorrenza. Quello che possiamo fare è una strategia a breve termine ma con una direzione a lungo termine.

”

## CONSAPEVOLEZZA

Ho un problema o un'esigenza

L'utente capisce di avere un "problema" da risolvere, noi a monte sapremo qual è per intercettarlo.

### INTERESSE

Lo conosco, mi piace



CI SIAMO!

1. PAGINE SOCIAL
2. SITO WEB
3. LANDINGPAGE DEDICATE
4. ARTICOLI DEL BLOG

L'utente fa delle ricerche per capire se il nostro prodotto/servizio risolve la sua esigenza o il suo problema.

### VALUTAZIONE

Mi convince



DIAMO INFO  
CHIARE  
E PRECISE

1. TABELLE COMPARAZIONE
2. VIDEO TUTORIAL
3. RISORSE GRATUITE

L'utente confronta i prezzi e i servizi con altri fornitori al nostro pari o più grandi e legge le recensioni.

### INTENZIONE

Lo compro



TENIAMO ATTIVO  
IL CONTATTO  
(EMAIL/MSG/TEL)

1. CALL TO ACTION DIRETTE
2. CHIAMATE E MESSAGGI
3. RICHIESTE PREVENTIVI

L'utente ci contatta per avere altre informazioni e per richiedere un preventivo o un incontro.

### ACQUISTO

Lo consiglio



FACCIAMO LO  
SENTIRE  
IMPORTANTE  
NEL TEMPO

1. ACQUISTO ONLINE
2. ACQUISTO IN NEGOZIO
3. FIRMA CONTRATTO
4. ACCETTAZIONE PREVENTIVO

L'utente ha deciso che di noi si può fidare e che realmente gli risolveremo un problema o una richiesta. Sta a noi non deluderlo e fidelizzarlo nel tempo.



FLOBIDESIGN

# AFFIDA A FLOBIDESIGN IL TUO BRAND!

**Esperienza e creatività al tuo servizio  
per curare il tuo brand nel tempo.**

**Scrivi a [info@flobidesign.it](mailto:info@flobidesign.it) o manda un  
Whatsapp al [334 9805225](tel:3349805225) per un preventivo  
e una prima consulenza gratuita**

