

L'utilizzo di una lista di controllo per il marketing mirato è importante perché questo strumento può essere utilizzato come guida e promemoria per evitare di saltare passaggi o misure importanti nel processo di marketing. Inoltre offre un approccio chiaro e strutturato al marketing per start-up. È uno strumento utile per svolgere nella giusta sequenza le misure previste ed evitare di saltare passaggi importanti nella fase di promozione della propria start-up.

	LISTA DI CONTROLLO 	CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI 
<p><b>Analizzare i gruppi target</b></p> <p>↓</p> <p><b>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</b></p> <p>↓</p> <p>Sviluppare il branding</p> <p>↓</p> <p>Content marketing</p> <p>↓</p> <p>Creare una presenza online</p> <p>↓</p> <p>Social media marketing</p> <p>↓</p> <p>Influencer marketing</p> <p>↓</p> <p>Public relations (PR)</p> <p>↓</p> <p>Recensioni dei clienti e raccomandazioni</p> <p>↓</p> <p>Misurazione e analisi</p>	<p style="text-align: center;"><b>Analizzare i gruppi target</b></p> <p>Identificare il(i) proprio(i) gruppo(i) target e definire caratteristiche demografiche, esigenze e interessi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Organizzare sondaggi o interviste con i clienti per comprendere meglio le esigenze, le preferenze e le sfide del proprio gruppo target.</li> <li>● Creare «Buyer Personas» per descrivere il rappresentante tipo del proprio gruppo target e comprendere meglio le motivazioni e il comportamento di acquisto della «Persona».</li> <li>● Utilizzare strumenti di analisi dei social media, come <b>Facebook Audience Insights</b>, per acquisire informazioni sui follower e i loro interessi.</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</b></p> <p>Definire argomenti unici di vendita che differenziano la propria start-up dalla concorrenza. Riflettere sul valore aggiunto e sui vantaggi offerti dal proprio prodotto e dal proprio servizio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Analizzare i concorrenti e identificarne i punti deboli e i punti di forza.</li> <li>● Identificare le caratteristiche uniche del prodotto o del servizio che lo differenziano dalle altre offerte.</li> <li>● Sottolineare i vantaggi che l'acquisto del prodotto o l'utilizzo del servizio comporta per il proprio gruppo target.</li> <li>● Comunicare in modo chiaro e incisivo perché la propria offerta è migliore rispetto a quella della concorrenza e quale valore aggiunto offre.</li> </ul>

	LISTA DI CONTROLLO 	CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI 
<p>Analizzare i gruppi target</p> <p>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</p> <p><b>Sviluppare il branding</b></p> <p><b>Content marketing</b></p> <p>Creare una presenza online</p> <p>Social media marketing</p> <p>Influencer marketing</p> <p>Public relations (PR)</p> <p>Recensioni dei clienti e raccomandazioni</p> <p>Misurazione e analisi</p>	<h2 style="text-align: center;">Sviluppare il branding</h2> <p>Sviluppare un marchio forte che rispecchi l'identità e i valori della propria start-up.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Definire l'identità del proprio marchio, fissando i valori aziendali, la missione e la visione.</li> <li>● Sviluppare un logo efficace che rispecchi la personalità e il carattere del proprio marchio.</li> <li>● Elaborare un'immagine unitaria, individuando colori, caratteri ed elementi di design adatti al proprio marchio.</li> <li>● Utilizzare un linguaggio e un tono unitario in tutti i canali di comunicazione per definire la voce del marchio.</li> <li>● Creare un'esperienza del marchio unica in grado di coinvolgere il proprio gruppo target e lasciare un'impressione positiva.</li> </ul>
	<h2 style="text-align: center;">Content marketing</h2> <p>Elaborare contenuti di qualità, rilevanti e accattivanti che siano rivolti al proprio gruppo target.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Utilizzare diversi formati, come post sui blog, video, infografiche o e-book, per trasmettere informazioni e valore aggiunto.</li> <li>● Condividere i contenuti sui diversi canali, tra cui il sito web e i social media, e con azioni di e-mail marketing.</li> <li>● Utilizzare <b>strumenti per la ricerca delle parole chiave</b> per identificare parole chiave rilevanti per i propri contenuti e favorire l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO)</li> <li>● Favorire l'interazione e l'impegno del proprio gruppo target, condividendo commenti, domande o sondaggi.</li> </ul>



## LISTA DI CONTROLLO



## CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI



Analizzare i  
gruppi target

Definire la Unique  
Selling Proposi-  
tion (USP)

Sviluppare  
il branding

Content  
marketing

**Creare una  
presenza online**

Social media  
marketing

Influencer  
marketing

Public  
relations (PR)

Recensioni dei clienti  
e raccomandazioni

Misurazione e  
analisi

### Creare una presenza online

Creare una presenza online profes-  
sionale (sito web, social media), che  
sia intuitiva e trasmetta informazioni  
chiare sulla propria start-up.

- Creare un sito web intuitivo, che trasmetta informazioni sulla propria azienda e sui propri prodotti o servizi.
- Ottimizzare il proprio sito web per i motori di ricerca (SEO), per renderlo meglio visibile sui motori di ricerca.
- Investire in un sito web accattivante e rapido che venga visualizzato sui diversi dispositivi.
- Utilizzare il marketing per i motori di ricerca (SEM) e la pubblicità online a pagamento per aumentare la propria visibilità online.
- Assicurarsi che il proprio sito web contenga chiari inviti ad agire, per convertire i visitatori in clienti.
- Assicurarsi di essere presenti ovunque si trovino i propri clienti: con **digitalONE**, il nostro pacchetto all-in-one, sarete presenti online proprio dove conviene. Il pacchetto include, ad esempio, un sito web gratuito, uno strumento di prenotazione gratuito e molto altro ancora.

	LISTA DI CONTROLLO 	CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI 
<p>Analizzare i gruppi target</p> <p>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</p> <p>Sviluppare il branding</p> <p>Content marketing</p> <p>Creare una presenza online</p> <p><b>Social media marketing</b></p> <p><b>Influencer marketing</b></p> <p>Public relations (PR)</p> <p>Recensioni dei clienti e raccomandazioni</p> <p>Misurazione e analisi</p>	<h3>Social media marketing</h3> <p>Individuare piattaforme di social media rilevanti per la propria start-up e creare profili professionali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificare piattaforme rilevanti di social media in cui il proprio gruppo target può imbattersi.</li> <li>● Creare un profilo unitario e accattivante sulle piattaforme prescelte.</li> <li>● Pubblicare regolarmente contenuti rilevanti che siano rivolti al proprio gruppo target e offrano valore aggiunto.</li> <li>● Utilizzare strumenti per i social media per la pianificazione e l'automazione dei contributi, al fine di organizzare le attività in maniera efficace.</li> <li>● Interagire attivamente con la propria community, reagendo ai commenti, alle notizie e alle citazioni.</li> </ul>
	<h3>Influencer marketing</h3> <p>Considerare di collaborare con influencer o esperti di spicco, per pubblicizzare la propria start-up e i propri prodotti/servizi. Assicurarsi che gli influencer siano adatti al proprio marchio affinché abbiano un legame autentico con la propria start-up.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Individuare influencer che siano attivi nel proprio settore o nella propria nicchia e che abbiano un'elevata visibilità e credibilità.</li> <li>● Fare un elenco di potenziali influencer e analizzare il gruppo target e l'impegno.</li> <li>● Instaurare una relazione con gli influencer selezionati, contattandoli e offrendo loro un valore aggiunto.</li> <li>● Sviluppare insieme campagne e partnership, per pubblicizzare il proprio prodotto o il proprio servizio.</li> <li>● Monitorare e analizzare i risultati dell'influencer marketing, per misurare il ROI e prendere decisioni future.</li> </ul>

	LISTA DI CONTROLLO 	CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI 
<p>Analizzare i gruppi target</p> <p>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</p> <p>Sviluppare il branding</p> <p>Content marketing</p> <p>Creare una presenza online</p> <p>Social media marketing</p> <p>Influencer marketing</p> <p><b>Public relations (PR)</b></p>	<h2 style="text-align: center;">Public relations (PR)</h2> <p style="text-align: center;">Allacciare contatti per far conoscere la propria start-up.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Creare un elenco di contatti per i media, giornalisti e blogger del settore.</li> <li>● Scrivere comunicati stampa e story pitch, per attirare l'attenzione dei media sulla propria start-up.</li> <li>● Offrire ai giornalisti un accesso esclusivo alle novità, ai lanci di prodotto o a informazioni di base.</li> <li>● Partecipare a manifestazioni e conferenze rilevanti per il settore o associarsi ad associazioni di categoria per ampliare la propria rete e posizionarsi come esperto.</li> <li>● Utilizzare strumenti di PR oppure rivolgersi ad agenzie, per semplificare la pubblicazione dei comunicati stampa e il monitoraggio dei social media</li> </ul>
<p><b>Recensioni dei clienti e raccomandazioni</b></p> <p>Misurazione e analisi</p>	<h2 style="text-align: center;">Recensioni dei clienti e raccomandazioni</h2> <p style="text-align: center;">Chiedere attivamente ai clienti soddisfatti di raccomandare la propria start-up.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Offrire ai clienti semplici modalità per esprimere il proprio feedback e lasciare recensioni.</li> <li>● Utilizzare piattaforme di recensioni online e i social media per raccogliere e condividere le recensioni dei clienti e le raccomandazioni.</li> <li>● Assicurarsi di rispondere alle recensioni dei clienti, per migliorare il servizio clienti e le relazioni.</li> <li>● Chiedere ai clienti soddisfatti di raccomandare la propria azienda ad amici, familiari e colleghi.</li> <li>● Ricorrere a testimonial o casi reali di clienti soddisfatti per generare fiducia e credibilità.</li> </ul>

	LISTA DI CONTROLLO 	CONSIGLI, SUGGERIMENTI E STRUMENTI 
<p>Analizzare i gruppi target</p> <p>Definire la Unique Selling Proposition (USP)</p> <p>Sviluppare il branding</p> <p>Content marketing</p> <p>Creare una presenza online</p> <p>Social media marketing</p> <p>Influencer marketing</p> <p>Public relations (PR)</p> <p>Recensioni dei clienti e raccomandazioni</p> <p><b>Misurazione e analisi</b></p>	<h3>Misurazione e analisi</h3> <p>Analizzare periodicamente i dati per comprendere quali sono i canali di marketing e le strategie più efficaci.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Utilizzare strumenti come <b>Google Analytics</b>, per misurare il successo delle attività di marketing, ad esempio traffico del sito, conversion e durata di permanenza.</li><li>● Analizzare periodicamente i dati, per capire quali sono i canali di marketing, le campagne o i contenuti più efficaci.</li><li>● Monitorare parametri importanti, come fatturato, costi di acquisizione di un cliente (Customer Acquisition Cost, CAC) e Customer Lifetime Value (CLV).</li><li>● Modificare continuamente la strategia di marketing alle conoscenze acquisite e ottimizzare le proprie campagne.</li></ul>