## Esercizio 1 per la Campagna di Web Marketing

L’obiettivo di questo esercizio è definire una buyer persona che ti aiuti a guidare le strategie della tua campagna di web marketing. Assicurati che i dati raccolti siano rilevanti per il contesto online e che le informazioni ottenute siano utilizzate per personalizzare i tuoi messaggi pubblicitari, scegliere i canali di comunicazione più efficaci e migliorare l'efficacia complessiva della tua campagna.

## Schema per l'Identificazione della Buyer Persona

L'identificazione della buyer persona è un passo cruciale nelle strategie di marketing, permettendo di personalizzare le campagne pubblicitarie e di aumentare il loro impatto. Di seguito è presentato uno schema dettagliato per guidarti nel processo di identificazione della tua buyer persona.

### 1. Raccolta Dati Demografici

* **Età**: Definisci la fascia di età della tua buyer persona.
* **Sesso**: Specifica il genere.
* **Livello di Istruzione**: Indica il livello di istruzione.
* **Professione**: Descrivi il campo professionale e il ruolo lavorativo.
* **Reddito Annuale**: Fornisci una stima del reddito annuale.

### 2. Interessi e Comportamenti

* **Hobby e Interessi**: Elenca gli hobby e gli interessi.
* **Comportamento Online**: Descrivi come la buyer persona si comporta online, quali social media utilizza e come cerca informazioni sui prodotti.

### 3. Obiettivi e Sfide

* **Obiettivi**: Quali sono gli obiettivi che la buyer persona vuole raggiungere con il tuo prodotto o servizio?
* **Sfide**: Quali ostacoli la buyer persona incontra nel raggiungere questi obiettivi?

### 4. Valori e Paure

* **Valori**: Cosa è importante per la buyer persona?
* **Paure**: Quali sono le paure o le preoccupazioni relative al tuo prodotto o servizio?

### 6. Canali di Comunicazione Preferiti

* **Social Media**: Quali piattaforme social utilizza maggiormente?
* **Email**: Preferisce comunicare via email?
* **Altri Canali**: Ci sono altri canali di comunicazione che preferisce?

### 7. Messaggi Efficaci

* **Cosa Funziona**: Quali tipi di messaggi hanno dimostrato di essere più efficaci con questa buyer persona?
* **Cosa Evitare**: Ci sono temi o stili di comunicazione che dovrebbero essere evitati?

### 8. Riflessione e Aggiornamento

* **Riflessione**: Come potrebbe cambiare la tua buyer persona nel tempo?
* **Aggiornamento**: Quali segnali dovresti cercare per sapere quando è il momento di aggiornare la tua buyer persona?

Utilizza questo schema come guida per creare una descrizione dettagliata e accurata della tua buyer persona, assicurandoti di adattarlo alle specifiche esigenze del tuo prodotto o servizio e del tuo mercato di riferimento.

## Strumenti e Piattaforme per la Raccolta Dati

Per raccogliere informazioni utili per definire la tua buyer persona, puoi utilizzare diversi strumenti e piattaforme web gratuiti. Ecco alcune opzioni:

* Report ufficiali di settore (Statista, Nielsen, ISTAT, DataReportal)
* Blog e magazine verticali (es. Ninja Marketing, HubSpot, SEMrush, Think with Google)
* Articoli e tesi universitarie online
* Social media e recensioni degli utenti (Amazon, Trustpilot, forum di settore)
* Interviste e sondaggi informali (puoi anche chiedere a persone reali del tuo network!)

## Descrivi la tua attività

* Qual è il settore/ambito dell'attività simulata?

...............................................................................................................

* Quali sono le tendenze del settore? (es. crescita, evoluzione digitale, interessi del pubblico)
* ...............................................................................................................
* Fonti utilizzate per la ricerca (tesi, articoli, report, blog, dati di mercato):
* ...............................................................................................................

## Tabella per la Raccolta Dati

Utilizza la seguente tabella per compilare i dati raccolti durante la tua ricerca. Assicurati di essere il più dettagliato e specifico possibile.

| Categoria | Descrizione | Dettagli Raccolti |
| --- | --- | --- |
| Demografia | Età, Sesso, Livello di Istruzione, Professione, Reddito Annuale |  |
| Interessi e Comportamenti | Hobby, Interessi, Comportamento Online, Social Media Utilizzati |  |
| Obiettivi e Sfide | Obiettivi con il Prodotto/Servizio, Sfide Incontrate |  |
| Valori e Paure | Cosa è Importante, Paure e Preoccupazioni |  |
| Canali di Comunicazione | Social Media, Email, Altri Canali Preferiti |  |
| Messaggi Efficaci | Tipi di Messaggi che Funzionano, Cosa Evitare |  |

## ❓ 4. Simulazione "gioco di ruolo" con la Buyer Persona

**Obiettivo:** Intervistare in modo creativo il profilo definito, per esplorare più a fondo bisogni e aspirazioni.

Scrivi un dialogo dove tu (studente) intervisti la tua buyer persona:

**Esempio di domande:**

* Qual è il prodotto che desideri di più ma non hai ancora acquistato?
* Quali sono i tuoi dubbi principali quando devi acquistare?
* C'è un prodotto che ti incuriosisce ma ti frena qualcosa?

**📅 5. Creazione di una inserzione pubblicitaria su misura**

**Obiettivo:** Sviluppare un copy pubblicitario che parli direttamente alla buyer persona.

* Scrivi un testo promozionale breve, coinvolgente ed emotivo, che risponda a un bisogno reale della tua persona tipo.

**Titolo:** ...........................................................................................

**Testo:** .............................................................................................

**CTA (Call to Action):** ..........................................................................