

e-Marketer Training:

Modulo BM07: Competenze analitiche

Esercizio di gruppo:

Si consiglia di lavorare al seguente caso di studio in gruppi di 4 partecipanti.

Come responsabile del marketing digitale della società dolciaria "Sugarland", sei responsabile dell'intera comunicazione e delle pubbliche relazioni attraverso i canali digitali. Ciò comprende anche l'analisi necessaria per impostare un'efficace campagna di e-Marketing.

A tal fine:

- 1) Cerca di identificare i gruppi target dei tuoi prodotti e determinare il profilo della "buyer persona".
 - a. Di quali informazioni hai bisogno per creare il profilo della "buyer persona" e in che modo arrivi a definirlo?
 - b. Quali sono le principali caratteristiche della "buyer persona" dell'azienda dolciaria.

Le "buyer persona" sono personaggi fittizi e generalizzati che presentano vari bisogni, obiettivi e modelli di comportamento osservati tra i clienti reali e potenziali. Ti aiutano a comprendere meglio la tua clientela.

Al fine di creare personaggi di marketing per la tua azienda, utilizza le seguenti domande per cercare di metterti nei panni del cliente tipo e determinare il ruolo, gli obiettivi, le sfide, ecc. Una persona del gruppo deve porre le domande ad un'altra utilizzando il seguente questionario (supposizione: tu mangi i dolci!).

Esempi di domande da porre alle persone durante l'intervista:

| | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ruolo | <ol style="list-style-type: none">1) Qual è la tua professione? Il tuo titolo?2) Come viene remunerato il tuo lavoro?3) Descrivi una tua giornata tipo.4) Quali competenze sono richieste per svolgere la tua professione?5) Quali conoscenze e strumenti impieghi nello svolgimento del tuo lavoro?6) Sei stato segnalato da qualcuno? |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Azienda/Organizzazione | <p>7) In quale settore opera la tua azienda?</p> <p>8) Qual è la dimensione della tua azienda (profitto, dipendenti)</p> |
| Obiettivi | <p>9) Di quale ambito sei responsabile?</p> <p>10) Cosa significa avere successo nella tua professione?</p> |
| Sfide | <p>11) Quali sono le sfide più importanti per te.</p> |
| Watering Holes | <p>12) Come apprendi nuove nozioni utili per la tua professione?</p> <p>13) Quali pubblicazioni o blog leggi?</p> <p>14) A quali associazioni e social network partecipi?</p> |
| Background personale | <p>15) Dati personali (se appropriato, chiedi la loro età, se sono sposati, se hanno figli).</p> <p>16) Descrivi il tuo background educativo. Che livello di istruzione hai completato, quali scuole hai frequentato e cosa hai studiato?</p> <p>17) Descrivi la tua carriera. Come sei arrivato fin qui?</p> |
| Preferenze di acquisto | <p>18) Come preferisci interagire con i venditori (ad esempio email, telefono, di persona)?</p> <p>19) Utilizzi Internet per cercare fornitori o prodotti? Se sì, in che modo cerchi informazioni?</p> <p>20) Descrivi un acquisto recente. Perché hai considerato l'acquisto, qual è stato il processo di valutazione e come hai deciso di acquistare quel prodotto o servizio?</p> |

Quindi, prova a pensare a chi altro può essere la tua “buyer persona”. Non sorprenderti se scopri due o più profili distinti che emergono dalla tua ricerca; questo è esattamente ciò che l'esercizio intende svelare.

- 2) Dal momento che un gran numero di clienti ordina online, come valuteresti il successo delle tue attività di marketing online?
 - a. Di quali informazioni hai bisogno dal web analytics?
 - b. In che modo e quali informazioni intendi presentare al
 - i. Team marketing/vendite
 - ii. Consiglio di amministrazione?
 - c. Presenta una bozza di un breve report di web analytics per entrambi: team di marketing e consiglio di amministrazione.