



Gli obiettivi nel Digital Marketing

Slide 11-21 · Lezione 2 – Obiettivi, target e proposta di valore

Senza obiettivo non c'è strategia

Un obiettivo indica il **risultato che vogliamo ottenere** attraverso le attività di marketing.



Acquisire clienti

Aumentare richieste di contatto o preventivo



Vendere

Generare ordini, iscrizioni o prenotazioni



Farsi conoscere

Aumentare notorietà e visite al sito



Fidelizzare

Mantenere i clienti esistenti attivi e coinvolti

Gli obiettivi vaghi non guidano le azioni



✗ Voglio più clienti

✗ Voglio crescere su Instagram

✗ Voglio vendere di più

✗ Voglio farmi conoscere

⚠ Questi obiettivi non dicono **cosa fare**, per chi, entro quando e come misurare.

Da vago a operativo

Obiettivo vago	Obiettivo operativo
Voglio più clienti	Generare 30 richieste di preventivo al mese
Voglio crescere su Instagram	Aumentare le interazioni con potenziali clienti locali
Voglio vendere di più	Aumentare del 20% gli ordini online in 3 mesi
Voglio farmi conoscere	Raggiungere 10.000 persone nel territorio in 60 giorni
Voglio migliorare il sito	Aumentare le conversioni dalla pagina contatti

Un buon obiettivo è misurabile



S – Specifico



M – Misurabile



A – Attuabile



R – Rilevante



T – Temporizzato

✔ **Esempio SMART:** Ottenere 50 iscrizioni a un open day entro 30 giorni usando landing page, Instagram e Meta Ads.

Esempi pratici di obiettivi SMART

- 1 +25% richieste di preventivo dal sito entro 4 mesi
- 2 100 iscritti alla newsletter entro 60 giorni
- 3 40 prenotazioni per un evento entro 3 settimane
- 4 -15% costo per contatto in campagna pubblicitaria
- 5 +30% visite organiche al sito in 6 mesi

ESERCIZIO 1

Trasforma gli obiettivi vaghi

Riscrivi questi obiettivi in forma operativa usando il formato: **obiettivo + numero/risultato + tempo + canale**

Voglio più clienti

Voglio crescere su
Instagram

Voglio vendere di
più online

Voglio far
conoscere il mio
ristorante

Voglio promuovere un corso

Voglio migliorare il sito

"Tutti" non è un target.

Più conosciamo il pubblico, più possiamo creare messaggi, contenuti e canali **coerenti ed efficaci**.

La differenza cambia il messaggio



Target generico

Persone che vogliono allenarsi

Target utile

Donne e uomini tra 30 e 50 anni, residenti entro 5 km dalla palestra, con poco tempo libero, che vogliono rimettersi in forma ma si sentono fuori posto nelle palestre tradizionali.

Messaggio: Allenamenti brevi, seguiti e adatti anche a chi riparte da zero.

Come descrivere un target



Dati demografici

- Et , genere, citt 
- Lavoro, situazione familiare



Dati psicografici

- Desideri, paure, valori
- Interessi, frustrazioni



Comportamenti digitali

- Social usati, ricerche Google
- Abitudini d'acquisto, obiezioni

ⓘ Due persone della stessa et  possono avere bisogni, desideri e comportamenti digitali **completamente diversi**.