

# BonTEMP

## ARENA

In quale categoria o mercato competi?

## IDENTITÀ:

Chi sei? Cosa ti rende una persona speciale per i tuoi clienti?

- Descrivi la tua attività, come, quando e perché è nata
- NOME. Denominazione del marchio / attività
- Il nome del tuo marchio ha un significato particolare? Se sì, quale?
- Indica almeno tre valori che rispecchiano la tua azienda
- Scopo (la ragione più importante per cui fai quello che fai)
- Visione (quello che vorresti diventare nel lungo periodo)
- Qual'è la tua mission?

Se non sai cos'è la mission o ancora non ce l'hai ti consiglio di creartela perché accompagnerà il tuo marchio in tutti i prodotti e strumenti che utilizzerai per farti conoscere.

<https://cpiub.com/2014/09/la-tua-mission-ossia-perche-fai-quello-che-fai/>

Leggi questo articolo e formula la tua mission.

## RAGIONI PER CREDERE:

Perché sei credibile? Cosa ti rende credibile per i tuoi clienti?

- Quali sono i punti di forza? In cosa invece ti senti carente?
- Risultati professionali ottenuti, ranking, premi
- Opinioni e/o referenze di persone rilevanti
- Attestati, certificazioni
- Pubblicazioni
- Iniziative o progetti rilevanti

## OFFERTA

Cosa fai e dai? Indica la professione o la tipologia di servizi che offri ed eventualmente dettaglia alcune peculiarità del tuo approccio.

- Lavori a livello locale / nazionale / internazionale?
- Che tipo di servizi/prodotti offri?
- Quali sono i punti di forza? In cosa invece ti senti carente?
- Qual'è la fascia di prezzo o il prezzo medio dei tuoi servizi/prodotti?

## COMPETITORS

In cosa ti distingui?

- Chi sono i tuoi principali competitors?
- Che cosa ti differenzia dalla concorrenza?
- Perché io dovrei scegliere il tuo servizio/prodotto invece di quello della concorrenza? Cosa mi offre di diverso o in più?
- In cosa è carente il tuo servizio/prodotto rispetto agli altri?

## IL TUO CLIENTE IDEALE

Più conosci il tuo cliente ideale, più diretto e mirato potrà essere il tuo lavoro di marketing.

- Fascia di età?
- Genere?
- Occupazione particolare?
- Esistono degli interessi specifici che accomunano i tuoi clienti?
- Quali modalità di marketing spinge più facilmente all'acquisto un tuo ipotetico cliente?
- I tuoi clienti, come fanno a conoscere il tuo marchio e a sceglierti?
- Crea l'Identikit perfetto di un tuo possibile cliente. (Nome, età, occupazione, famiglia, hobby, cosa fa nel tempo libero...)

Benissimo, hai completato BonTEMP!

Inviameo via mail io elaborerò le info, se necessario ti contatterò e poi procederò con la fase di ricerca, analisi e redazione dei testi!

Grazie per la fiducia!  
A presto.  
Ilary