

Smetti di “fare comunicazione”.
Inizia a costruire un posizionamento che converte.

Hai scaricato questa checklist perché hai capito un concetto fondamentale: la strategia viene prima della creatività.
Essere ovunque senza un focus chiaro non porta visibilità, ma solo stanchezza e frustrazione.
Compila questo documento per smettere di disperdere budget e focalizzarti esattamente su ciò che serve al tuo business per crescere.

01. IL FOCUS SUI TUOI CLIENTI (TARGET)

"Dove sono, dove passano il loro tempo, cosa vogliono sentirsi dire"

- ☐ **Qual è il loro canale prioritario (e unico per ora)?**
Dove si concentra l'80% del tuo target ideale?
Concentra lì il 100% del tuo focus iniziale anziché dividerti tra Instagram, LinkedIn, TikTok, cartelloni stradali e varie.
- ☐ **Dove passano concretamente il loro tempo online e offline?**
Quali community frequentano?
Quali blog leggono, quali podcast ascoltano?
Mappa i loro punti di aggregazione per intercettarli dove sono già attivi.
- ☐ **Cosa vogliono sentirsi dire in questo preciso momento?**
Qual è il loro bisogno o problema urgente che tu puoi risolvere?
Parli delle caratteristiche del tuo servizio o del sollievo dal loro problema principale?
- ☐ **Quali sono i loro punti di frustrazione e stanchezza?**
Cosa fa sentire "insoddisfatto" il tuo target ideale?
Se capisci la loro frustrazione interna, la tua comunicazione risuonerà empatica e autorevole.

02. IL MESSAGGIO DIFFERENZIANTE

"Qual è il messaggio che mi differenzia da tutti gli altri?"

- ☐ **Quali sono i tuoi valori fondamentali e il tuo "Perché"?**
Quali sono i pilastri etici e la missione profonda del tuo brand?
Sai qual è il motivo per cui lo fai? Allineare i tuoi valori a quelli del tuo target crea una connessione emotiva inscindibile.
- ☐ **Quali parole chiave definiscono il tuo brand in modo univoco?**
Seleziona 3 o 4 concetti cardine attorno a cui ruoterà la tua comunicazione, eliminando tutto il rumore di fondo che confonde il pubblico.
- ☐ **Il tuo messaggio è espresso in modo semplice e diretto?**
Prova a eliminare il gergo tecnico, il messaggio arriva?
Il messaggio differenziale funziona solo se il cliente lo capisce nei primi 3 secondi di lettura.

03. L'OFFERTA UNICA (UVP)

"Cosa posso offrire io in più rispetto ai competitor? Perché dovrebbero scegliere me?"

- ☐ **Qual è il tuo elemento "In Più" (Unfair Advantage)?**
Che sia un metodo proprietario, un'assistenza iper-personalizzata o l'eliminazione di alcune attività, qual è la tua specificità?
- ☐ **Perché un cliente dovrebbe rischiare i suoi soldi proprio con te?**
Come abbatti o come vorresti abbattere il rischio percepito dall'utente?
(es. garanzie, casi studio reali o una diagnosi strategica preliminare).
- ☐ **Hai eliminato il superfluo per focalizzarti sul valore reale?**
Hai eliminato i servizi accessori che gonfiano il prezzo ma non portano valore reale?
La tua offerta risponde perfettamente alla tua promessa?

HAI COMPLETATO LA CHECKLIST? ECCO IL TUO PROSSIMO PASSO STRATEGICO.

Rispondere a queste domande richiede lucidità e, a volte, un occhio esterno. Se ti sei reso conto che la tua comunicazione attuale è ancora nella fase "sono ovunque ma senza strategia", noi di Studio Parallelo siamo pronti ad aiutarti a fare ordine. Non facciamo tutto: facciamo solo quello che serve al tuo business per comunicare e crescere davvero.

RICHIEDI LA TUA CALL STRATEGICA DI 15 MINUTI

inviaci una mail a: info@studioparallelo.it
Chiamaci a: +39 352 0372048
Scrivici nei DM a: @studiocreativoparallelo