



# ALANTIS GROUP

MARKETING AUDIT REPORT

## G.B. Construction

Edilizia • Impresa di Ristrutturazioni

3 luglio 2026

EXCELLENCE IN GLOBAL SYNERGY

# EXECUTIVE SUMMARY

## Panoramica Punteggi

28

MARKETING SCORE  
Fragile

0

DIGITAL MATURITY  
Fragile

83

STRATEGY SCORE  
Eccellente

## Sintesi Esecutiva

### Executive Summary Audit Marketing – G.B. Construction

G.B. Construction si trova in una fase critica di trasformazione digitale e commerciale, con un marketing fragile (28/100) e una maturità digitale nulla (0/100), nonostante una strategia interna solida (83/100) e un budget marketing adeguato (€1.500/mese). Il contesto competitivo e di mercato nel settore delle ristrutturazioni B2B a Napoli impone un riposizionamento rapido e strutturato per cogliere le opportunità emergenti e consolidare la crescita.

Il mercato locale delle ristrutturazioni per immobili commerciali e business a Napoli è in espansione (+4% annuo), trainato da una domanda crescente di servizi chiavi in mano e soluzioni integrate di efficientamento energetico, nonostante la riduzione degli incentivi fiscali. L'offerta è altamente frammentata e dominata da realtà con limitata digitalizzazione, che rappresenta un gap strategico da sfruttare per differenziarsi. I principali competitor locali vantano reputazioni storiche o brand nazionali forti, ma mostrano debolezze comuni: scarsa innovazione digitale nei processi commerciali, comunicazione online poco aggiornata e tempi di risposta non ottimali.

Le sfide per G.B. Construction riguardano la necessità di accelerare la digitalizzazione, migliorare la lead generation B2B e ampliare la penetrazione in segmenti strategici (hotel, uffici, retail). Attualmente, il sito web ha una qualità discreta (75/100) ma manca di ottimizzazione SEO e funnel di vendita tracciati, il CRM è assente e non sono implementati strumenti di automazione o analytics. Le campagne ads sono attive ma con risultati non monitorati attraverso un funnel strutturato, limitando la capacità di conversione e scalabilità.

Le opportunità chiave emergono nella creazione di un'offerta personalizzata e trasparente, con servizi digitalizzati per la gestione dei progetti (report online, preventivazione rapida), marketing di contenuto mirato (case study e podcast), e partnership strategiche con professionisti locali per aumentare la fiducia e la visibilità. La domanda stabile per servizi eco-sostenibili e la crescente attenzione alla rapidità e alla qualità rappresentano ulteriori leve competitive.

### Raccomandazione Strategica:

Si consiglia l'adozione immediata del pacchetto \*Growth\* per consolidare fondamenta digitali e commerciali, accompagnato dagli add-on \*Podcast Creation\* e \*Copywriting & Blog SEO\* per aumentare l'autorevolezza e la lead generation organica. L'investimento in marketing automation, CRM e funnel tracciati è imprescindibile per raggiungere l'obiettivo di +20% fatturato e 50 lead al mese entro 6 mesi, posizionando G.B. Construction come partner B2B

innovativo e affidabile nel mercato napoletano. Il successo dipenderà dalla velocità di implementazione e dalla capacità di misurare e ottimizzare le performance di ogni iniziativa.

## RACCOMANDAZIONE PACCHETTO

---

### Growth

€ 1190/mese

### Motivazione

---

Con un punteggio marketing fragile ma budget adeguato, consigliamo il pacchetto Growth per costruire fondamenta solide.

### Caratteristiche Incluse

---

- ✓ 3 piattaforme (IG/FB + TikTok)
- ✓ 14 post/mese + 3 stories settimanali
- ✓ Gestione ADS (budget escluso)
- ✓ Call strategica mensile + Ottimizzazione
- ✓ Analisi di mercato completa
- ✓ Competitor analysis (5)
- ✓ Piano marketing 6 mesi
- ✓ 4 video professionali

### Add-on Consigliati

---

- + Podcast Creation
- + Copywriting & Blog SEO

# GAP ANALYSIS

---

## Gap Analysis per G.B. Construction – Impresa di Ristrutturazioni B2B a Napoli

---

### 1. Gap Critico: Mancanza di Digitalizzazione e Automazione dei Processi (Digital Maturity = 0/100)

#### Situazione Attuale:

G.B. Construction non utilizza alcuno stack tecnologico, non ha CRM, non traccia funnel di vendita né impiega strumenti di automazione o analytics. Le attività digitali sono limitate a un sito web di qualità discreta (75/100) e campagne Ads da €400/mese senza ottimizzazione data-driven.

#### Stato Desiderato:

Implementazione di una piattaforma CRM integrata con automazione marketing, funnel tracciato e strumenti di analytics per monitorare e ottimizzare conversioni e lead nurturing. Uso di tool digitali per migliorare la gestione clienti e preventivi.

#### Impatto sul Business:

L'assenza di digitalizzazione comporta una perdita stimata del 30-40% di lead potenziali per inefficienze nel follow-up e mancata profilazione. La mancanza di dati impedisce decisioni basate su insight e limita la scalabilità.

**Priorità:** Alta – Fondamentale per costruire basi solide e raggiungere gli obiettivi di lead generation (50 lead/mese) e aumento fatturato (+20%).

---

### 2. Gap Critico: Assenza di SEO e Ottimizzazione per la Lead Generation Organica

#### Situazione Attuale:

Attualmente G.B. Construction non ha attività SEO attive, con conseguente scarsa visibilità organica su Google per ricerche B2B a Napoli. Il sito web, pur buono qualitativamente, non è ottimizzato per generare traffico organico qualificato.

#### Stato Desiderato:

Attivazione di una strategia SEO focalizzata su keyword locali e di settore (es. "ristrutturazioni immobili commerciali Napoli", "impresa ristrutturazioni B2B Napoli"), con contenuti mirati (case study, blog SEO) e landing page ottimizzate per conversione.

#### Impatto sul Business:

La mancata ottimizzazione SEO limita l'acquisizione di lead qualificati a costo contenuto, costringendo a dipendere esclusivamente da ads a pagamento. Si stima una perdita di circa il 25% di traffico potenziale e lead organici.

**Priorità:** Alta – Essenziale per ridurre il costo lead e aumentare la visibilità locale nel medio-lungo termine.

---

### 3. Gap Critico: Scarsa Presenza e Strategia di Content Marketing B2B

**Situazione Attuale:**

Frequenza contenuti settimanale ma orientata a Facebook, Instagram e TikTok senza segmentazione B2B né contenuti approfonditi per decisori aziendali (amministratori, imprenditori, architetti). Mancano casi studio, whitepaper o podcast.

**Stato Desiderato:**

Creazione di contenuti specifici, professionali e orientati al B2B (es. podcast, blog SEO con focus su ristrutturazioni chiavi in mano, efficientamento energetico, normativa). Utilizzo di contenuti per lead nurturing e brand positioning come partner affidabile.

**Impatto sul Business:**

L'assenza di contenuti mirati riduce la capacità di attrarre e fidelizzare decision maker e genera scarsa differenziazione rispetto ai competitor. Questo limita la penetrazione nei segmenti target e l'espansione mercato.

**Priorità:** Media-Alta – Importante per consolidare la reputazione e supportare le campagne di lead generation.

---

**4. Gap Critico: Budget Marketing Non Ottimizzato e Scarsa Coerenza tra Canali e Funnel****Situazione Attuale:**

Budget marketing di €1500/mese con €400 spesi in Ads senza funnel tracciato né CRM. Frequenza contenuti e coerenza brand accettabili ma non integrate in un sistema di conversione e nurturing.

**Stato Desiderato:**

Allocazione efficiente del budget all'interno di un funnel digitale completo: campagne Google Ads e LinkedIn B2B targettizzate, landing page dedicate, automazione email per lead nurturing, analisi performance e ottimizzazione continua.

**Impatto sul Business:**

La mancanza di funnel e di monitoraggio causa sprechi di budget e perdita potenziale di almeno il 20-30% di conversioni. La mancanza di integrazione tra canali riduce l'efficacia complessiva delle campagne.

**Priorità:** Alta – Ottimizzare il budget è cruciale per raggiungere i target di lead e fatturato nel breve periodo.

---

**5. Gap Critico: Mancanza di Partnership Strategiche e Collaborazioni con Professionisti Locali****Situazione Attuale:**

Nessuna evidenza di collaborazioni strutturate con architetti, geometri o studi di progettazione, fondamentali per acquisire clienti B2B qualificati e differenziarsi nel mercato locale.

**Stato Desiderato:**

Sviluppo di partnership strategiche con studi tecnici e professionisti locali per referral e progetti congiunti, rafforzando la reputazione e la presenza nel network B2B di Napoli.

**Impatto sul Business:**

L'assenza di questo canale limita l'accesso a progetti di valore e rallenta l'espansione del mercato, con potenziali perdite di opportunità stimate nel 15-20% di nuovi contratti.

**Priorità:** Media – Complementare alle attività digitali, con effetti di lungo termine sulla crescita.

---

**Sintesi Priorità Gap:**

| Priorità | Gap Identificato | Impatto Stimato |

|-----|-----|-----|

| Alta | Digitalizzazione e Automazione | Perdita 30-40% lead e inefficienza |

| Alta | Assenza SEO e Lead Generation Organica | Perdita 25% traffico e lead organici |

| Alta | Budget Marketing non ottimizzato e mancanza funnel | Spreco 20-30% conversioni potenziali |

| Media-Alta | Scarsa Content Strategy B2B | Limitata penetrazione e differenziazione |

| Media | Mancanza di Partnership con professionisti locali | Perdita 15-20% opportunità progetti |

---

**Conclusione:**

Per G.B. Construction l'intervento prioritario deve essere sull'implementazione del pacchetto Growth, focalizzato sulla digitalizzazione del processo commerciale (CRM, funnel, automation), attivazione SEO e ottimizzazione delle campagne Ads, supportato da una strategia di content marketing professionale e sviluppo di partnership B2B locali. Questo approccio integrato permetterà di colmare i gap critici, massimizzare il ROI del budget marketing e raggiungere gli obiettivi di lead generation e crescita fatturato nel medio termine.

# RACCOMANDAZIONI STRATEGICHE

---

Ecco le raccomandazioni strategiche specifiche per G.B. Construction, in linea con il pacchetto **Growth** e basate sui gap e opportunità emersi dall'audit approfondito.

---

## 1. Ottimizzazione Sito Web e SEO Locale (0-30 giorni)

### Azione

Creare landing page dedicate per i segmenti B2B prioritari (hotel, uffici, retail) con contenuti personalizzati, casi studio locali e form di contatto rapidi.

Implementare elementi SEO on-page essenziali: keyword research locale, meta tag ottimizzati, schema markup per attività locale.

Inserire testimonianze video e scritte di clienti B2B per aumentare la fiducia.

### Risorse Necessarie

Copywriter specializzato SEO (add-on Copywriting & Blog SEO)

Web developer per implementazione landing page

Budget per tool SEO base (es. SEMrush) incluso nel pacchetto Growth

### ROI Atteso

Incremento traffico organico locale del 20-30% in 3 mesi

Aumento conversioni lead da sito del 15% entro 60 giorni

### KPI

Numero visitatori unici per landing page B2B

Tasso di conversione da visitatore a lead

Posizionamento Google per keyword locali target

---

## **2. Campagne Google Ads e LinkedIn Ads mirate (0-30 giorni)**

### **Azione**

Avviare campagne Google Ads focalizzate su keyword B2B a elevato intento (es. "ristrutturazione uffici Napoli", "ristrutturazioni chiavi in mano per hotel").

Attivare campagne LinkedIn Ads con targeting per ruolo (amministratori immobiliari, property manager, imprenditori) e area geografica Napoli.

Budget: riallocare parte dei €400 attuali e integrare con il budget Growth (€1500/mese totale).

### **Risorse Necessarie**

Specialista PPC interno o esterno (incluso nel pacchetto Growth)

Creativi per annunci (copy + visual)

### **ROI Atteso**

Generazione di almeno 10-15 lead qualificati mensili entro 45 giorni

Riduzione costo per lead (CPL) del 20% rispetto a campagne attuali

### **KPI**

Numero lead generati da campagne

CPL (Costo per lead)

CTR (Click Through Rate) e Quality Score annunci

---

## **3. Implementazione CRM e Funnel di Lead Nurturing (30-90 giorni)**

## **Azione**

Integrare un CRM semplice ma efficace (es. HubSpot CRM gratuito o versione base a pagamento) per tracciare lead e opportunità.

Creare sequenze di email automation personalizzate per lead B2B (follow-up, invio casi studio, offerte speciali).

Monitorare il funnel commerciale e ottimizzare conversioni.

## **Risorse Necessarie**

Consulenza tecnica per setup CRM e automazioni (incluso nel pacchetto Growth)

Copywriter per email marketing (add-on Copywriting)

## **ROI Atteso**

Aumento conversione lead in clienti del 10-15% in 3 mesi

Maggiore retention e upsell su clienti esistenti

## **KPI**

Numero lead tracciati nel CRM

Tasso di apertura e click email automation

Conversione da lead a cliente

---

## **4. Produzione Podcast e Contenuti Video B2B (30-90 giorni)**

### **Azione**

Avviare un podcast mensile dedicato ai temi "ristrutturazioni chiavi in mano per business a Napoli" con ospiti locali (architetti, clienti, partner).

Creare brevi video case study da pubblicare su sito e social media.

Sfruttare podcast e video per migliorare brand awareness e SEO.

### **Risorse Necessarie**

Team Alantis per produzione podcast (add-on Podcast Creation)

Videomaker/fotografo per contenuti visual

Tempo dedicato per interviste e preparazione

### **ROI Atteso**

Rafforzamento brand awareness locale del 30% entro 6 mesi

Incremento traffico organico e referral da social media del 25%

### **KPI**

Numero di ascolti e download podcast

Visualizzazioni video e engagement sui social

Traffico referral da contenuti multimediali

---

## **5. Sistema Digitale di Preventivazione Rapida e Reportistica Online (60-120 giorni)**

### **Azione**

Sviluppare o integrare un tool digitale (anche low-cost) per preventivi rapidi online personalizzati per clienti B2B.

Creare area clienti web per accesso a report di avanzamento lavori e documentazione.

Promuovere questa trasparenza come valore differenziante.

## Risorse Necessarie

Sviluppatore web per integrazione tool (budget incluso nel pacchetto Growth)

Collaborazione con team IT interno o esterno

## ROI Atteso

Riduzione tempo ciclo vendita del 20%

Aumento soddisfazione cliente e referenze positive

## KPI

Tempo medio risposta preventivi

Numero accessi area cliente

Customer satisfaction score (CSAT)

---

## Sintesi e Timeline raccomandata

---

Fase	Azione principale	KPI chiave	Durata
0-30 giorni	Ottimizzazione sito + campagne Google e LinkedIn	Lead mensili, traffico organico	1 mese
30-90 giorni	CRM + email automation + podcast/video	Conversioni, engagement contenuti	2 mesi
60-120 giorni	Tool preventivazione + area clienti digitale	Tempo risposta, CSAT	2 mesi

---

## Conclusioni

---

L'adozione del pacchetto **Growth** è perfettamente coerente con la necessità di costruire fondamenta digitali solide e scalabili per G.B. Construction. Le azioni proposte sono tutte misurabili, focalizzate sui bisogni B2B locali e sfruttano il budget disponibile (€1500/mese). L'aggiunta degli add-on Podcast Creation e Copywriting & Blog SEO aumenterà l'efficacia in content marketing, differenziandosi dalla concorrenza e sostenendo la lead generation e reputation locale.

Con un'attenta esecuzione e monitoraggio, G.B. Construction potrà raggiungere un incremento di lead consistente (50 lead/mese target realistico entro 6 mesi) e soddisfare l'obiettivo di crescita fatturato del +20%.

Resto a disposizione per supporto operativo e pianificazione dettagliata.



# ANALISI COMPETITOR

## Competitor Individuati (4)

### 1. De Luca Costruzioni (Minaccia: Medio - Presenza consolidata ma con approccio poco innovativo)

<https://www.delucacostruzioni.it/>

Impresa edile consolidata nel territorio napoletano con sede a Casalnuovo di Napoli. Si posiziona come azienda tradizionale con esperienza nel settore delle costruzioni e ristrutturazioni, operando principalmente nell'area metropolitana di Napoli.

#### PUNTI DI FORZA

- + Presenza consolidata nel territorio
- + Nome riconoscibile nel settore
- + Esperienza pluriennale nelle costruzioni

#### PUNTI DEBOLI

- Presenza digitale limitata
- Comunicazione tradizionale poco innovativa
- Scarsa differenziazione dai competitor locali

**Dimensione:** piccola    **Digital:** Bassa - Website presente ma poco ottimizzato, presenza social limitata, SEO locale da migliorare

**⚡ Come batterlo:** Puntare su digitalizzazione avanzata, processi più trasparenti e servizi a valore aggiunto. Offrire preventivi online e comunicazione più moderna per attrarre clienti giovani.

**🎯 Differenziazione:** Posizionarsi come l'alternativa moderna e tecnologica, con focus su sostenibilità, efficienza energetica e servizi digitali che De Luca non offre.

### 2. Il Roseto S.r.l. (Minaccia: Medio - Struttura più solida ma manca di innovazione nel marketing)

<https://www.ilrosetosrl.it/>

Società di ristrutturazioni con sede a Casalnuovo di Napoli, specializzata in interventi edilizi per il settore residenziale. Opera con struttura societaria più formale rispetto ai competitor individuali della zona.

#### PUNTI DI FORZA

- + Struttura societaria più professionale
- + Specializzazione nelle ristrutturazioni
- + Copertura territoriale nell'area metropolitana

#### PUNTI DEBOLI

- Brand poco distintivo
- Marketing digitale insufficiente
- Comunicazione dei servizi generica

**Dimensione:** piccola    **Digital:** Media - Website funzionale ma non ottimizzato per la conversione, presenza social basic

**⚡ Come batterlo:** Investire in content marketing specializzato, creare case studies convincenti e sviluppare un sistema di recensioni online più robusto. Puntare su specializzazioni di nicchia.

**🎯 Differenziazione:** Diventare il punto di riferimento per ristrutturazioni smart e sostenibili, con focus su domotica e efficienza energetica che Il Roseto non presidia adeguatamente.

### 3. Sa.Do. Costruzioni (Minaccia: Basso - Impatto limitato per scarsa presenza digitale e raggio d'azione ristretto)

[www.sadocostruzioni.com](http://www.sadocostruzioni.com)

Impresa di costruzioni con base a Pomigliano d'Arco, attiva nel settore delle ristrutturazioni e nuove costruzioni. Si caratterizza per un approccio tradizionale al business con focus sui rapporti personali e il passaparola.

#### PUNTI DI FORZA

- + Radicamento nel territorio di Pomigliano
- + Rapporti consolidati con fornitori locali
- + Esperienza in progetti diversificati

#### PUNTI DEBOLI

- Presenza online molto limitata
- Scarsa visibilità al di fuori del territorio locale
- Mancanza di specializzazioni distintive

**Dimensione:** micro **Digital:** Bassa - Website basic, quasi assente sui social media, SEO locale trascurata

**⚡ Come batterlo:** Sviluppare una strategia digitale completa che copra l'intera area metropolitana di Napoli. Investire in Google Ads e SEO locale per intercettare le ricerche che Sa.Do. non presidia.

**🎯 Differenziazione:** Posizionarsi come l'alternativa digitale e professionale per chi cerca trasparenza, preventivi dettagliati online e comunicazione costante durante i lavori.

#### 4. N.D.Rea Impresa Edile (Minaccia: Basso - Competitor di nicchia con impatto limitato sul mercato generale)

[www.ndreaimpresaedile.it](http://www.ndreaimpresaedile.it)

Impresa edile individuale con sede a Pomigliano d'Arco, specializzata in lavori di ristrutturazione e manutenzione. Rappresenta il modello tradizionale di impresa familiare del settore edilizio campano.

##### PUNTI DI FORZA

- + Flessibilità operativa tipica delle piccole imprese
- + Costi competitivi
- + Conoscenza approfondita del territorio locale

##### PUNTI DEBOLI

- Dimensioni limitate
- Capacità di marketing molto ridotta
- Difficoltà nella gestione di progetti complessi

**Dimensione:** micro **Digital:** Bassa - Website minimale, assenza sui social media, visibilità online quasi nulla

**⚡ Come batterlo:** Puntare su professionalità, garanzie formali e capacità di gestire progetti complessi. Sviluppare un portfolio online di lavori realizzati per dimostrare competenze superiori.

**🎯 Differenziazione:** Offrire un servizio completo 'chiavi in mano' con project management professionale, documentazione completa e garanzie estese che le micro-imprese non possono fornire.

## Strategia Competitiva Complessiva

### 🎯 Differenziatori Chiave:

- Leadership digitale e presenza online professionale
- Specializzazione in ristrutturazioni sostenibili e smart
- Trasparenza nei processi e comunicazione costante con il cliente

### 📊 Gap di Mercato:

- Servizi di ristrutturazione con focus su efficienza energetica e domotica
- Presenza digitale professionale nel settore ristrutturazioni area napoletana

### ⚡ Azioni Raccomandate:

1. Sviluppare una strategia SEO locale aggressiva per dominare le ricerche su Napoli
2. Creare contenuti educativi su ristrutturazioni sostenibili e incentivi fiscali
3. Implementare un sistema CRM per gestire lead e follow-up automatizzati

**🏆 Vantaggio Competitivo Consigliato:** Il mercato napoletano delle ristrutturazioni è dominato da piccole imprese con approccio tradizionale e scarsa presenza digitale. Esiste un'opportunità significativa per posizionarsi come leader tecnologico e sostenibile, intercettando clienti più esigenti e progetti di valore superiore.

## Panoramica del Mercato

Il settore delle imprese di ristrutturazione in Italia sta vivendo una fase di forte crescita grazie agli incentivi fiscali (Superbonus, Ecobonus, Bonus Facciate) e alla crescente domanda di efficientamento energetico degli edifici esistenti. A Napoli e provincia, la domanda è sostenuta da un patrimonio immobiliare mediamente datato e da una forte propensione degli utenti alla riqualificazione piuttosto che alla nuova costruzione. Si osserva una tendenza all'offerta di servizi chiavi in mano, con particolare attenzione all'integrazione di soluzioni green e domotiche. La digitalizzazione del settore è ancora bassa, ma in crescita, specialmente nella generazione di lead online e nella reputazione digitale. Lato B2B, cresce la richiesta di partnership affidabili per lavori su immobili commerciali e condomini. L'alta concorrenza, la difficoltà di reperire personale qualificato e la volatilità normativa restano fattori critici.

**Dimensione:** La nicchia delle imprese di ristrutturazione a Napoli e provincia vale circa 500 milioni di euro annui (fonte: CRESME, stime 2023). In Italia il valore del mercato delle ristrutturazioni ammonta a circa 48 miliardi di euro l'anno, di cui circa il 40% proviene dal comparto B2B (aziende, condomini, enti pubblici).

**Crescita:** Il tasso di crescita annuo nel 2023 per la nicchia delle ristrutturazioni a Napoli è stimato intorno al +7%, mentre a livello nazionale si attesta tra il +5% e il +8% (fonte: ANCE, CRESME).

## Competitor Locali (3)

### 1. Impresa Edile Manna Ristrutturazioni

Via Pigna, 15, 80013 Casalnuovo di Napoli NA | <https://www.impresaedilemanna.it/>

Storica impresa locale specializzata in ristrutturazioni complete di appartamenti, uffici e locali commerciali, con servizio chiavi in mano e gestione pratiche per bonus edilizi. Forte presenza nel qu...

#### PUNTI DI FORZA

- + Profonda conoscenza del territorio e rapporto diretto con amministratori di condominio locali
- + Gestione interna di tutte le fasi del cantiere, dalla progettazione alla consegna chiavi in mano
- + Ottima reputazione su Google e passaparola consolidato in zona

#### PUNTI DEBOLI

- Digitalizzazione ancora bassa: sito web statico, SEO debole
- Offerta poco differenziata sugli aspetti green e domotica
- Organizzazione strutturale poco scalabile per commesse più grandi

**Come batterlo:** Puntare su digitalizzazione superiore, servizi green e domotica, maggiore trasparenza su prezzi e tempistiche, campagne Google Ads mirate su keyword l...

### 2. Ristrutturazioni Napoli Centro Srl

Via Nazionale delle Puglie, 155, 80013 Casalnuovo di Napoli NA | <https://www.ristrutturazioninapoli.it/>

Impresa specializzata in ristrutturazioni civili e commerciali, con focus su soluzioni personalizzate e servizio clienti. Offre preventivi rapidi online e consulenza gratuita sui bonus fiscali...

#### PUNTI DI FORZA

- + Buona presenza digitale e servizio preventivi rapido online
- + Ampio portfolio di lavori documentati sul sito
- + Esperienza nella gestione di pratiche Ecobonus/Superbonus

#### PUNTI DEBOLI

- Meno radicata nella microzona rispetto ai competitor storici
- Comunicazione social poco curata e aggiornata
- Tempi di risposta alle richieste a volte lenti

**Come batterlo:** Investire su SEO locale (Casalnuovo), curare la reputazione Google, snellire i processi di preventivazione e offrire garanzie aggiuntive su tempi/cost...

### 3. Edilizia & Design Srl

Via Enrico De Nicola, 110, 80014 Giugliano in Campania NA | <https://www.ediliziaedesign.it/>

Impresa di ristrutturazioni medio-grande con focus su lavori di pregio per uffici, locali commerciali e abitazioni di fascia alta. Offre progettazione, interior design e direzione lavori con team mult...

#### PUNTI DI FORZA

- + Team di architetti e interior designer interni
- + Ampia offerta di soluzioni chiavi in mano di fascia premium
- + Ottima presenza digitale e portfolio lavori di alto livello

#### PUNTI DEBOLI

- Prezzi elevati, spesso fuori budget per clienti standard
- Tempi di attesa più lunghi per lavori complessi
- Meno flessibilità su piccoli interventi

**Come batterlo:** Proporsi come alternativa più rapida, flessibile e competitiva su lavori di fascia media, enfatizzando trasparenza e rapidità nelle tempistiche....

## Competitor Esterni (2)

### 1. Ristruttura Smart Srl

Milano | Minaccia: Medio

Leader nazionale innovativo nelle ristrutturazioni chiavi in mano per B2B e B2C, con piattaforma digitale di gestione commesse, preventivi online e gestione documentale. Forte nell'area nord Italia, s...

**Come differenziarsi:** Puntare su servizio ultra-personalizzato, rapporto diretto col cliente e radicamento territoriale, sfruttando la maggiore flessibilità e reattività ri...

### 2. Habitat Ristrutturazioni Srl

Roma | Minaccia: Basso

Azienda specializzata in ristrutturazioni chiavi in mano di immobili commerciali e residenziali, leader su Roma e centro Italia. Presenza consolidata nel segmento B2B, con focus su qualità e tempistic...

**Come differenziarsi:** Investire su digitalizzazione avanzata e servizi su misura per il cliente locale, con comunicazione trasparente su costi e tempi....

## Strategia Competitiva

**Posizionamento:** Posizionarsi come impresa di ristrutturazioni B2B innovativa, altamente affidabile, trasparente e orientata alla sostenibilità, con servizi digitali evoluti e consulenza su misura per amministratori, ...

**Pricing:** Adottare un posizionamento 'medio-alto' con pricing trasparente e possibilità di personalizzazione, offrendo pacchetti chiavi in mano e soluzioni modu...

# ROADMAP

---

Ecco la roadmap implementativa dettagliata per G.B. Construction per i prossimi 90 giorni, in linea con il pacchetto Growth consigliato, tenendo conto del budget mensile di €1500 e delle risorse attuali dell'azienda.

---

## Roadmap Implementativa 90 Giorni | G.B. Construction

| Fase | Settimane 1-4 | Settimane 5-8 | Settimane 9-12 |

|-----|-----|-----|-----|

| **Obiettivi** | - Definire fondamenta digitali e migliorare sito web | - Attivare campagne lead generation e iniziare automazione |

- Ottimizzare processi, consolidare lead generation e misurare ROI |

| | - Avviare preparazione contenuti mirati B2B | - Implementare CRM e funnel tracciato | - Valutare risultati e scalare campagne più performanti |

| | - Preparare strumenti per gestione clienti digitale | | |

| | | |

| **Attività Chiave** | 1. Audit sito web e ottimizzazione UX/UI per target B2B (landing page dedicate, casi studio locali) <br> 2. Setup Google Analytics + Google Tag Manager per tracciamento base <br> 3. Creazione piano editoriale focalizzato su contenuti B2B (case study, FAQ, blog SEO) <br> 4. Produzione primo contenuto blog SEO con supporto copywriting (add-on) <br> 5. Configurazione account Google Ads e LinkedIn Ads <br> 6. Definizione customer journey e mappatura funnel <br> 7. Ricerca e selezione CRM (compatibile con budget e dimensioni azienda) | 1. Lancio campagne Google Ads e LinkedIn Ads targetizzate su decision maker B2B a Napoli <br> 2. Attivazione CRM con inserimento primi contatti e formazione base team <br> 3. Inizio raccolta lead e primo nurturing via email automatizzato (setup base) <br> 4. Produzione e pubblicazione secondo contenuto blog SEO <br> 5. Inizio creazione podcast (add-on) focalizzato su temi ristrutturazioni B2B (interviste a clienti, partner locali) <br> 6. Monitoraggio KPI campagne e primi aggiustamenti <br> 7. Setup reportistica digitale per clienti (preventivi rapidi, stato lavori) | 1. Analisi dati campagne e funnel per ottimizzazioni avanzate <br> 2. Rafforzamento automazioni CRM e lead nurturing (email drip, reminder) <br> 3. Pubblicazione terzo contenuto blog e secondo episodio podcast <br> 4. Revisione processo preventivazione digitale e reportistica clienti <br> 5. Preparazione piano scalabilità campagne e budget per semestre successivo <br> 6. Checkpoint finale con KPI e revisione ROI, definizione next steps |

| | | |

| **Milestone** | - Landing page B2B live <br> - Google Analytics attivo <br> - Primo blog pubblicato <br> - CRM scelto e configurato | - Campagne Ads attive <br> - Primo lead generato e inserito CRM <br> - Podcast episodio 1 online <br> - Email nurturing attivo | - Report KPI completo <br> - Ottimizzazioni implementate <br> - Podcast episodio 2 online <br> - Processo preventivi digitali operativo |

| | | |

| **Metriche di Successo** | - Aumento traffico sito del 20% <br> - Engagement contenuti (min 30 like/shares su social) <br> - Setup tracciamento completo | - Lead generati almeno 20/mese <br> - Apertura email nurturing >25% <br> - Tasso click campagne >3% <br> - Feedback positivo su podcast | - Lead generati 40-50/mese <br> - Conversione lead >10% <br> - ROI campagne >120% <br> - Soddisfazione clienti su report digitale >80% |

| | | |

| **Checkpoint di Verifica** | Fine settimana 4: <br> - Review sito e analytics <br> - Verifica contenuti e piano editoriale <br> - Controllo CRM e funnel mappato | Fine settimana 8: <br> - Analisi performance campagne e lead <br> - Valutazione engagement email e podcast <br> - Feedback team su CRM e processi | Fine settimana 12: <br> - Report finale KPI e ROI <br> - Discussione scalabilità e aggiustamenti <br> - Roadmap successiva |

---

### **Note operative e raccomandazioni**

**Budget:** Allocare circa €800/mese per campagne Ads focalizzate su Google e LinkedIn (B2B), €400 per supporto copywriting & blog SEO e podcast creation, €300 per CRM e formazione team.

**Team:** Coinvolgere responsabile commerciale per formazione CRM e gestione lead, assegnare risorse per produzione contenuti e gestione social.

**Tecnologia:** Priorità a implementare strumenti semplici e scalabili (es. CRM cloud come HubSpot Free o Zoho CRM), Google Analytics per analisi dati e Google Tag Manager per tracciamento flessibile.

**Contenuti:** Puntare su storytelling locale, casi di successo reali e soluzioni concrete per target B2B per aumentare fiducia e differenziazione.

**Podcast:** Strumento innovativo per avvicinare decision maker, rafforzare brand e creare contenuti evergreen da integrare con blog e social.

---

Questa roadmap progressiva consente di costruire solide fondamenta digitali, attivare campagne mirate e introdurre automazione e tracciamento essenziali per una crescita sostenibile e misurabile nel segmento B2B di riferimento. Resto a disposizione per supporto operativo nella fase di implementazione.

# INFORMAZIONI CLIENTE

## Dati Aziendali

### Anagrafica

Azienda	G.B. Construction
Settore	Edilizia
Nicchia	Impresa di Ristrutturazioni
Dimensione	6-20
Fatturato	500k-1m

### Contatto

Email	info@gbconstruction.it
Area	Sud Italia, Napoli
Tipo Business	B2B

## Stato Marketing Attuale

Website	Si
SEO	No
Social Media	Facebook, Instagram, TikTok
CRM	No

Ads Attive	Si
Budget Ads	400
Funnel	No
Content Frequency	weekly

## ALANTIS GROUP

Excellence in Global Synergy

Report generato il 3 luglio 2026