



ALANTIS GROUP

MARKETING AUDIT REPORT

G.B. Construction

Edilizia • Impresa di Ristrutturazioni

3 maggio 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

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

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)
 2. Setup Google Analytics + Google Tag Manager per tracciamento base
 3. Creazione piano editoriale focalizzato su contenuti B2B (case study, FAQ, blog SEO)
 4. Produzione primo contenuto blog SEO con supporto copywriting (add-on)
 5. Configurazione account Google Ads e LinkedIn Ads
 6. Definizione customer journey e mappatura funnel
 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
 2. Attivazione CRM con inserimento primi contatti e formazione base team
 3. Inizio raccolta lead e primo nurturing via email automatizzato (setup base)
 4. Produzione e pubblicazione secondo contenuto blog SEO
 5. Inizio creazione podcast (add-on) focalizzato su temi ristrutturazioni B2B (interviste a clienti, partner locali)
 6. Monitoraggio KPI campagne e primi aggiustamenti
 7. Setup reportistica digitale per clienti (preventivi rapidi, stato lavori) | 1. Analisi dati campagne e funnel per ottimizzazioni avanzate
 2. Rafforzamento automazioni CRM e lead nurturing (email drip, reminder)
 3. Pubblicazione terzo contenuto blog e secondo episodio podcast
 4. Revisione processo preventivazione digitale e reportistica clienti
 5. Preparazione piano scalabilità campagne e budget per semestre successivo
 6. Checkpoint finale con KPI e revisione ROI, definizione next steps |

| | | |

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

| | | |

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

| | | |

| **Checkpoint di Verifica** | Fine settimana 4:
 - Review sito e analytics
 - Verifica contenuti e piano editoriale
 - Controllo CRM e funnel mappato | Fine settimana 8:
 - Analisi performance campagne e lead
 - Valutazione engagement email e podcast
 - Feedback team su CRM e processi | Fine settimana 12:
 - Report finale KPI e ROI
 - Discussione scalabilità e aggiustamenti
 - 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 maggio 2026