



ALANTIS GROUP

MARKETING AUDIT REPORT

ROBIN SANGIOVANNI

Servizi Professionali • Agenzia di servizi per eventi, feste , spettacoli

2 luglio 2026

EXCELLENCE IN GLOBAL SYNERGY

EXECUTIVE SUMMARY

Panoramica Punteggi



Sintesi Esecutiva

Executive Summary

ROBIN SANGIOVANNI, agenzia salernitana specializzata in servizi per eventi, feste e spettacoli, si trova oggi in una posizione di partenza critica dal punto di vista marketing e digitale, nonostante una solida visione strategica interna (Strategy Score 77/100). Con un fatturato inferiore a 100.000 euro e una struttura molto snella (1-5 dipendenti), l'azienda mostra un livello di maturità digitale praticamente inesistente (Digital Maturity Score 0/100) e un marketing score estremamente basso (11/100), che ne limitano fortemente la capacità di acquisire nuovi clienti e scalare il business.

L'analisi evidenzia un sito web attivo ma con qualità marginale (40/100), nessuna attività SEO, assenza di campagne pubblicitarie e di un sistema CRM. Anche la gestione dei contenuti è nulla, con assenza totale di funnel tracciati e automazioni digitali. La presenza social si limita a Instagram, senza coerenza di brand consolidata (50/100). Questo quadro rappresenta un rischio significativo, poiché senza un investimento strutturato in strumenti digitali e marketing data-driven, l'azienda rischia di restare marginale in un mercato competitivo come quello degli eventi a Salerno.

Le opportunità sono tuttavia chiare e raggiungibili: la domanda di servizi per matrimoni, feste private e spettacoli è in crescita e la clientela B2B richiede partner affidabili e innovativi. Il potenziale di lead generation è elevato, con un obiettivo realistico di 30 lead mensili e un incremento di fatturato del 40% in 6 mesi. Per raggiungere questi risultati è imprescindibile costruire fondamenta solide, basate su una brand identity definita, una strategia di content marketing mirata e campagne pubblicitarie profilate. L'adozione di strumenti digitali per la gestione dei contatti e l'analisi delle performance sarà altresì determinante per ottimizzare il ritorno sull'investimento.

Si raccomanda pertanto l'adozione del pacchetto Growth, studiato per PMI in fase di sviluppo come ROBIN SANGIOVANNI, che integra sviluppo web, SEO, advertising e automazione marketing. Gli add-on Brand Identity, Podcast Creation e Copywriting & Blog SEO rappresentano leve strategiche imprescindibili per rafforzare la visibilità e l'autorevolezza del brand nel settore eventi. La tempistica di 6 mesi e il budget mensile di 800 euro sono compatibili con un piano di azione strutturato e monitorato, in grado di trasformare l'azienda in un punto di riferimento sul mercato locale, incrementando lead qualificati e fatturato in modo sostenibile e scalabile.

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

- + Brand Identity
- + Podcast Creation
- + Copywriting & Blog SEO

GAP ANALYSIS

Gap Analysis Dettagliata – ROBIN SANGIOVANNI

1. Assenza di Funnel di Lead Generation e Tracciamento

Situazione Attuale:

Nessun funnel di vendita tracciato, assenza di CRM e automazione marketing. Nessuna attività di lead nurturing o segmentazione contatti.

Stato Desiderato:

Funnel definito e tracciato, CRM implementato per gestire e qualificare i lead in modo sistematico. Automazione per follow-up e segmentazione.

Impatto sul Business:

La mancata tracciabilità e gestione dei lead causa una perdita stimata fino al 30% delle opportunità di conversione, compromettendo fortemente l'obiettivo di generare 30 lead mensili e aumentare il fatturato del 40%.

Priorità: Alta – Fondamentale per avviare un processo di crescita scalabile.

2. Mancanza Totale di Attività SEO e Content Marketing

Situazione Attuale:

Sito web di qualità bassa (40/100), nessuna attività SEO attiva, nessuna produzione di contenuti coerenti o regolari. Coerenza di brand al 50%.

Stato Desiderato:

Strategia SEO efficace integrata con produzione di contenuti mirati (blog, copywriting ottimizzato, podcast), per posizionarsi come punto di riferimento locale nel settore eventi e spettacoli.

Impatto sul Business:

Senza SEO e contenuti, la visibilità organica è praticamente nulla, limitando severamente la lead generation organica e il riconoscimento del brand. Questo rallenta l'aumento di fatturato e la fidelizzazione nel medio-lungo termine.

Priorità: Alta – Essenziale per costruire autorevolezza e attrarre lead qualificati.

3. Assenza di Strategie e Strumenti Digitali di Marketing e Automazione

Situazione Attuale:

Zero utilizzo di tool digitali, automazione 0%, nessun uso di analytics per misurare o ottimizzare le attività.

Stato Desiderato:

Utilizzo di strumenti digitali integrati (CRM, piattaforme per ads, analytics) per monitorare performance, ottimizzare campagne e scalare l'efficacia delle attività di marketing.

Impatto sul Business:

L'assenza di dati e strumenti limita la capacità decisionale, riduce il ROI delle iniziative e impedisce aggiustamenti rapidi. Con un budget di €800/mese, non sfruttare dati e automazione significa sprecare risorse preziose.

Priorità: Media-Alta – Necessario per professionalizzare e rendere misurabile il marketing.

4. Presenza Digitale e Social Media Limitata e Non Coordinata**Situazione Attuale:**

Presenza social limitata a Instagram senza attività regolare, nessuna campagna pubblicitaria attiva, brand coherence solo al 50%.

Stato Desiderato:

Social media gestiti in modo professionale con calendario editoriale, campagne ads mirate per lead generation, e brand identity rafforzata e coerente su tutti i canali.

Impatto sul Business:

La scarsa attività social limita la visibilità verso il target (sposi, feste, spettacoli), riduce le opportunità di engagement e la percezione del brand come "punto di riferimento". Potenziale perdita stimata di almeno il 20% di lead potenziali.

Priorità: Media – Importante per supportare la crescita e la brand awareness.

5. Necessità di Rebranding e Posizionamento Strategico Chiaro**Situazione Attuale:**

Brand coherence a 50%, nessuna attività strutturata di rebranding o storytelling, limitata riconoscibilità nel mercato locale.

Stato Desiderato:

Brand identity forte e differenziante, supportata da contenuti e campagne che comunicano chiaramente valore e unicità, per diventare punto di riferimento nel settore eventi a Salerno.

Impatto sul Business:

Un brand poco definito riduce il potere di attrazione e la fidelizzazione clienti, ostacolando l'espansione del mercato e il raggiungimento degli obiettivi di crescita del fatturato.

Priorità: Media – Strategico per sostenere le attività operative di marketing.

Sintesi Priorità:

Funnel di lead generation e CRM (Alta)

SEO e Content Marketing (Alta)

Digital Marketing Tools e Automazione (Media-Alta)

Social Media e Ads (Media)

Rebranding e Brand Identity (Media)

Questa gap analysis conferma la scelta del pacchetto **Growth** con gli add-on suggeriti (Brand Identity, Podcast Creation, Copywriting & Blog SEO) per colmare queste lacune e raggiungere gli obiettivi di ROBIN SANGIOVANNI entro 6 mesi.

RACCOMANDAZIONI STRATEGICHE

Ecco le raccomandazioni strategiche per ROBIN SANGIOVANNI, allineate al pacchetto Growth e mirate a colmare i gap più urgenti evidenziati dall'audit.

1. Ottimizzazione Sito Web e SEO Base

Gap: Sito con qualità bassa (40/100), SEO assente

Quick Wins (0-30 giorni):

Revisione contenuti attuali per coerenza brand e chiarezza messaggi, integrando keyword rilevanti relative a "eventi a Salerno", "feste private", "spettacoli per matrimoni".

Implementazione di base SEO on-page: titoli, meta description, URL friendly, tag alt immagini.

Setup Google Analytics e Google Search Console per iniziare a monitorare traffico e performance.

Risorse: Web designer freelance (1 giornata/mese), SEO specialist junior (2 giornate/mese)

ROI atteso: +15% visite organiche in 3 mesi, incremento lead inbound da sito del 10%

KPI: Traffico organico mensile, tempo medio visita, numero lead da form sito

Iniziative Medio Termine (1-6 mesi):

Creazione di blog post ottimizzati SEO (minimo 2/mese) su temi "come organizzare eventi", "idee per feste private", per aumentare autorevolezza e traffico.

Avvio attività di link building locale (collaborazioni con fornitori, locali eventi).

KPI: Crescita visite da ricerca organica (+40% in 6 mesi), aumento lead mensili da SEO (+20 lead/mese)

2. Attivazione e Crescita Canale Instagram con Content Marketing Strategico

Gap: Social attivo ma senza frequenza contenuti e senza coerenza brand piena (50/100)

Quick Wins (0-30 giorni):

Definizione calendario editoriale Instagram (3 post + 5 stories/settimana) focalizzato su portfolio eventi, dietro le quinte, testimonianze clienti.

Creazione di template grafici coerenti con brand identity da implementare (add-on Brand Identity).

Uso hashtag locali e di nicchia per aumentare visibilità.

Risorse: Social media manager part-time (8h/settimana), graphic designer (2h/settimana)

ROI atteso: +500 follower in 3 mesi, aumento interazioni del 30%, 5 lead/mese da Instagram

KPI: Numero follower, engagement rate, lead generati da Instagram

Iniziative Medio Termine (1-6 mesi):

Lancio mini-campagne Instagram Ads mirate a target "coppie sposi" e "organizzatori eventi" in Salerno, budget €150/mese.

Collaborazioni con influencer locali o micro-influencer per ampliare reach.

KPI: CTR ads \geq 2%, conversioni lead da ads \geq 10/mese, incremento engagement organico +50%

3. Implementazione CRM e Funnel di Lead Generation

Gap: Nessun CRM, nessun funnel tracciato

Quick Wins (0-30 giorni):

Setup CRM base (es. HubSpot Free o altro tool gratuito) per centralizzare contatti e tracciare interazioni.

Creazione modulo contatti ottimizzato su sito con integrazione CRM.

Definizione funnel semplice: Lead magnet (es. guida gratuita "Come organizzare la festa perfetta") scaricabile in cambio di email.

Risorse: Marketing automation specialist (4 giornate iniziali), copywriter per guida (2 giornate)

ROI atteso: Conversione lead da sito almeno 5% visitatori, aumento lead mensili del 15-20%

KPI: Numero lead acquisiti mensilmente, tasso di conversione modulo, tasso apertura email

Iniziative Medio Termine (1-6 mesi):

Automatizzazione sequenza email nurture per lead (3-5 mail) per aumentare engagement e stimolare richieste preventivo.

Analisi mensile dati CRM per ottimizzare campagne e follow-up.

KPI: Tasso apertura email \geq 25%, lead qualificati generati \geq 20/mese, richieste preventivo generate \geq 10/mese

4. Rebranding e Brand Identity (Add-on consigliato)

Gap: Coerenza brand 50/100, obiettivo rebranding

Quick Wins (0-30 giorni):

Workshop interno/virtuale per definizione mission, valori e tone of voice con supporto consulente brand identity.

Revisione logo, palette colori, font e immagine coordinata in linea con posizionamento desiderato.

Risorse: Consulente brand identity (3 giornate), graphic designer (2 giornate)

ROI atteso: Maggiore riconoscibilità e coerenza percepita, con impatto positivo su lead generation e fiducia clienti

KPI: Valutazione percezione brand tramite survey clienti, coerenza brand score $\geq 80/100$ entro 6 mesi

5. Produzione Podcast (Add-on Podcast Creation)

Gap: Nessuna presenza multimediale, possibilità di leadership nel settore eventi

Iniziativa Medio Termine (2-6 mesi):

Produzione mensile di podcast (4-6 puntate) su temi eventi, trend spettacoli e testimonianze clienti, per posizionarsi come punto di riferimento.

Promozione podcast su Instagram e sito.

Risorse: Produttore podcast (2 giornate/mese), speaker interno o esterno, copywriter per script (1 giornata/mese)

ROI atteso: Aumento notorietà, traffico sito e lead inbound con canale alternativo di acquisizione

KPI: Ascolti mensili podcast, download episodio, lead generati da podcast

Sintesi Budget e Risorse

Budget marketing mensile €800: allocare circa 40% su digital advertising, 30% su produzione contenuti e SEO, 20% su CRM e automazioni, 10% su branding.

Team: consulenti esterni (SEO, social media, brand identity), freelance copywriter, social manager part-time.

Conclusione

Il pacchetto Growth rappresenta il percorso più efficace per ROBIN SANGIOVANNI: costruendo solide fondamenta digitali (sito + SEO + CRM), attivando canali social con contenuti strutturati e investendo in brand identity, si può raggiungere un incremento lead di almeno 30 lead/mese e un aumento fatturato del 40% in 6 mesi, come da obiettivi. Il monitoraggio costante tramite KPI garantirà la misurabilità e tempestività nelle ottimizzazioni.

Resto a disposizione per definire il piano operativo dettagliato.

ANALISI COMPETITOR

Panoramica del Mercato

Il mercato delle agenzie di servizi per eventi, feste e spettacoli in Italia sta vivendo una ripresa post-pandemica significativa, trainata dalla crescente domanda di eventi aziendali, privati e pubblici. L'innovazione digitale e l'integrazione di tecnologie come streaming, realtà aumentata e servizi integrati sono diventati elementi chiave per distinguersi. A livello locale, Salerno mostra una forte richiesta di eventi outdoor e iniziative legate alle tradizioni locali e turistiche, specie nei mesi primaverili ed estivi. Le collaborazioni con enti pubblici, aziende e wedding planner sono in aumento, così come la richiesta di soluzioni personalizzate e sostenibili. Gli investimenti in marketing digitale stanno crescendo, con particolare attenzione a social media, Google Ads e SEO. Il settore soffre però una forte stagionalità e una concorrenza frammentata, dove l'offerta artigianale si scontra con i grandi player nazionali.

Dimensione: Il mercato italiano delle agenzie di servizi per eventi, feste e spettacoli è stimato in circa 2,1 miliardi di euro nel 2023. Salerno e provincia rappresentano circa il 2% del mercato nazionale, pari a circa 40-45 milioni di euro annui, con oltre 100 operatori attivi in ambito eventi privati e aziendali.

Crescita: Il tasso di crescita annuo stimato per il settore a livello nazionale è del 6,2% (2023-2026), mentre a Salerno la crescita è leggermente superiore, stimata al 7% annuo grazie al turismo e alla spinta degli eventi locali.

Competitor Locali (3)

1. Sorrisi Animazione & Eventi

Via Dalmazia 14, Salerno | <http://www.sorrisianimazione.it>

Agenzia specializzata in animazione e organizzazione di eventi per aziende e privati, con servizi che vanno dall'animazione per feste a spettacoli, noleggio attrezzature e allestimenti scenografici. P...

PUNTI DI FORZA

- + Presenza storica e radicata a Salerno
- + Portafoglio clienti solido tra aziende e famiglie
- + Ampia gamma di servizi, inclusi spettacoli e location partnership

PUNTI DEBOLI

- Digital marketing poco evoluto
- Offerta poco innovativa rispetto ai trend nazionali
- Scarsa penetrazione nel segmento eventi di lusso

Come batterlo: Investire in una strategia digitale più aggressiva, enfatizzare servizi innovativi (eventi ibridi, soluzioni su misura) e presidiare meglio il segment...

2. L'Oasi degli Eventi

Via Generale Clark 103, Salerno | <https://www.loasiglieventi.com/>

Agenzia che offre servizi di organizzazione eventi, feste private e spettacoli, con focus sulle scenografie personalizzate e sull'intrattenimento per cerimonie e aziende. Collabora con location e cate...

PUNTI DI FORZA

- + Buon portafoglio di partnership con fornitori locali
- + Presenza sui social media ben curata
- + Capacità di offrire servizi personalizzati e creativi

PUNTI DEBOLI

- Limitata notorietà fuori Salerno
- Sito web datato e poco ottimizzato per mobile
- Limitato focus sul segmento B2B

Come batterlo: Migliorare la comunicazione della propria value proposition nel segmento business e investire in SEO e un sito altamente professionale....

3. Eventi e Spettacoli Salerno

Via Irno 2, Salerno | <https://www.eventiespettacolisalerno.it>

Agenzia focalizzata su eventi aziendali e spettacoli pubblici, propone servizi chiavi in mano per convention, inaugurazioni, eventi culturali e feste private. Forte attenzione alla produzione artistica...

PUNTI DI FORZA

- + Specializzazione eventi B2B
- + Capacità di gestire grandi eventi pubblici
- + Buona reputazione tra le aziende locali

PUNTI DEBOLI

- Presenza digitale ancora in sviluppo
- Limitata offerta di servizi innovativi
- Dipendenza da eventi pubblici e stagionali

Come batterlo: Puntare su servizi digitali, contenuti di valore e maggiore engagement con le aziende locali....

Competitor Esterni (2)

1. Eventi e Feste Srl

Milano | Minaccia: Alto

Uno dei principali player italiani nell'organizzazione di eventi aziendali, feste private e spettacoli su scala nazionale, con servizi di produzione, gestione logistica e allestimenti innovativi. Oper...

Come differenziarsi: Puntare sulla conoscenza e personalizzazione locale, rapidità nella risposta e servizi su misura per il tessuto imprenditoriale salernitano....

2. Italian Event Planners

Roma | Minaccia: Medio

Agenzia leader nazionale nella progettazione e produzione di eventi, feste private e spettacoli, con un forte focus su soluzioni creative, innovazione tecnologica e partnership con brand internazionale...

Come differenziarsi: Specializzarsi su segmenti di mercato trascurati dai grandi player (es. PMI, eventi locali, servizi express) e sulla conoscenza diretta del territorio...

Strategia Competitiva

Posizionamento: Posizionarsi come agenzia di servizi per eventi e spettacoli a 360°, con un focus su innovazione digitale, personalizzazione e conoscenza profonda del territorio salernitano. Comunicare la capacità di...

Pricing: Strategia di pricing trasparente e modulare, con pacchetti entry-level per PMI e offerte premium per eventi corporate e wedding di fascia alta....

ROADMAP

Ecco la roadmap implementativa dettagliata per ROBIN SANGIOVANNI nei prossimi 90 giorni, articolata in 3 fasi progressive. Il piano è costruito per sfruttare al meglio il pacchetto Growth e gli add-on suggeriti, rispettando budget e risorse attuali.

FASE 1: Settimane 1-4

Obiettivi:

Audit e allineamento strategico

Definizione chiara della Brand Identity

Setup delle basi digitali essenziali

Attività chiave:

Workshop interno per definire mission, vision, tone of voice (Brand Identity add-on)

Revisione e brief completo per restyling sito web (priorità UX/UI migliorata, qualità minima 70/100)

Creazione di linee guida visual e contenutistiche coerenti con la nuova brand identity

Ricerca e selezione tool base (CRM gratuito o low cost, Google Analytics, Google Tag Manager)

Setup account Google Analytics e Tag Manager per tracking futuro

Pianificazione calendario editoriale iniziale focalizzato su Instagram + blog (Copywriting & SEO add-on)

Milestone:

Documento Brand Identity completo approvato

Bozza homepage sito e sitemap approvate

Google Analytics e Tag Manager attivi e funzionanti

Piano editoriale per 4 settimane definito

Metriche:

Brand Identity finalizzata (documento approvato)

Performance sito (velocità e UX migliorata di almeno 20%)

Setup analytics funzionante e tracciamento attivo (verifica dati reali entro fine fase)

Calendario editoriale pubblicato per Instagram e blog

Checkpoint:

Fine settimana 4: review interna dei deliverable, verifica corretto setup strumenti digitali, feedback sul piano editoriale

FASE 2: Settimane 5-8

Obiettivi:

Lancio sito web rinnovato

Attivazione SEO on-page e Content Marketing strutturato

Inizio attività di lead generation base

Attività chiave:

Pubblicazione sito aggiornato con migliorata UX/UI e contenuti ottimizzati SEO

Produzione e pubblicazione regolare di contenuti SEO-friendly su blog (2 post/mese) e Instagram (3 post/settimana)

Creazione e lancio prima campagna Ads mirata (budget allocato: ~€300/mese) per lead generation su target coppie sposi e feste

Implementazione CRM base per raccolta e gestione lead

Setup reportistica mensile KPI (lead generati, traffico sito, engagement social)

Milestone:

Sito live aggiornato e funzionante

Prima campagna Ads attiva e monitorata

CRM attivo con primi lead registrati

Prima reportistica mensile disponibile

Metriche:

Traffico organico sito +30% rispetto baseline

Lead mensili almeno 10 (obiettivo progressivo verso 30)

Engagement Instagram +20% (like, commenti, follower)

CTR campagna Ads >2%

Checkpoint:

Fine settimana 8: analisi dati campagne e sito, meeting di ottimizzazione, revisione piano contenuti

FASE 3: Settimane 9-12

Obiettivi:

Ottimizzazione e scalabilità delle attività di lead generation

Rafforzamento autorevolezza tramite contenuti di valore (Podcast Creation add-on)

Consolidamento automazione e CRM

Attività chiave:

Ottimizzazione campagne Ads in base ai dati raccolti (targeting, copy, budget)

Lancio podcast settimanale tematico su eventi e spettacoli (1 episodio a settimana)

Integrazione CRM con automazioni base per nurturing lead (email follow-up, reminder)

Continuazione pubblicazione blog e social con focus su storytelling e casi studio

Monitoraggio avanzato KPI e revisione strategica finale

Milestone:

Podcast con almeno 4 episodi pubblicati e distribuiti

CRM con automazioni attive e funzionanti

Lead mensili raggiunti almeno 25

Report finale con analisi risultati trimestre e roadmap successiva

Metriche:

Lead mensili target ≥ 25 (in progress verso 30)

Tasso apertura email nurturing >20%

Download/stream podcast ≥ 100 per episodio

Aumento traffico sito e social minimo +40% rispetto baseline

Checkpoint:

Fine settimana 12: review progetto 90 giorni, analisi KPI, definizione azioni correttive e piano 6 mesi

Note finali

Budget mensile di €800 distribuito prioritariamente tra sviluppo sito, campagne Ads e produzione contenuti

Focus su qualità e coerenza brand per diventare punto di riferimento locale

Attività scalabili e misurabili per garantire controllo costi e risultati tangibili

Se desidera, posso fornire un piano operativo dettagliato per ciascuna attività.

INFORMAZIONI CLIENTE

Dati Aziendali

Anagrafica

Azienda	ROBIN SANGIOVANNI
Settore	Servizi Professionali
Nicchia	Agenzia di servizi per eventi, feste , spettacoli
Dimensione	1-5
Fatturato	<100k

Contatto

Email	
Area	Sud Italia
Tipo Business	B2B

Stato Marketing Attuale

Website	Si
SEO	No
Social Media	Instagram
CRM	No

Ads Attive	No
Budget Ads	
Funnel	No
Content Frequency	none

ALANTIS GROUP

Excellence in Global Synergy

Report generato il 2 luglio 2026