



# *Martin*Brando

CONTENUTO  
IDEE  
AZIONI

# LABORATORIO REI

Analisi per posizionamento online



# INDICE

01\ INTRODUZIONE

---

02\ ANALISI SWOT E UVP

---

03\ CUSTOMER JOURNEY E FUNNEL

---

04\ COMPETITOR

---

05\ BUYER PERSONA

---

06\ STRATEGIA DIGITAL MARKETING

---



## INTRODUZIONE

Il settore dei servizi analitici rappresenta un **ambito in crescita costante**, dovuto a **normative** sempre più stringenti, **innovazioni tecnologiche** e una crescente **consapevolezza sulla qualità e sicurezza** in settori come l'ambiente, l'agroalimentare e la cosmetica.

In Italia infatti, la domanda di analisi chimiche e microbiologiche sta aumentando rapidamente, trainata dalla necessità di conformarsi a standard europei e globali.



## SETTORE AMBIENTALE E AGROALIMENTARE

In questi settori, l'adeguamento a standard sempre più rigorosi, l'attenzione alla sostenibilità, alla sicurezza alimentare, alle sempre più crescenti sfide ambientali; fa sì che il monitoraggio di questi elementi da parte di laboratori specializzati diventi non solo fondamentale, ma imprescindibile.

## SETTORE COSMETICO

Un mercato in continua espansione (+13,8% nel 2023) che punta su analisi che garantiscano la sicurezza e la sostenibilità dei prodotti.



In questo contesto, i servizi analitici microbiologici e chimici stanno vivendo una trasformazione tecnologica, guidata dall'introduzione di sistemi di gestione avanzati e dall'integrazione di metodi analitici rapidi.

Tuttavia, il settore affronta sfide legate all'adeguamento normativo e alla crescente competizione, dove l'**innovazione** e la **capacità di interpretare dati** e comunicarli in modo efficace (in base anche alle nuove normative) rappresenta il principale **vantaggio competitivo**.



# ANALISI SWOT

Fattori	Punti di forza	Punti di debolezza
Interni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oltre <b>50 anni di esperienza</b> nel settore.</li> <li>- Specializzazione nel settore ambientale con copertura di <b>più settori</b> (agroalimentare e cosmetico).</li> <li>- <b>Rapidità</b>, qualità e <b>personalizzazione</b> del servizio.</li> <li>- Forte conoscenza normativa e <b>capacità di adattarsi</b> ai cambiamenti.</li> <li>- <b>“Consulenza post-analisi”</b> che va oltre la semplice fornitura del risultato.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Presenza limitata online</b>: nessuna strategia di acquisizione clienti online, nessuna campagna di lead generation.</li> <li>- <b>Dipendenza dal passaparola</b> per l’acquisizione clienti.</li> <li>- <b>Assenza di una rete commerciale</b> strutturata per espandere la clientela</li> </ul>
Esterni	Opportunità	Minacce
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Crescente domanda di analisi ambientali</b> dovuta alle nuove normative europee e italiane.</li> <li>- <b>Digitalizzazione e automazione</b> nei servizi di laboratorio per migliorare la gestione dei clienti.</li> <li>- Possibilità di ampliare il mercato sfruttando <b>campagne di acquisizione lead online</b> e <b>strategie di inbound marketing</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Competizione crescente con laboratori</b> più strutturati e con una presenza nazionale.</li> <li>- <b>Aumento dei costi operativi</b> per l’aggiornamento delle tecnologie e la formazione continua del personale.</li> <li>- <b>Ritardo nell’adozione di strategie digitali</b> potrebbe far perdere opportunità di business rispetto ai competitor più innovativi.</li> </ul>



## UVP (UNIQUE VALUE PROPOSITION)

*“Più di un semplice laboratorio di analisi:  
il tuo partner tecnico per garantire qualità, conformità  
normativa e soluzioni personalizzate.”*



## PERCHÉ SCEGLIERE LABORATORIO REI?

### **Oltre 50 anni di esperienza**

Competenza consolidata e riconoscimento nel settore ambientale e analitico

### **Unico punto di riferimento per i clienti**

Approccio personalizzato, rapporto diretto e consulenza anche post-analisi

### **Interpretazione avanzata dei dati**

Non solo analisi, ma anche supporto nella comprensione dei risultati per azioni concrete

### **Elevata specializzazione normativa**

Capacità di intercettare rapidamente i cambiamenti legislativi e adattare le analisi alle nuove esigenze

### **Servizi integrati e multidisciplinari**

Copertura di più settori (ambientale, alimentare, cosmetico, chimico e farmaceutico) con soluzioni su misura

### **Rapporto diretto e tempestivo**

Assistenza immediata, gestione rapida delle richieste e capacità di intervenire con efficienza



## POSIZIONAMENTO CHIAVE

Il Laboratorio REI non è solo un fornitore di analisi, ma un vero e proprio **partner strategico**, capace di affiancare le aziende nell'assicurare qualità, sicurezza e conformità alle normative, con un servizio orientato alla rapidità, alla precisione e alla consulenza personalizzata.

Questa UVP enfatizza il valore distintivo del Laboratorio REI rispetto ai competitor, puntando sulla qualità del servizio, l'approccio personalizzato e l'alta competenza normativa.



# BUYER PERSONAS

## SETTORE AMBIENTALE



Marco, 45 anni  
Responsabile ambientale

### *Bisogni:*

- ✓ Monitorare la qualità dell'aria, dell'acqua e dei rifiuti per conformarsi alle normative ambientali
- ✓ Disporre di analisi precise e certificate per presentare documentazione agli enti di controllo
- ✓ Ricevere supporto nella gestione delle Autorizzazioni Integrate Ambientali (AIA) e Uniche Ambientali (AUA)

### *Pain points:*

- ✗ Difficoltà nel tenere il passo con le continue evoluzioni normative
- ✗ Necessità di tempi rapidi per non bloccare le operazioni aziendali
- ✗ Complessità nell'interpretazione dei risultati analitici e traduzione in azioni concrete

## SETTORE COSMETICO



Davide, 33 anni  
Responsabile R&D

### *Bisogni:*

- ✓ Verificare la presenza di metalli pesanti e sostanze allergizzanti (es. Nichel-free)
- ✓ Testare la stabilità dei prodotti e validarne la sicurezza microbiologica
- ✓ Certificare la conformità ai regolamenti UE per la vendita in Italia e all'estero

### *Pain points:*

- ✗ Rischio di ritardi nella commercializzazione per mancanza di certificazioni
- ✗ Necessità di test rigorosi per garantire claim (es. "dermatologicamente testato")
- ✗ Aumento delle richieste di prodotti green e biologici con standard sempre più elevati



# BUYER PERSONAS

## SETTORE AGROALIMENTARE



Francesca, 36 anni  
Responsabile qualità

### *Bisogni:*

- ✓ Garantire la conformità agli standard HACCP e regolamenti di sicurezza alimentare
- ✓ Effettuare test microbiologici e chimici su materie prime, prodotti finiti e ambienti di produzione
- ✓ Ottenere supporto per implementare e aggiornare le procedure di autocontrollo

### *Pain points:*

- ✗ Rischio di contaminazione e richiamo prodotti
- ✗ Scadenze stringenti per la certificazione dei prodotti
- ✗ Difficoltà nel comprendere e adattarsi ai nuovi regolamenti

## SETTORE PRIVATO



Anna, 28 anni  
piccola produttrice agricola

### *Bisogni:*

- ✓ Effettuare analisi su acqua potabile, suoli o prodotti alimentari per consumo personale
- ✓ Ricevere assistenza nella comprensione dei risultati
- ✓ Avere un laboratorio vicino, affidabile e accessibile

### *Pain points:*

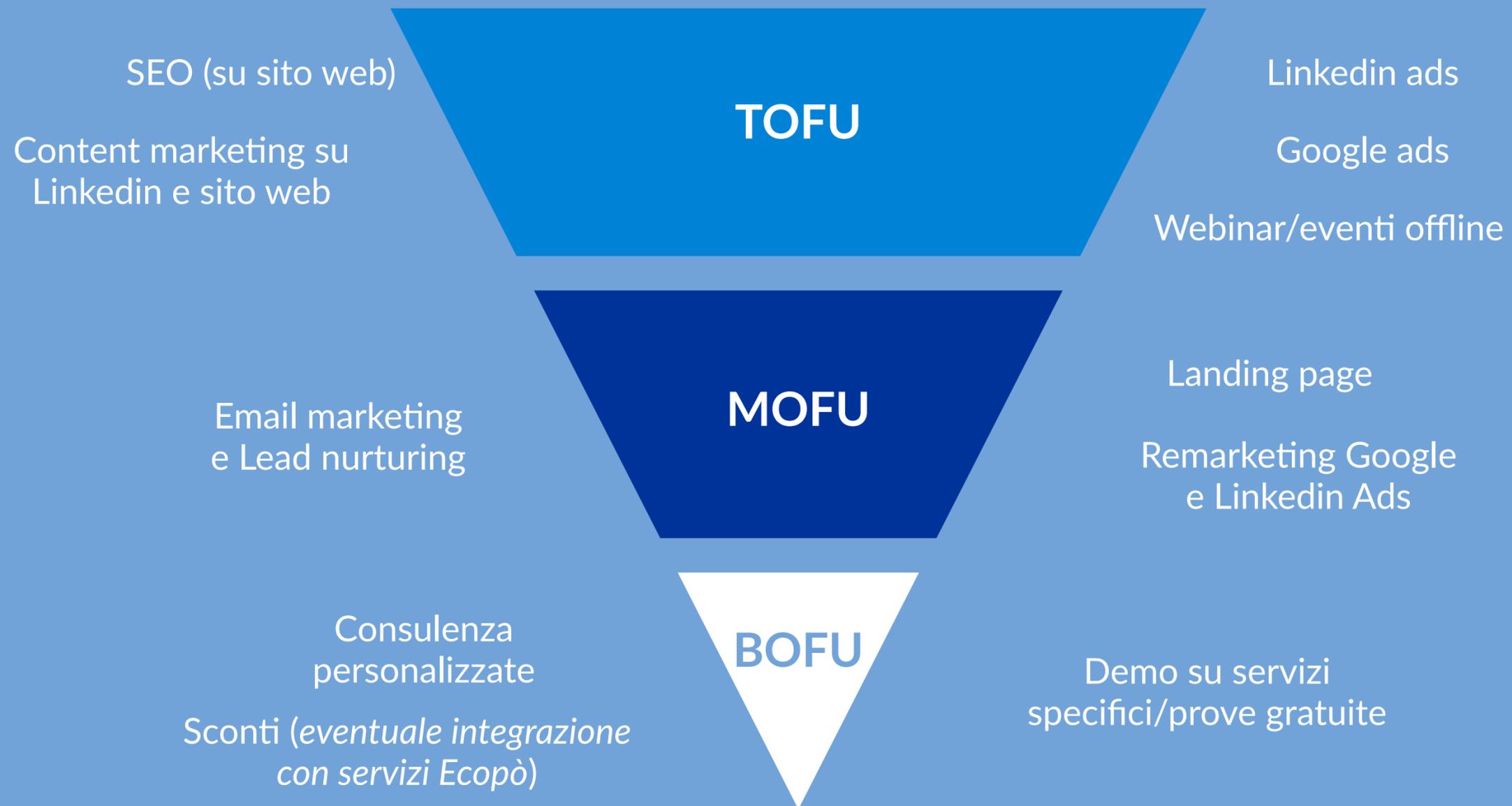
- ✗ Difficoltà nel trovare un laboratorio accessibile per piccole esigenze
- ✗ Costi elevati per analisi individuali
- ✗ Necessità di tempi rapidi e risposte chiare



# DIGITAL CUSTOMER JOURNEY



# FUNNEL DI ACQUISIZIONE



## ANALISI COMPETITOR (SINTESI)

Di seguito si trova una sintesi della strategia di digital marketing implementata dai vostri competitor (White Lab, Lab Analysis, EuroFins Italia, Gruppo Maurizi, Ecopoint Srl), relativamente al sito web e social utilizzati.

### • SITO WEB

- Ottimizzato per la SEO
- Pagine divisi per servizi
- Blog e newsletter
- Area cliente in cui è possibile consultare risultati
- Contact form
- CTA “consulenza gratuita”
- Sezione recensioni

### • SOCIAL (LINKEDIN)

- Condivisione news aziendali
- Condivisione eventi online
- Notizie dal blog (nuove norme, tecnologie, ecc)
- Promozione servizi offerti
- Testimonianze
- Case study



# STRATEGIA DIGITAL MARKETING

## SITO WEB

Il sito web è il **punto di contatto principale** del Laboratorio REI.  
Quindi è indispensabile ottimizzarlo. Come?

- **Aggiornare i contenuti** (testuali e visivi): rendere la navigazione chiara e ottimizzata per la SEO, creare sezione Blog
- **Migliorare UX e UI**, separare le pagine per servizio, aggiungere CTA chiare, aggiornare il posizionamento e mettere in luce i punti forti del Laboratorio
- **Creazione landing page**
- **Area cliente o portale online, form contatto**
- **Integrare con servizi Ecopò**
- **Creazione sezione recensioni/testimonianze/case study**
- **Sezione FAQ**



# STRATEGIA DIGITAL MARKETING

## ADVERTISING

La parte di advertising è fondamentale per tutti gli obiettivi di marketing, a partire dalla fase della ricerca clienti fino all'acquisizione del cliente.

Su cosa è consigliabile investire?

- **Google Ads** (con landing page specifica o per ricerca)
- **Linkedin Ads**
- **Ottimizzazione Scheda Google My Business**



# STRATEGIA DIGITAL MARKETING

## SOCIAL

Trattandosi di un settore B2B, **LinkedIn** è senz'altro il canale migliore per acquisire contatti e visibilità.  
Come potrebbe essere sfruttato (oltre all'adv)?

- **Post sull'azienda** (news, certificazioni, achievements)
- **Post informativi su nuove norme e novità del settore** (ricondivisione di articoli blog)
- **Case study e testimonianze**
- **Eventi online come webinar informativi e partecipazione a fiere**



# STRATEGIA DIGITAL MARKETING

## EMAIL

L'email marketing può servire a diversi obiettivi, come quello di coltivare i lead, educare il cliente, coinvolgerlo nella realtà aziendale. Ecco come si potrebbe sfruttare:

- **Newsletter mensile con aggiornamenti vari** (normative, news, ecc)
- **Lead Nurturing: email automatizzate per nutrire lead acquisiti**
- **Segmentazione per settore** (per inviare contenuti specifici ad ogni settore servito)



# STRATEGIA DIGITAL MARKETING

## WEBINAR ED EVENTI ONLINE

La creazione di webinar e la partecipazione a fiere di settore potrebbe essere molto utile per trovare nuovi clienti, fidelizzare quelli esistenti e posizionare l'azienda come una fonte autorevole e affidabile:

- **Webinar** per educare il target su nuove normative e tecnologie
- **Fiere di settore** per farsi conoscere e interagire direttamente con i lead





## CONTATTI

+ 39 0731 605505

[WWW.MARTINBRANDO.COM](http://WWW.MARTINBRANDO.COM)

VIA SANT'UBALDO, 41, 60035 MONSANO (AN)

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



*Martin*  
Brando

TESTO DEL PARAGRAFO

