

PIANO STRATEGICO SARTORIALE

Elena

Consulenza e business coaching per aziende manifatturiere — supply chain, processi e organizzazione — Varese, Italia

Analisi del 15 luglio 2026

3

OBIETTIVI
DEFINITI
ASSIEME15 LUGLIO
2026

DATA CALL

01 · I TUOI OBIETTIVI PRIORITARI

OBIETTIVO 01

Acquisire clienti in modo prevedibile senza dipendere dal passaparola e dal network costruito negli anni, arrivando a 1-2 contatti a settimana realmente in target invece di grandi volumi di lead non qualificati.

OBIETTIVO 02

Elevare lo status percepito online così da essere riconosciuta fuori dal proprio entourage, non confondibile con le tante piccole società di consulenza supply chain, ed essere scelta come persona e non come temporary manager a giornata.

OBIETTIVO 03

Costruire un contenitore unico che raccolga consulenza, business coaching, editoria con il nuovo libro e attività di speaker e moderatore, aprendo anche al mercato internazionale con una comunicazione bilingue.

CONTESTO OPERATIVO

Consulenza e business coaching per aziende manifatturiere — supply chain, processi e organizzazione — Varese, Italia

*Obiettivi emersi durante la
sessione strategica con il
team MG*

ICP

IDEAL CUSTOMER
PROFILE

4

DIMENSIONI
ANALIZZATE

360°

MAPPA
PSICOGRAFICA

02 · CHI VUOI ATTRARRE

PROFILO DEL CLIENTE IDEALE

Imprenditore, amministratore delegato o prima linea di aziende manifatturiere con fatturato dai 20 ai 500 milioni di euro. Settore produttivo indifferente, purché ci sia una produzione e non solo servizi. Aziende strutturate, spesso storiche, con sostanza economica e capacità di spesa. Arrivano quasi sempre tardi, in fase discendente: fatturato in calo, ritardi, clienti che si lamentano. Attribuiscono il problema ai processi, mentre la causa vera è relazionale e organizzativa.

BISOGNI PRINCIPALI

- Capire perché l'azienda sta perdendo fatturato quando i processi sembrano formalmente a posto
- Riportare efficienza in produzione, logistica e supply chain
- Costruire una prima linea che oggi, di fatto, non esiste come squadra
- Avere accanto qualcuno che sappia parlare sia con l'operatore di magazzino sia con il presidente

DESIDERI E ASPIRAZIONI

- Risolvere il problema alla radice e non solo mettere una toppa operativa
- Un interlocutore credibile, che quel lavoro lo ha fatto davvero e non solo studiato
- Un intervento che unisca competenza tecnica e intelligenza emotiva, con una punta umana
- Vedere le persone allineate agli obiettivi aziendali, non solo i processi ridisegnati

FATTORI DECISIONALI CHIAVE

- Sceglie chi parla la sua stessa lingua, di fabbrica e di consiglio di amministrazione
- Valuta i risultati numerici: portfolio di casi, fact based, come nelle multinazionali
- Vuole un professionista distintivo, non uno dei tanti consulenti di supply chain
- Verifica online chi è la persona prima di attivare un contatto, spesso tramite il proprio staff

DOVE LO TROVIAMO

Online, dove oggi la presenza di Elena è quasi inesistente: ricerche su Google e sui motori con intelligenza artificiale, LinkedIn, contenuti e materiali che il team del CEO consulta per trovare la soluzione al problema del proprio capo. In parte direttamente dai vertici, che hanno delegato e si formano. Offline, negli eventi dove serve uno speaker o un moderatore.

Profilo costruito su dati
emersi dalla call e dall'analisi
del settore

3

CRITICITÀ
IDENTIFICATE

2

POSIZIONAMENTI
A CONFRONTO

GAP

ANALISI
DELTA

POSIZIONAMENTO: DOVE SEI VS DOVE ANDRAI

DOVE SEI OGGI

Oltre venti anni di esperienza, di cui quindici in multinazionali come Whirlpool e dieci di consulenza, temporary management e supply chain, con clienti da 20 a 500 milioni di fatturato e progetti in Polonia e Romania. Un portfolio di risultati importanti e un'esperienza imprenditoriale diretta: nel 2022 l'acquisizione di un'azienda in difficoltà nel settore pelletteria, chiusa poi pagando operai e fornitori. Un primo libro pubblicato con una piccola casa editrice e mai valorizzato, un secondo in uscita in inglese con un editore di Los Angeles. Tutto questo però resta dentro l'entourage: acquisizione solo da passaparola, nessun sito attivo, nessun personal brand, nessuna presenza autorevole online. Tre agenzie e 50.000 euro spesi in tre anni senza ritorno.

GAP

OBIETTIVO

Elena al centro, ad altissimo status percepito digitale: l'agente del cambiamento che entra in azienda partendo dalle persone e poi sistema processi e numeri. Un hub unico dove chi arriva sceglie la direzione: speaker e moderatore, libro, coaching e consulenza, formazione, contributo. Un monopolio di posizionamento, riconoscibile e non confondibile, costruito anche in versione bilingue per riaprire il mercato internazionale.

IL GAP DA COLMARE – E COME LO AFFRONTIAMO

Oggi la sostanza c'è tutta, ma manca il pezzo della comunicazione: senza presenza digitale Elena resta indistinguibile dalle molte piccole società di consulenza supply chain del Nord Italia e viene ingaggiata come temporary manager a tariffa giornaliera, invece di essere scelta per nome. Il libro non è sfruttato, i casi di successo non sono raccontati, i risultati non arrivano al cliente di alto profilo.

CRITICITÀ E MANCANZE RILEVATE

CRITICO

Nessuna presenza digitale autorevole: lo status resta invisibile fuori dall'entourage

PROBLEMA RILEVATO

Sito non attivo, nessun personal brand costruito, nessuna visibilità sui motori di ricerca e sugli strumenti di ricerca con intelligenza artificiale. Chi non conosce già Elena non ha modo di capire chi è e cosa ha fatto.

COSA MANCA

Un sito che presenti Elena ad alto livello, video e authority asset, foto professionali, uscite e materiali che la rendano listata tra gli esperti riconosciuti quando si cerca una soluzione ai problemi in azienda.

ALTA PRIORITÀ

Acquisizione dipendente dal passaparola: nessun sistema che generi contatti in target

PROBLEMA RILEVATO

Nessun annuncio attivo, nessun funnel, nessun monitoraggio scientifico della provenienza dei clienti. Il flusso dipende dal network costruito negli anni e non è prevedibile né governabile.

COSA MANCA

Un funnel principale orientato al cliente di alto profilo, annunci mirati sull'avatar, tracciamento delle fonti e chiamate prenotate a calendario con contatti già filtrati.

DA OTTIMIZZARE

Gestione contatti interamente manuale: tutto passa da file Excel e dal tempo di Elena

PROBLEMA RILEVATO

Nessun CRM, nessuna automazione via email o WhatsApp, nessun form prima delle chiamate, nessun recupero dei vecchi contatti, nessun materiale inviato dopo le call. Ogni passaggio consuma tempo operativo.

COSA MANCA

Un CRM per archiviare i dati, automazioni per la gestione dei contatti prima e dopo le chiamate, materiali e video da inviare in anticipo così che il cliente arrivi in call già preparato.

Diagnosi effettuata sulla base
della call del 15 luglio 2026 —
situazione specifica di Elena

PIANO D'AZIONE – PASSO DOPO PASSO

- 1 Fase preparatoria con Gabriella: sessioni di ascolto e coaching di personal branding per far emergere identità, storia e unicità di Elena prima di qualunque produzione. Si parte da chi è, poi si costruiscono messaggio di marketing e branding, così che la proiezione online sia allineata e sostenibile nel tempo.
- 2 Fase 1 in studio a Torino: registrazione degli authority asset e servizio fotografico professionale. Video di presentazione per il sito, video per il libro, materiali per il posizionamento come speaker e moderatore. Tutto costruito anche in chiave bilingue per riaprire il canale internazionale.
- 3 Costruzione dell'hub digitale: prototipo di sito, testi, landing page e piano editoriale, con aree dedicate a speaker e moderatore, libro, coaching e consulenza, formazione e progetto di contributo. Nessuna pubblicazione senza approvazione di Elena: l'operatività è nostra, la direzione resta sua.
- 4 Messa online del sistema di acquisizione: funnel principale orientato al cliente di alto profilo, due o tre annunci pubblicitari specifici sull'avatar, con budget consigliato di almeno 20 euro al giorno per un mese per testare gli angoli di marketing. Obiettivo: filtrare i contatti e portare chiamate prenotate a calendario.
- 5 Automazioni e delega: gestione automatica dei contatti, invio dei materiali prima delle chiamate, archiviazione dei dati al posto dei file Excel, ottimizzazione finale e consegna del sistema chiavi in mano con le procedure per gestirlo. Al termine, supporto on demand, pacchetti di coaching o partnership continuativa a scelta.

RISULTATO ATTESO

In 90 giorni il sistema è online e completo. L'obiettivo realisticamente raggiungibile in tre mesi è duplice: portare Elena ad alto status digitale e generare contatti di clienti in target. Gli asset creati in fase 1, 2 e 3 restano di sua proprietà e online per sempre: sito, video, foto, materiali di posizionamento. Il flusso di contatti non si ferma e Elena arriva a filtrare e scegliere con chi lavorare, senza andare in burnout e senza rincorrere volumi che non potrebbe gestire da sola. Uno o due contatti a settimana realmente qualificati, chiusi senza stress perché arrivano già riconoscendo il valore. Il passo successivo, quando la struttura sarà pronta, sarà costruire la seconda fonte di reddito con il corso online e il software proprietario, e scalare.

POSSIBILI CONSEGUENZE SENZA RISOLVERE IL PROBLEMA

Senza intervenire, lo scenario è già stato descritto da Elena stessa: si continua a lavorare in temporary management, con le agenzie che chiamano e pagano 700 euro al giorno, accontentandosi di un incoming di tutto rispetto ma lontano dall'obiettivo. Il riconoscimento resta chiuso dentro l'entourage di chi già la conosce, mentre il cliente di alto profilo continua a non sapere che esiste. Il libro in uscita segue la sorte del primo: pubblicato e non sfruttato per la potenzialità che ha. Il progetto di strutturarsi con un team resta sospeso, perché senza un pacchetto clienti prevedibile non c'è la certezza di poter pagare chi lavorerebbe per lei. E Elena resta l'unica risorsa operativa del proprio business, senza il tempo da dedicare a tutto il resto.

REFERENTE MARKETING GENIUS

Fabio Gallerani — Marketing Genius

info@allinners.com · mgquantumsystems.com

Documento preparato per Elena sulla base della call del 15 luglio 2026

MARKETING GENIUS · ALLINNERS LLC