

LADYWEB DIGITAL SCORECARD

CHECK-UP • TROVA LA TUA ROTTA DIGITALE

Cliente		Data	
Brand / Azienda		Sito / Instagram	

COME SI USA

Assegna a ogni area un punteggio da 0 a 10. La Scorecard è uno strumento consulenziale: serve a rendere visibili punti di forza, criticità e priorità, non è una misurazione scientifica.

0-3 Critico | 4-5 Debole | 6-7 Buono | 8-9 Molto buono | 10 Eccellente

1. POSIZIONAMENTO

È chiaro in pochi secondi chi è il brand, cosa offre, a chi si rivolge e perché sceglierlo?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Proposta di valore chiara		___/10
☐ Target riconoscibile		___/10
☐ Differenziazione dai concorrenti		___/10
☐ Coerenza del messaggio		___/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		___/10

2. INSTAGRAM

Il profilo comunica con chiarezza e accompagna l'utente verso un'azione?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Bio e nome profilo efficaci		___/10
☐ Identità riconoscibile		___/10
☐ Feed, Reel e Stories coerenti		___/10
☐ CTA e contatti chiari		___/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		___/10

LADYWEB DIGITAL SCORECARD

3. CONTENUTI

I contenuti hanno una funzione strategica oltre alla semplice presenza?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Pilastri editoriali definiti		__/10
☐ Valore, racconto e vendita bilanciati		__/10
☐ Hook e messaggi efficaci		__/10
☐ Continuità e riconoscibilità		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

4. WEB REPUTATION

La percezione online rafforza fiducia e autorevolezza?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Coerenza tra canali		__/10
☐ Recensioni e testimonianze		__/10
☐ Immagini e informazioni aggiornate		__/10
☐ Gestione delle criticità		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

LADYWEB DIGITAL SCORECARD

5. GOOGLE

Il brand è facilmente trovabile e ben rappresentato nei risultati di ricerca?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Presenza nei risultati		__/10
☐ Scheda attività curata, se pertinente		__/10
☐ Recensioni presidiate		__/10
☐ Informazioni corrette e aggiornate		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

6. SITO WEB

Il sito spiega, rassicura e porta l'utente a compiere un passo successivo?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Messaggio iniziale immediato		__/10
☐ Navigazione semplice		__/10
☐ Mobile e leggibilità		__/10
☐ CTA, contatti e conversione		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

LADYWEB DIGITAL SCORECARD

7. CONVERSIONE

La comunicazione trasforma attenzione e visite in opportunità concrete?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Offerta comprensibile		__/10
☐ CTA definite		__/10
☐ Percorso verso contatto/prenotazione		__/10
☐ Misurazione dei risultati		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

8. COERENZA DEL BRAND

Il brand è riconoscibile e coerente in tutti i punti di contatto?

ELEMENTI DA OSSERVARE	NOTE LADYWEB	SCORE
☐ Tono di voce		__/10
☐ Identità visiva		__/10
☐ Promessa e valori		__/10
☐ Continuità tra online e offline		__/10
VALUTAZIONE COMPLESSIVA AREA		__/10

LADYWEB DIGITAL SCORE

AREA	PUNTEGGIO	PRIORITÀ
Posizionamento	___/10	Alta / Media / Bassa
Instagram	___/10	Alta / Media / Bassa
Contenuti	___/10	Alta / Media / Bassa
Web Reputation	___/10	Alta / Media / Bassa
Google	___/10	Alta / Media / Bassa
Sito Web	___/10	Alta / Media / Bassa
Conversione	___/10	Alta / Media / Bassa
Coerenza Del Brand	___/10	Alta / Media / Bassa

PUNTEGGIO TOTALE: _____ / 80

LE 3 COSE CHE STANNO FUNZIONANDO

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____

LE 3 PRIORITÀ

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____

LA TUA ROTTA

OBIETTIVO PRINCIPALE: _____

TARGET: _____

TRATTO DISTINTIVO: _____

MESSAGGIO CHIAVE: _____

CTA PRINCIPALE: _____

I PROSSIMI 30 GIORNI — 5 AZIONI

- ☐ 1. _____
- ☐ 2. _____
- ☐ 3. _____

□ 4. _____

□ 5. _____

3 IDEE REEL PERSONALIZZATE

REEL 1 — Hook: _____

Messaggio / CTA: _____

REEL 2 — Hook: _____

Messaggio / CTA: _____

REEL 3 — Hook: _____

Messaggio / CTA: _____

Prima troviamo la direzione. Poi comunichiamo.

Stefania Ramoino — Ladyweb | www.lady-web.com | Comunicare con passione.