

LEAD GENERATION

HOT LEAD

Le strategie di Hot Lead ti permettono di instaurare un rapporto di fiducia con i visitatori del tuo sito al fine di trasformarli in potenziali clienti, acquirenti e fan del tuo marchio. Ti permetteranno quindi di convertire le visite in vendite.



LEAD GENERATION

LEAD GENERATION

L'Hot Lead è strettamente associato alla Lead Generation, ossia quell'azione di marketing che consente all'azienda di generare una lista di possibili clienti interessati ai prodotti o ai servizi offerti.

L'operazione di lead generation consiste nel trovare i clienti interessati che vengono definiti «Prospect» in quanto non essendo stata creata nessuna connessione con essi restano clienti potenziali.



HOT LEAD

Può essere definito come Hot Lead quindi, quel visitatore che da Prospect si trasforma in acquirente, pronto ad acquistare i nostri prodotti e servizi e con il quale abbiamo molte più probabilità di concludere una vendita.

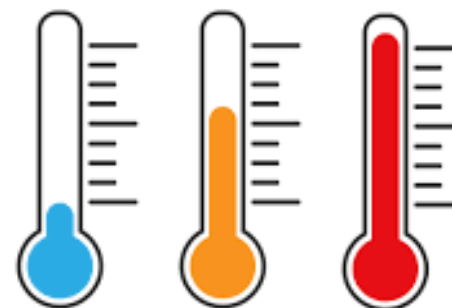
È questa trasformazione l'obiettivo principale di ogni azienda.



TIPOLOGIE DI VISITATORI

Per identificare i Prospect bisogna analizzare il traffico sotto il punto di vista di tre diverse temperature:

Freddo, tiepido e caldo.



TIPOLOGIE DI VISITATORI

- Viene definito «Cliente Freddo» chi non ha mai sentito parlare del tuo Brand.
- Viene definito «Cliente Tiepido» chi non ha ancora acquistato sul tuo sito ma conosce il tuo marchio e sa di cosa ti occupi.
- Viene definito «Cliente caldo» chi ha già acquistato qualcosa da te. Ti conoscono bene e sa di potersi fidare della tua attività.



STRATEGIE DI ACQUISIZIONE

Per i «Clienti Freddi» bisogna impostare delle strategie mirate alla creazione di rapporti di fiducia. Solo in un secondo momento potremmo chiedere loro di comprare.

È indispensabile nella fase di acquisizione farsi conoscere, introdurre la propria attività e i propri prodotti cercando di mostrare i loro punti di forza e i motivi per cui dovrebbero fidarsi della nostra azienda.



STRATEGIE DI ACQUISIZIONE

Immettere un servizio di plxelling al fine di tracciare l'attività dei visitatori in modo da proporre pubblicità mirata.

Implementare le tecniche di web marketing al fine di segmentare il proprio pubblico.



STRATEGIE DI ACQUISIZIONE

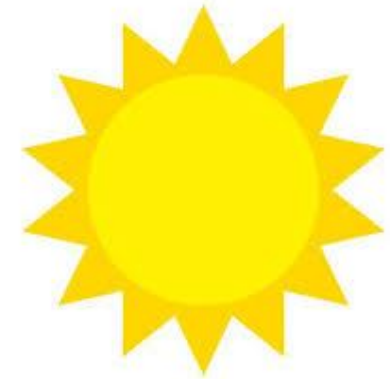
Per i «Clienti Tiepidi» bisogna creare degli annunci più mirati e cercare di fare leva sulle Call to action e sulle promozioni, in modo da incoraggiarli e guidarli nella fase d'acquisto.

È indispensabile in questa fase cercare di vendere prodotti «entry level» ossia quei prodotti che hanno un costo basso che sono facilmente acquistabili e che creano un primo contatto con il cliente. Solo successivamente si potrà passare alla vendita di prodotti di livello superiore.



STRATEGIE DI ACQUISIZIONE

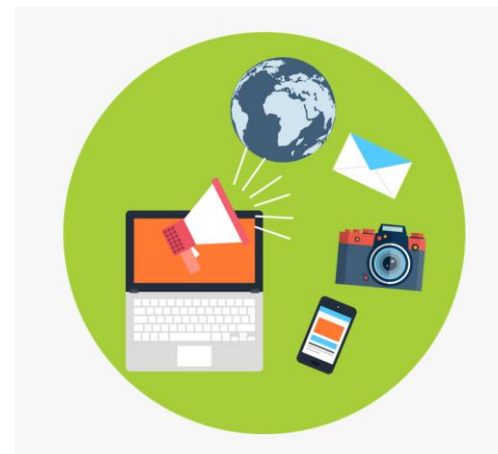
Per i «Clienti Caldi» l'obiettivo principale sarà quello di aumentare la loro Customer Lifetime Value, spingendoli ad acquistare prodotti di livello superiore o ad acquistare più frequentemente; Oppure «riattivarli» nel caso non acquistassero da molto tempo utilizzando strategie di retargeting e l'email marketing per ricordargli l'importanza del vostro marchio.



STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

È importante cercare di adattare la tua comunicazione e le tue strategie in base alla tipologia di cliente e al tipo di interazione che hai avuto con ogni singolo visitatore.

In modo da incrementare il più possibile il tuo pubblico e le tue vendite.



LEAD GENERATION

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

COLD

- **Blog Posts**
- **Social Media Updates**
- **Content Videos**
- **Podcasts**
- **Primary Research**
- **Case Study**

- **Lead Magnet**
- **Quiz/Survey**
- **White papers**

WARM

- **Free or Paid Webinar**
- **Flash Sale**
- **Soft/Product Demo**
- **Branding Videos**
- **Software/Plugin**
- **Free Trial**
- **A La Carte Service**

- **Events**

HOT

- **Paid Webinar**
- **High Dollar Offer**
- **Done For You Service**

