

# 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.*

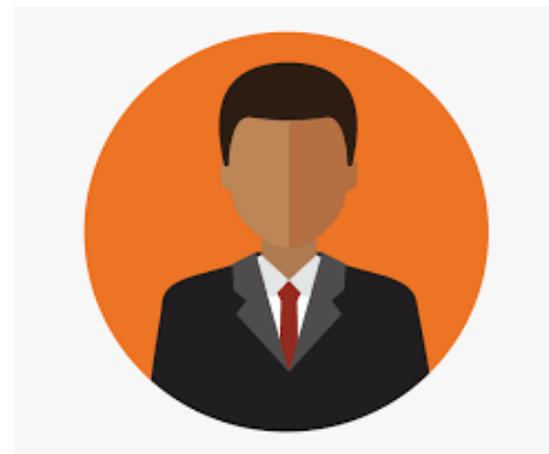


# LEAD GENERATION

## 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.*

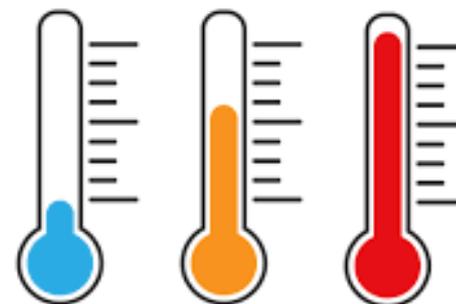
*È questa trasformazione l'obiettivo principale di ogni azienda.*



## 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

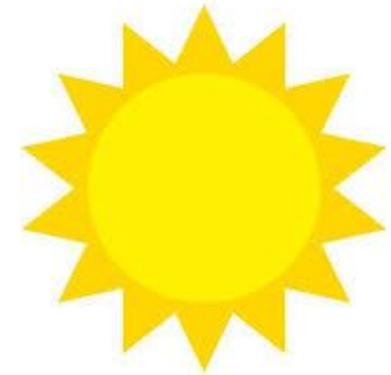
*Per i «Clienti Tiepidi» bisogna creare degli annunci più mirati e cercare di fare leva sulle Call to action e sulle promozioni, in modo da incoraggiarli e guidarli nella fase d'acquisto.*

*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**

