

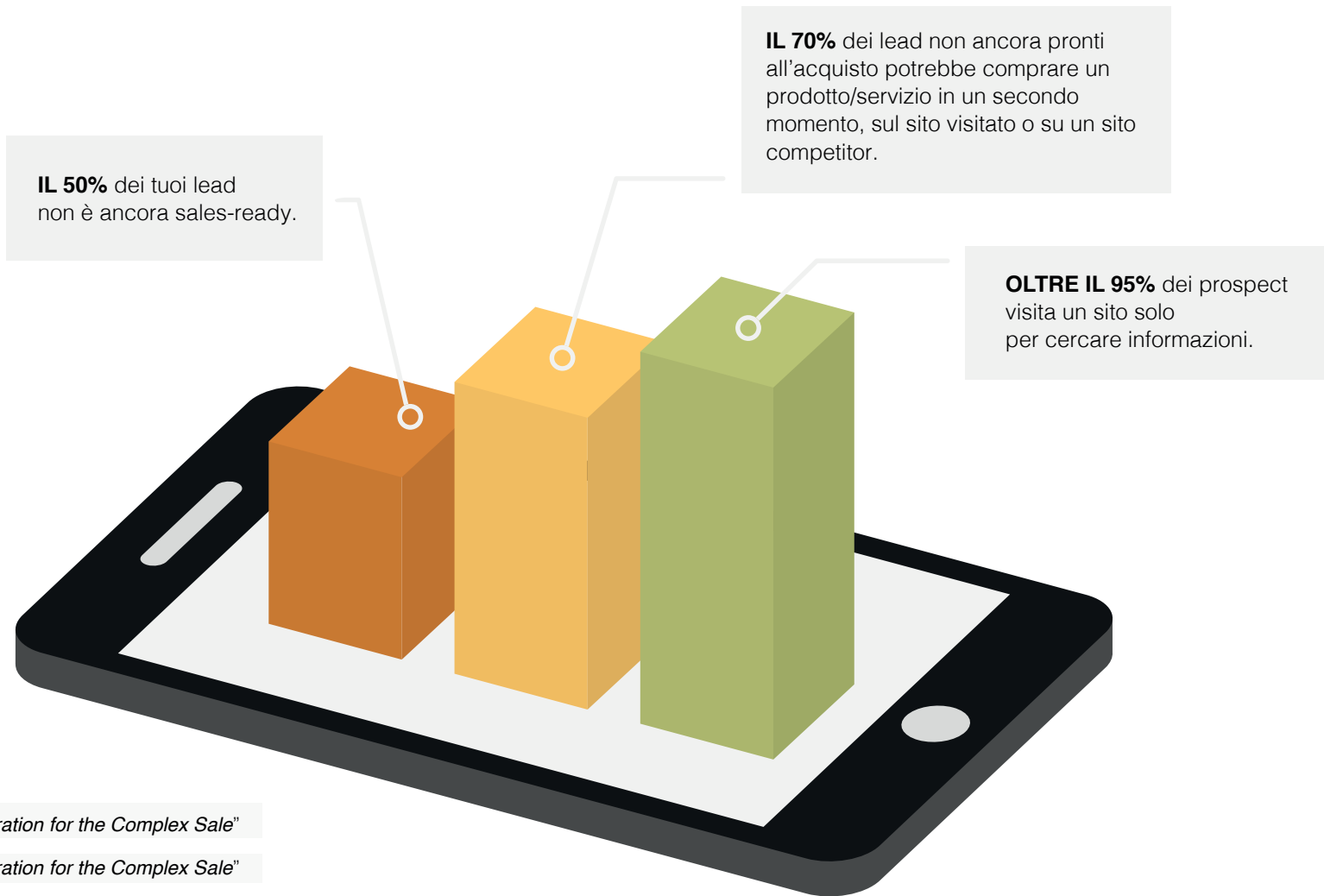


Lead nurturing
& Marketing automation

1

I N T R O D U Z I O N E

INTRODUZIONE



FONTE

- Da "Lead Generation for the Complex Sale"
- Da "Lead Generation for the Complex Sale"
- Da una ricerca di Marketo

IL
79%



**DEI LEAD NON CONVERTIRÀ MAI SENZA UN'ADEGUATA
ATTIVITÀ DI LEAD NURTURING.**

C o s ' è i l l e a d n u r t u r i n g

Definizione: il Lead nurturing consiste nel “coltivare” i propri lead per renderli pronti all’acquisto, costruendo con loro un rapporto di fiducia a lungo termine attraverso l’invio automatizzato e multicanale di contenuti utili e personalizzati lungo tutto il ciclo di vendita.

2

VANTAGGI



A COMPANY BY



VANTAGGI

“

I LEAD COLTIVATI CON ATTIVITÀ DI LEAD NURTURING PRODUCONO IL 20% IN PIÙ DI OPPORTUNITÀ DI VENDITA RISPETTO A QUELLI NON COLTIVATI.

”

DemandGen Report

“

LE AZIENDE CHE EFFETTUANO ATTIVITÀ DI LEAD NURTURING GENERANO IL 50% IN PIÙ DI LEAD PRONTI ALL'ACQUISTO, CON UN COST PER LEAD INFERIORE DEL 33%.

”

Marketo Research

“

I LEAD COLTIVATI CON LEAD NURTURING EFFETTUANO ACQUISTI SUPERIORI DEL 47% RISPETTO A QUELLI NON“COLTIVATI”.

”

The Annuitas Group

VANTAGGI :

- maggior ritorno dell'investimento
- maggior soddisfazione e interesse da parte dei lead
- processo d'acquisto più rapido e vendite superiori
- CPL inferiore
- minor lavoro per i reparti marketing e vendite.

3

S T R A T E G I A e T I P O L O G I E

Come impostare o migliorare la tua strategia di Lead nurturing

- Analisi dell'attuale management dei tuoi lead
- Definizione dell'obiettivo
- Definizione del lead ideale e segmentazione del tuo database con il lead scoring
- Selezione dei contenuti in base alle fasi del processo d'acquisto
- Definizione del timing
- Definizione delle metriche, monitoraggio e test

Tipologie Campagne di Lead nurturing

- Campagne di elaborazione dei nuovi lead
- Campagne Welcome
- Campagne Stay in touch
- Campagne di accelerazione del processo d'acquisto
- Campagne di riciclaggio dei lead
- Campagne di reengagement

4

MARKETING AUTOMATION



MARKETING AUTOMATION

Definizione: tecnologia che consente alle aziende di automatizzare e centralizzare tutto il ciclo di vita di una campagna online, velocizzando il lavoro del reparto marketing: segmentazione del database tramite lead scoring, gestione delle campagne di lead generation e lead nurturing, monitoraggio e ottimizzazione delle performance delle diverse comunicazioni.

Marketo: la piattaforma di marketing più nota, ha la particolarità di consentire la connessione bi-direzionale con diversi sistemi CRM, per aggiornare costantemente i dati di marketing e vendite e migliorare il loro lavoro.

COME POSSIAMO AIUTARTI?

- Definizione di una strategia efficace (obiettivo, target, tipologia di campagna, contenuti, timing, metriche, monitoraggio e test)
- Selezione del software di marketing automation più adeguato alle tue esigenze.
- Gestione delle campagne di lead nurturing tramite software Marketo.

CLIENTS





info@webperformance.it

Telefono: + 39 0461 421817 Fax: +39 02 700517306



G e s s i c a M a l a g ò | M a r k e t i n g M a n a g e r

G R A Z I E