3.1 Leads

Un lead, termine inglese che significa "indizio", è un potenziale cliente di cui dovete verificare l'interesse per i prodotti e i servizi che offre la vostra società. Potete immaginarlo come un biglietto da visita raccolto in occasione di un'attività di marketing. Per questo nominativo seguiranno una serie di attività commerciali che porteranno probabilmente all'apertura della trattativa commerciale.

Quali dati possono esserci all'interno dell'anagrafica di un lead?

Esattamente come in un biglietto da visita possono essere scritti i dati del referente (la persona fisica che avete davanti) e dell'azienda per cui lavora o che rappresenta.

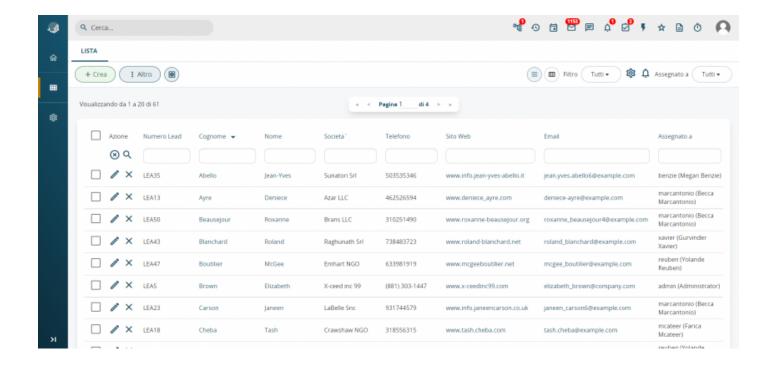
Da dove vengono i leads?

Si possono raccogliere da attività di marketing come esposizioni commerciali, fiere, pubblicità, presentazioni, dal proprio sito tramite webform (si veda capitolo dedicato), dall'acquisto di liste, ecc.

Si ritiene importante la tracciabilità delle origini dei leads per effettuare delle continue valutazioni.

Esempio:

- la maggior parte dei vostri leads da quale canale arriva?
- quali sono i canali che portano leads buoni (ossia che diventano opportunità di vendita)?
- qual è il ritorno sull'investimento di una fiera (ROI)?
- quanti leads avete raccolto e su quanti c'è interesse per aprire un'opportunità?
- su quali canali vi conviene fare degli investimenti per aumentare il business?



https://www.youtube.com/embed/R2J011r_5q8

Revision #1 Created 7 July 2023 12:30:58 by Admin Updated 7 July 2023 14:28:53 by Admin