

Per finire, passando dal sito al **marketing** in sè, dovremo *targhettizzare* il *customer* in modo da offrirgli l'esperienza più adatta a lui a seconda della posizione nel funnel. Useremo diverse creative estremamente specifiche, che mostreremo solo alla fetta di pubblico più adatta in modo da alzare il tasso di conversione. In più, potremmo usare l'elenco contatti dei customer-lead-prospect, e ricontattarli via email e su FaceBook, ovviamente sempre targhettizzando la clientela in modo da proporgli l'offerta più opportuna. Su FaceBook potremo pure creare dei pubblici simili a quelli già esistenti, allargando di molto la nostra possibilità di essere visti da lead interessati.



Tener conto soprattutto del volume di ricerca e del CPC.

623 Results: bio

Search Volume ?	27,100	Good	✓
Cost Per Click [CPC] ?	\$1.26	Medium	✗

651 Results: crema

Search Volume ?	49,500	Good	✓
Cost Per Click [CPC] ?	\$0.43	Cheap	✓

627 Results: dermatite

Search Volume ?	40,500	Good	✓
Cost Per Click [CPC] ?	\$0.32	Cheap	✓

Results: prurito

Search Volume ?	8,100	Good	✓
Cost Per Click [CPC] ?	\$0.26	Cheap	✓