

Progetto Finale 31/07

Fase 1: Customer Journey relazionale

Fase	Obiettivo	Canale principale	Contenuto	Dato
Interesse	Attirare l'attenzione e generare lead	Facebook Ads + Chatbot	Messaggio automatico con quiz "Scopri se sei pronto al digitale" + invito al download guida gratuita	Email + risposte al quiz (profilazione)
Lead	Attivare la relazione e nutrirla	Email Marketing	Email personalizzata: "Ciao [Nome], ecco la guida digitale per ripartire a 40+. Abbiamo selezionato per te..."	Interessi tematici (es. coding, marketing, ecc.)
Cliente	Convertire al master	WhatsApp + Email	Messaggio WhatsApp: "Ciao (Nome), mancano poche ore al webinar! Qui trovi il link d'accesso"	Partecipazione al webinar e comportamento di clic
Advocate	Fidelizzare e stimolare il passaparola	Email + Notifiche push	Email: "Come ti sei trovata con il Master? Se ti va, lascia una recensione o invita un'amica e ricevi un bonus!"	NPS score + referral (nome/email invitato)

Fase 2: Flusso avanzato di attivazione + Follow- up

Fase scelta: *Lead* → *Cliente*

Obiettivo del flusso: Iscrizione al **webinar introduttivo** gratuito

MiniFlusso Step-by-Step

1. **Evento iniziale**

- L'utente compila il form per scaricare la guida gratuita

2. **Step 1: Email automatica (T+5 min)**

- Oggetto: "Hai scaricato la guida? Ora fai il passo successivo"

- Contenuto: invito a iscriversi al webinar in diretta, con CTA personalizzata in base all'interesse rilevato

3. Step 2: WhatsApp (T+24h)

- Messaggio: "Ciao [Nome], ti ricordo che domani ci sarà il webinar gratuito su come reinventarti digitalmente! Iscriviti qui (link)"

Condizione logica (If/Else)

- **IF** clicca su link webinar (tracciato via UTM) →
 ➤ Invio promemoria 1h prima del webinar via WhatsApp + tag "interessato webinar"
- **ELSE** (nessun clic entro 48h) →
 ➤ Invia nuova email con oggetto: "Hai dimenticato qualcosa? Ti aspettiamo con una sorpresa"
 ➤ Contenuto: sconto sul primo modulo se partecipa al webinar

Fase 3: Sistema di monitoraggio + ottimizzazione

KPI	Come lo misuro	Valore atteso	Azione correttiva se sotto target
Tasso di apertura email	Dashboard MailerLite / Hubspot CRM	≥ 35%	A/B test su oggetto e orario invio, segmentazione più accurata
Tasso di interazione chatbot	Report ManyChat	≥ 40%	Rivedere script iniziale, inserire risposte multiple + emoji, semplificare linguaggio
Esecuzione flussi no-code	Log Zapier / Make + alert errori	≥ 95% di task completati	Verifica trigger, campi mancanti, inserimento alert via mail/Slack in tempo reale