

Cluster 1: Lead che si sono iscritti ma non hanno acquistato

Task 1: Definizione del Funnel di Vendita

1. **Obiettivi:** Convertire i lead in clienti paganti.
2. **Segmentazione del pubblico:** Segmentare i lead in base all'interesse mostrato durante la consulenza gratuita (es. marketing digitale, social media, SEO).
3. **Customer Journey:** Mappare le fasi da interesse iniziale, partecipazione alla consulenza gratuita, ricezione di contenuti targeted, fino alla decisione di acquisto.

Task 2: Creazione dei Contenuti

1. **Contenuti di benvenuto:** Email di ringraziamento post-consultazione con riepilogo degli argomenti trattati e invito a esplorare ulteriori risorse.
2. **Contenuti educativi:** Serie di e-book o whitepapers che approfondiscono temi specifici di interesse mostrato dal lead.
3. **Contenuti di Prova/Social Proof:** Video testimonianze di clienti soddisfatti, case studies di successo.
4. **Offerte speciali:** Offerta di uno sconto sul primo acquisto di servizi entro 30 giorni dalla consulenza.

Task 3: Piano di invio dei Contenuti

1. **Frequenza e tempistica:**
 - Messaggio di benvenuto subito dopo l'iscrizione.
 - Contenuti educativi inviati settimanalmente.
 - Social proof dopo 2 settimane dalla consulenza.
 - Offerta speciale inviata 10 giorni dopo la consulenza.

Task 4: Gestione dei Lead non convertiti

1. **Analisi dei feedback:** Raccogliere e analizzare i feedback ricevuti via email o durante eventuali follow-up telefonici.
2. **Ottimizzazione dei contenuti:** Aggiustare i messaggi in base ai feedback e ai dati di interazione (apertura email, click-through).
3. **Azione di Follow-up:** Email di follow-up con invito a un webinar esclusivo su una tematica avanzata di interesse.

Cluster 2: Clienti che hanno effettuato il primo acquisto

Task 1: Definizione del Funnel di Vendita

1. **Obiettivi:** Aumentare il valore medio dell'ordine e fidelizzare il cliente.
2. **Segmentazione del pubblico:** Segmentare in base al tipo di servizio acquistato.
3. **Customer Journey:** Dall'acquisto iniziale alla proposta di servizi aggiuntivi, mantenimento dell'engagement con contenuti di valore.

Task 2: Creazione dei Contenuti

1. **Contenuti di ringraziamento:** Email di ringraziamento immediato con suggerimenti per ottenere il massimo dal servizio acquistato.
2. **Contenuti di onboarding:** Serie di video tutorial o guide su come implementare i servizi acquistati.
3. **Contenuti di valore aggiunto:** Newsletter mensile con insight di settore, casi studio e tendenze emergenti.
4. **Offerte di Up-sell/Cross-sell:** Raccomandazioni personalizzate basate sulle preferenze e sui servizi già acquistati.

Task 3: Piano di invio dei Contenuti

1. **Frequenza e Tempistica:**
 - Messaggio di ringraziamento immediato.
 - Contenuti di onboarding nei primi 10 giorni.
 - Contenuti di valore aggiunto mensilmente.
 - Offerte di up-sell/cross-sell a 30 giorni dall'acquisto.

Task 4: Azioni di Up-sell e Cross-sell

1. **Identificazione del Target:** Analizzare i dati di acquisto e feedback per identificare le preferenze del cliente.
2. **Creazione di Offerte Personalizzate:** Sviluppare offerte personalizzate per servizi complementari o superiori.
3. **Tempistica delle Azioni:** Inviare proposte personalizzate a intervalli regolari post-acquisto.