

Automazione personalizzabili e tracciabili

FASE 1

Automazione	Canale	Trigger	Messaggio	Obiettivo
Carrello abbandonato	Email	Ultima visita a pagina carrello di 3 gg	“Hai lasciato la tua formazione in sospeso! Completa ora e inizia a imparare.”	Sollecito ad completare l'iscrizione.
Recensione	Email	1 giorno dopo la fine del corso/masterclass o apertura contenuto	“Hai terminato [nome corso]? Dicci cosa ne pensi e ottieni un bonus per il prossimo corso!”	Costruire fiducia e ottenere contenuti UGC (user-generated content)
Black Friday	Notifiche push	Domenica prima della settimana del Black Friday	“Solo per oggi: sconto esclusivo del 30% su tutti i corsi avanzati!”	Aumentare le conversioni tramite le offerte del momento
Assistenza	Whatsapp	Click nel link per accedere al servizio di Assistenza, o mancata attività dopo 5 giorni dall'iscrizione	“Ciao! Ti serve una mano per iniziare il tuo percorso formativo?”	Aiutare il cliente nelle problematiche riscontrate, Ridurre l'abbandono, facilitare onboarding e fidelizzazione

FASE 2

URL 1 – Campagna Email

URL con UTM:[https://formazionetop.com/webinar-](https://formazionetop.com/webinar-leadership?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=leadership_webinar&utm_content=email_body_cta)

[leadership?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=leadership_webinar&utm_content=email_body_cta](https://formazionetop.com/webinar-leadership?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=leadership_webinar&utm_content=email_body_cta)

Misuro:

- Quanti clic arrivano dall'email
- Interesse per il tema leadership
- Engagement dei lead in lista

URL 2 – Story Instagram con link a WhatsApp**Link WhatsApp:**

<https://wa.me/391234567890?text=Ciao%20vorrei%20info%20sulla%20masterclass%20marketing>

URL con UTM: https://wa.me/391234567890?text=Ciao%20vorrei%20info%20sulla%20masterclass%20marketing&utm_source=instagram&utm_medium=story&utm_campaign=masterclass_marketing&utm_content=swipeup

Misuro:

- Tasso di passaggio Instagram → WhatsApp
- Interesse verso contenuti a pagamento
- Efficacia del formato story

FASE 3**STEP 1 – Punto di Ingresso**

Attività: ADV Instagram su webinar gratuito

Tool: Meta Ads + Lead form

Dati raccolti: Nome, email, tematica scelta

Misurazione:

- **KPI:** CPL (Costo per Lead)
- Formula: budget / numero lead generati

STEP 2 – Interazione automatica

Attività: Invio automatico sequenza email di valore (es. 3 mini-lezioni gratuite)

Tool: Sendpulse

Dati raccolti: Open rate, click, contenuti fruiti

Misurazione:

- **KPI:** Tasso di engagement
- Formula: utenti attivi / utenti totali nel funnel

STEP 3 – Conversione (vendita abbonamento)

Attività: Reminder via email + WhatsApp con sconto limitato sull'abbonamento annuale

Tool: WhatsApp Business API + piattaforma email

Dati raccolti: Conversioni, risposte, coupon utilizzati

Misurazione:

- **KPI:** CR – Conversion Rate (Tasso di conversione a pagamento)
- Formula: nuovi abbonati / lead iniziali