



Samuraj Marketing

Strategia di Digital Marketing per Agenzia di Marketing

Obiettivo della Presentazione:

Descrivere una strategia di marketing per due cluster di clienti:

Lead che si sono iscritti ma non hanno acquistato.

Clienti che hanno effettuato il primo acquisto.



CLUSTER 1

LEAD NON CONVERTITI

Task 1: Definizione del Funnel di Vendita

Obiettivi:

Conversione da lead a cliente.

Segmentazione del Pubblico:

Creare segmenti specifici (es. interessi, comportamento di navigazione, fonti di iscrizione).

Customer Journey:

Mappare le tappe dal momento dell'iscrizione alla conversione.

Task 2: Creazione dei Contenuti

Contenuti di Benvenuto:

Messaggio che ringrazia per l'iscrizione e introduce i vantaggi dell'offerta.

Contenuti Educativi:

Informazioni utili sul prodotto/servizio, guide pratiche, tutorial.

Contenuti di Prova/Social Proof:

Testimonianze di altri clienti, casi di studio, recensioni.

Offerte Speciali:

Sconti esclusivi per i nuovi iscritti, promozioni a tempo limitato.



CLUSTER 1

LEAD NON CONVERTITI

Task 3: Piano di Invio dei Contenuti

Frequenza e Tempistica:

- Messaggio di benvenuto: Subito dopo l'iscrizione.
- Contenuti educativi: Ogni 3 giorni per le prime due settimane.
- Contenuti di Prova/Social Proof: Una volta a settimana dopo il primo mese.
- Offerte speciali: 5-7 giorni dopo l'iscrizione, poi mensilmente.

Task 4: Gestione dei Lead non convertiti

Analisi dei Feedback:

Monitorare risposte e comportamento dei lead.
Ottimizzazione dei Contenuti:

Modificare e migliorare i contenuti in base ai dati raccolti.
Azioni di Follow-up:

Email con ulteriori incentivi alla conversione (es. webinar, consulenze gratuite).



CLUSTER 2 CLIENTI

Task 1: Definizione del Funnel di Vendita

Obiettivi:

Fidelizzazione, aumento del valore medio dell'ordine.

Segmentazione del Pubblico:

Creare segmenti specifici (es. frequenza di acquisto, tipo di prodotto acquistato).

Customer Journey:

Mappare le tappe dal primo acquisto alla fidelizzazione.

Task 2: Creazione dei Contenuti

Contenuti di Ringraziamento:

Messaggio post-acquisto.

Contenuti di Onboarding:

Guide su come utilizzare al meglio il prodotto/servizio.

Contenuti di Valore Aggiunto:

Suggerimenti, aggiornamenti, news rilevanti.

Offerte di Up-sell/Cross-sell:

Raccomandazioni di prodotti/servizi complementari.



CLUSTER 2 CLIENTI

Task 3: Piano di Invio dei Contenuti

Frequenza e Tempistica:

- Messaggio di ringraziamento: Subito dopo l'acquisto.
- Contenuti di onboarding: Ogni 3 giorni per le prime due settimane.
- Contenuti di valore aggiunto: Due volte al mese.
- Offerte di up-sell/cross-sell: Dopo 15 giorni dal primo acquisto, poi mensilmente.

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

Identificazione del Target:

Analizzare i dati di acquisto per identificare chi ha maggiori probabilità di acquistare prodotti complementari.

Creazione di Offerte Personalizzate:

Offrire sconti su prodotti correlati o superiori.

Tempistica delle Azioni:

Inviare offerte a 15, 30 e 60 giorni dal primo acquisto.

Raccomandazioni di prodotti/servizi complementari.



THANK YOU :)

