



NICO'S PROJECTS

Strategia di Gamification per Lead Generationadipiscing

STRATEGIA DI GAMIFICATION PER LEAD GENERATION

INCREMENTARE IL COINVOLGIMENTO E LE VENDITE
PER I SERVIZI DI CONSULENZA DIGITAL MARKETING

PRESENTAZIONE
DELLA STRATEGIA DI
GAMIFICATION
PROGETTATA PER
NICO'S PROJECTS,
MIRATA A
COINVOLGERE
COMMERCianti,
RETAIL E PMI,
MIGLIORANDO LA
LORO PRESENZA
ONLINE E

AUMENTANDO IL
TASSO DI
CONVERSIONE DEI
LEAD.



OBIETTIVI DELLA STRATEGIA

Obiettivi Principali

- Aumentare il coinvolgimento dei clienti con i contenuti del sito.
- Incrementare il tasso di up-sell e cross-sell.
- Migliorare la brand awareness dei clienti.
- Offrire incentivi e premi per stimolare la partecipazione e le iscrizioni al CRM.

La nostra strategia di gamification ha diversi obiettivi chiave: aumentare il coinvolgimento dei clienti con i contenuti del sito web, incrementare il tasso di up-sell e cross-sell, e migliorare la brand awareness dei nostri clienti. Offrendo incentivi e premi tramite un sistema di punti e sconti, miriamo a stimolare la partecipazione attiva e le iscrizioni al CRM. Questo approccio ci permetterà di raccogliere dati preziosi, migliorare la personalizzazione dei nostri servizi e, in ultima analisi, aumentare le vendite e la soddisfazione dei clienti.



NICO'S PROJECTS

Strategia di Gamification per Lead Generationadipiscing adipiscing adipiscing

Target di Riferimento

Il target principale sono commercianti, retail e piccole e medie imprese che intendono migliorare la loro presenza online e ottimizzare le strategie di marketing digitale.

Il nostro target di riferimento è composto principalmente da aziende B2B, tra cui commercianti, retail e piccole e medie imprese (PMI) che desiderano potenziare la loro presenza online. Queste aziende cercano di migliorare le loro strategie di marketing digitale per ottenere una maggiore visibilità e incrementare le vendite. Puntiamo a supportarle con servizi di consulenza personalizzati, aiutandole a navigare il panorama digitale in continua evoluzione e a sfruttare al meglio le opportunità offerte dal marketing online.

TARGET: B2B
COMMERCANTI, RETAIL, PMI



CREAZIONE DEL FUNNEL DI ISCRIZIONE

Come raccogliere i dati dei clienti

- Landing Page Dedicata: Creare una landing page accattivante.
- Form di Gamification: Richiedere nome, telefono, email, azienda e ruolo.
- Incentivi: Offrire un e-book gratuito sulle tendenze del marketing digitale e codici sconto.

Il funnel di iscrizione al CRM inizia con la creazione di una landing page dedicata e accattivante, progettata per attrarre e convertire visitatori in lead qualificati. Gli utenti sono invitati a compilare un form di gamification, che raccoglie informazioni essenziali come nome, telefono, email, azienda e ruolo. Per incentivare l'iscrizione, offriamo un e-book gratuito sulle ultime tendenze del marketing digitale e codici sconto sui nostri servizi. Questo approccio non solo facilita la raccolta di dati preziosi, ma aumenta anche il tasso di conversione, motivando gli utenti a partecipare attivamente.



NICO'S PROJECTS

Esempio quiz

Pool – QSM Theme

Buy Now

Page

01 out of 04

25 %

In meteorology (weather), if a zephyr passes by, what is being described?

- ☐ Light wind
- ☐ Violent Lightening
- ☐ Small tornado
- ☐ Hurricane winds

Timer

4:20
Minutes

← Previous

Next →

STRUTTURA DEL QUIZ E SONDAGGIO

Coinvolgere e raccogliere informazioni

Quiz di Conoscenza: Domande su SEO, Social Media, Content Marketing.

Sondaggio: Opinioni su strategie di marketing e investimenti.
Premi: Punti per risposte corrette e sconti su servizi di consulenza.

Creare un effetto Wow



ESEMPIO FLUSSO DI LAVORO

Dal coinvolgimento alla conversione

- Visita alla Landing Page: Promozione attraverso vari canali.
- Iscrizione al CRM: Form compilato e incentivo immediato.
- Partecipazione al Quiz: Accumulo di punti e premi.
- Riscatto dei Premi: Utilizzo dei codici sconto.
- Monitoraggio e Follow-Up: Dati integrati nel CRM per future campagne.

Il flusso di lavoro inizia con la promozione della landing page attraverso vari canali, come email marketing e social media. Una volta sulla pagina, l'utente compila il form di iscrizione, ricevendo immediatamente l'accesso a un e-book gratuito. Successivamente, partecipa a un quiz di conoscenza e a un sondaggio, accumulando punti e ricevendo feedback immediato. Al raggiungimento di un determinato punteggio, l'utente riceve un codice sconto da utilizzare per l'acquisto di servizi di consulenza. I dati raccolti vengono integrati nel CRM, permettendo un follow-up personalizzato e l'ottimizzazione continua della strategia per massimizzare l'engagement e le conversioni.



Conclusione e Prossimi Passi

Implementare la strategia di gamification, monitorare le performance, raccogliere feedback e ottimizzare continuamente il processo per massimizzare il coinvolgimento e le vendite. Prepararsi per lanciare la campagna e iniziare a raccogliere dati preziosi sui clienti.

Con l'implementazione della strategia di gamification, ci prepariamo a lanciare una campagna coinvolgente che stimoli la partecipazione e incrementi le conversioni. Monitoreremo attentamente le performance della campagna, raccogliendo feedback dai partecipanti per ottimizzare continuamente il processo. I dati raccolti ci permetteranno di personalizzare ulteriormente i nostri servizi e migliorare le opportunità di up-sell e cross-sell. Il passo successivo sarà analizzare i risultati iniziali, apportare le necessarie modifiche e pianificare future campagne per mantenere alto il livello di coinvolgimento e soddisfazione dei clienti.



NICO'S PROJECTS

Strategia di Gamification per Lead Generationadipiscing adipiscing adipiscing

THANK
YOU :)

