



WEB ADVERTISING COMPANY



Customer Relationship Management

FSM: Roberto URSO





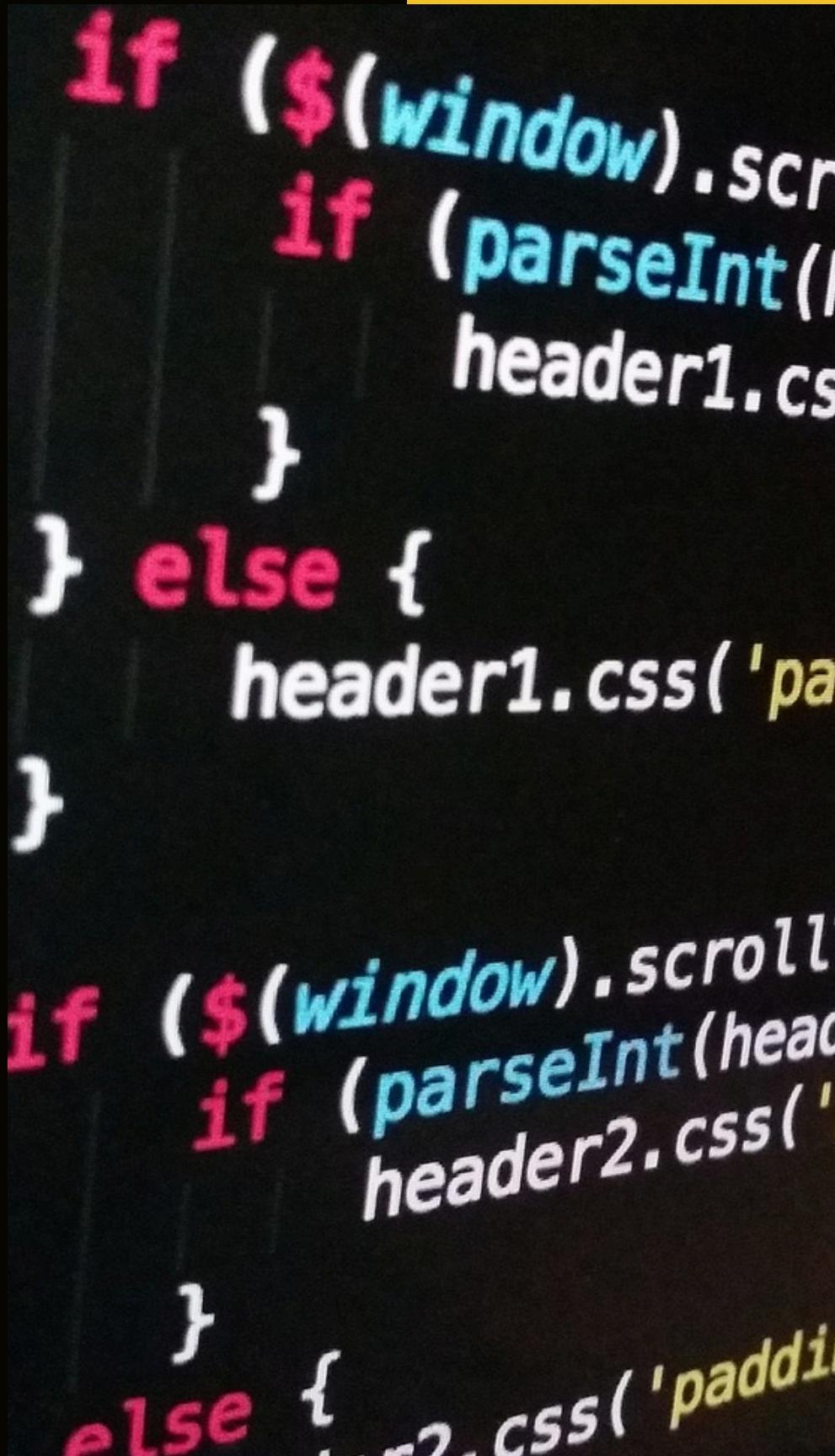
Introduction

Web Advertising Company è una Web Agency che offre servizi di web design, SEO e marketing digitale. L'azienda ha recentemente implementato un sistema CRM per gestire i propri lead e clienti.

Obiettivi e Cluster

Trasformazione delle LEAD in clienti e trasformare il cliente in un ambasciatore del marchio.

- Cluster 1: Convertire i lead in clienti.
- Cluster 2: Fidelizzare i clienti e aumentare il valore medio degli ordini.exclamation



Fase del Funnel Cluster 1 - LEAD



Strategia Cluster 1

LEAD

TASK



1

Definizione del Funnel di vendita

Obiettivo:

Identificare i lead più propensi alla conversione e indirizzarli verso il giusto percorso di nurturing.

Segmentazione del pubblico:

- Interessi: Web design, SEO, marketing digitale, e-commerce.
- Comportamento di navigazione: Pagine visitate, tempo trascorso sul sito, download di contenuti.
- Fonti di iscrizione: Motore di ricerca, social media, referral.

Customer Journey:

- Iscrizione al sito web
- Ricezione messaggio di benvenuto e offerta speciale
- Consumo di contenuti educativi pertinenti agli interessi
- Valutazione di case study e testimonianze

Strategia Cluster 1

LEAD

TASK



2

Creazione dei contenuti

Contenuti di benvenuto:

- Email di benvenuto personalizzata che ringrazia per l'iscrizione e introduce i benefici dei servizi offerti da Web Agency Italia.
- Includere un'offerta speciale valida per un tempo limitato, come uno sconto del 10% sul primo servizio.

Contenuti educativi:

- Articoli informativi e guide pratiche su web design, SEO, marketing digitale e e-commerce.
- Webinar gratuiti su argomenti di attualità nel settore del digitale.
- Download di ebook gratuiti e white paper con consigli pratici per migliorare la propria presenza online.

Contenuti di prova/Social Proof:

- Testimonianze video di clienti soddisfatti che raccontano la loro esperienza positiva con Web Agency Italia.
- Case study che dimostrano i risultati concreti ottenuti dai clienti grazie ai servizi dell'agenzia.
- Recensioni positive su Google My Business e altri siti di recensioni autorevoli.

Offerte speciali:

- Sconti periodici su servizi specifici.
- Promozioni a tempo limitato su pacchetti di servizi combinati.
- Omaggi esclusivi per i lead che si iscrivono alla newsletter.

Strategia Cluster 1

LEAD

TASK

3

Piano di invio dei contenuti

Frequenza e tempistica:

- **Messaggio di benvenuto:** Invio immediato dopo l'iscrizione.
- **Contenuti educativi:** 2-3 email a settimana per le prime due settimane, poi 1 email a settimana.
- **Contenuti di prova/Social Proof:** 1 email a settimana dopo il primo mese.
- **Offerte speciali:** 1-2 email al mese.



Strategia Cluster 1

LEAD

TASK

4

Gestione dei lead non convertiti

Analisi del feedback:

- Monitorare il tasso di apertura e il click-through rate delle email inviate ai lead.
- Analizzare i feedback ricevuti dai lead tramite sondaggi e interviste.
- Identificare i punti di abbandono nel funnel di vendita.

Ottimizzazione dei contenuti:

- Basandosi sui dati raccolti, modificare e migliorare i contenuti per renderli più pertinenti e accattivanti per i lead.
- Personalizzare i contenuti in base agli interessi e al comportamento di navigazione dei lead.
- Testare diverse varianti di email e landing page per ottimizzare i tassi di conversione.

Azioni di follow-up:

- Inviare email di follow-up ai lead che non hanno aperto le email precedenti o che non hanno cliccato sui link contenuti.
- Offrire consulenze gratuite personalizzate ai lead che mostrano un interesse per i servizi di Web Advertising Company.
- Creare campagne di retargeting sui social media per raggiungere i lead che hanno visitato il sito web ma non hanno completato un acquisto.



Fase del Funnel Cluster 2 - CLIENTI



Strategia Cluster 2

CLIENTI

TASK



1

Definizione del Funnel di vendita

Obiettivi:

- Fidelizzare i clienti: Creare relazioni durature con i clienti e incoraggiarli a continuare a fare affari con Web Agency Italia.
- Aumentare il valore medio degli ordini: Convincere i clienti ad acquistare prodotti o servizi più costosi o ad acquistare più frequentemente.

Segmentazione del pubblico:

- Frequenza di acquisto:
- Clienti occasionali (1-2 acquisti all'anno)
- Clienti abituali (3-5 acquisti all'anno)
- Clienti VIP (6 o più acquisti all'anno)

Tipo di prodotto acquistato:

- Clienti solo web design
- Clienti solo SEO
- Clienti che utilizzano tutti i servizi

Strategia Cluster 2

CLIENTI

TASK



1

Definizione del Funnel di vendita

Valore del cliente:

- Clienti a basso valore (spesa media inferiore a 1.000€)
- Clienti a valore medio (spesa media tra 1.000€ e 5.000€)
- Clienti ad alto valore (spesa media superiore a 5.000€)

Esempio di segmentazione:

| Segmento | Descrizione | Esempio |
|--------------------------------|---|--|
| Clienti occasionali web design | Clienti che hanno acquistato un solo servizio di web design | Cliente che ha acquistato la creazione di un sito web statico |
| Clienti abituali SEO | Clienti che hanno acquistato 3-5 servizi SEO | Cliente che ha acquistato un'analisi SEO, un'ottimizzazione on-page e un'attività di link building |
| Clienti VIP | Clienti che hanno acquistato più di 6 servizi | Cliente che ha acquistato la creazione di un sito web e-commerce, un pacchetto SEO completo e una campagna di marketing digitale |

Strategia Cluster 2

CLIENTI

TASK



1

Definizione del Funnel di vendita

Customer Journey:

- Primo acquisto: Il cliente effettua il primo acquisto di un prodotto o servizio di Web Agency Italia.
- Ricezione messaggio di ringraziamento e offerta speciale: Il cliente riceve un'email di ringraziamento per l'acquisto e un'offerta speciale per il prossimo acquisto.
- Consumo di contenuti di onboarding: Il cliente consuma contenuti che lo aiutano a utilizzare al meglio il prodotto o servizio acquistato.
- Utilizzo del prodotto o servizio: Il cliente utilizza il prodotto o servizio acquistato e ne trae beneficio.
- Acquisto di prodotti o servizi aggiuntivi: Il cliente viene incoraggiato ad acquistare prodotti o servizi aggiuntivi che complementano il suo acquisto precedente.

Strategia Cluster 2

CLIENTI

TASK



2

Creazione dei contenuti

Contenuto:

- Ringraziare il cliente per il suo primo acquisto e per aver scelto Web Advertising Company.
- Evidenziare i benefici di essere un cliente Web Agency Italia, come l'accesso a contenuti esclusivi, sconti dedicati e un'assistenza clienti prioritaria.
- Includere un'offerta speciale valida per un tempo limitato, come uno sconto del 15% sul prossimo acquisto.
- Inserire una chiara call to action per incoraggiare il cliente a visitare il sito web o a contattare l'agenzia.

Esempio di offerta speciale:

- Sconto del 15% sul prossimo servizio
- Consulenza gratuita sulla strategia di marketing digitale
- Ebook gratuito "5 consigli per ottimizzare il tuo sito web per i dispositivi mobili"

Strategia Cluster 2

LEAD

TASK

2

Creazione dei contenuti

Contenuti di onboarding:

- Titolo: Come sfruttare al massimo il tuo nuovo sito web

Contenuto:

- Una guida dettagliata su come utilizzare il CMS del sito web.
- Suggerimenti per creare contenuti accattivanti e ottimizzare il sito web per i motori di ricerca.
- Risorse utili per imparare di più sul marketing digitale e sul web design.

Contenuti di valore aggiunto:

- Titolo: Le ultime tendenze del SEO per il 2024

Contenuto:

- Un articolo informativo sulle ultime tendenze del SEO che i proprietari di siti web dovrebbero conoscere.
- Suggerimenti pratici per implementare le ultime tendenze SEO nei propri siti web.
- Casi di studio



Strategia Cluster 2

CLIENTI

TASK



3/4

Piano di invio dei contenuti - Azioni di Up-sell e Cross-sell

Contenuti di onboarding:

- Serie di email con oggetto: Come sfruttare al massimo il tuo nuovo sito web

Contenuto:

- Invio di 3-5 email nei primi 14 giorni dopo l'acquisto.
- Ogni email copre un argomento specifico relativo all'utilizzo del prodotto o servizio acquistato.
- Includere video tutorial, guide dettagliate e esempi pratici.
- Offrire assistenza clienti dedicata per rispondere alle domande dei clienti.

Thank You