**Strategia Operativa per la Gestione dei Lead e Clienti nel CRM**

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

**Task 1: Definizione del funnel di vendita**

1. **Identificare gli obiettivi:**
   * **Obiettivo:** Convertire i lead in clienti attivi che effettuano il primo acquisto.
2. **Segmentazione del pubblico:**
   * **Interessi:**
     + Utilizzare questionari durante l'iscrizione per raccogliere dati sugli interessi.
     + Analizzare il comportamento di navigazione sul sito per determinare gli interessi impliciti.
   * **Comportamento di navigazione:**
     + Implementare strumenti di analisi come Google Analytics per tracciare il comportamento dei lead sul sito.
   * **Fonti di iscrizione:**
     + Creare campagne specifiche per social media, email marketing, e referral, e monitorare le performance.
3. **Creazione del Customer Journey:**
   * **Iscrizione:**
     + Il lead si iscrive al CRM attraverso una landing page dedicata con un’offerta di sconto del 10%.
   * **Messaggio di benvenuto:**
     + **Email:** "Grazie per esserti iscritto! Ecco il tuo sconto del 10%."
     + **Contenuto:** Introduzione ai benefici del prodotto/servizio, link a pagine informative.
   * **Contenuti educativi:**
     + **Email 1 (Giorno 3):** "Scopri come il nostro prodotto può migliorare la tua vita."
     + **Email 2 (Giorno 6):** "Guida pratica: come utilizzare al meglio il nostro servizio."
     + **Email 3 (Giorno 9):** "Tutto ciò che devi sapere per iniziare."
   * **Contenuti di prova/social proof:**
     + **Email 4 (Giorno 12):** "Cosa dicono i nostri clienti: testimonianze e recensioni."
     + **Email 5 (Giorno 15):** "Storie di successo: come abbiamo aiutato altri come te."
   * **Offerte speciali:**
     + **Email 6 (Giorno 18):** "Offerta speciale per te: sconto del 15% sui tuoi primi acquisti!"
     + **Email 7 (Giorno 21):** "Non perdere questa occasione: promozioni a tempo limitato."

**Task 2: Creazione dei contenuti**

1. **Contenuti di benvenuto:**
   * **Email:** "Benvenuto! Ecco cosa aspettarti"
     + **Testo:** "Grazie per esserti iscritto. Il tuo codice sconto del 10% è: WELCOME10. Usa questo codice al checkout. Scopri i nostri prodotti [link]."
     + **Call-to-Action (CTA):** "Inizia subito"
2. **Contenuti educativi:**
   * **Email 1:** "Guida introduttiva al nostro prodotto"
     + **Testo:** "Scopri come il nostro prodotto può risolvere i tuoi problemi quotidiani. Leggi la nostra guida completa [link]."
     + **CTA:** "Leggi la guida"
   * **Email 2:** "Tutorial: primi passi"
     + **Testo:** "Guarda questo video per imparare a utilizzare al meglio il nostro servizio. [link al video]."
     + **CTA:** "Guarda il video"
3. **Contenuti di prova/social proof:**
   * **Email 3:** "Testimonianze dei nostri clienti"
     + **Testo:** "Ecco cosa dicono i nostri clienti. [link alle recensioni]."
     + **CTA:** "Leggi le testimonianze"
   * **Email 4:** "Casi di studio"
     + **Testo:** "Scopri come abbiamo aiutato altri clienti a raggiungere i loro obiettivi. [link ai casi di studio]."
     + **CTA:** "Scopri di più"
4. **Offerte speciali:**
   * **Email 5:** "Offerta esclusiva per nuovi iscritti"
     + **Testo:** "Solo per te: sconto del 15% sui tuoi primi acquisti. Usa il codice NEW15 al checkout."
     + **CTA:** "Approfittane ora"

**Task 3: Piano di invio dei contenuti**

1. **Frequenza e tempistica:**
   * **Messaggio di benvenuto:** Immediatamente 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, e poi mensilmente.

**Task 4: Gestione dei Lead non convertiti**

1. **Analisi dei feedback:**
   * **Monitoraggio:** Utilizzare il CRM per tracciare l'apertura delle email, i click sui link e il comportamento dei lead.
   * **Survey:** Inviare una survey per chiedere perché non hanno ancora acquistato.
2. **Ottimizzazione dei contenuti:**
   * **A/B Testing:** Testare diverse versioni di email per vedere quale performa meglio.
   * **Feedback loop:** Raccogliere feedback dai lead tramite survey e modificare i contenuti di conseguenza.
3. **Azioni di Follow-up:**
   * **Email di follow-up:** "Abbiamo notato che non hai ancora effettuato un acquisto. C'è qualcosa che possiamo fare per aiutarti?"
     + **Incentivi:** Offrire un ulteriore sconto o un webinar gratuito.

**Cluster 2: Clienti che hanno effettuato il primo acquisto**

**Task 1: Definizione del funnel di vendita**

1. **Identificare gli obiettivi:**
   * **Obiettivo:** Fidelizzare i clienti e aumentare il valore medio dell'ordine.
2. **Segmentazione del pubblico:**
   * **Frequenza di acquisto:**
     + Creare segmenti basati su clienti che acquistano frequentemente vs. quelli che acquistano raramente.
   * **Tipo di prodotto acquistato:**
     + Segmentare in base alle categorie di prodotti acquistati.
   * **Valore medio degli ordini:**
     + Identificare clienti con ordini di alto valore per offerte premium.
3. **Creazione del Customer Journey:**
   * **Acquisto iniziale:**
     + Cliente effettua il primo acquisto.
   * **Messaggio di ringraziamento:**
     + **Email:** "Grazie per il tuo acquisto!"
     + **Contenuto:** Conferma dell'ordine, dettagli sulla spedizione, suggerimenti su come iniziare.
   * **Contenuti di onboarding:**
     + **Email 1 (Giorno 3):** "Come ottenere il massimo dal tuo nuovo acquisto."
     + **Email 2 (Giorno 6):** "Guida passo-passo per usare il tuo prodotto."
   * **Contenuti di valore aggiunto:**
     + **Email 3 (Giorno 9):** "Suggerimenti e trucchi per esperti."
     + **Email 4 (Giorno 12):** "Aggiornamenti e novità sul prodotto."
   * **Offerte di up-sell e cross-sell:**
     + **Email 5 (Giorno 15):** "Prodotti complementari che potrebbero interessarti."
     + **Email 6 (Giorno 30):** "Offerta speciale per i nostri clienti fedeli."

**Task 2: Creazione dei contenuti**

1. **Contenuti di ringraziamento:**
   * **Email:** "Grazie per il tuo acquisto!"
     + **Testo:** "Grazie per aver scelto il nostro prodotto. Il tuo ordine è in lavorazione e ti terremo aggiornato su ogni passo."
     + **CTA:** "Visualizza il tuo ordine"
2. **Contenuti di onboarding:**
   * **Email 1:** "Inizia qui: primi passi con il tuo nuovo prodotto"
     + **Testo:** "Ecco una guida su come iniziare a usare il tuo prodotto. [link alla guida]."
     + **CTA:** "Leggi la guida"
   * **Email 2:** "Consigli utili per sfruttare al meglio il tuo acquisto"
     + **Testo:** "Suggerimenti e trucchi per ottenere il massimo dal tuo prodotto. [link al blog]."
     + **CTA:** "Scopri di più"
3. **Contenuti di valore aggiunto:**
   * **Email 3:** "Rimani aggiornato: novità e aggiornamenti"
     + **Testo:** "Scopri le ultime novità e gli aggiornamenti per il tuo prodotto. [link agli aggiornamenti]."
     + **CTA:** "Scopri di più"
   * **Email 4:** "Suggerimenti avanzati per utenti esperti"
     + **Testo:** "Suggerimenti e trucchi avanzati per utilizzare il tuo prodotto come un professionista. [link al blog]."
     + **CTA:** "Leggi di più"
4. **Offerte di Up-sell/Cross-sell:**
   * **Email 5:** "Prodotti complementari che potrebbero piacerti"
     + **Testo:** "Abbiamo selezionato alcuni prodotti che potrebbero interessarti. [link ai prodotti]."
     + **CTA:** "Scopri di più"
   * **Email 6:** "Offerta speciale per i nostri clienti fedeli"
     + **Testo:** "Come ringraziamento per la tua fedeltà, ecco uno sconto esclusivo del 20% sul tuo prossimo acquisto. Usa il codice LOYAL20 al checkout."
     + **CTA:** "Approfitta dell'offerta"

**Task 3: Piano di invio dei contenuti**

1. **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, e poi mensilmente.

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

1. **Identificazione del Target:**
   * **Analisi dei dati di acquisto:** Utilizzare il CRM per identificare i clienti con maggiori probabilità di acquistare prodotti complementari.
2. **Creazione di Offerte Personalizzate:**
   * **Sconti su prodotti correlati:** Offrire sconti su prodotti complementari o superiori.
   * **Personalizzazione delle offerte:** Personalizzare le offerte in base ai dati del cliente.
3. **Tempistica delle Azioni:**
   * **Invio delle offerte:** Inviare offerte di up-sell e cross-sell a 15, 30, e 60 giorni dal primo acquisto.
   * **Email di follow-up:** Follow-up personalizzati per incentivare ulteriori acquisti.

**Implementazione e Monitoraggio**

1. **Implementazione:**
   * Utilizzare un CRM per gestire e monitorare le campagne email.
   * Creare template email per ciascuna fase del funnel.
   * Configurare l'invio automatico delle email in base alla segmentazione e al comportamento del lead/cliente.
2. **Monitoraggio:**
   * Tracciare l'apertura delle email, i click sui link e le conversioni.
   * Utilizzare report e dashboard per monitorare la performance delle campagne.
   * Raccogliere feedback e ottimizzare continuamente i contenuti e le strategie.
3. **Ottimizzazione continua:**
   * A/B Testing: Testare diverse versioni di email e offerte per migliorare la performance.
   * Analisi dei dati: Utilizzare i dati raccolti per affinare la segmentazione e le offerte.
   * Ascolto attivo: Raccogliere e analizzare i feedback dei clienti per migliorare l'esperienza complessiva.