

Come trovare clienti su LinkedIn: Guida Completa

In questo documento ti parlerò della mia *esperienza* con la generazione di lead qualificati e appuntamenti attraverso la piattaforma di LinkedIn.

Argomenti Che Tratteremo

Cosa Otterrai da Questo Documento:

- Come ottimizzare il tuo profilo LinkedIn per massimizzare i tassi di conversione.
- Come creare contenuti in poco tempo ma in modo efficace e posizionarti come autorità.
- Come costruire relazioni nei DM e fissare appuntamenti con persone felici di parlarti.

Naviga il documento da qui sotto 👉 (o scrolla come tutti)

- [Perché Dovresti Ascoltarmi?](#)
- [Le Fondamenta: Il Tuo Profilo LinkedIn](#)

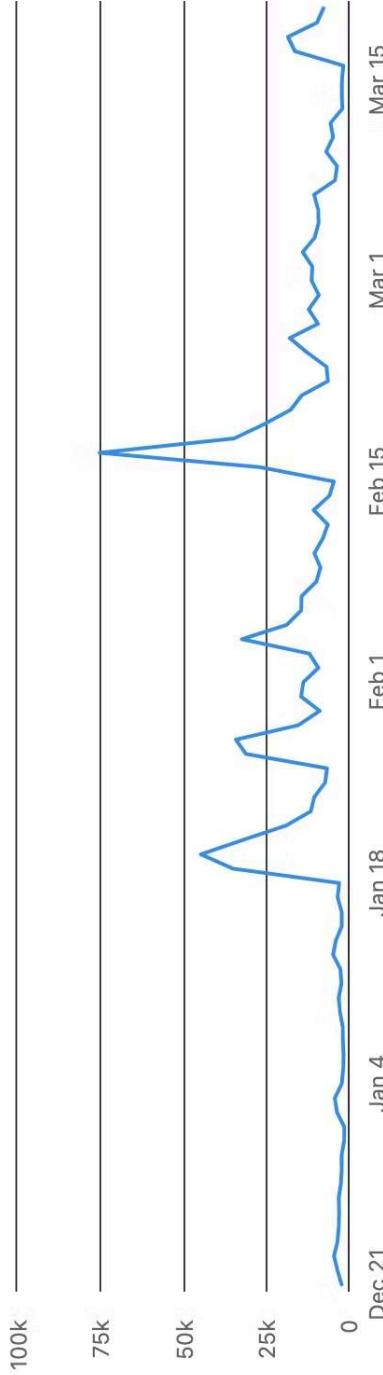
- Strategia di Contenuti
- I Lead Magnet
- Come Fissare Appuntamenti
- Come Massimizzare i Risultati
- Fine

Perché Dovresti Ascoltarmi?

Content performance

929,297

Impressions
▲ 322.9% vs. prior 90 days



Daily data is recorded in UTC

Top performing posts

Based on impressions gained in the past 90 days

Domenico Vitolo posted this • 2w		
Ho ricevuto 12 messaggi a freddo su LinkedIn questa settimana.		 85,464 Impressions
11 parlavano solo di sé stessi....	...show more	
 144	529 comments	
Domenico Vitolo posted this • 1mo		
Ho fatto un esperimento su LinkedIn che mi ha fatto incazzare.		 46,393 Impressions
2 post a confronto, stessa settimana:...	...show more	
 219	124 comments	
Domenico Vitolo posted this • 1mo		
Ho lavorato con decine di aziende B2B da €400k/anno fino a €3M/anno.		 45,760 Impressions
Quelle che crescono di più e vendono tanto, hanno tutte in piedi uno	...show more	
 76	439 comments	
Show more →		





529 comments · 1 repost

Reactions



Like ▾ Comment Share

85,464 impressions

[View analytics](#)

Add a comment...

Most relevant ▾



Domenico Vitolo Author

Ho aiutato Urban Jungle, Project Invictus e altre aziende simili a vender...

Mi riposo un po'! Continuo ad inviare più tardi, ahahah

[Show translation](#)

Like · 1 | Reply

1w ...



Domenico Vitolo posted this • 1mo

Ho lavorato con decine di aziende B2B da €400k/anno fino a €3M/anno.

▲ 45,760
Impressions

Quelle che crescono di più e vendono tanto, hanno tutte in piedi uno ...show more



76



P€

Reactions



+68

Le Fondamenta: Il Tuo Profilo LinkedIn

Ottimizzazione Profilo

- Foto professionale e banner personalizzato





Domenico Vitolo

Ho aiutato Urban Jungle, Project Invictus e altre aziende simili a vendere di più tramite contenuti e sistemi di vendita | Founder Onik Lab (Acquisita a Nov 2024)

Lisbon, Lisbon, Portugal · [Contact info](#)

[Vendi di più](#)

4,107 followers · 500+ connections

- Headline che comunica valore specifico
- About che converte visite in messaggi



Underdogs Group



About

La mia è una storia particolare.

Ho fatto l'insegnante e performer di calcio freestyle dai 13 ai 20 anni, lavorando per brand come Samsung, Vodafone, AS Roma, Hugo Boss e altri.

Poi, il mostro del "lavoro da dipendente" mi ha schiacciato. Call center prima, supermercato poi.

Decido di dare una svolta alla mia vita, scopro il digital marketing e mi lancio nella mia carriera da freelance.

Non mi basta. Decido di creare un team e aprire la mia prima azienda. Mi innamoro dell'imprenditoria.

Nasce Onik Lab, che in circa tre anni (e partita letteralmente da zero e con €0), arriva a fatturare oltre €1.7M, e ad un certo punto conta +20 collaboratori e +30 clienti sparsi tra gli USA, l'Australia e l'Europa.

Fin dalla sua nascita l'azienda collabora con clienti internazionali, fornendo risultati misurabili e favorendo l'acquisizione di clienti e brand awareness su larga scala. Lavoriamo, tra gli altri, con brand di rilievo come Urban Jungle, Project Invictus, Deliciou (vincitore di Shark Tank Australia), e così via.

Divento bravo nel marketing e nel creare sistemi di vendita che funzionano.

A Novembre 2024, Onik Lab viene acquistata da Underdogs Group.

Su questo profilo documento il mio percorso imprenditoriale e scrivo di marketing e vendita - solo cose concrete, che ho testato sulla mia pelle e che funzionano.

- ✓ Da €0 a €1.7M in tre anni
- ✓ Competenza in Social Media, outreach, advertising, marketing, vendita

↳ Hai proposte di collaborazione? Inviami un messaggio e parliamone.

◆ Top skills
Social Media • Online Marketing • Sales • Direct Marketing • vendita



- Featured section con case study e prove sociali Posizionamento



Featured

+

Z

Post
Alla fine è successo.
...



LEADER-D
HARD TECH

ON Lab

84 · 41 comments

Link
Prenota una consulenza gratuita 1:1 con me o il mio team
Prenota Ora

Ricevi Le Migliori Strategie,
Gratis
domenicoitolò.it

Rivelò le strategie di acquisizione
clienti che hanno fatto crescere
la mia azienda fino a 20
Collaboratori.

Accesso istantaneo a Guide,...

**Prenota Una Consulenza
Gratuita**
api.leadconnecthq.com
Ecco gli obiettivi di una sessione
gratuita di Consulenza 1-1 di 30
minuti con me o il mio team...
Identificare le 3-5 sfide/collis
bottiglia che ti impediscono di...

- Servizi ben esposti con recensioni verificate di clienti (meglio se di rilievo)

Strategia di Contenuti

14 Tipi di Post che Convertono:

- Case Study (risultati specifici)
- Behind the Scenes (processi)
- Micro-Learning (insegnamenti)
- Lead Magnet (risorse gratuite)

1. Hook che ferma lo scroll
2. Storytelling che aggancia
3. Punti chiave formattati bene
4. Call to action che converte

Framework Testati

- PAS (Problema, Agitazione, Soluzione)
- AIDA (Attenzione, Interesse, Desiderio, Azione)
- Hook/Story/Offer



5.0 · August 13, 2024

Domenico and his team have been outstanding. In 5 short months together we have exploded my social media accounts. I have a very niche business and he was able to help me take my instagram (among other accounts) from about 2k followers to over 25k followers, and this has had a huge impact on my I... see more

I Lead Magnet

Perché ti serve un lead magnet?

- Sono sales asset che puoi usare in qualsiasi funnel via ads (tipo mandare traffico da Meta ad una landing con il case study)
- Per far partire conversazioni in DM via LinkedIn/Instagram (es. Commenta la parola "REGALO" e ti manderò X)
- Per raccogliere i contatti delle persone per creare la tua futura newsletter ed una fonte di traffico che possiedi (vogliamo diversificare il rischio e non mettere tutte le uova in un panierino: LinkedIn)

- Per fare follow-up di valore con prospect diventati freddi.

④ Definizione di lead magnet: Una soluzione completa ad un problema specifico del cliente data via gratis o con uno sconto importante, per attrarre potenziali clienti.

Quello che il lead magnet dovrebbe fare è **rivelare il prossimo problema del cliente** → risolto dalla tua offerta core.

Esempio: se vendi servizi di gestione social → il lead magnet ti spiega come trovare idee di contenuto virale ed ottenere views → Problema che sblocca "Che ci faccio con le views? Come le trasformo in clienti? Cosa faccio quando le views calano?"

Come creare un lead magnet

- Scegli CHI e QUALE problema risolvere
- Scegli COME vuoi risolvere il problema
 - Rivelare il problema
 - Rivelare il loro problema: Pensalo come una "diagnosi." Funziona benissimo per problemi che peggiorano se aspetti.
 - Test di velocità sul sito web
 - Analisi della postura
 - Ispezione termici
 - Prova gratuita
- Campioni e Prove Gratuite: Pensalo come "un assaggio." Limita il numero di utilizzi, il tempo di accesso, o entrambi.
- Server più veloce per ridurre i tempi di caricamento del sito
- Check-up postura schiena gratuito

- Alimenti, cosmetici—qualsiasi consumabile. "Formato mini"
- Step gratuito (1 di molti)
 - Un passo di un processo multi-step: Pensalo come "uno dei tanti passi".
 - Corso gratuito/calcolatrice/template che ti fa fare il primo di tanti passi per risolvere il problema
- Scegli il metodo di delivery
 - Software: Ti fornisce uno strumento.
 - Foglio di calcolo
 - Dashboard per palestre che fornisce tutte le statistiche rilevanti e le confronta con le medie del settore.
 - Informazione: Insegna loro qualcosa.
 - Corsi, lezioni, interviste con esperti, presentazioni principali, eventi dal vivo, errori e lezioni, trucchi/consigli, ecc. Qualsiasi cosa da cui possano imparare.
 - Offri un mini corso alle palestre su come scrivere un annuncio.
 - Servizi
 - Lavori gratuitamente per loro. Regola la loro schiena. Esegui un audit del sito web. Trasforma il loro video in un ebook.
 - Gestisci gratuitamente gli annunci dei proprietari di palestre per 30 giorni.
 - Prodotti fisici: Ti danno qualcosa che puoi letteralmente toccare con mano. Integratori, guantoni da boxe, ecc.
 - Vendti un libro fisico con le strategie per ottenere più leads nella tua nicchia di riferimento.
 - Dagli un Nome
 - Fai un sondaggio tra le persone per scoprire il nome vincente (A vs B)

⚠ Ricorda: Il lead magnet deve essere di valore—se non lo è, avranno investito il loro tempo per nulla e non compreranno mai più da te.

Z

□ P.S. Hai trovato del valore fin qui? Riscatta un audit **gratuito** della tua attività in 12 secondi:

Riscatta l'Audit Gratuito

Domenico Vitolo posted this • 1mo



Ho firmato +121 clienti in agenzia, e MAI senza follow-up.

"Money is in the follow up", dicono negli USA....

▲ **33,930**
Impressions

...show more



558 comments

Domenico Vitolo posted this • 2d



Ho analizzato +47 aziende B2B che fatturano tra i €250k e i €750k all'anno.
...
...

▲ **16,936**
Impressions

...show more



153 comments

Questi sono i risultati dei miei ultimi due lead magnet

1. Scegli il lead magnet da testare
2. Crea un copy accattivante ed una Call To Action chiara e forte

Domenico Vitolo - You
Ho aiutato Urban Jungle, Project Invictus e altre aziende simili a ...
4w · ④

"Money is in the follow up", dicono negli USA.
Ma se ti capita spesso di farli senza ottenere risultati...
Ecco i 3 errori che molto probabilmente stai commettendo (senza accorgertene),

...

1. Scrivi frasi deboli come "Hai letto?" o "Che ne pensi?" che sono poco incisive e senza valore.

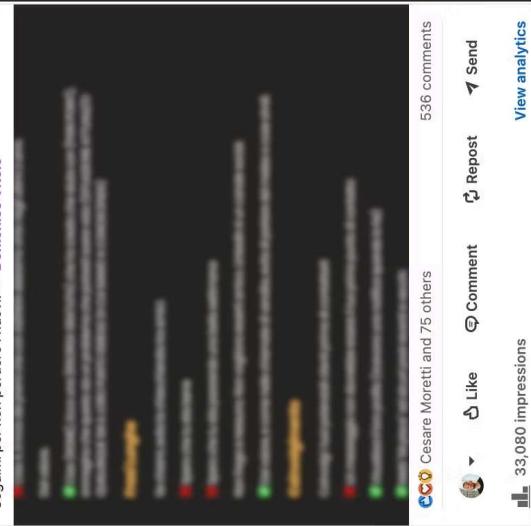
2. Mandi follow-up a caso, senza strategia o tempismo.

3. Ti manca una lista di messaggi copia/incolla da adattare al momento. E ricorda che se i tuoi follow-up non funzionano, o sono fatti male o stai puntando a cliente sbagliato.

Vuoi una guida su come li facciamo noi in azienda (stanno funzionando)?

Commenta REGALO e te la invio gratis in privato!

Scrivo ogni giorno un contenuto di vendita o marketing su LinkedIn. Seguimi per non perdere i nuovi!  Domenico Vitolo



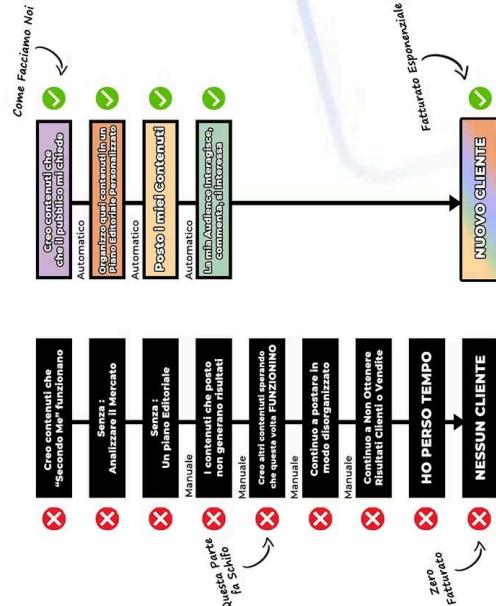
- Crea una landing page semplicissima in cui richiedi nome ed indirizzo mail per scaricare la guida



Scarica la guida ai Follow-Ups per generare clienti B2B in modo prevedibile

Senza sembrare insistente, fastidioso o egoista.

[SCARICA ORA \(GRATIS\)](#)



Come Fissare Appuntamenti

Ecco la struttura del messaggio per ottenere il massimo delle risposte dopo l'invio del lead magnet:

- Un saluto – Accogliente e personalizzato.
- Spiega perché stai scrivendo un DM – Usa la recency (es. un commento recente).
- Ricorda loro il risultato che vogliono ottenere – Crea una connessione emotiva.
- Invia il link – Offri valore immediato.

- Domanda qualificante – Per ottenere una risposta.

Se usi questo script e il tuo lead magnet è davvero utile, le persone si sentiranno quasi obbligate a risponderti.

Lo Script

"Hey, ho visto che hai commentato il mio post su {Nome del Post}. Ecco il {Nome della Risorsa} che mi ha aiutato a {risultato desiderato}: [INSERISCI IL LINK QUI] {Domanda qualificante per ricevere risposta}."

- ① L'unico elemento che ti suggerisco di testare è cambiare ogni volta è la domanda qualificante alla fine, poiché sarà specifica per la tua offerta.

Le Regole del DM Setting su LinkedIn (e ovunque)

Le regole per impostare un DM efficace sono simili a quelle per mantenere viva una conversazione via messaggio sul telefono.

Regola chiave: Concludi sempre il tuo messaggio con una domanda.

R = Relate (Connetti) → Specchia il loro linguaggio → Condividi esperienze simili → Mostra che capisci il loro problema

V = Value (Dai Valore) → Condividi una risorsa gratuita → Offri un consiglio pratico → Risolvi un piccolo problema

Q = Question (Qualifica) → Fai domande strategiche → Scopri i loro obiettivi → Identifica i pain points

Le Domande Qualificanti

Pensa a tutte le informazioni che "qualificano" il tuo cliente ideale e ai risultati desiderati dal tuo potenziale cliente.

Ad esempio:

- Spende almeno X euro al mese in ads
- Sta già investendo su X piattaforma
- È attivo in X nicchia
- È nella fase di finanziamento X
- Vuole generare X lead al mese
- Vuole crescere su X canale

Inserisci questi elementi nello script.

Esempio: "*Ecco la {Risorsa} che mi ha aiutato a {risultato desiderato}: → Ecco la guida A-Z che mi ha permesso di generare 17 chiamate lo scorso mese. {Domanda qualificante per ricevere risposta}.*"

Esempio di domanda: "*Sto facendo un sondaggio rapido con chi ha commentato questo post: quante chiamate hai prenotato lo scorso mese da LinkedIn?*"

Esempi di Domande Qualificanti Efficaci (Organizzate per Nicchia e Qualifica)

Vendita di Ads / Budget Pubblicitario:

- *Stai attualmente gestendo ads {specifica della nicchia} con un budget di almeno {budget minimo qualificante}?*
- *Hai campagne pubblicitarie attualmente attive?*
- *Sto facendo un sondaggio veloce con chi ha richiesto questa guida: qual è la cosa principale di cui hai bisogno per crescere ora?*

- Stai già facendo {X azione qualificante}?

Altre Domande che Convertono

- Affettive (Emozioni) → "Cosa ti ha spinto a cercare una soluzione?" → "Qual è la più grande frustrazione in questo momento?" → "Come ti senti rispetto a questa situazione?"
- Procedurali (Processo) → "Come gestisci questo aspetto oggi?" → "Che sistemi hai provato finora?" → "Quali sono i maggiori ostacoli nel processo attuale?"
- Qualitative (Obiettivi) → "Dove vorresti essere tra 6 mesi?" → "Quale sarebbe il risultato ideale?" → "Che impatto avrebbe sul business?"

La Transizione al Meeting

Mai chiedere direttamente una call. Usa questa sequenza:

1. Social Proof "*Abbiamo aiutato [Cliente] a risolvere lo stesso problema, portando [Risultato Specifico] in [Tempo]*"
2. Bridge Question: "*Ti interesserebbe sapere come l'abbiamo fatto?*"
3. Call to Action: "*Ho 2 slot liberi questa settimana per una call esplorativa. Preferisci Giovedì alle 10 o Venerdì alle 15?*"

Errori da Evitare

- Vendere troppo presto
- Messaggi lunghi e complessi
- Follow-up aggressivi
- Mancanza di personalizzazione

L'Outreach Bassato Sui "Segnali"

La verità? Su LinkedIn il 99% delle persone fa "pitch slap" – cercano di vendere al primo messaggio. Il livello è così basso che essere semplicemente "umani" ti farà già distinguere.

Non tutti i lead sono uguali. Ecco come classificarli per priorità:

Segnali ad Alta Priorità → Richieste di connessione → Risposte ai tuoi contenuti → Messaggi diretti

Come Rispondere: 'Ciao [Nome], grazie per la connessione! Sono curioso, cosa ti ha spinto a contattarmi?'

Segnali a Media Priorità → Nuovi follower → Engagement sui post → Commenti

Come Rispondere: 'Hey [Nome], ho visto che segui i miei contenuti. Quale ti è stato più utile finora?'

Segnali a Bassa Priorità → Visualizzazioni profilo → Like occasionali → Engagement passivo

Come Rispondere: 'Ciao [Nome], ho notato che hai dato un'occhiata al mio profilo. Qualcosa in particolare che ti ha incuriosito?'

⚠ Di nuovo: mai vendere al primo messaggio! Piuttosto, fai un'osservazione:

"Ho visto che stai [azione specifica]..."

Mostra Comprensione

"Mi ricordo quando anche io..."

Offri Valore

"Ho una risorsa che potrebbe aiutarti con..."

Chiedi Permesso

"Vuoi che te la condivida?"

La regola d'oro? Se ti senti come un venditore, stai sbagliando approccio. Devi sentirti come un consulente che vuole genuinamente aiutare.



 P.S. Hai trovato del valore fin qui? Riscatta un audit **gratuito** della tua attività in 12 secondi:

[Riscatta L'Audit Gratuito](#)

Z

Come Massimizzare i Risultati

Prima di parlare di vendita, devi capire due principi fondamentali che fanno la differenza tra chi converte e chi spreca tempo in chat che non convertiranno mai.

Curiosità Autentica: non quella finta dei venditori. Quella vera che ti porta a: → Fare domande con genuino interesse → Ascoltare veramente le risposte → Voler capire il loro business

Esempio Pratico: Se qualcuno menziona un problema con le vendite, non saltare subito alla tua soluzione. Chiedi dettagli, scopri il contesto, capisci davvero la situazione.

Relazionabilità: è come incontrare un italiano all'estero: → Parli la stessa lingua → Capisci le stesse sfide → Condividi esperienze simili.

Gestione Pipeline e Organizzazione

E' **fondamentale** tracciare le conversazioni (usa uno spreadsheet o un CRM qualsiasi) e bloccare 1h al giorno per fare follow-up a tutti.

Se non lo farai, tutto ciò che hai fatto fino a qui sarà stato *inutile*.

Fine

Se hai un'azienda di servizi B2B (agenzia, business di consulenza, ecc.), e vorresti generare più leads ed aumentare i tassi di conversione della tua pipeline, così da:

- Generare più lead e convertire con costanza.
- Acquisire clienti con costanza che ti pagano bene e ti rispettano.
- Aumentare i guadagni mentre lavori meno tramite delega e sistematizzazione

Allora **clicca qui** per candidarti e capire se posso darti una mano.

- **Iscriviti alla newsletter**
- **Seguimi su Instagram**

(Clicca le scritte gialle)

