

FASE 1 – Customer Journey Relaz

Fase
Interesse
Lead
Cliente
Advocate

FASE 2 – Flusso avanzato di attiva

Fase selezionata: LEAD
Obiettivo del flusso: Iscrizione a una live info-session gratuita
Evento iniziale: L'utente scarica la guida gratuita dal sito → viene automaticamente registrato nel CRM
Step 1 (dopo 1 giorno): invio email di follow-up → “Partecipa alla nostra live session gratuita con i docenti del master”.
Step 2 (dopo 2 giorni): invio messaggio WhatsApp con link rap

Condizione logica: SE clicca sul link email → invio promemoria il giorno prima via chatbot ; ALTRIMENTI → invio reminder SMS dopo 3 giorni
Obiettivo: iscrizione alla sessione informativa dal vivo.

FASE 3 – Sistema di monitoraggio

KPI
1. Tasso apertura email
2. Risposte al chatbot onboarding
3. Conversione lead → iscrizione sessione

ionale in 4 Fasi

Obiettivo
Attirare lead qualificati
Educare e motivare al contatto/azione
Onboarding e fidelizzazione
Ottenere referenze e passaparola

zione + follow-up

a.

ido per prenotazione.

+ ottimizzazione

Metrica
% di apertura (open rate)
% utenti che completano flusso
% iscrizione su base lead qualificati

Canale principale

Annuncio Facebook +
Email

Email + WhatsApp

Chatbot + Email

Email + Notifiche push

Tool
Mailchimp / ActiveCampaign
Manychat / Chatfuel
GA4 + Zapier + CRM

Contenuto relazionale personalizzato

Guida gratuita: “Come reinventarti digitalmente a 40+”

Serie di 3 email con testimonianze di ex-alunni

Email di benvenuto + chatbot che guida ai primi passi nel master

Email post-completamento con incentivo per referenza (es. coupon)

Valore atteso
$\geq 40\%$
$\geq 60\%$
$\geq 25\%$

Dato chiave da raccogliere

Nome, email, interesse dichiarato

Tasso di apertura e click

Scelta percorso formativo preferito

Numero di referral inviati

Azione correttiva

Test A/B su oggetto + miglioramento copy di preview

Semplificazione flow, inserimento bottoni guida rapida

Reminder multicanale + aggiornamento timing follow-up