

# ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

Un percorso di formazione  
dedicato al **professionista**  
della **progettazione**



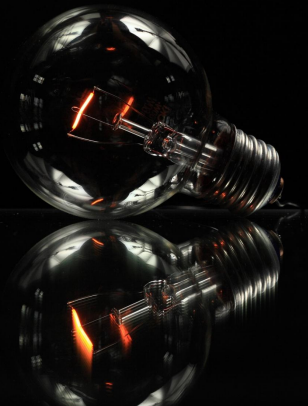
# TRA DIGITAL E SOCIAL, STRUMENTI UTILI AL PROFESSIONISTA

*Marketing Digitale: strumenti per il professionista. Relazioni, coinvolgimento e interazione: il tesoro della rete e dei social media.*

*Facebook e LinkedIn, focus sulla piattaforma business per eccellenza.*

**Mattia Soragni**

Digital Marketing Strategist - Target Hunter  
Coordinatore Growth Hacking - TAG Innovation School





**“Aiuto gli imprenditori  
a generare opportunità  
con il web marketing”**

**Mattia Soragni**

*Digital Marketing Strategist*





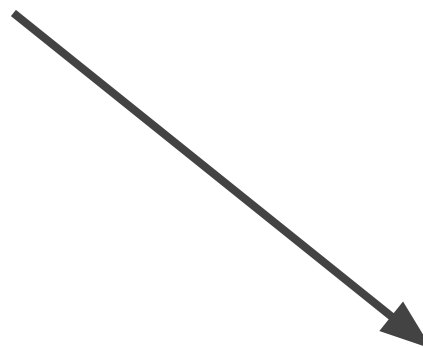
***“Vogliamo aiutare i nostri partner a migliorare il loro business: il web è ormai fondamentale per il successo di qualsiasi azienda”***

**Nicola Varvelli**

*Sales & Marketing Director, Robur S.p.A.*



# WEB MARKETING



## Azioni



# AZIONI

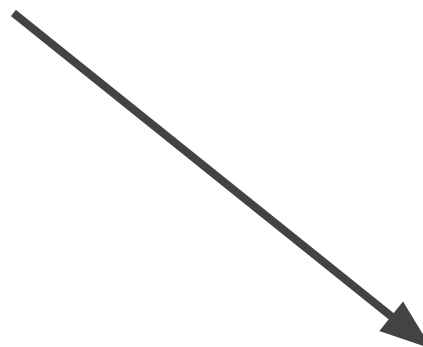
Rappresenta il cosa facciamo  
per promuovere la nostra  
azienda



SEO  
GOOGLE ADWORDS  
FACEBOOK  
LINKEDIN  
EMAIL MARKETING  
BLOG

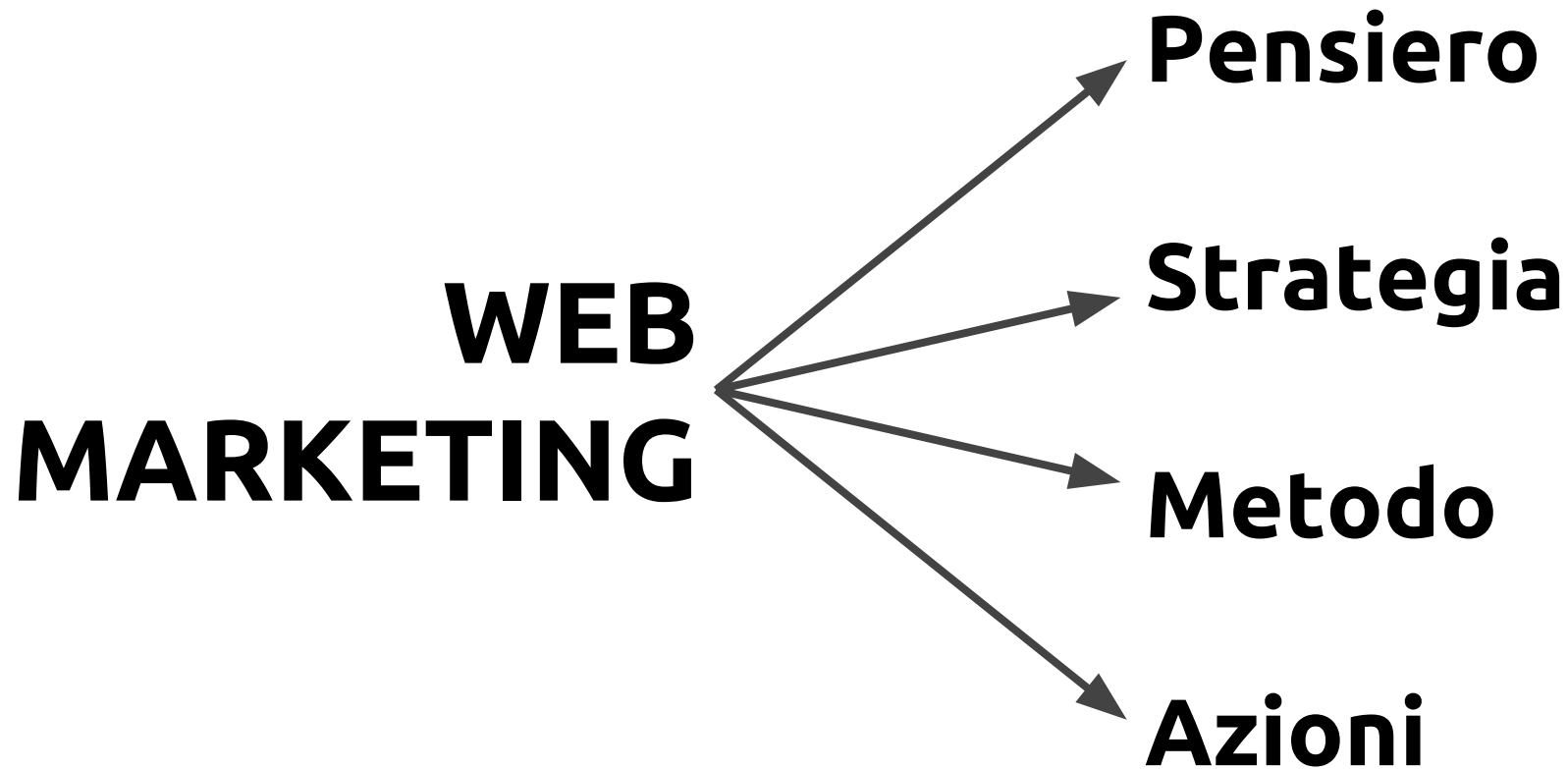


# WEB MARKETING



## Azioni





# PENSIERO

E' la parte teorica: dobbiamo avere una base minima per capire di cosa stiamo parlando



# STRATEGIA

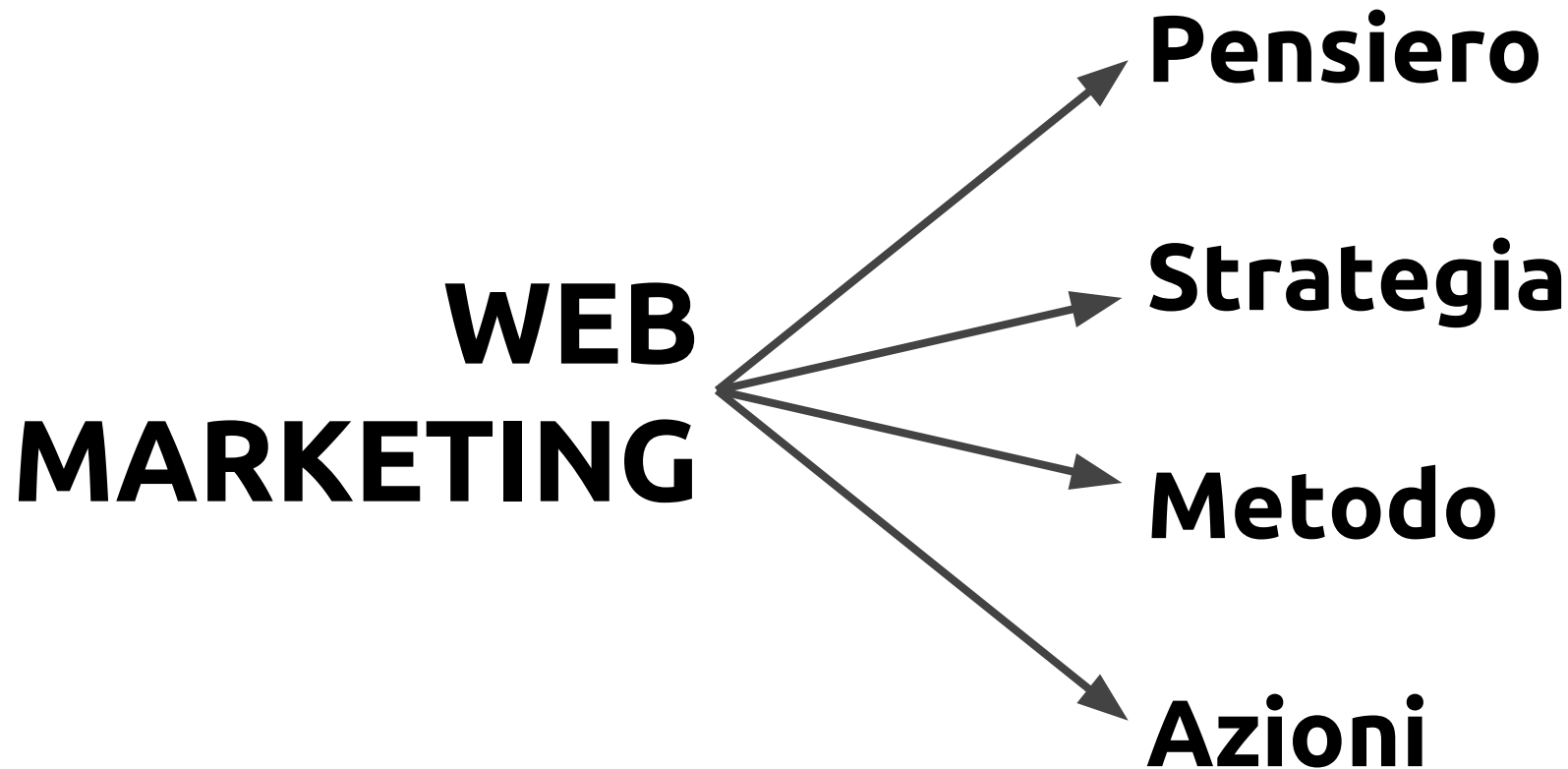
Rappresenta il perché  
dobbiamo fare “qualcosa”

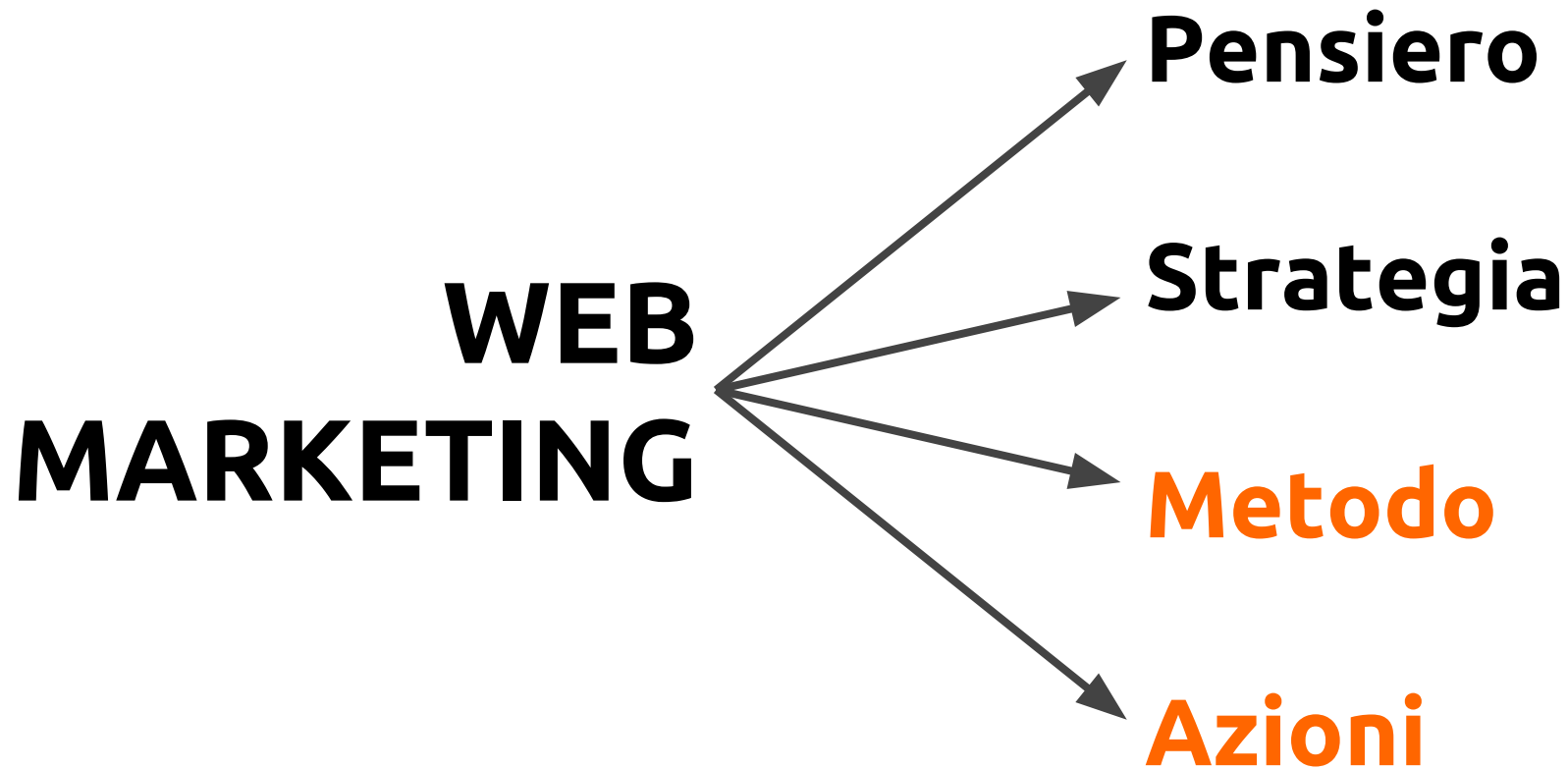


# METODO

Rappresenta il come  
facciamo quel “qualcosa”









***INIZIAMO !***



**??** *Quali servizi/prodotti  
offri ai tuoi clienti?*



**??** ***Perché un cliente dovrebbe acquistare da te?***



**??** *Oggi, come ti promuovi/  
fai conoscere l'azienda?*



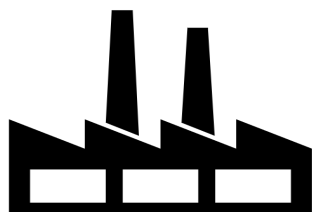
**??** ***Cos'è e a cosa serve  
il web marketing?***





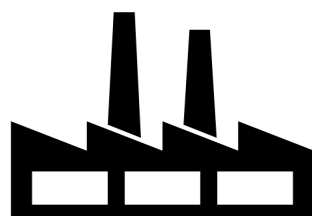
# COSA ACCADE DI SOLITO?





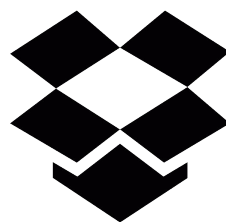
**AZIENDA**





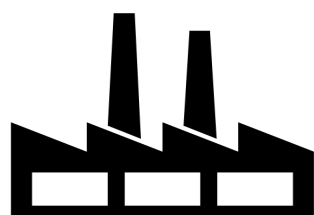
**AZIENDA**

offre



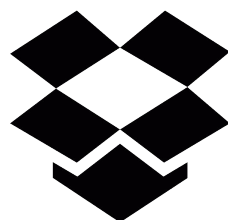
**PRODOTTO**





**AZIENDA**

offre



**PRODOTTO**

cerca di  
convincere



**CLIENTE**



**??** ***Cosa c'è di sbagliato  
in questo approccio?***





*Proporre qualcosa di poco interessante  
quando una persona sta facendo altro  
**NON** è il modo più efficace  
per attirare la sua attenzione*





**PERCORSO DI VENDITA**  
**≠**  
**PERCORSO DI ACQUISTO**



# OBIETTIVO

**CHI VENDE  
(VOI)**

**?**

**CHI ACQUISTA  
(CLIENTE)**

**?**



# OBIETTIVO

**CHI VENDE  
(VOI)**

**Guadagno /  
Fatturato**

**CHI ACQUISTA  
(CLIENTE)**

**?**



# OBIETTIVO

**CHI VENDE  
(VOI)**

**Guadagno /  
Fatturato**

**CHI ACQUISTA  
(CLIENTE)**

**:)**



# OBIETTIVO

**CHI VENDE  
(VOI)**

**Guadagno /  
Fatturato**

**CHI ACQUISTA  
(CLIENTE)**

**Risolvere un  
problema**





# RISOLVERE UN PROBLEMA



# CAMBIO DI PROSPETTIVA

da  
**PRODOTTO**

a  
**SOLUZIONE**

da  
**PREZZO**

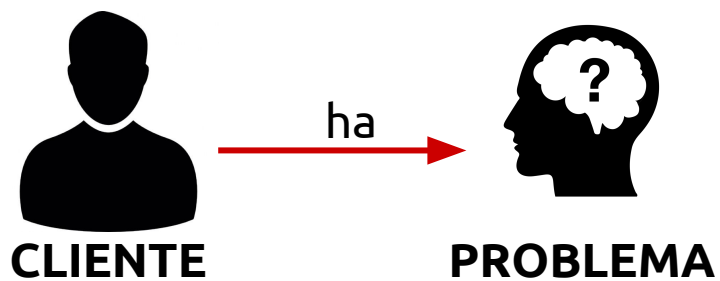
a  
**VALORE**

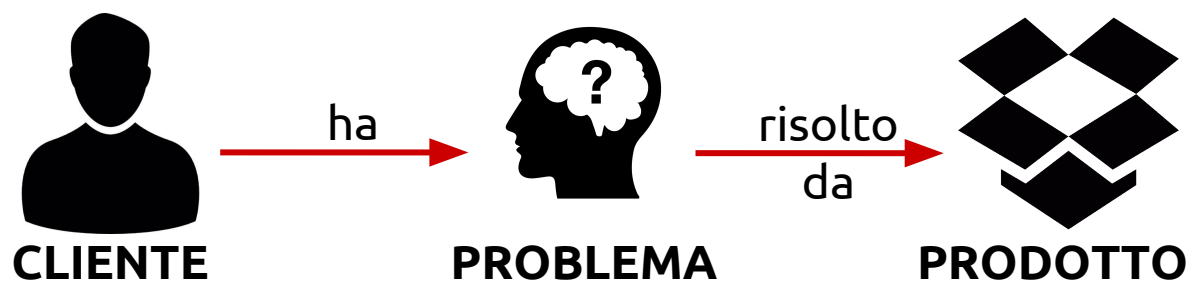
da **PUBBLICITÀ** a **(IN)FORMAZIONE**



**CLIENTE**











*Raggiungere solo le persone che hanno  
un **problema/bisogno** nel momento  
esatto in cui hanno bisogno di una  
**soluzione** che lo risolva*





# GENERAZIONE DI VALORE



# I POTENZIALI CLIENTI



***Chi sono i miei clienti?***





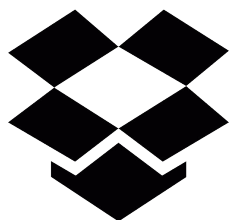
**CLIENTE**

- Chi sono i tuoi clienti?
- Quali caratteristiche hanno?
- Quali problemi vogliono risolvere?
- Quali bisogni vogliono soddisfare?
- Dove cercano informazioni?



**CHI E'****PERCHÉ**  
vuole acquistare**COME**  
acquista / pensa**CLIENTE****QUANDO**  
decide di  
acquistare**DOVE**  
acquista /  
si informa**COSA**  
obbiettivo da  
raggiungere

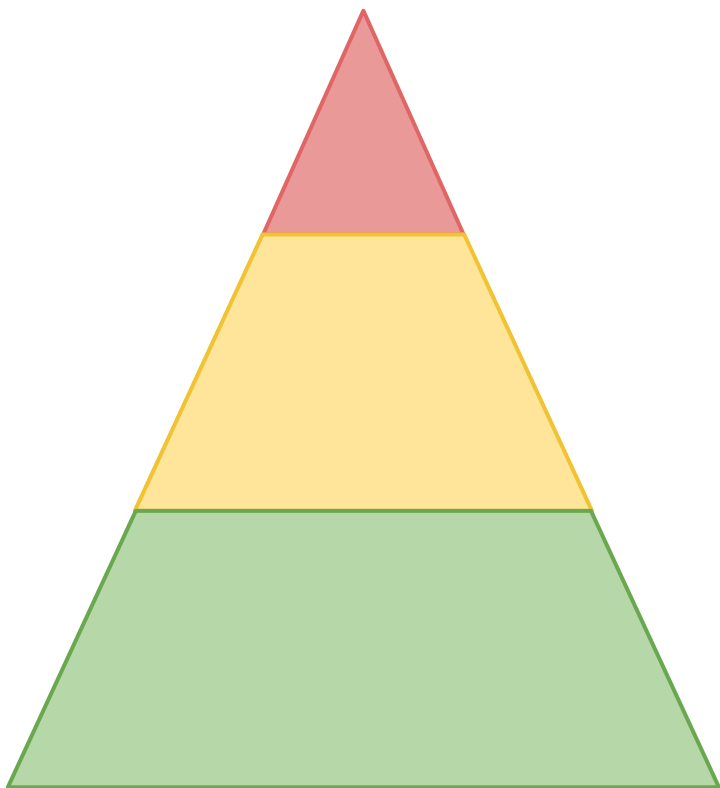
# IL TUO PRODOTTO

**PRODOTTO**

- Quali sono i tuoi prodotti/servizi?
- Quali caratteristiche hanno?
- Quali bisogni/problemi risolvono?

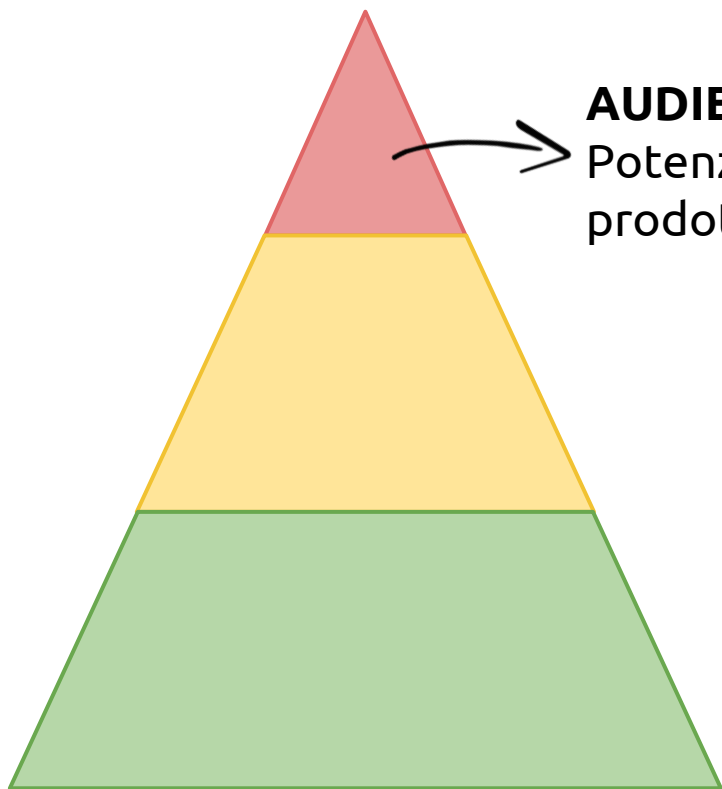


# IL TUO MERCATO



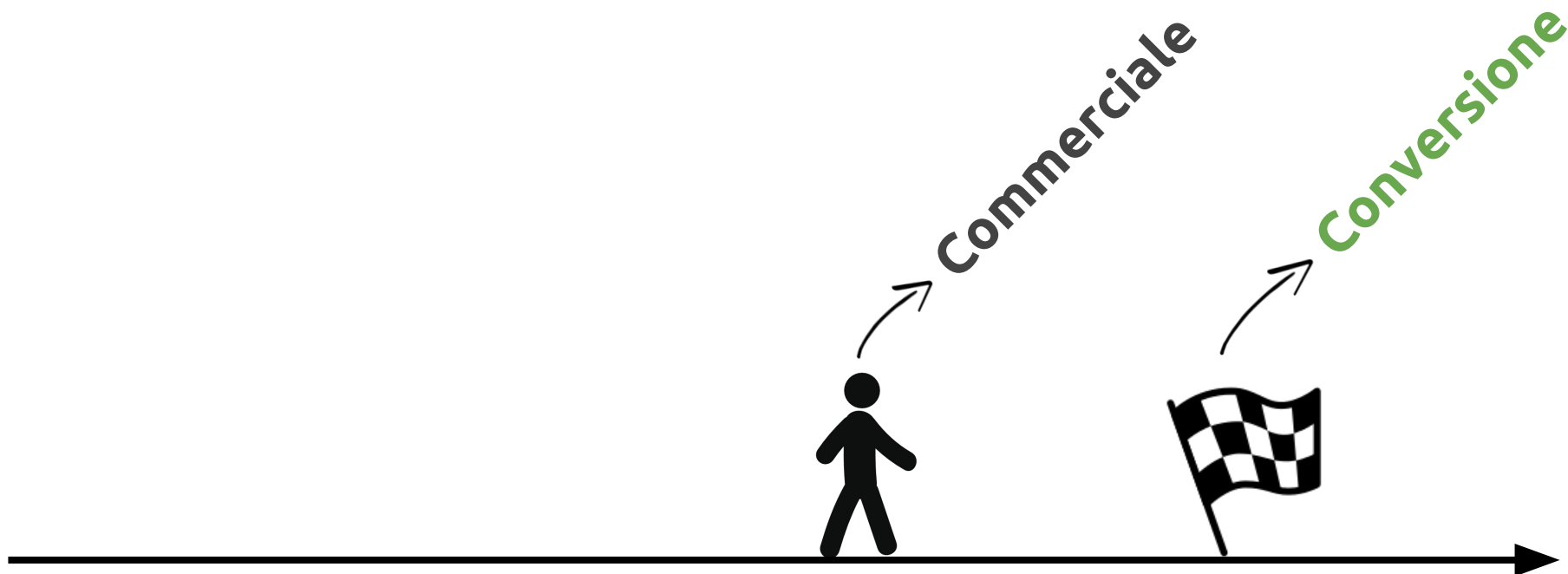
**Questo è il tuo mercato :)**

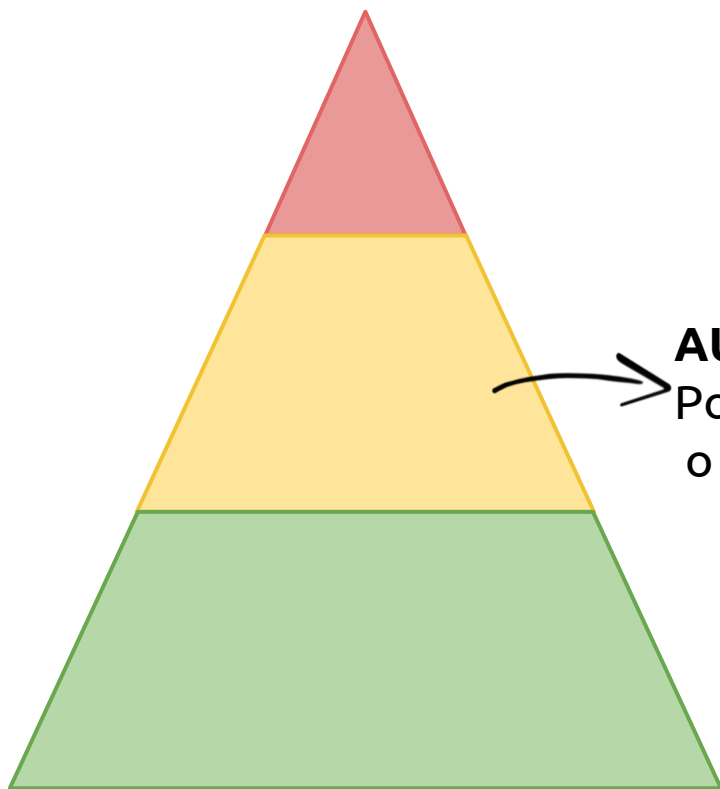


**AUDIENCE COMMERCIALE**

Potenziali clienti, cercano in modo attivo il prodotto/servizio con una intenzione di acquisto.

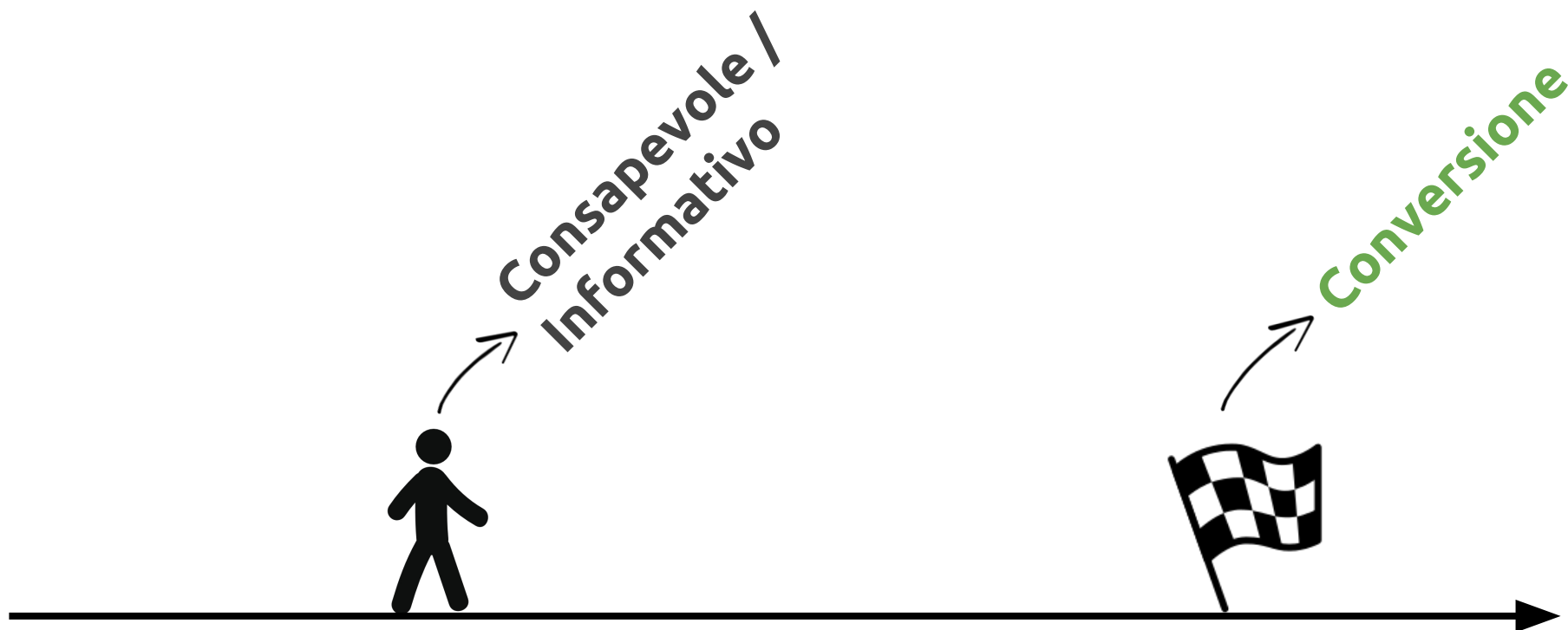


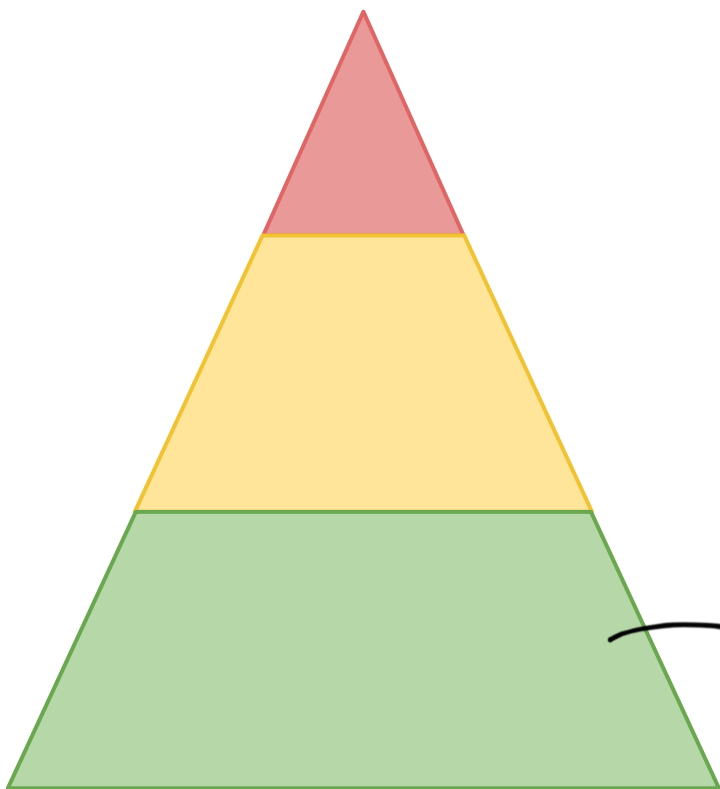


**AUDIENCE INFORMATIVO**

Potenziali clienti consapevoli di avere un problema o un bisogno, cercano attivamente una soluzione.



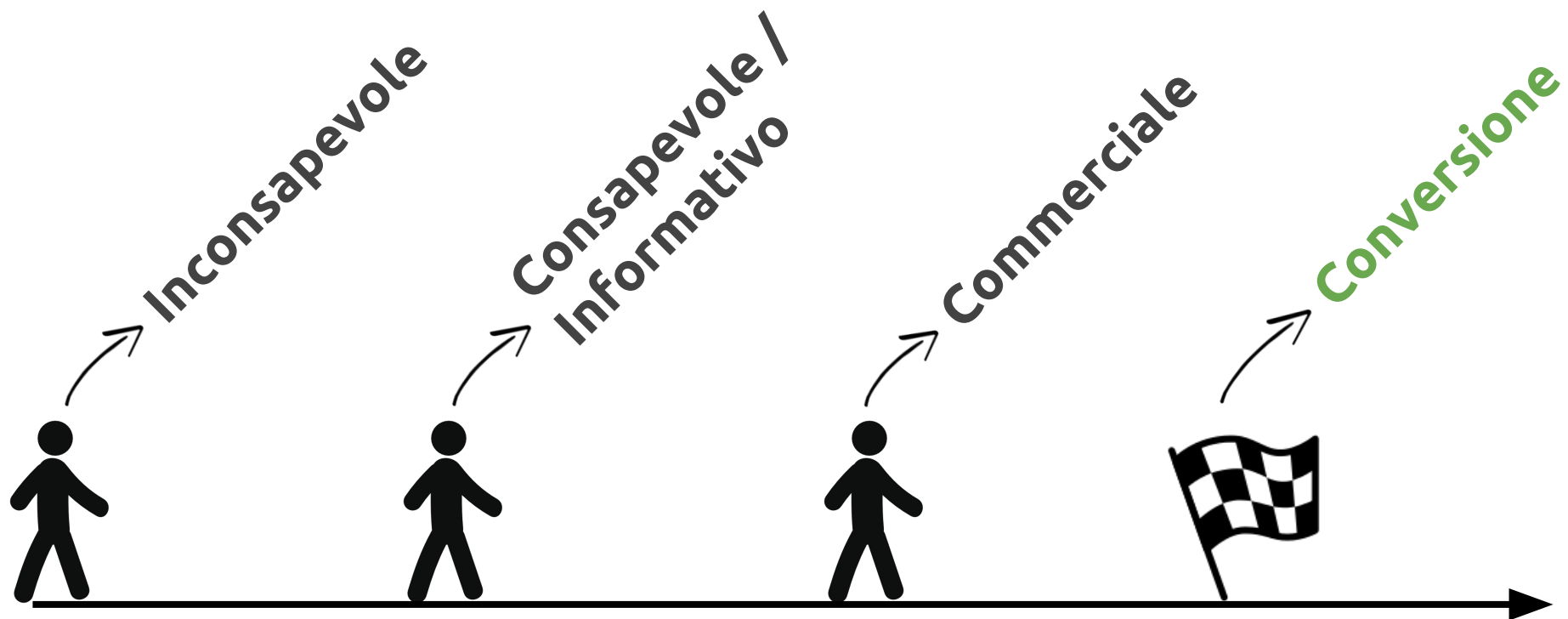


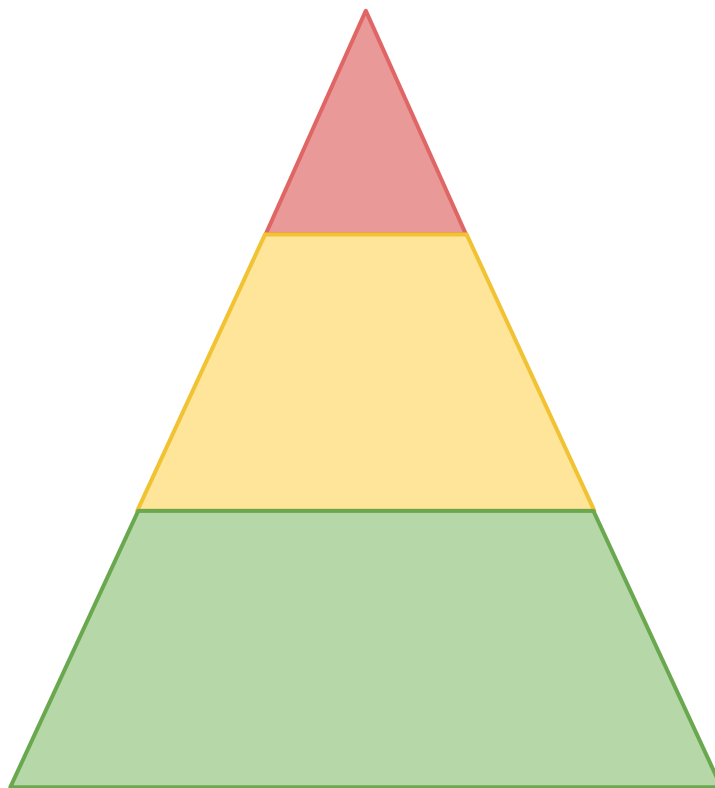
**AUDIENCE INCONSAPEVOLE**

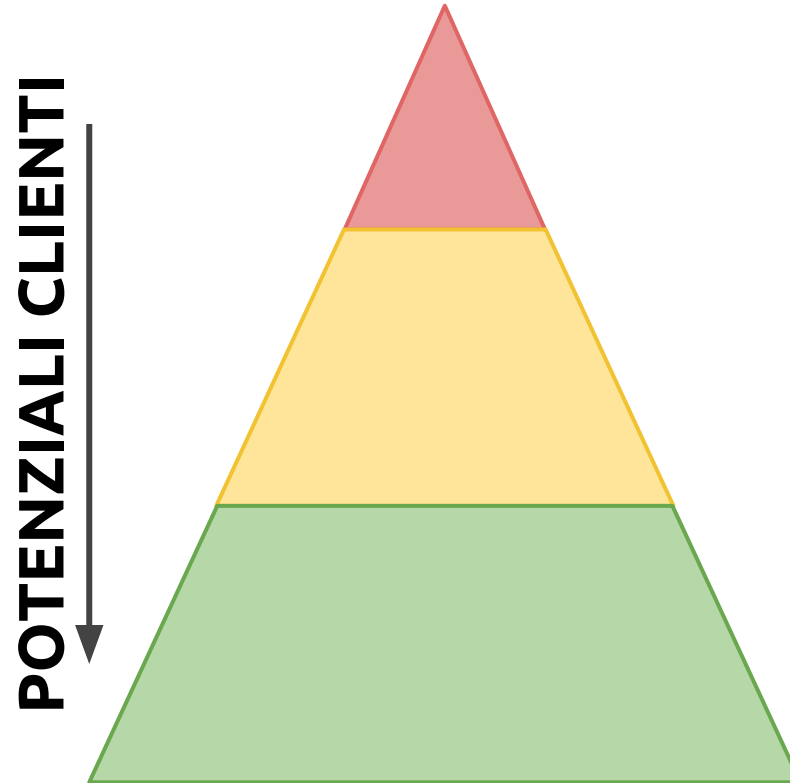
Potenziali clienti in linea con il nostro cliente ideale, ma non ancora consapevoli del problema/bisogno.

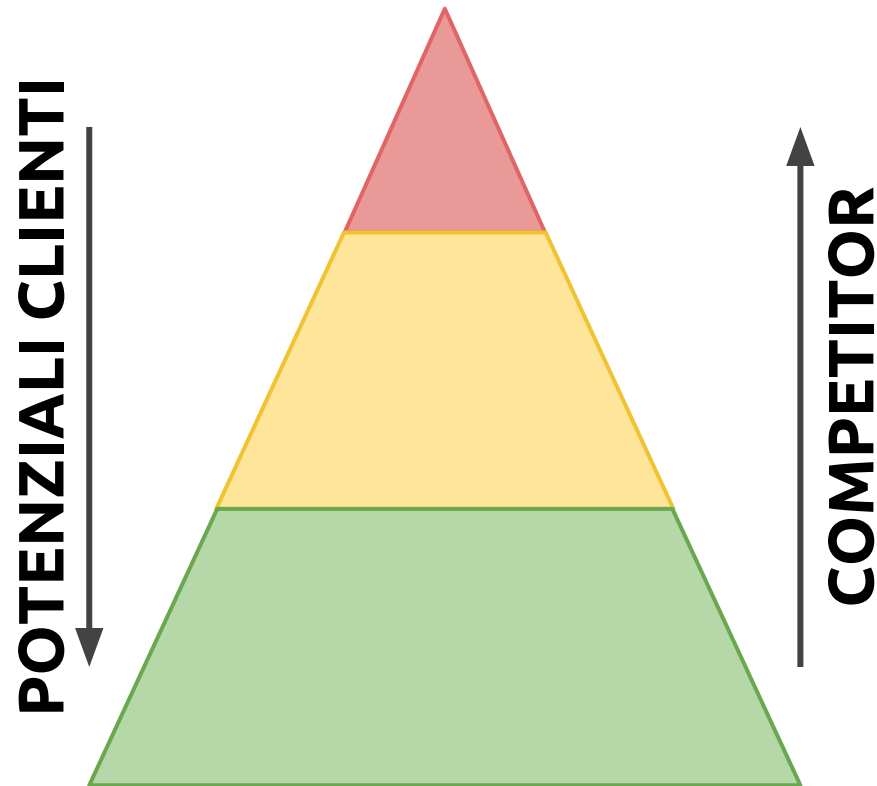












# I CANALI

SEO

PAID SEARCH

PAID DISPLAY

SOCIAL ORGANICO

SOCIAL ADV

FORUM/COMMENTI

DIGITAL PR

DEM

NEWSLETTER

BLOG

CONTENT MARKETING

RE-MARKETING

WEBINAR/VIDEO/AUDIO

CUSTOMER SERVICE



| AUDIENCE                                                                          |                                                                                    |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| INCONSAPEVOLE                                                                     | INFORMATIVO                                                                        | COMMERCIALE                                                                         |
|  |  |  |



# SEO

## *(Search Engine Optimization)*

**SEO**

Intercettiamo le persone che cercano “un problema” sui motori di ricerca



Circa 8.750.000 risultati (0,69 secondi)

## Robur: Impianti di riscaldamento e condizionamento

[www.robur.it/](http://www.robur.it/) ▼

**Robur** realizza impianti per riscaldamento ad altissima efficienza, condizionamento e refrigerazione a gas metano/GPL. Vai al sito!

Hai visitato questa pagina in data 04/07/17

Risultati di robur.it



### Pompe di Calore

Molteplici sono i vantaggi offerti dalle pompe di calore ad ...

### K18

K18 è la pompa di calore a gas naturale più efficiente sul mercato.

### Ricerca guidata

Usa la ricerca guidata: seleziona l'ambiente. C. EDILIZIA PUBBLICA.

### GAHP-A

Per riscaldare e produrre acqua calda sanitaria ad alta efficienza ...

### TROVA SPECIALISTA DI ZONA

Scopri di più su TROVA SPECIALISTA DI ZONA sul sito ...

### Carriere

CARRIERE. Quello che in Robur facciamo da anni è cercare ...

## Robur, svolta consumer per le caldaie - Repubblica.it

[www.repubblica.it](http://www.repubblica.it) > Economia > Affari e finanza

19 dic 2016 - È prodotta interamente in Italia dalla bergamasca **Robur**, che con questo prodotto punta a raddoppiare il fatturato, ed è stata studiata per ...

Tutti

Immagini

Shopping

Maps

Video

Altro

Impostazioni

Strumenti

Circa 399.000 risultati (0,54 secondi)

### Strutture Sportive| Impianti Riscaldamento e Raffrescamento Robur

[www.robur.it/sistemi\\_di\\_riscaldamento\\_e\\_raffrescamento\\_per\\_strutture\\_sportive](http://www.robur.it/sistemi_di_riscaldamento_e_raffrescamento_per_strutture_sportive) ▼Vuoi saperne di più sugli **impianti di riscaldamento** e **raffrescamento Robur per Strutture Sportive**?

Scopri le nostre offerte e contattaci per un preventivo!

### Warmset | Riscaldamento per campi sportivi

[www.warmset.com/riscaldamento-per-campi-sportivi/](http://www.warmset.com/riscaldamento-per-campi-sportivi/) ▼

Calore costante e omogeneo per palestre o tensostrutture. ... superfici e di essere particolarmente adatti al **riscaldamento di strutture sportive** e ricreative. ... Gli **impianti termici di Warmset** sono adatti a tutti i tipi di terreni e possono riscaldare ...

### Blowtherm spa - Generatori per impianti sportivi

[www.blowtherm.it/settore-riscaldamento/generatori-per-impianti-sportivi.html](http://www.blowtherm.it/settore-riscaldamento/generatori-per-impianti-sportivi.html) ▼

Blowtherm ha messo a punto un prodotto veramente innovativo per il settore del **riscaldamento di impianti sportivi** indoor collocati in strutture pressostatiche o ...

### Sistemi di riscaldamento per impianti sportivi | Systema

<https://www.systema.it/referenze/impianto-sportivo-valdepenas.html> ▼

Sistemi di **riscaldamento per impianti sportivi** realizzati con tubi radianti INFRA.

### Riscaldamento per impianti sportivi, tennis e calcetto

[www.ecotennis.it/](http://www.ecotennis.it/) ▼

ECOtennis: sistema di **riscaldamento** con gruppi termici a condensazione per **impianti sportivi**, campi da tennis o calcetto coperti con palloni pressostatici o ...

### SKID SPORT Riscaldamento dei terreni di gioco degli impianti sportivi ...

[www.riscaldamentoelettrico.it](http://www.riscaldamentoelettrico.it) > Linea FLAT > Per Esterni ▼

SKID SPORT sistema anti-ghiaccio per **impianti sportivi** esterni ... offre un'ampia gamma di soluzioni per il **riscaldamento per irraggiamento per campi sportive**, ...

### Coperture per impianti sportivi: tendenze, prodotti, nuove tecnologie ...

[www.sportindustry.com/site/Home/Complementi/.../articolo1007373.html](http://www.sportindustry.com/site/Home/Complementi/.../articolo1007373.html) ▼

Arcadia: sistema di copertura per **impianti sportivi** ... normativa e ricicla totalmente i materiali di scarto usandoli per il **riscaldamento** della fabbrica e degli uffici.



impianti di riscaldamento condominio

suggest

Web

Italian / Italy

100%

Keywords found 20

Word Cloud

Keywords selected 0



Filter...

View as text

Download all

Reset

\_ | a | c | d | i | m | r | s

| <input type="checkbox"/> | Keyword                                            |
|--------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti di riscaldamento condominio             |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti di riscaldamento condominiale           |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianto di riscaldamento condominiale proprietà |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti di riscaldamento nel condominio         |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti di riscaldamento per condomini          |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianto autonomo di riscaldamento condominio    |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti di riscaldamento nei condomini          |

|                          |                                                                      |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ▼ distacco impianto di riscaldamento condominiale                    |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianto di riscaldamento in condominio                            |
| <input type="checkbox"/> | ▼ svuotamento impianto di riscaldamento condominiale                 |
| <b>a</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianto di riscaldamento autonomo condominio                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ adeguamento impianto di riscaldamento condominiale                 |
| <b>c</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianto di riscaldamento centralizzato condominiale               |
| <input type="checkbox"/> | ▼ distacco dall'impianto di riscaldamento centralizzato condominiale |
| <b>d</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ distacco impianto di riscaldamento condominiale                    |
| <b>i</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ impianti autonomi di riscaldamento in condominio                   |
| <b>m</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ manutenzione impianto di riscaldamento condominiale                |
| <b>r</b>                 |                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | ▼ rifacimento impianto di riscaldamento condominiale                 |

## PUNTI DI FORZA:

- “Gratis”
- Visibilità di lungo periodo
- Non vincolato a budget

## PUNTI DEBOLI:

- Serve tempo per raggiungere un buon posizionamento
- Servono tanti contenuti



| AUDIENCE SEO  |             |             |
|---------------|-------------|-------------|
| INCONSAPEVOLE | INFORMATIVO | COMMERCIALE |
|               |             |             |



| AUDIENCE SEO  |                                                                                    |                                                                                     |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| INCONSAPEVOLE | INFORMATIVO                                                                        | COMMERCIALE                                                                         |
|               |  |  |



## Domande Guida:

- Cosa cercano i tuoi clienti?
- Quali domande si fanno relativamente al tuo prodotto?
- Quali informazioni vorrebbero conoscere in merito al tuo prodotto?



# PAID SEARCH

## *(Google AdWords)*

**PAID  
SEARCH**

Intercettiamo le persone che cercano “un problema” sui motori di ricerca, con maggior controllo



Tutti

Shopping

Immagini

Notizie

Video

Altro

Impostazioni

Strumenti

Circa 205.000 risultati (0,36 secondi)

## Risultati di Google Shopping per illuminazion...

Sponsorizzati ⓘ



Lampada led  
illuminazione ...  
8,95 €  
Ledkia.com



Lampione  
lampada led ...  
100,00 €  
Silamp.it



Apparecchio led  
spire 60w  
199,95 €  
Ledkia.com



Apparecchio led  
spire 40w  
159,95 €  
Ledkia.com



Lampione  
Stradale Solare  
149,95 €  
ProduceShop.it  
Spediz. gratuita

## Illuminazione Stradale LED - Efficienza e Risparmio - ledkia.com

[www.ledkia.com/Illuminazione/Stradale](http://www.ledkia.com/Illuminazione/Stradale) ▼ 02 8973 0641

Apparecchi e Lampade LED. Altamente Potenti e di Gran Qualità. Invio 24 Ore!

Tipi: Apparecchi Stradali, Lampade LED, Braccio a Parete

Apparecchi LED - Lampade LED - Prezzi Speciali - Lampade a LED - Componenti LED

## Illuminazione Stradale a LED - Soluzioni per i Professionisti - niteko.com

[www.niteko.com/Illuminazione/Stradale-Led](http://www.niteko.com/Illuminazione/Stradale-Led) ▼

Apparecchi LED +Efficienti +Affidabili:Richiedi Progetto Personalizzato Gratuito

## Illuminazione stradale: luci e lampioni LED - Philips Lighting

[www.lighting.philips.it/sistemi/aree-sistemiche/public-spaces/strade-e-vie](http://www.lighting.philips.it/sistemi/aree-sistemiche/public-spaces/strade-e-vie) ▼

Soluzioni di illuminazione LED per vie e strade che assicurano un risparmio energetico ottimale.

## Illuminazione Stradale Led-in - AEC Illuminazione

[www.aecilluminazione.it/catalogo/stradale/led-in](http://www.aecilluminazione.it/catalogo/stradale/led-in) ▼

LEDin è un apparecchio per illuminazione stradale a tecnologia LED.

## Prodotti &gt; Il Futuro della Luce &gt; Illuminazione stradale LED ... - Disano

[www.disano.it/it/prodotti/disano-il-.../illuminazione-stradale-led/risparmiare-energia](http://www.disano.it/it/prodotti/disano-il-.../illuminazione-stradale-led/risparmiare-energia) ▼

Il continuo moltiplicarsi di informazioni diverse sulla possibilità e sull'opportunità di utilizzare LED per l'illuminazione stradale ha reso necessario un chiarimento ...

## **PUNTI DI FORZA:**

- Visibilità “immediata”
- Analisi e Test

## **PUNTI DEBOLI:**

- Visibilità collegata alla disponibilità di budget
- Serve budget



## AUDIENCE PAID SEARCH

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## AUDIENCE PAID SEARCH

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## Domande Guida:

- Cosa cercano i tuoi clienti?
- Quali domande si fanno relativamente al tuo prodotto?
- Quali informazioni vorrebbero conoscere in merito al tuo prodotto?



# PORTALI VERTICALI

# **PORTALI VERTICALI**

Intercettiamo le persone che visitano determinati siti web in linea con il profilo “cliente” di nostro interesse





01 02 03 04 **05** 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

**HOME**  
01

**ARCHITETTURE**  
02

**CASE & INTERNI**  
03

**CONCORSI**  
04

**EVENTI**  
05

**PROGETTI**  
06

**PROGETTISTI**  
07

**BLOG**  
08

**PRODOTTI**  
09

cerca in archiportale

**Search**

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER**  
SUBSCRIBE FOR FREE WEEKLY MAG

Archivio Newsletter

Archivio DEM

 **Cerca Prodotti**

**cerca**

 **knauf INVOLUKRO**

**ISOLASTRE® KNAUF**  
 **SCARICA IL NUOVO CATALOGO**

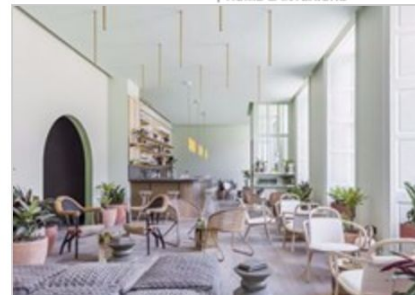
**ARCHITETTURE**

ARCHITECTURES



**CASE & INTERNI**

HOME & INTERIORS



**Kerakoll Design**

**Amministratori Regolamenti Assemblee Parti Comuni Lastrico Solare Spese Canna Fumaria Balconi/Verande/Terrazze Morosità Decoro**

**Ebook,Libri**  **Newsletter** **Sentenze** **Forum** **Rumori** **Caldo/Freddo** **Animali** **Locazioni** **Immobili** **Impianti** **Ascensori** **Tetti** **Millesimi**

**Infiltrazioni** **Parcheggio** **Cortile,Verde** **Servitù/Usucap./Distanze** **Muri/Finestre/Facciate** **Portiere** **Scale,Androne** **Lavori,Difetti** **Danni/Insulti** **Vita di Condominio**



05/07/2017

CondHotel. Ecco lo schema aggiornato del nuovo decreto >

05/07/2017

Eternit a copertura del tetto. Il preliminare di compravendita è valido >

04/07/2017

Utilizzo del bene comune: per essere illegittimo occorre la definitiva sottrazione. >

04/07/2017

DDL Concorrenza. Alcuni effetti per gli amministratori di condominio >

04/07/2017

A formare gli amministratori di condominio ora ci pensa la Regione >

## Altre News

04/07/2017

Quorum necessari per la sostituzione di una delibera condominiale >

04/07/2017

Cani nel giardino condominiale. Possono accedervi a condizioni che siano rispettate le regole di igiene e sicurezza >

05/07/2017

Home restaurant in condominio. Un'importante occasione per i proprietari immobiliari >

**IperFibra Vodafone**  
chiamate illimitate verso Mobili

da **20€\***  
ogni 4 settimane



**Attiva subito**

\*FTTH velocità in download solo a Milano, Bologna e Torino. Offerta valida solo per i clienti Vodafone.

## FORUM CDW



1. **Assemblea che rinuncia alla garanzia del costruttore**
2. **Ripartizione spese ascensore**
3. **Disdetta contratto di affitto dopo i 4+4 come impostare la lettera?**
4. **Spesa per adeguamento impianto riscaldamento + termovalvole e contabilizzatori**



FORMAZIONE PROFESSIONALE PER  
AMMINISTRATORI DI CONDOMINIO  
A PARTIRE DAL 1968

**CORSO PROPEDEUTICO** per  
**AMMINISTRATORI**  
**DI CONDOMINIO**

Corso di Formazione Iniziale  
(art. 71-bis d.a.c.c.)

Garanzia "OCCLUSATO O RIMBORSATO"



**PENETRON**  
INTEGRAL CAPILLARY CONCRETE WATERPROOFING SYSTEMS

SOLUZIONI  
PER STRUTTURE  
INTERRATE



**ROBUR** ✓

Produttore

📍 Viale Parigi 4/6 - 24040 Verdellino (BG) Italia

☎ +39035888333 📠 +39035884165

🌐 Website



[Contatta](#)



[Tweet](#) [8+ 1](#) [0](#)

[Tutti i prodotti](#) | [Collezioni](#)

## Cerca Tecnici e Imprese

🏢 Nome azienda, attività o categ...

📍 Località, indirizzo

[Cerca](#)

Vuoi inserire la tua attività? [Iscriviti](#)

**SottoCoppo**



Vuoi inserire la tua attività? [Iscriviti](#)

**SottoCoppo**



## Tutti i prodotti ROBUR

Filtra Prodotti

Rilevanza ▼



**K18 / ROBUR**  
Pompa di calore



**GITIÉ / ROBUR**  
Gruppo integrato trivalente da installazione esterna



**GAHP-A / ROBUR**  
Pompa di calore aerotermica



**GAHP-AR / ROBUR**  
Pompa di calore aerotermica reversibile



**GAHP-GS / ROBUR**  
Pompa di calore geotermica



**GAHP-WS / ROBUR**  
Pompa di calore idrotermica



Vuoi inserire la tua attività? Iscriviti

**SottoCoppo**



**GeN2<sup>®</sup> Switch**  
 ▼ Località, indirizzo

Cerca

Vuoi inserire la tua attività? Iscriviti

**SottoCoppo**



## PUNTI DI FORZA:

- I tuoi potenziali clienti sono già lì
- Trasferisce “autorità”
- Possibilità di segmentare sotto-gruppi di target
- Possibilità di far vedere i propri prodotti

## PUNTI DEBOLI:

- Costoso



## AUDIENCE PORTALI VERTICALI

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## AUDIENCE PORTALI VERTICALI

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**



## Domande Guida:

- Dove navigano i tuoi clienti?
- Quali interessi hanno?
- Dove cercano risposte alle loro domande?



# BLOG



15/03/2017

## Regione Lombardia modifica il calcolo della Quota Rinnovabile

*Migliora la copertura di energia rinnovabile del fabbisogno energetico per gli edifici nuovi e oggetto di ristrutturazioni rilevanti grazie all'efficiente tecnologia delle pompe di calore a gas.*

Migliora la copertura di energia rinnovabile del fabbisogno energetico per gli edifici nuovi e oggetto di ristrutturazioni rilevanti grazie all'efficiente tecnologia delle pompe di calore a gas.

**La Regione ha recepito nel metodo di calcolo** (d.g.r. n. 3868 del 17 luglio 2015) quanto approvato dal CTI (Comitato Termotecnico Italiano), in relazione al contributo delle fonti rinnovabili mediante l'uso di questa tipologia di generatori.

Saranno quindi **aggiornati (entro aprile 2017) i metodi di calcolo del software della Regione Cened+2.0** messo a disposizione dei certificatori energetici per redigere l'Attestato di Prestazione Energetica degli Edifici.

## CONVENIENZA DELLA POMPA DI CALORE A GAS



**Con la pompa di calore a gas della Robur ripaghi l'investimento in meno di 6 anni, risparmi più di 2000€ all'anno ed accedi agli incentivi statali.**

Quando si è in procinto di sostituire un generatore di calore è bene fare un ragionamento a medio-lungo termine. Considerando che il costo del generatore è, di solito, ampiamente inferiore rispetto alla spesa per il consumo durante la sua vita utile, sarebbe necessario effettuare un confronto sui consumi oltre che sul costo iniziale.

Le **pompe di calore a gas**, ad esempio, beneficiano degli incentivi statali dedicati ai sistemi più efficienti. Nella fattispecie è possibile scegliere tra la detrazione fiscale del 65% concessa in 10 anni ed il conto termico erogato in 2 anni.



### ARCHIVIO

#### 2017

- January (1)

#### 2016

- December (1)
- November (2)
- October (2)
- August (1)
- July (1)
- March (2)
- February (1)
- January (3)

#### 2015

- December (2)
- October (2)
- September (1)
- August (1)
- July (1)
- June (2)
- May (1)
- April (3)



## PUNTI DI FORZA:

- Offri valore ai tuoi utenti
- Mantieni relazione di lungo periodo
- Contenuto condivisibile
- Ti posizioni come esperto
- Utile per le attività SEO

## PUNTI DEBOLI:

- Serve tempo per creare contenuti



## AUDIENCE BLOG

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

| AUDIENCE BLOG |                                                                                    |                                                                                     |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| INCONSAPEVOLE | INFORMATIVO                                                                        | COMMERCIALE                                                                         |
|               |  |  |





## **Domande Guida:**

- Quali domande si fanno i tuoi clienti?
- Per quali problemi stanno cercando una risposta?
- Di quali informazioni hanno bisogno per poter decidere?



**GOOGLE MAPS**

Tutti

Maps

Notizie

Immagini

Shopping

Altro

Impostazioni

Strumenti

Circa 3.460.000 risultati (0,64 secondi)



Orario ▾

**Anna Costella - studio di architettura**

Nessuna recensione · Architetto

Via Eleonora Fonseca Pimentel 11/3 · 347 113 0042

Aperto fino alle ore 20:00



SITO WEB



INDICAZIONI

**eva barbera architettura grafica creatività. Studio di architettura**

Nessuna recensione · Architetto

via Policarpo Petrocchi · 338 924 3839



SITO WEB



INDICAZIONI

**Laura Galli architetto**

Nessuna recensione · Architetto

Via Privata Stefanardo da Vimercate, 28 · 338 494 4737

Chiude alle ore 19:00



SITO WEB



INDICAZIONI

 Altri luoghi**Lavoro - Architetto, Milano, Lombardia | Indeed.com**<https://it.indeed.com/Milano,-Lombardia-offerte-lavoro-Architetto> ▼

Trova lavoro: **Architetto - Milano**, Lombardia su Indeed.com. una ricerca. tutti i lavori. Cerca il tuo lavoro ideale tra più di 300.000 offerte di lavoro pubblicate da ...

**Architetti a Milano - Homify**



architetto milano



← Orario ▼

**Anna Costella - studio di architettura**

Nessuna recensione · Architetto

Via Eleonora Fonseca Pimentel 11/3  
347 113 0042

Aperto fino alle ore 20:00



**eva barbera**  
**architettura grafica creatività. ...**

Nessuna recensione · Architetto

via Policarpo Petrocchi  
338 924 3839



**Laura Galli architetto**

Nessuna recensione · Architetto

Via Privata Stefanardo da Vimercate,...  
338 494 4737

Chiude alle ore 19:00



**Lorenzo Noè Studio di Architettura**

Nessuna recensione · Architetto

Viale Lombardia 66  
02 3658 2130

**Chiuso ora**



**studioWOK architetti**

Nessuna recensione · Architetto

Via Raffaele Parravicini, 16  
02 8407 6662



**Anna Costella - studio di architettura** ★

Studio di architettura a Milano, Italia

Sito web

Indicazioni stradali

**Indirizzo:** Via Eleonora Fonseca Pimentel 11/3, 20127 Milano

**Orari:** Oggi aperto · 08–20 ▼

**Telefono:** 347 113 0042

[Suggerisci una modifica](#)



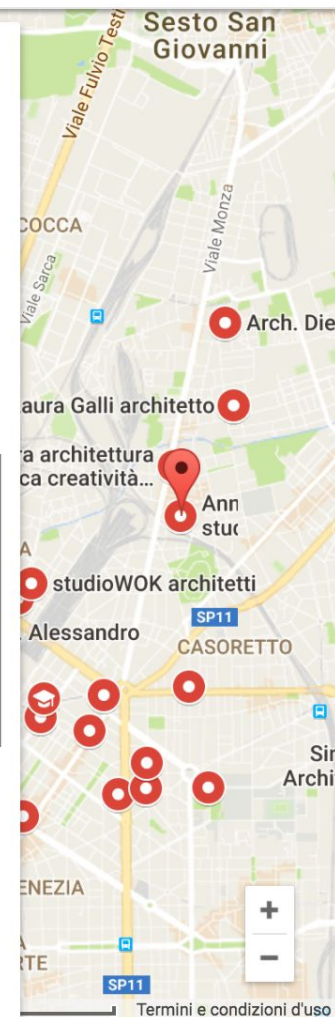
**Riepilogo recensioni**

[Scrivi la prima recensione](#)

Scrivi una recensione

[Invia al tuo telefono](#)

Invia





Search your locations



+Mike



My Business Locations > Mike Blumenthal (19)



All locations (19)

1 - 15

Status

Store Code



Name



Store  
Code



Name and address

Phone and website

Status



11083355

Casey Halwig & Hartle Funeral Home  
3128 NYS Route 417w, Olean, NY, US

(716) 372-0254  
<http://www.caseyhalwighartl...>

Live (2 updates)

[Resolve updates](#)



6575139

New Visions Consulting  
Allegany, NY, US

(716) 373-2217  
<http://www.newvisionscons...>

Live



6318224

Howard Schubiner, MD Mind-Body Center of Pr...  
22255 Greenfield Road, Southfield, Michigan, US

(248) 849-4728  
<http://www.stjohnprovidenc...>

Live



4488779

Olean Medical Group  
535 Main Street, Olean, NY, US

(716) 372-0141  
<http://www.oleanmedicalgro...>

Different owner

[Request  
management](#)



3344454

Duggan & Duggan General Contractor  
85 W Main St, Allegany, NY, US

(716) 373-1033  
<http://www.duggan-duggan....>

Live



1988800

Bradford Sub Shop & Pizzeria  
19 Congress St, Bradford, PA, US

(814) 368-7827

Live



441420

Hedley Brook Agency, Inc

(716) 372-1122

Live



## AUDIENCE GOOGLE MAPS

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## AUDIENCE GOOGLE MAPS

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**



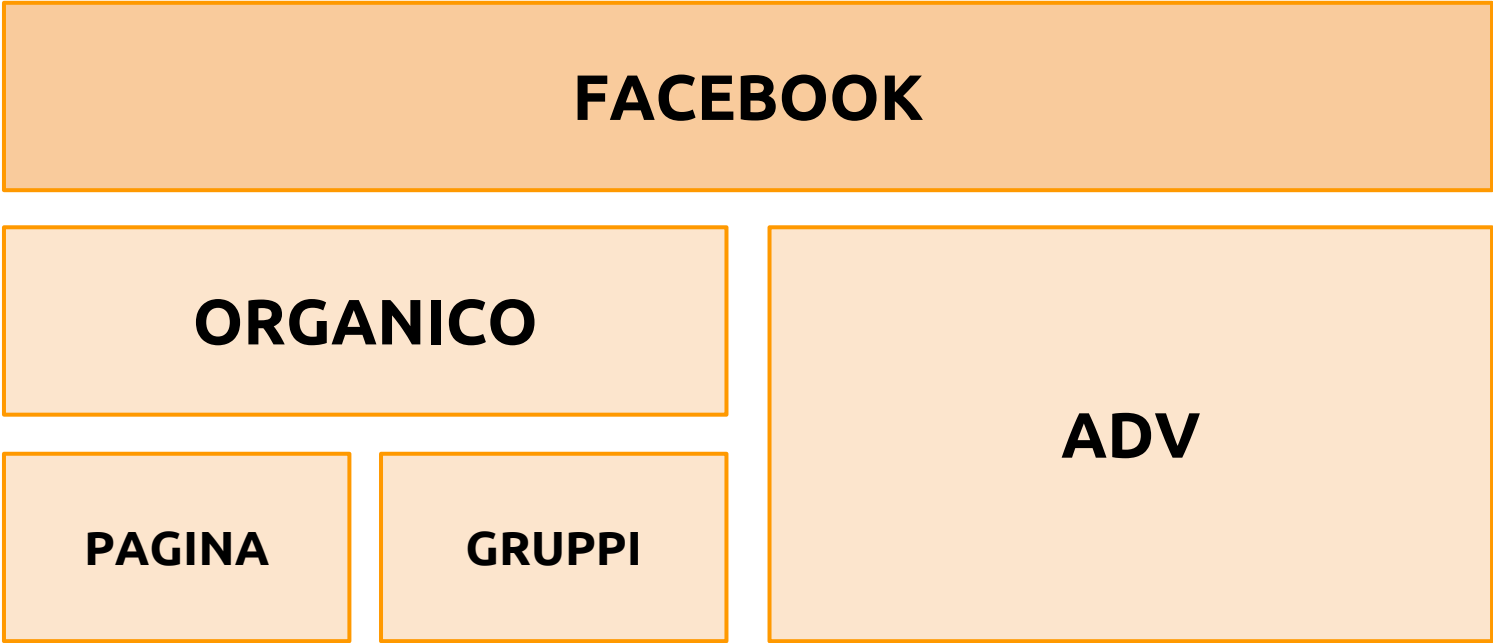
## **Domande Guida:**

- Le persone cercano una azienda vicina a loro?
- Le persone cercano me?



# FACEBOOK

## Social Media



```
graph TD; FB[FACEBOOK] --> ORG[ORGANICO]; FB --> ADV[ADV]; ORG --> PAG[PAGINA]; ORG --> GRU[GRUPPI];
```

**FACEBOOK**

**ORGANICO**

**ADV**

**PAGINA**

**GRUPPI**





ROBUR SpA

@ROBURspa

Home

Post

Video

Foto

Informazioni

Persone a  
cui piace

Crea una Pagina

@ROBURspa

Home

Post



Mi piace



Segui



Condividi



Contattaci



Invia messaggio



Stato



Foto/video



Scrivi qualcosa su questa Pagina...

Post



ROBUR SpA

29 giugno alle ore 11:00 · 🌐

Incentivi per le imprese venete che effettuano interventi per ridurre le emissioni di CO2 degli impianti produttivi... maggiori informazioni qui: <https://goo.gl/qdJ3ao>



Prodotto/servizio

Comunità

**Invita i tuoi amici** a mettere "Mi piace" a questa Pagina

Piace a 8885 persone

Seguito da 8871 persone

 Piace a **Giorgio Caserio**

● Chat (143)



YouTube ✓

Mi piace



Agenzia CasaClim...

Mi piace

Tutti Post Persone Foto Video **Pagine** Luoghi Gruppi App Eventi

## Filtra risultati

### Contenuti pubblicati da

- ☒ Tutti  
☐ Tu  
☐ I tuoi amici  
☐ I tuoi amici e gruppi  
☐ Scegli una sorgente...

### Contenuti pubblicati nel gruppo

- ☒ Qualsiasi gruppo  
☐ I tuoi gruppi  
☐ Scegli un gruppo...

### Luogo taggato

- ☒ Ovunque  
☐ Milano  
☐ Baruchella, Veneto, Italy  
☐ Scegli un luogo...

### Data di pubblicazione

- ☒ Sempre  
☐ 2017  
☐ 2016  
☐ 2015  
☐ Scegli una data...

- ☐ I tuoi amici  
☐ I tuoi amici e gruppi  
☐ Scegli una sorgente...

### Contenuti pubblicati nel gruppo



Gruppi

Mostra tutti



### Amministratori di Condominio

1735 membri

+1 Iscriviti



### Amministratori di Condominio

Collegati Gruppo · Amministratori Acap Condominio  
propone la valorizzazione e la diffusione della professione di gestore di patrimoni immobiliari  
1080 membri

+1 Iscriviti



### Professione amministratore di condominio: valorizziamola

204 membri · 1 nuovo membro  
L'amministratore di condominio nell'immaginario collettivo è il buon padre di famiglia che per il disturbo percepisce un compenso (non un onorario) a fronte di responsabilità civili e penali ormai infinite e con...

+1 Iscriviti

Mostra tutti



Pagine

Mostra tutti



### Anapi - Associazione Nazionale Amministratori ...

4,5 ★★★★★ (25) · Organizzazione · Piace a 3020 persone  
Piace a Enrico Soragni, Sara Petraro e altri 2 amici  
Anapi offre corsi di formazione a coloro che intendono avvicinarsi all...

Contattaci

Mi piace

Mostra tutti



Eventi

Mostra tutti



### Formazione continua amministratori di condominio

Domani, 10:30 · Amministratori Acap Condominio Piazza Diodoro sic...  
2 persone parteciperanno

★ Mi interessa

Italiano · English (US) · Română ·  
Español · Português (Brasil)



Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! ·  
Cookie · Altro ·  
Facebook © 2017

● Chat (155)



# Amministratori di Condominio

Gruppo pubblico

Discussione

Membri

Eventi

Video

Foto

File



Iscriviti al gruppo



Iscriviti a questo gruppo per pubblicare e commentare.

+ Iscriviti al gruppo

Attività recenti



Andrea Dea ha condiviso il post di Condominio News.

1 h



Condominio News

9 ore fa

Mi piace

Il delitto di [#appropriazioneindebita](#) è integrato dalla interversione del possesso che si manifesta nel momento in cui l'autore si comporti uti dominus non restituendo il bene  
[#CondominioNews](#) [#Condominio](#) [#Amministratore](#) [#Sentenza](#) [#Cassazione](#) [#Truffa](#)



MEMBRI

1735 membri



DESCRIZIONE

Per tutti quelli che amministrano o lavorano per un Condominio

LUOGHI



Roma

Chat (143)



Con i gruppi è più semplice che mai condividere contenuti con amici, familiari e colleghi.

Crea gruppo

FOTO RECENTI DEL GRUPPO

Mostra tutto

Luoghi 

Le persone che vivono in ques... ▼

Italia

 **Italia** Includi ▼

Digita per aggiungere altri luoghi

Sfoglia

[Aggiungi più luoghi contemporaneamente...](#)Età 

18 ▼

-

65+ ▼

Genere **Tutti**

Uomini

Donne

Lingue 

Inserisci una lingua...



## Targetizzazione dettagliata

INCLUDI le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti ⓘ

condominio

| **Suggerimenti**

| **Sfoglia**

**Condominio (film)**

Interessi

**Condominio**

Interessi

**Condominio (diritto internazionale)**

Interessi

**Amministratore di condominio**

Interessi

**Condominioweb.com**

Interessi



**Targetizzazione dettagliata** INCLUDI le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti ⓘ

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti | [Suggerimenti](#) | [Sfoggia](#)

▼ **Dati demografici** ⓘ

- ▶ Istruzione
- ▶ Generazione
- ▶ Casa
- ▶ Avvenimenti importanti
- ▶ Genitori
- ▶ Politica (USA)
- ▶ Relazione
- ▶ Lavoro



## Targetizzazione dettagliata

INCLUDI le persone che soddisfano almeno UNO dei seguenti requisiti ⓘ

architetto

| Suggerimenti

| Sfoglia

Architetto

Interessi

architetto

Interessi

Architetto

Datori di lavoro

Architetto civile

Titoli professionali

Architetto civile

Datori di lavoro

Architetto del software

Interessi

Architetto dei dati

Interessi

Architetto del software

Titoli professionali

Architetto dei dati

Titoli professionali



## AUDIENCE FACEBOOK

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## AUDIENCE FACEBOOK

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**



## **Domande Guida:**

- Quali interessi hanno i nostri clienti?
- In quali gruppi potrebbero essere iscritti?
- Quali contenuti potrebbero essere di loro interesse?



# LINKEDIN

## Social Media

**LINKEDIN**

**ORGANICO**

**ADV**





## My groups

My pending groups

Create group

Filter my groups

### GROUPS THAT I'M IN



#### E-Commerce Network

( 58 ) new conversations



#### B2B Technology Marketing Community

( 58 ) new conversations



#### Inbound Marketers - For Marketing Professionals

( 56 ) new conversations



#### SEO SEM Social Mobile (Digital Search & Internet Marketing)

( 52 ) new conversations



#### Online Lead Generation

( 39 ) new conversations



#### DigitalMarketingLab

( 14 ) new conversations



#### B2B Lead Roundtable





Search for people, jobs, companies, and more...



Advanced



Pulse

[Publish a post](#)

Non si vende alle aziende. Si vende alle persone.

Mattia Soragni



Mattia Soragni

Web Marketing Specialist at Vivocha.com

[Edit post](#)[View stats](#)

Internet of Things: A Transformational Force for the Insurance Industry

Rohit Bhisey

## Non si vende alle aziende. Si vende alle persone.

Jul 30, 2015

316 views



21 Likes



5 Comments



Having Faith

Oscar Munoz

Small Improvements That Can Transform Your Professional (and Personal) Life

Jeff Haden

*Mattia, hai qualche consiglio da darmi per generare lead per un'azienda che fa B2B?*

**Le aziende non "fanno" B2B.**

Daily Pulse: Pandora's Big Buy, Amazon Takes On Etsy, Detroit

Fanno prodotti, offrono servizi come tutte le altre, solo che la fattura, invece di





OK, now let's target your audience

Reach the right people by selecting specific targeting criteria like job title, location and more.

 What **location** do you want to target? (required)

include ▾  [See full list](#)

include Italy ✕

 What **industries** do you want to target? ✕

include ▾  [Hide list](#)

|                                       |   |                                                       |
|---------------------------------------|---|-------------------------------------------------------|
| Legal                                 | > | <input type="checkbox"/> Biotechnology                |
| Manufacturing                         | > | <input type="checkbox"/> Hospital & Health Care       |
| Media                                 | > | <input type="checkbox"/> Medical Practice             |
| Medical and Health Care               | > | <input type="checkbox"/> Health, Wellness and Fitness |
| Organizations and Nonprofit           | > | <input type="checkbox"/> Mental Health Care           |
| Recreation, Travel, and Entertainment | > | <input type="checkbox"/> Pharmaceuticals              |
| Service Industry                      | > | <input type="checkbox"/> Alternative Medicine         |
| Transportation                        | > | <input type="checkbox"/> Veterinary                   |
|                                       |   | <input type="checkbox"/> Medical Devices              |

Your estimated target audience

**7,480,000+** LinkedIn members



Italy



Audience expansion: Enabled



Deliver beyond the LinkedIn feed: Enabled



## AUDIENCE LINKEDIN

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

| AUDIENCE LINKEDIN                                                                 |                                                                                    |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| INCONSAPEVOLE                                                                     | INFORMATIVO                                                                        | COMMERCIALE                                                                         |
|  |  |  |





## **Domande Guida:**

- Quali interessi hanno i nostri clienti?
- In quali gruppi potrebbero essere iscritti?
- Quali contenuti potrebbero essere di loro interesse?



# EMAIL MARKETING

## AUDIENCE EMAIL MARKETING

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

## AUDIENCE EMAIL MARKETING

**INCONSAPEVOLE****INFORMATIVO****COMMERCIALE**

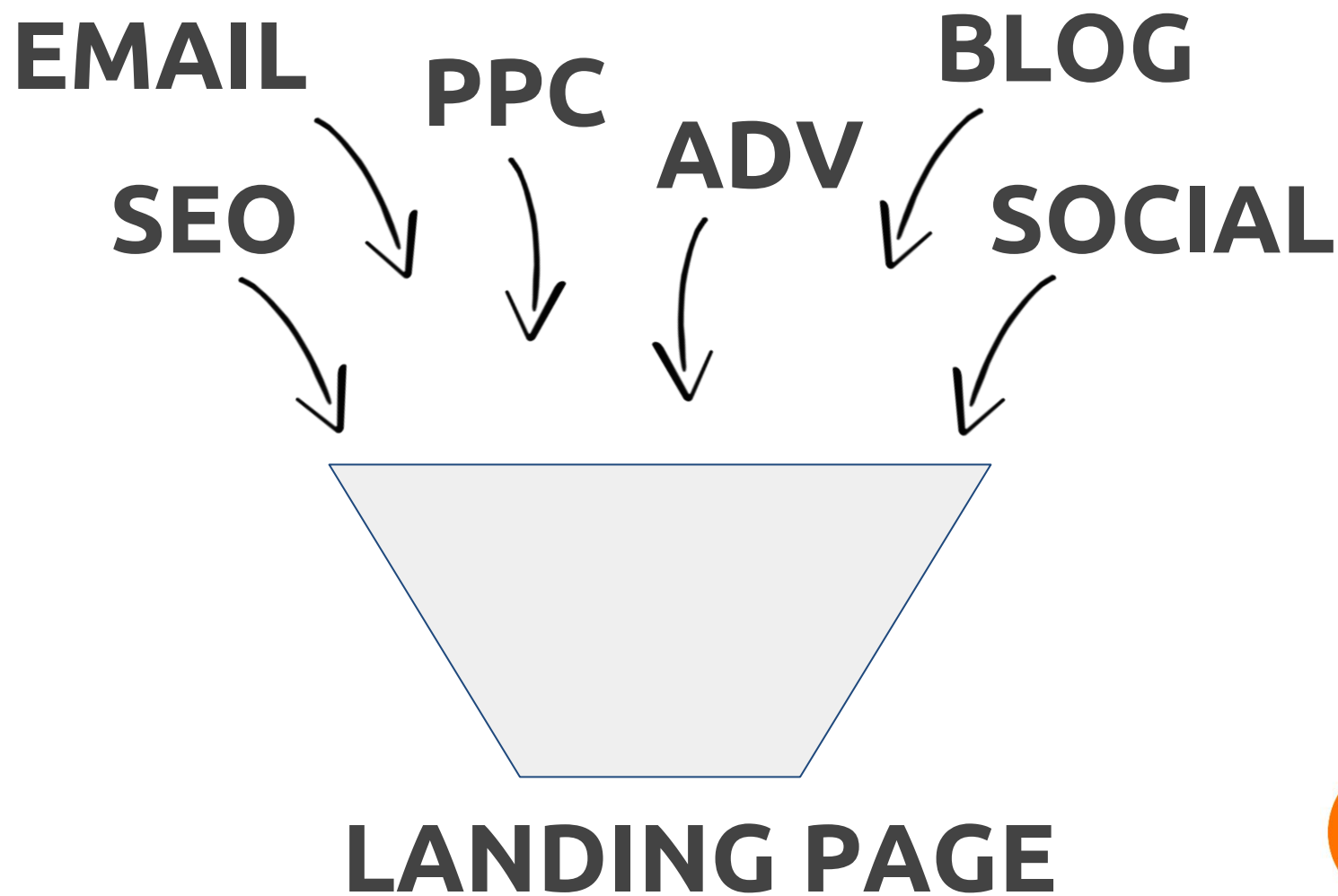




***Dove vanno a finire le  
persone che cliccano  
sulla mia pubblicità?***



# LANDING PAGE





*Una **landing page** è una pagina web che il visitatore raggiunge dopo aver cliccato un link o una pubblicità*





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

### With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers



Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE





**OBIETTIVO:  
CONVERTIRE IL  
TRAFFICO IN LEAD**



# ANATOMIA DI UNA LANDING PAGE



# Titolo



## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

### With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers



Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



# Elementi Visivi

According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers

trulia careerbuilder PRECOR

ADP

StanleyBlack&Decker

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers

trulia careerbuilder PRECOR



StanleyBlack&Decker

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE

# Testo





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE

Trusted by Top Marketers

trulia careerbuilder PRECOR

ADP

StanleyBlack&Decker



**Benefici**



## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers

trulia careerbuilder PRECOR

ADP

StanleyBlack&Decker

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE

# Modulo Contatti





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Trusted by Top Marketers

trulia careerbuilder PRECOR

ADP

StanleyBlack&Decker

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

GET YOUR FREE GUIDE

# Call to Action





## The Complete Guide to B2B Email Marketing



According to a 2015 study conducted by Salesforce, 73% of marketers believe email marketing is core to their business.

That's why it's important to take the time to make sure that every aspect of your strategy is optimized. The Complete Guide to B2B Email Marketing will walk you through the entire process of creating effective, targeted email campaigns in six straightforward steps.

With this guide you'll learn:

- important information on email deliverability and avoiding spam folders
- design tips for clean, attractive templates
- best practices for writing compelling, personalized messages
- how to find your perfect email send time

Please fill out the form below to have The Complete Guide to B2B Email Marketing emailed to you.

First Name \*

Last Name \*

Job Title \*

Email \*

Phone \*

Company \*

Country \*

CRM System \*

[GET YOUR FREE GUIDE](#)

Trusted by Top Marketers

trulia

careerbuilder

PRECOR

ADP

StanleyBlack&Decker



# Riprova Sociale



?? *Cosa è un Lead?*



**UN LEAD E'...**



# UN LEAD E'...

1) un potenziale cliente



## UN LEAD E'...

- 1) un potenziale cliente
- 2) che possiamo contattare



## UN LEAD E'...

- 1) un potenziale cliente
- 2) che possiamo contattare
- 3) che ha un problema/bisogno



## UN LEAD E'...

- 1) un potenziale cliente
- 2) che possiamo contattare
- 3) che ha un problema/bisogno
- 4) interessato ad una soluzione



## UN LEAD E'...

- 1) un potenziale cliente
- 2) che possiamo contattare
- 3) che ha un problema/bisogno
- 4) interessato ad una soluzione
- 5) che noi possiamo offrire



**??** ***Di quanti lead  
ho bisogno?***



**??** *Quanti soldi devo spendere?*





*- John Wanamaker*





Metà dei soldi che  
spendo in pubblicità  
sono buttati...

*- John Wanamaker*





Metà dei soldi che  
spendo in pubblicità  
sono buttati...

**...il problema è che  
non so quale metà**

*- John Wanamaker*





*Le **metriche** (KPI) sono gli indicatori che ti permettono di capire dove stai andando, a che velocità, e quanta strada puoi ancora fare prima di “finire la benzina” (o schiantarti contro un muro)*





**Facciamo un po di conti... :)**



|  | # | % |  |
|--|---|---|--|
|  |   |   |  |
|  |   |   |  |
|  |   |   |  |



|         | # | % |  |
|---------|---|---|--|
| Vendite |   |   |  |
|         |   |   |  |
|         |   |   |  |



|         | #  | % |  |
|---------|----|---|--|
| Vendite | 10 |   |  |
|         |    |   |  |
|         |    |   |  |



|         | #  | % |  |
|---------|----|---|--|
| Vendite | 10 |   |  |
|         |    |   |  |
|         |    |   |  |



|         | #  | %   |  |
|---------|----|-----|--|
| Vendite | 10 | 20% |  |
|         |    |     |  |
|         |    |     |  |



|                | #  | %   |  |
|----------------|----|-----|--|
| <b>Vendite</b> | 10 | 20% |  |
| <b>Lead</b>    |    |     |  |
|                |    |     |  |



|                | #  | %   |  |
|----------------|----|-----|--|
| <b>Vendite</b> | 10 | 20% |  |
| <b>Lead</b>    | 50 |     |  |
|                |    |     |  |



|                | #  | %   |  |
|----------------|----|-----|--|
| <b>Vendite</b> | 10 | 20% |  |
| <b>Lead</b>    | 50 |     |  |
|                |    |     |  |



|                | #  | %   |  |
|----------------|----|-----|--|
| <b>Vendite</b> | 10 | 20% |  |
| <b>Lead</b>    | 50 | 10% |  |
|                |    |     |  |



|                | #  | %   |  |
|----------------|----|-----|--|
| <b>Vendite</b> | 10 | 20% |  |
| <b>Lead</b>    | 50 | 10% |  |
| <b>Visite</b>  |    |     |  |



|         | #   | %   |  |
|---------|-----|-----|--|
| Vendite | 10  | 20% |  |
| Lead    | 50  | 10% |  |
| Visite  | 500 |     |  |



|                | #   | %   | € |
|----------------|-----|-----|---|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% |   |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% |   |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   |   |

Costo per Visita: 0,5€



|                | #   | %   | €    |
|----------------|-----|-----|------|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% |      |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% |      |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   | 250€ |



|                | #   | %   | €    |
|----------------|-----|-----|------|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% |      |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% |      |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   | 250€ |



|                | #   | %   | €    |
|----------------|-----|-----|------|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% |      |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% | 5€   |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   | 250€ |



|                | #   | %   | €    |
|----------------|-----|-----|------|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% |      |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% | 5€   |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   | 250€ |



|                | #   | %   | €    |
|----------------|-----|-----|------|
| <b>Vendite</b> | 10  | 20% | 25€  |
| <b>Lead</b>    | 50  | 10% | 5€   |
| <b>Visite</b>  | 500 | -   | 250€ |



*... siamo arrivati alla fine ...*



**CONNESSIONE**

**=>**

**INTERAZIONE**

**=>**

**RELAZIONE**

**=>**

**INTERESSE**

**=>**

**VENDITA**





**PENSA AL RISULTATO CHE  
I TUOI CLIENTI VOGLIONO  
RAGGIUNGERE**



# RISOLVI IL LORO PROBLEMA



**CONVERTI !**





***...al tuo successo!***

**Mattia Soragni**  
*Digital Marketing Strategist*



# ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

**GRAZIE  
DELL'ATTENZIONE**







**ANALISI**





A horizontal process flow diagram consisting of five chevron-shaped boxes. The first box is orange and contains the text 'PIANIFICARE'. The second box is gray and contains the text 'ANALISI'. The third, fourth, and fifth boxes are also gray and are empty. The boxes are connected by white lines, indicating a sequential process.

**ANALISI**

**PIANIFICARE**





A horizontal process flow diagram consisting of five chevron-shaped boxes pointing to the right. The top box is orange and contains the word 'ANALISI'. Below it are four smaller boxes: the first is grey and contains 'PIANIFICARE', the second is orange and contains 'CREARE', and the third and fourth are grey and are empty.

**ANALISI**

**PIANIFICARE**

**CREARE**





ANALISI

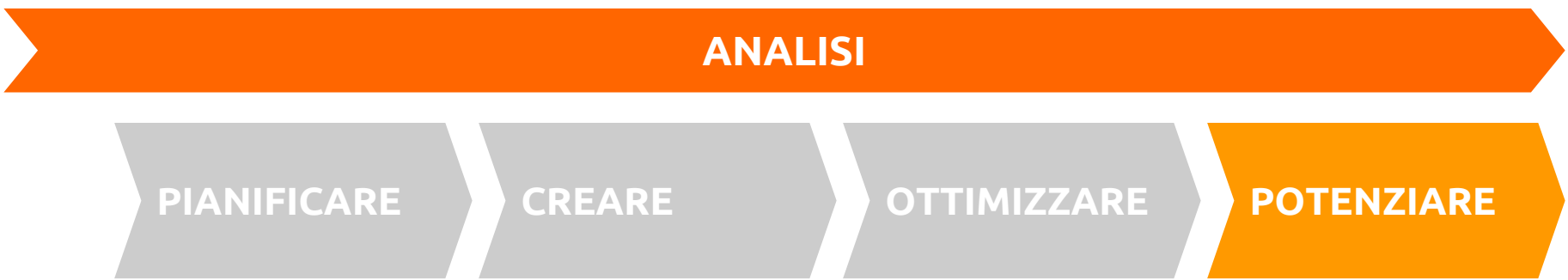
The diagram illustrates a four-step process flow. A large orange arrow at the top points right and contains the word 'ANALISI'. Below it, four chevron-shaped boxes are arranged horizontally. The first three boxes are grey and contain the words 'PIANIFICARE', 'CREARE', and 'OTTIMIZZARE' respectively. The fourth box is also grey but empty. The 'OTTIMIZZARE' box is highlighted with an orange background.

PIANIFICARE

CREARE

OTTIMIZZARE





The diagram illustrates a four-step process flow. A large orange arrow at the top points right and contains the word 'ANALISI'. Below it, four smaller chevron-shaped arrows point right. The first three are grey and contain the words 'PIANIFICARE', 'CREARE', and 'OTTIMIZZARE' respectively. The fourth is orange and contains the word 'POTENZIARE'.

**ANALISI****PIANIFICARE****CREARE****OTTIMIZZARE****POTENZIARE**