



LEAD GENERATION NEL B2B

Trasformare i dati in conversazioni e
le conversazioni in clienti.

Jessica Ferri

www.switchup.it



ABOUT ME

Jessica Ferri

GRUPPO  DMO hce  Divermind

**Come facciamo ad ottenere
un appuntamento?**

1 x 1000





Ritagli

EVENT BY  Switchup™



0,2153 %





EVENT BY  Switchup™



Perdere credibilità



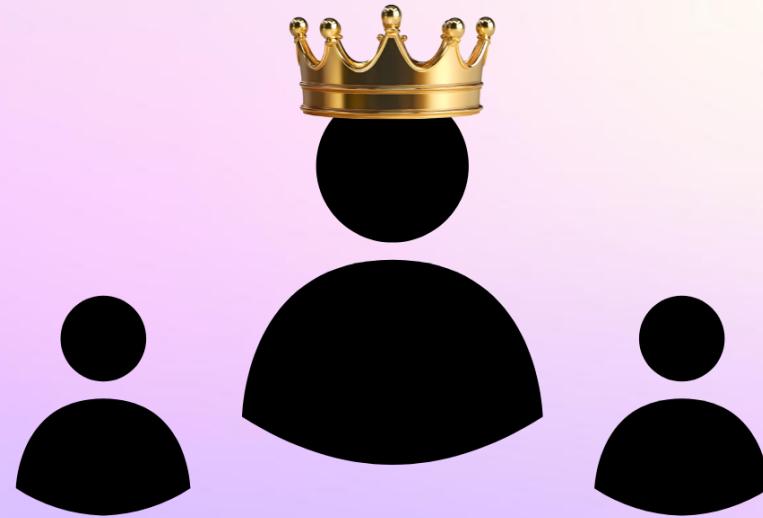


EVENT BY  Switchup™





Fonte: Hubspot



Il punto non è avere *lead*, ma **avere i lead giusti** e trattarli nel modo giusto.



EVENT BY  Switchup™

+50 -33



8 punti di contatto





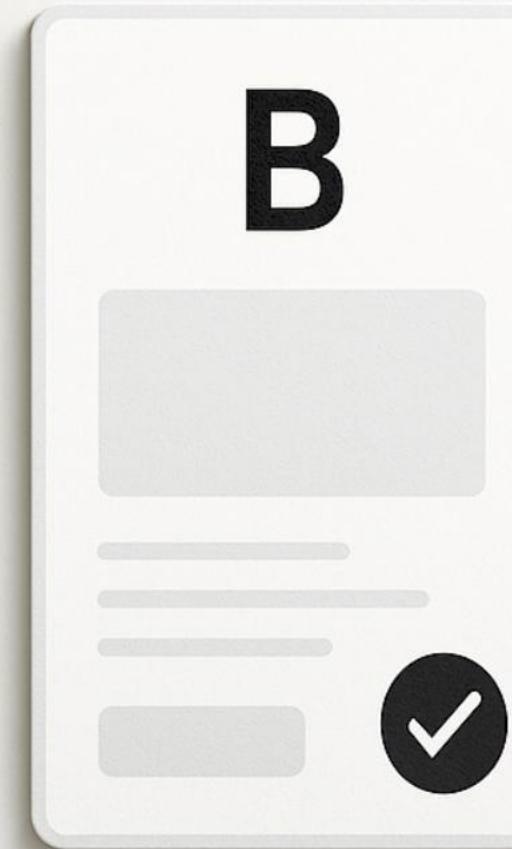
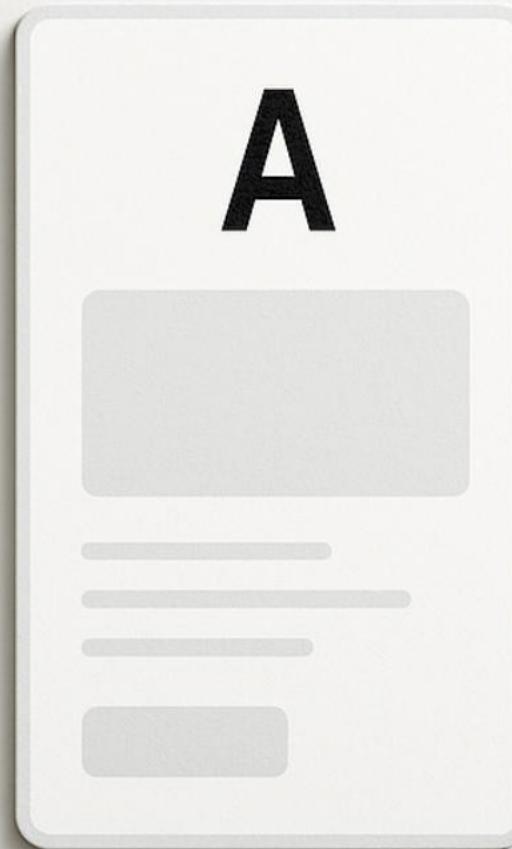
+ 33%

Fonte: Salesforce

EVENT BY  Switchup™



+ 49%





Solo il 27 %



EVENT BY  Switchup™

A

1 vendita
ogni
50 appuntamenti

B

A

1 vendita
ogni
50 appuntamenti

B

2 vendite
ogni
30 appuntamenti

B

2 vendite
ogni
30 appuntamenti

C

B

2 vendite
ogni
30 appuntamenti

C

5 vendite
ogni
20 appuntamenti

Qualità ≠ Quantità



Dashboard Visite B2B											 Esporta	 Dati per EasyBusiness
Ateco	Dettagli 		Ultimo accesso 	And.	Visite 	Pagine viste 	T. medio sessione 	Tasso di rimbalzo 	Conv M. 	Conv non M. 	Sito web	
	First Point S.r.l.	 Taranto	 	 12:30 29/09/2025	 37	37	-	 100	0	0		
	Digital Promotion	 Strategy S.r.l.	 	 16:51 23/09/2025	 6	6	-	 100	0	0		
	Haimer GmbH	 Bad Heilbrunn	 	 11:44 24/09/2025	 5	10	05s	 20	0	0		
	Fulltech Italia S.r.l.	 Reggio Nell'emilia	 	 09:39 26/09/2025	 4	4	-	 100	0	0		

Azienda - Varvel S.p.a.

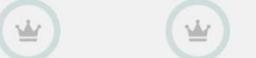
Device ▶ Applica

Dettagli Andamento Visite Visite di rimbalzo % Visite di rimbalzo Conv M. Conv non M. Sito web Social network Interest score Lead score

Varvel S.p.a.

Primo accesso: 29/09/2025

Ultimo accesso: 10:31:45 29/09/2025 

1 1 100 0 0  

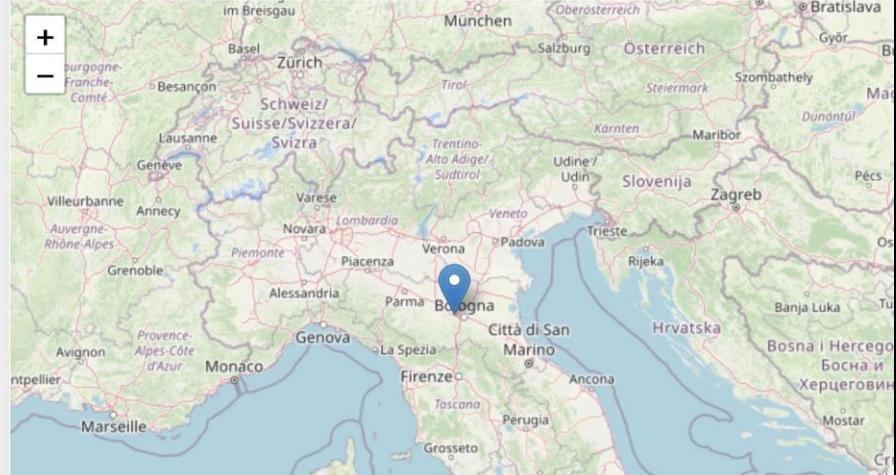
Nessun tag assegnato.

+39 0516721811
Non disponibile
varvel@varvel.com
Via li Agosto 1980 9 - 40053 Loc. Crespellano (BO)
<https://varvel.com/>
PIVA IT00518591201
dipendenti 95
fatturato € 27.035.276,00
28.15.1.Fabbricazione di Organi di Trasmissione (esclusi Quelli Idraulici e Quelli per Autoveicoli, Aeromobili e Motocicli)
classe di rischio 1: **Rischio Basso** * Dato fornito da SevenData Spa

 SALVA AZIENDA NEL CRM  NASCONDI AZIENDA

Disponibile con upgrade Disponibile con upgrade

Posizionamento geografico





EVENT BY  Switchup™



Da dove partire?



EVENT BY  Switchup™

Slide Fabrizio

Il messaggio generale





La preparazione

- Ricerche di mercato e ICP (Ideal Customer Profile)
- Definizione strategia e metodologia
- Creazione database e segmentazione
- Personalizzazione comunicazioni
- Creazione contenuti e template
- Analisi risultati e ottimizzazione
- Implementazione CRM e tracciamento
- Ottimizzazione dei profili sociali e sitoweb
- Scelta canali (email, LinkedIn, telefono, eventi...)
- Test A/B su messaggi e canali

Ogni settimana

Creazione di nuove liste mirate
(da database, fiere, LinkedIn)

Ricerca di nuovi canali e strumenti
(es. tool di automazione, eventi, partnership)

Revisione dei KPI e aggiustamento strategia

Aggiornare e ottimizzare template
di messaggi e sequenze

Curare i contenuti per nurturing
(es. articoli, case study, post LinkedIn)

Aggiornare ICP e segmentazione
target

Analisi dei dati di performance
(aperture, click, conversioni)

Testare nuovi script / oggetti email / angoli
comunicativi

Riunione di allineamento con il team sales

Pulizia database:
eliminare bounce, duplicati, contatti inattivi

Ogni giorno

Qualificazione dei lead
(decidere se passare a commerciale)

Monitoraggio delle campagne attive
(open rate, reply rate)

Preparare e attuare follow-up

Annotare insight e obiezioni ricevute

Aggiornare pipeline e task giornalieri

Ricerca nuovi prospect e aziende target

Controllo segnali digitali
(engagement su LinkedIn, aperture email, visite sito)

Aggiornamento e pulizia CRM

Rispondere tempestivamente ai lead in entrata

Personalizzare i messaggi (email/LinkedIn)

Rispondere alle interazioni entro 1h



1. Ricollocare



1. Ricollocare

PRO

CONTRO

1. Ricollocare

PRO

CONTRO

Conosce già voi e i prodotti

Zero costi di avviamento

Aumento fidelizzazione

1. Ricollocare

PRO

Conosce già voi e i prodotti

CONTRO

Richiede tempo per la formazione

Zero costi di avviamento

Rischio mindset errato

Aumento fidelizzazione

Difficoltà di adattamento

2. Selezionare



2. Selezionare

PRO

CONTRO

2. Selezionare

PRO

CONTRO

Conosce il ruolo

Scelta del profilo ideale

Punto di vista esterno

2. Selezionare

PRO

Conosce il ruolo

Scelta del profilo ideale

Punto di vista esterno

CONTRO

Deve imparare voi e prodotti

Costo di avviamento e mantenimento

Assenza di garanzie sui risultati

3. Esternalizzare



3. Esteralizzare

PRO

CONTRO

3. Esteralizzare

PRO**CONTRO**

Visione ed esperienza cross-settore

È scalabile

Tempo di inserimento dimezzato

3. Esternalizzare

PRO

Visione ed esperienza cross-settore

È scalabile

Tempo di inserimento dimezzato

CONTRO

Allineamenti periodici con sales

Un referente per coordinamento

Investimento iniziale + variabile

RICAPITOLANDO

I 5 assi della lead generation:

- ✓ Continuità
- ✓ Familiarità
- ✓ Metodologia
- ✓ Testing
- ✓ Qualificare

RICAPITOLANDO

I 5 assi della lead generation:

-  Continuità
-  Familiarità
-  Metodologia
-  Testare
-  Qualificare

Le 3 soluzioni:

- 1  Ricollocare e formare una persona del team
- 2  Selezionare e inserire una nuova figura già formata
- 3  Affidare l'attività a una figura o un team esterno

MARKETING



Scansiona il QR Code
per acquistare il servizio!



Scopri la piattaforma
Shinystat B2B!



Jessica Ferri