

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

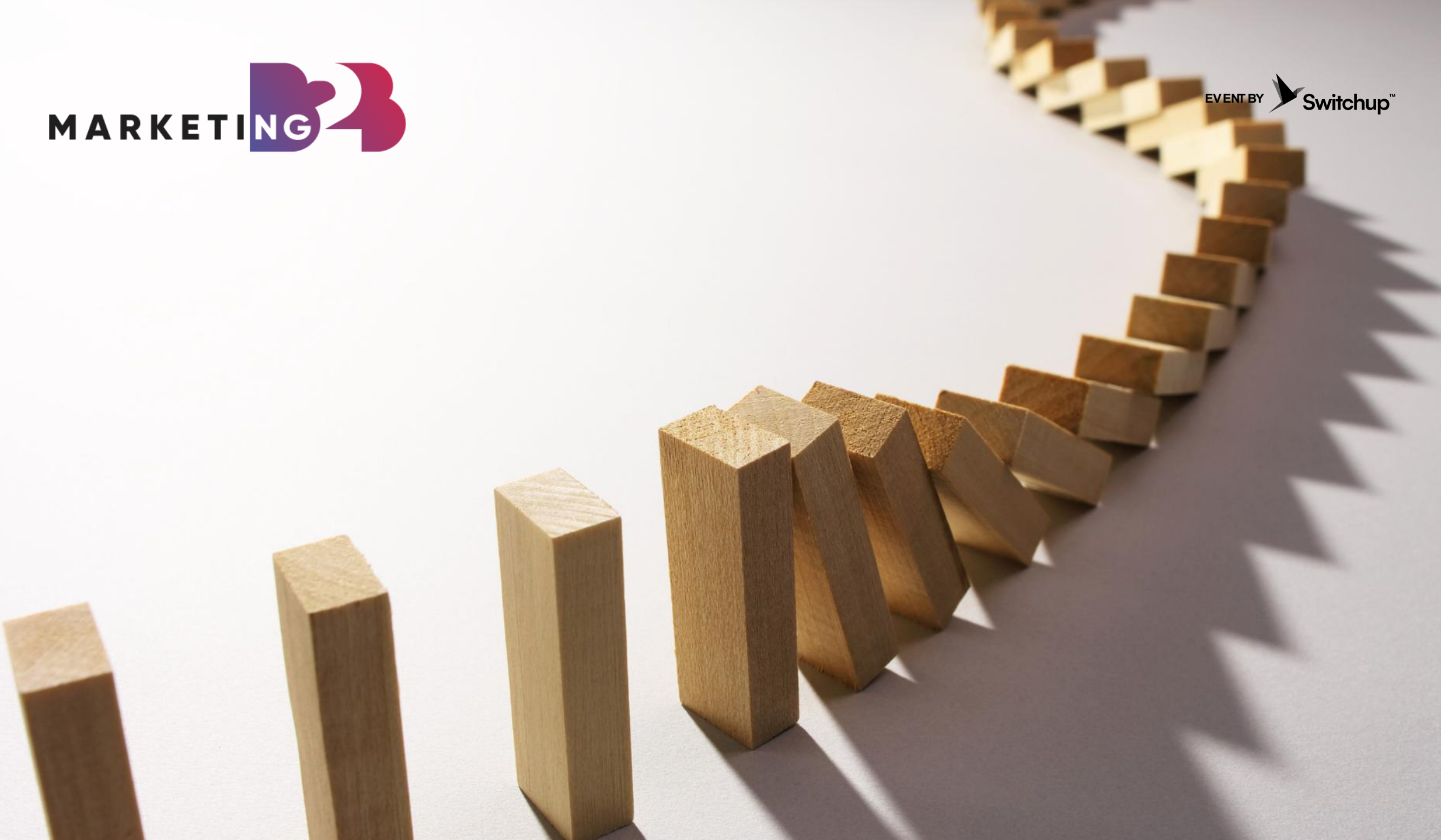


Ritagli



0,2153 %





Perdere credibilità

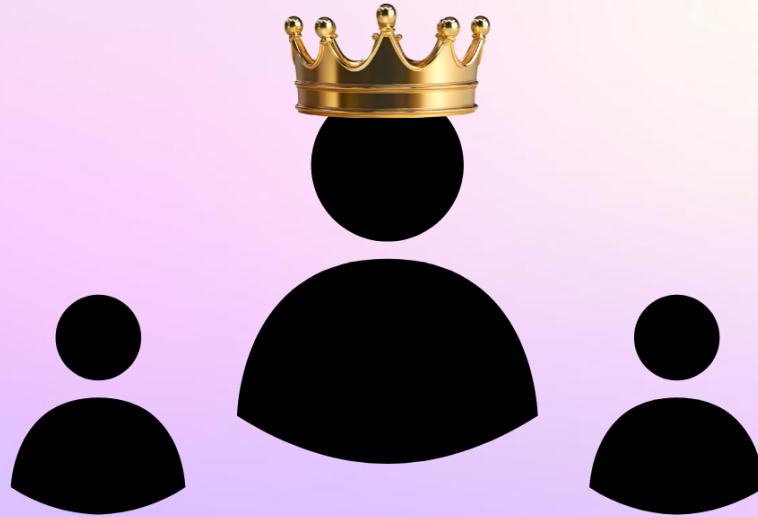


MARKETING 

EVENT BY  Switchup™







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





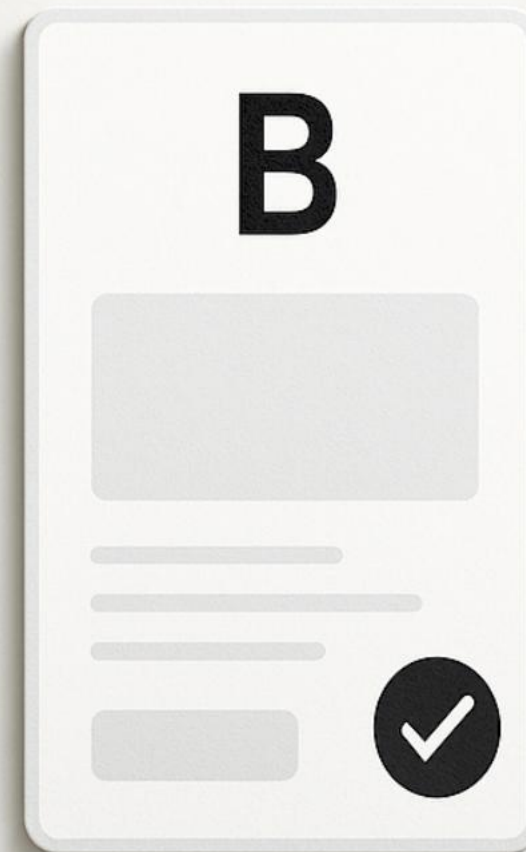
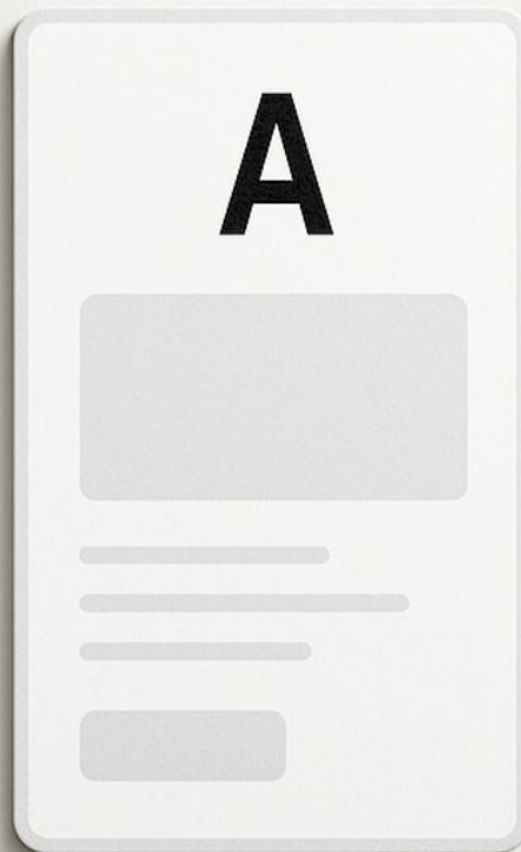
+ 33%

Fonte: Salesforce

EVENT BY  **Switchup™**



+ 49%



Solo il 27 %



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										
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    Aggiungi tag	  	12:30 29/09/2025 	37	37	-		0	0	
	Digital Promotion Strategy S.r.l.  Milano    Aggiungi tag	 	16:51 23/09/2025 	6	6	-		0	0	
	Haimer Gmbh  Bad Heilbrunn    Aggiungi tag	 	11:44 24/09/2025 	5	10	05s		0	0	
	Fulltech Italia S.r.l.  Reggio Nell'emilia    Aggiungi tag	 	09:39 26/09/2025 	4	4	-		0	0	


Azienda - Varvel S.p.a.




Esporta CSV













30 agosto 2025 - 29 settembre 2025




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		    	 <div>Disponibile con upgrade</div>	 <div>Disponibile con upgrade</div>




Nessun tag assegnato.

 +39 0516721811
 Non disponibile
 varvel@varvel.com
 Via li Agosto 1980 9 - 40053 Loc. Crespellano (BO)
 <https://varvel.com/>
 P.IVA 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

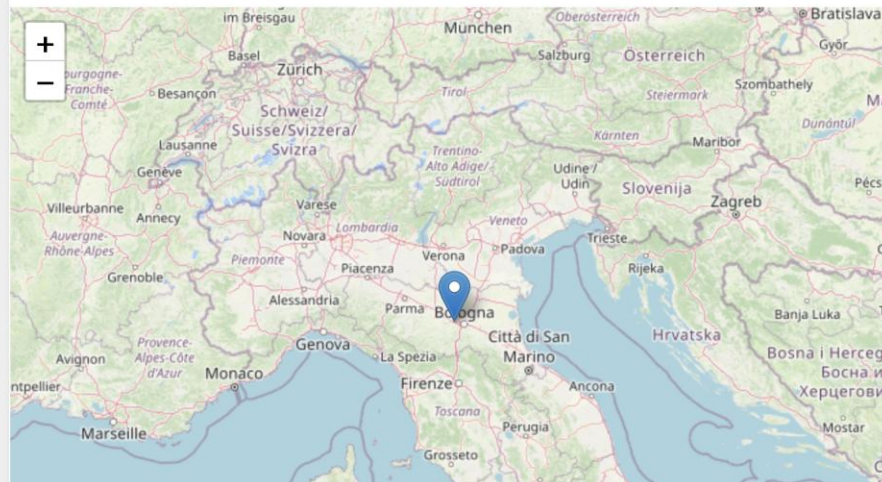


SALVA AZIENDA NEL CRM



NASCONDI AZIENDA

Posizionamento geografico





Da dove partire?

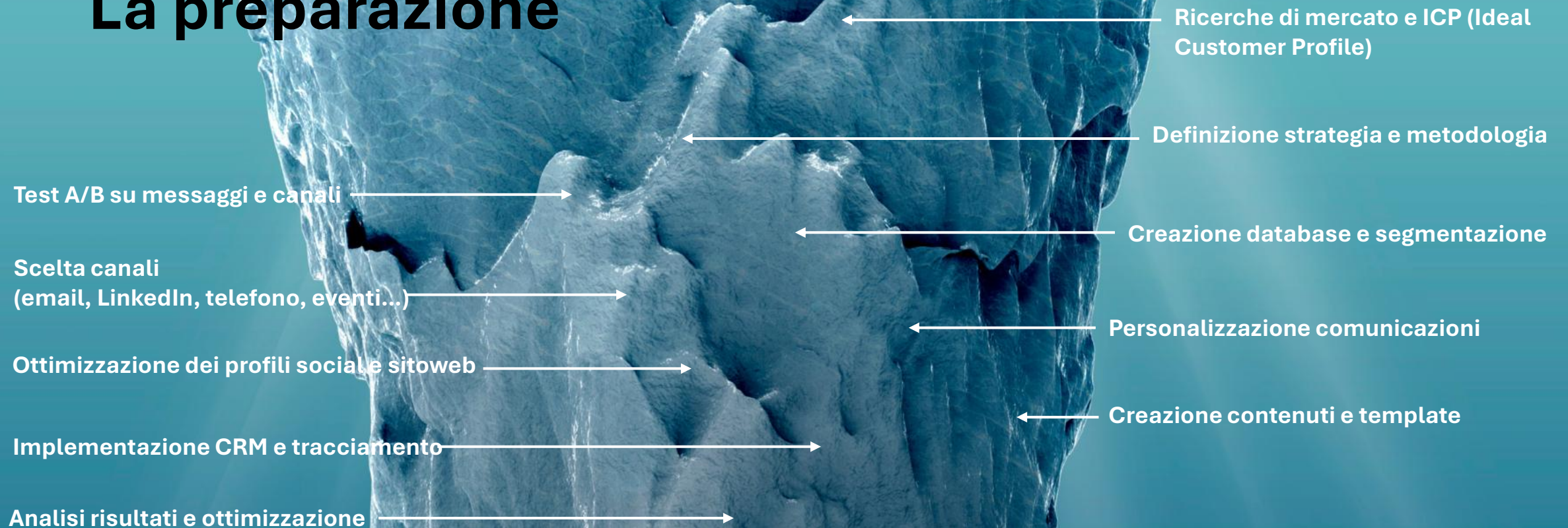


Slide Fabrizio

Il messaggio generale



La preparazione



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

Conosce già voi e i prodotti

Zero costi di avviamento

Aumento fidelizzazione

CONTRO

1. Ricollocare

PRO

Conosce già voi e i prodotti

Zero costi di avviamento

Aumento fidelizzazione

CONTRO

Richiede tempo per la formazione

Rischio mindset errato

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. Esternalizzare

PRO

CONTRO

3. Esternalizzare

PRO

Visione ed esperienza cross-settore

È scalabile

Tempo di inserimento dimezzato

CONTRO

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