

11 dicembre 2024

Lettera all'Imprenditore n. 359

Come generare nuovi Lead?



"Le opportunità di business non si trovano, si costruiscono".

David Meerman Scott

La generazione di Lead rappresenta un elemento cruciale per la crescita aziendale, poiché permette di intercettare potenziali clienti interessati ai propri prodotti o servizi. Diverse sono le strategie e le tecniche per realizzare tale attività, che variano a seconda del settore e dei clienti target.

Cosa significa generare Lead?

Un Lead è un potenziale cliente che può avere interesse ad acquistare un prodotto o un servizio offerto da un'azienda. La generazione di Lead è un'attività strategica volta a catturare tali contatti per avviare un percorso di conversione, ovvero trasformarli in clienti effettivi. Questa fase è essenziale per garantire un flusso continuo di opportunità ai commerciali.

Quali sono le strategie di generazione di Lead?

Un approccio efficace per generare Lead inizia con la definizione delle tipologie dei clienti target per poi individuare l'offerta di contenuti di valore

che rispondano alle loro esigenze. Content marketing e siti web ottimizzati sono strumenti chiave. Nel contesto odierno, spesso anche i social media possono rivestire un ruolo importante nella distribuzione dei contenuti e nell'interazione con il pubblico. Ad esempio, negli ultimi anni, in alcuni ambiti, una piattaforma come LinkedIn si è rivelata particolarmente efficace grazie alle sue funzioni avanzate per il targeting e il networking, ideali per connettersi sia con singoli consumatori, sia soprattutto, con decision-maker aziendali.

Come generare Lead nel B2B?

La generazione di Lead in ambito B2B richiede approcci mirati e relazioni più personalizzate rispetto al B2C. Questo perché il processo decisionale coinvolge spesso più persone e richiede tempi più lunghi per essere completato. Inoltre, il valore medio degli acquisti è generalmente più elevato, rendendo cruciale l'acquisizione di Lead altamente qualificati.

Un primo passo fondamentale è la definizione del profilo del cliente ideale. Questo include, ad esempio, informazioni dettagliate sul settore di appartenenza e le dimensioni aziendali. A partire da queste informazioni, si possono creare messaggi personalizzati che rispondano alle esigenze specifiche dei potenziali clienti.

Anche le strategie di content marketing assumono un ruolo chiave nel B2B. Le aziende possono creare contenuti di alto valore, come case study, newsletter e report di settore, che dimostrino concretamente i benefici delle soluzioni offerte. Un case study ben strutturato, ad esempio, può evidenziare come un'azienda simile a quella del Lead abbia risolto un problema grazie al prodotto o servizio proposto.

Quali sono gli strumenti per la generazione di Lead?

L'utilizzo di strumenti tecnologici è sempre più essenziale per ottimizzare il processo di generazione di Lead. Tra i più importanti vi sono il CRM (Customer Relationship Management), che permette di organizzare e tracciare le interazioni con i potenziali clienti. Sul mercato sono numerosissime ormai le piattaforme di questo tipo che offrono funzionalità avanzate per gestire i dati dei Lead, segmentarli in base al livello di interesse e monitorare il progresso lungo il funnel di vendita.

Un altro strumento utile è la marketing automation, che consente di automatizzare attività ripetitive come l'invio di email personalizzate, la segmentazione dei contatti e il follow-up dei Lead. Ad esempio, una piattaforma di marketing automation può inviare automaticamente un'email con ulteriori dettagli su un prodotto a un Lead che ha scaricato un case study sullo stesso argomento.

Negli ultimi anni, anche LinkedIn si è dimostrato efficace. La piattaforma permette di utilizzare strumenti avanzati, come il Sales Navigator, per identificare e connettersi con decision-maker all'interno delle aziende target. Inoltre, le campagne pubblicitarie su LinkedIn consentono di raggiungere segmenti di pubblico specifici, promuovendo contenuti che stimolino l'interesse e incoraggino il contatto diretto.

Benedetti&Co, da oltre vent'anni, grazie ad un Team di esperti è in grado di supportare l'azienda nella definizione e nella pianificazione delle azioni commerciali da intraprendere. Sia in aziende di grandi dimensioni, sia in aziende medio-piccole ha supportato l'area commerciale nella definizione delle strategie di generazione di Lead, nell'analisi del portafoglio clienti e nell'individuazione delle azioni mirate per il suo sviluppo. Il team Benedetti&Co trasferisce in azienda metodi e strumenti che permetteranno all'azienda di operare ogni giorno le scelte più efficaci in coerenza con la strategia e gli obiettivi fissati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brescia

Via G. Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1.
LD Ruparel -
Marg. Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817