

valuelead ▶



EBOOK

**Come funziona
la tecnologia di
lead generation
amica dei sales**

Content

Executive summary.....	2
YourWOO: tutto comincia dal Lead Tracking.....	3
Quali informazioni otteniamo sui profili che visitano il nostro sito?	3
Il lead tracker spiegato in un facile glossario.....	5
YourWOO: non solo tracking.....	6
Perché serve una robusta content strategy, e non solo lead tracking.....	6
Le Analytics di YourWOO.....	7
YourWOO: le newsletter ancora al centro della strategia di distribuzione dei contenuti.....	8
Controllo ed efficienza non sono riservati ai grandi.....	10
Contatti.....	11

Executive Summary

La perfetta gestione di marketing e sales per un'azienda B2B è data dalla sistematica esecuzione di una moltitudine di attività, grazie a team affiatati, ricchi di talenti e risorse di qualità. Ma gli strumenti tecnologici corretti possono moltiplicare questo valore e aprire opportunità inaspettate. Affidarsi ai tool giusti è fondamentale, e gli aspetti da considerare per sceglierli sono molti. Alla fine la decisione la deve prendere il team, ma che sia una decisione informata sta anche alla conoscenza di quanto offre il mercato e come si adatta alla propria strategia.

Per le aziende B2B di oggi è semplicemente indispensabile avvalersi di una piattaforma tecnologica di attivazione della presenza digitale. Gestire il proprio sito web e la pagina LinkedIn aziendale, sono sì attività necessarie che rafforzano la presenza digitale, ma devono essere valorizzate e sfruttate per una proattiva ricerca di potenziali clienti. Ad esempio, il sito web è una di quelle funzioni di attivazione disponibili online 24/7, ma serve a poco se non è affiancato da una piattaforma di valorizzazione commerciale e lead generation specializzata nel B2B.

Il rischio per le aziende è quello di usare risorse per portare avanti queste attività di presenza digitale, senza che vi sia un vero ritorno controllato e scalabile in termini di performance e vendite. Nello stesso tempo, questi strumenti hanno elevati livelli di complessità e richiedono investimenti importanti se adottati (o peggio, sviluppati) in casa.

Ma il mercato ha trovato la risposta grazie a piattaforme sviluppate professionalmente e che poi vengono messe a disposizione degli utenti finali in modalità "as a service".

Strumenti come YourWOO (un'esclusiva Valuelead per l'Italia e la Svizzera) contribuiscono a mantenere la competitività nel mercato B2B in evoluzione rapida, consentendo di adattare le strategie di marketing in base alle tendenze del settore e alle mutevoli esigenze dei clienti.

Concentrando gli sforzi di vendita sui lead di maggiore qualità identificati da YourWOO, è possibile utilizzare in modo più efficiente le risorse, riducendo gli sprechi e aumentando le opportunità di vendita.

YourWOO: tutto comincia dal Lead Tracking

YourWOO è lo strumento a 360° per il marketing e il sales digitale di ogni azienda B2B. Tra le molte funzionalità che il software offre, la prima ed essenziale è la tecnologia di Lead Tracking.

Il lead tracker consente di monitorare e registrare l'interazione dei potenziali clienti con i tuoi contenuti e le tue proprietà digitali, e ottenere informazioni rilevanti su di loro, sulle performance delle tue attività di marketing (e sales!).

Quali informazioni otteniamo sui profili che visitano il nostro sito?

Il lead tracking consente di ottenere una comprensione più approfondita dei potenziali clienti, fornendo informazioni preziose sulle loro esigenze, comportamenti e preferenze. Nella pratica, immediatamente dopo la visita al nostro sito, il software ci mostra una lista di aziende che sono passate a visitarci.

Tra i dati catturati dal lead tracker, il nome dell'azienda, il sito web di riferimento, il settore di appartenenza, il numero di dipendenti, il numero di visite, l'elenco delle pagine visitate, e infine la data dell'ultima visita sul nostro sito.

Questo monitoraggio in tempo reale consente di rispondere prontamente alle richieste dei potenziali clienti, aumentando le probabilità di conversione. Oltretutto contribuisce a ridurre il ciclo di vendita e ad accelerare il processo complessivo di acquisizione dei clienti.

Certo alcune situazioni specifiche possono sfuggire a questa tecnica (vedi box dedicato), ma sul piano statistico l'efficacia è comunque estremamente elevata - normalmente nel campo delle decine o centinaia di "segnali" raccolti alla settimana.

Le informazioni che ci servono

- Area geografica
- Industry solution
- Industry segment
- Grandezza dell'azienda
- Tipo di mercato raggiunto, per industry, grandezza
- Contenuti che sono stati letti
- Numero di visite effettuate
- Per lead e in totale

Tutte queste info combinate per ogni lead

YourWOO: tutto comincia dal Lead Tracking



Come fa il lead tracker a ottenere queste informazioni?

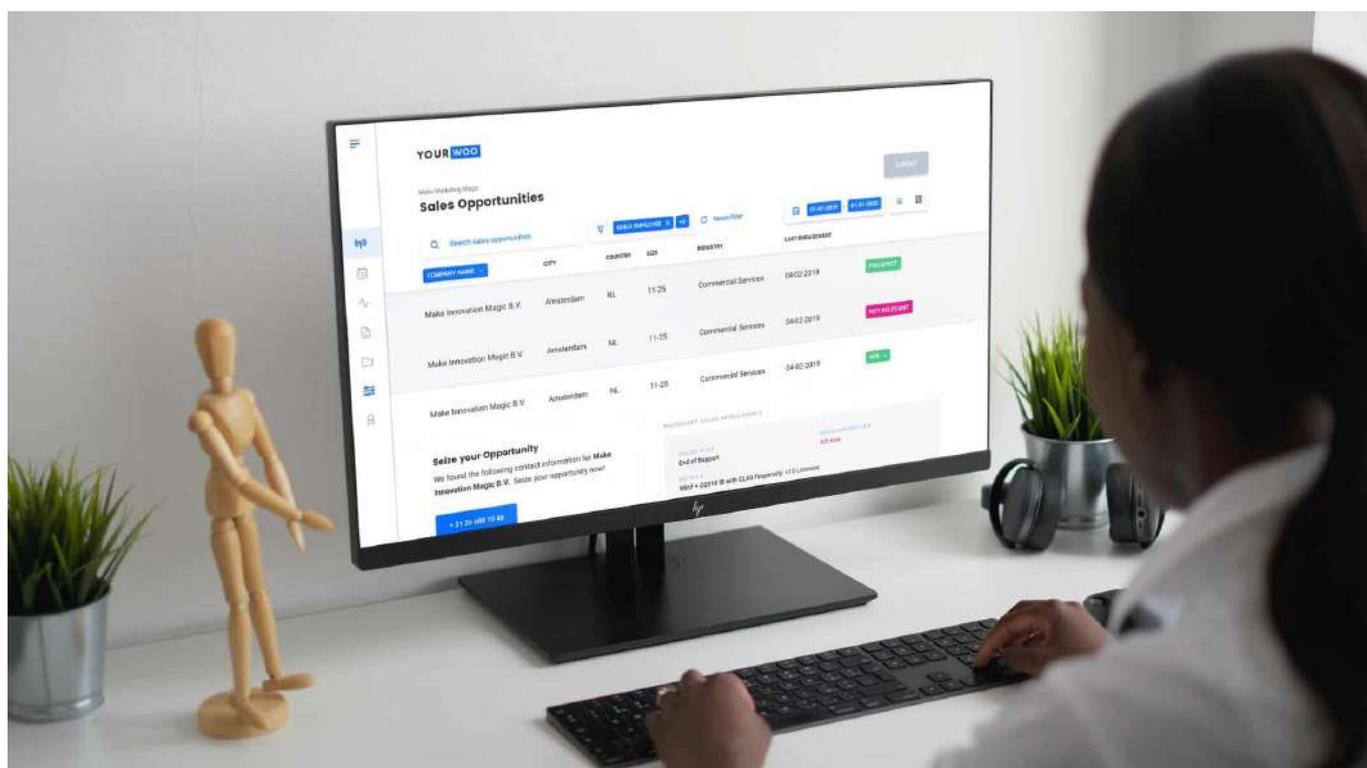
Le funzionalità di YourWOO entrano in azione grazie all'inserimento di una linea di codice personale e riservata da inserire facilmente nel proprio sito web.

Quando un utente atterra sul sito web, YourWOO individua l'indirizzo IP del visitatore e lo confronta con un enorme database di dati aziendali disponibile pubblicamente, come la Camera di Commercio.



Quali sono i benefici di un lead tracker?

Una volta raccolte queste informazioni di comportamento e attività sul proprio sito web è semplice, con il supporto del team di esperti di Valuelead, fare un passo oltre e trasformare un primo segnale in qualcosa di "azionabile" commercialmente, sia con i team interni di vendita che di nuovo con il supporto pratico e operativo del desk Valuelead. Per scoprire come, è sufficiente contattare il nostro team.



YourWOO: tutto comincia dal Lead Tracking

Il lead tracker spiegato in un facile glossario

Ecco come funziona, spiegato in modo semplice:



Indirizzo IP: Ogni dispositivo connesso a Internet (come un computer, uno smartphone o un server) ha un indirizzo IP. Puoi immaginare l'indirizzo IP come l'equivalente di un indirizzo postale per la tua casa, ma per il tuo dispositivo su Internet.



Registro delle Aziende: Molte grandi aziende hanno blocchi di indirizzi IP che utilizzano esclusivamente. Questi blocchi di IP sono registrati a nome dell'azienda. Esistono database pubblici che tengono traccia di quali indirizzi IP appartengono a quali aziende.



Visita al Sito Web: Quando qualcuno visita il tuo sito web, il tuo sito può "vedere" l'indirizzo IP del visitatore. Se hai installato uno strumento di identificazione B2B, questo strumento controllerà l'indirizzo IP del visitatore e cercherà corrispondenze nel database di cui abbiamo parlato prima.



Identificazione dell'Azienda: Se lo strumento trova una corrispondenza tra l'indirizzo IP del visitatore e il database, può determinare quale azienda sta visitando il tuo sito. Ad esempio, se un dipendente di "Azienda X" visita il tuo sito dal suo ufficio, e "Azienda X" ha un indirizzo IP registrato, lo strumento può dirti: "Azienda X ha visitato il tuo sito web".



Dettagli Supplementari: Alcuni di questi strumenti (come YourWOO) possono anche fornire dettagli aggiuntivi sull'azienda, come la dimensione dell'azienda, l'industria in cui opera, il numero di dipendenti e altre informazioni utili.

In sintesi, gli strumenti di identificazione B2B utilizzano l'indirizzo IP dei visitatori del tuo sito web per determinare se appartengono a una specifica azienda. È un po' come avere una telecamera di sicurezza all'ingresso di un negozio che registra chi entra, ma invece di vedere i volti delle persone, vedi il nome delle aziende da cui provengono.

YourWOO: non solo tracking

YourWOO non è solo lead tracking, ma anche la piattaforma ideale per la gestione dei tuoi contenuti online. Nello specifico, il software consente di registrare e analizzare le campagne marketing e la loro personalizzazione, il tutto in modo automatizzato grazie alla connessione di YourWOO con le altre piattaforme utilizzate.

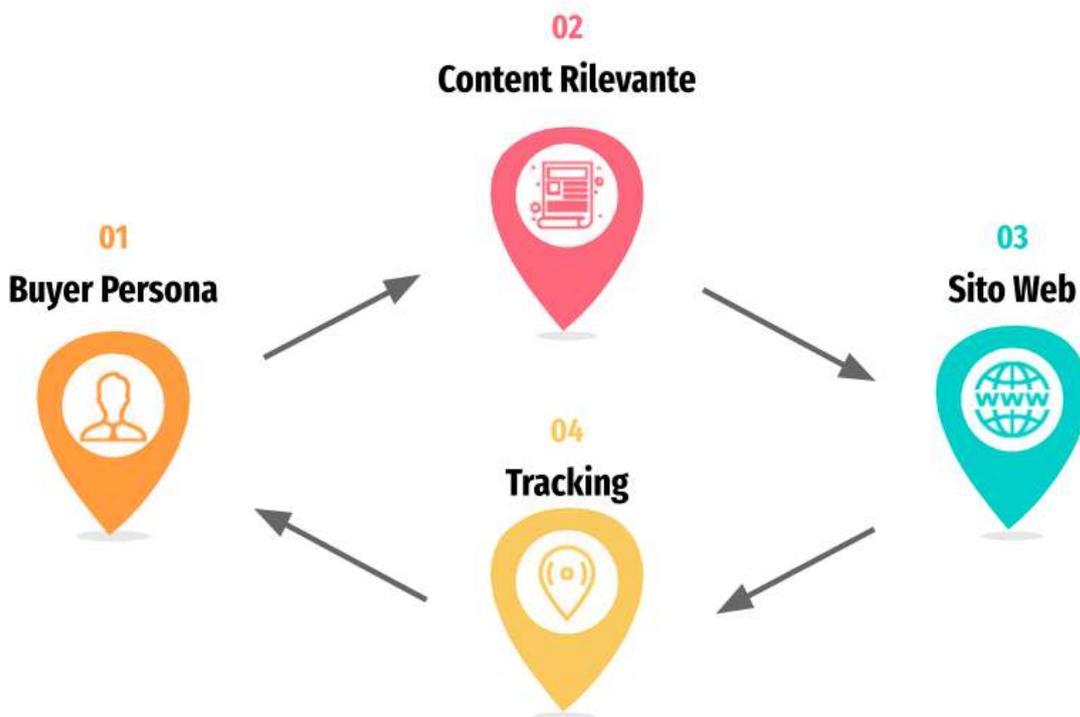
Perché serve una robusta content strategy, e non solo lead tracking.

Per valorizzare il lavoro fatto dal lead tracker, è importante affiancare una strategia di contenuti all'altezza.

Una content strategy integrata con un software di lead tracking crea un ciclo virtuoso in cui i contenuti attirano lead di alta qualità, il software traccia e gestisce tali lead, mentre i dati raccolti guidano ulteriori miglioramenti nella tua strategia di contenuti.

È prassi avere come riferimento una buyer persona durante la stesura di contenuti, e misurando l'efficacia dei contenuti attraverso analisi e feedback; è così possibile raffinare costantemente la stessa buyer persona.

Attraverso i contenuti inoltre, si può contribuire a sensibilizzare e coinvolgere i potenziali clienti nel loro percorso di acquisto, creando contenuti che rispondano alle domande e ai dubbi della buyer persona. Guadagnare una posizione di leadership sui "topic" principali è un obiettivo raggiungibile!



YourWOO: non solo tracking

Le Analytics di YourWOO.

Una delle funzioni più importanti di YourWOO, soprattutto per chi ama i dati e i trend, è la dashboard sulle performance delle attività di marketing tra cui newsletter, il sito web, blog e social media.

Clic: numero di clic effettuati sull'annuncio o mail

CTR: Click-Through Rate è il rapporto fra il numero dei click generati da una mail o annuncio, e il numero delle volte in cui l'annuncio stesso è stato visualizzato.

Open rate: tasso di apertura dell'email

Bounce rate: nell'email, è la percentuale di email che non arriva a destinazione per diversi motivi, come ad esempio un indirizzo email errato.

Visitors: numero di utenti unici che atterrano sul sito web

Sessions: numero del totale di visite al sito, anche ripetute più volte dallo stesso utente

Conversions: numero di conversioni da un livello all'altro del processo di vendita

- ▶ Per le newsletter visualizziamo dati come "Clic", "CTR", "Open rate", "Bounce rate", e "Unsubscription".
- ▶ Per il sito web è possibile anche connettere Google Analytics 4 con YourWOO, e possiamo vedere dati come "Visitors", "Sessions", "Conversions", "Page views" tra molti altri.
- ▶ Per i social media, è possibile connettere la propria pagina linkedin aziendale con YourWOO, sempre attraverso una linea di codice da inserire, e otteniamo i dati sull'engagement del pubblico con i nostri contenuti con le metriche sovrainpresse

Sono dati preziosi per analizzare e prevedere i comportamenti dei lead. Utilizzando queste informazioni, è possibile adattare la content strategy, apportare miglioramenti basati sui dati per indirizzare in modo più efficace i lead in base alle loro esigenze e interessi specifici.

YourWOO: le newsletter ancora al centro della strategia di distribuzione dei contenuti

Ma tornando a YourWOO, una delle funzione più apprezzate dai clienti è la possibilità di spedire efficacemente, con ridottissimo “bounce” e elevato “open rate” comunicazioni a liste (accuratamente validate dal punto di vista del GDPR). Le comunicazioni arrivano direttamente nella casella di posta elettronica del nostro potenziale cliente.

Questa tecnica, che risale ai primi tempi di Internet, è ancora straordinariamente efficace se ben governata e accoppiata a una content strategy coerente (vedi sopra) e a una continuità ben gestita nel tempo - né troppo frequente, né troppo rada.

Ecco alcune ragioni chiare e concise per cui un'azienda B2B dovrebbe considerare l'invio di newsletter via email almeno bisettimanali con contenuti di qualità:



Mantenere la Presenza Mentale: Consente all'azienda di rimanere nella mente dei clienti. Quando hanno bisogno di un prodotto o servizio che offri, penseranno prima alla tua azienda perché la vedono regolarmente nelle loro caselle di posta.



Posizionamento come Esperto: Con contenuti di alta qualità, l'azienda può posizionarsi come leader di categoria o esperto nel proprio settore. Ciò aumenta la fiducia e la credibilità nei confronti dei clienti.



Aggiornamenti e Notizie: È un modo efficace per informare i clienti su nuovi prodotti, servizi o cambiamenti nella tua azienda. Questo può stimolare nuove vendite o partnership.



Analisi e Segmentazione: Con le newsletter, puoi monitorare quali argomenti o prodotti interessano di più i tuoi clienti attraverso metriche come tassi di apertura e clic. Questo può guidare la strategia futura.



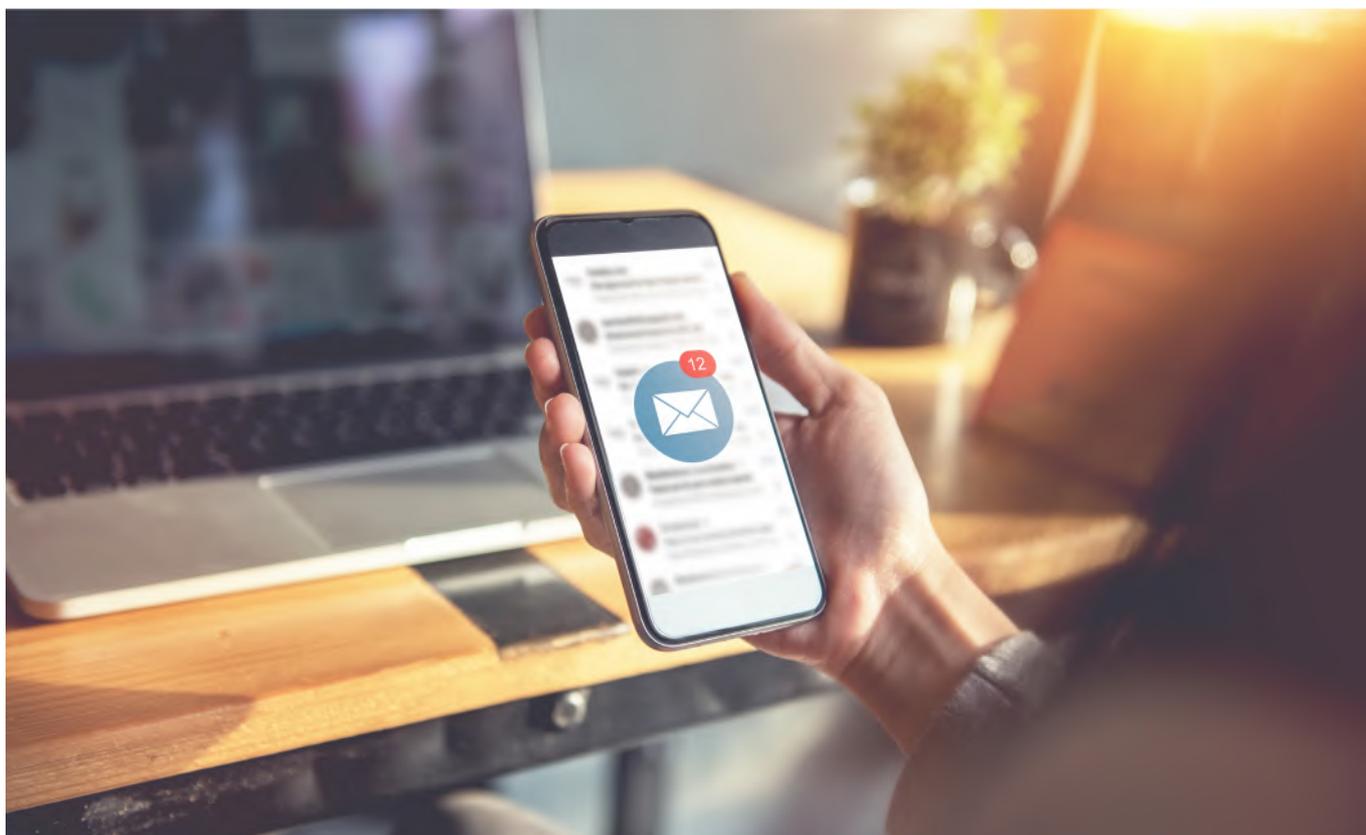
Fidelizzazione della Clientela: Una newsletter regolare può aiutare a costruire e mantenere una relazione con i clienti esistenti, incentivandoli a continuare a fare affari con te e potenzialmente a fare riferimento ad altri.

YourWOO: le newsletter ancora al centro della strategia di distribuzione dei contenuti

Esempio Pratico: Immagina una società B2B che vende software di gestione della tesoreria. Inviando una newsletter bisettimanale, il digital marketer può:

- Informare i clienti su come ottimizzare la propria struttura finanziaria, dimostrando la profondità della loro expertise.
- Annunciare nuove funzionalità del software, offerte speciali o casi studio di successo.
- Se nota che un particolare argomento della newsletter ha un alto tasso di clic, può decidere di sviluppare ulteriori contenuti o servizi intorno a quell'argomento, o persino organizzare webinar o formazioni specifiche.

In sintesi, una newsletter bisettimanale (il ritmo che Valuelead consiglia sempre ai propri clienti) può non solo tenere informata la clientela ma anche posizionare l'azienda come una risorsa preziosa e affidabile nel proprio settore.



Controllo ed efficienza non sono riservati ai grandi

Insomma usare strumenti digitali può moltiplicare il valore degli investimenti e aprire opportunità inaspettate, e alcuni sono anche semplici da usare. Le aziende che vogliono fare un passo in avanti e emergere tra la competizione hanno bisogno di abbracciare queste nuove tecnologie.

Affidarsi a esperti che lavorano con queste tecnologie quotidianamente rappresenta la soluzione più vantaggiosa per le aziende B2B che desiderano evolversi in breve tempo, risparmiando risorse finanziarie.

Un desk marketing e sales specializzato e in outsourcing garantisce che le vostre attività siano sempre al passo con gli aggiornamenti apportati dai trend del settore, e rappresentano per il team commerciale già presente in azienda un'accurata e sempre disponibile fonte di expertise e competenze specializzate.

Avvalersi di strumenti e partner di qualità è fondamentale per il successo delle tue attività. Valuelead utilizza gli strumenti digitali più all'avanguardia nel B2B, e collabora da anni con i team marketing dei clienti, mantenendo armonia e un giusto grado di scambio professionale, valorizzando i talenti e facendoli in qualche caso crescere in modo significativo.





In collaborazione con:



YOUR WOO

valuelead ▶

Prenota una call e inizia subito!



www.valuelead.com

Indirizzo

C/O Tinext Group Sa

Via Cremignone 4E

6924 Sorengo, Switzerland

Mail

info@valuelead.com