

Mi sento...

Cacciatore di Lead

I lead non si trovano: si costruiscono.

Questo PDF ti guida nel progettare una strategia advertising orientata alla raccolta di contatti realmente interessati.



DO

- Offri valore in cambio del contatto: checklist, consulenze gratuite, guide.
- Usa form brevi e landing semplici.
- Retargetizza chi ha interagito senza convertire.



DON'T

- Evita promesse vaghe o troppo generiche.
- Non sovraccaricare il form di richieste (nome, email e basta va più che bene).
- Non dimenticare follow-up immediato.

Ago e File

ADV (META)

Obiettivo da impostare: Generazione di contatti (Lead Ads) o Conversioni (se su landing esterna).

Durata consigliata: 10-14 giorni + reminder (3 giorni intensivi a fine campagna).

Tipologia contenuti: Mini video spiegazione, immagini con offerte, call dirette.

Lead non vuol dire nomi a caso in un Excel.

Attaccare bottone in modo efficace vuol dire parlare alla persona giusta, nel momento giusto, con il messaggio giusto.

Non basta un form. Serve una strategia.

Se vuoi contatti che contano, siamo pronti.