

# TUTTO QUELLO CHE NON TI DICONO

*Acquistare lead potrebbe essere il tuo più grande problema.  
Scopri come risolverlo.*

## INTRODUZIONE

# IL NUOVO MARKETING STA DISTRUGGENDO IL SETTORE DELLA LEAD GENERATION

*Negli ultimi anni si è diffuso un modello che promette “lead pronti” a basso costo.*

***Ma la verità è un'altra: sta facendo perdere soldi, credibilità e tempo a migliaia di aziende.***

*Il cosiddetto marketing 2.0 ha un solo obiettivo: venderti contatti, non risultati.*



# IN TANTE AZIENDE CHE VENDONO LEAD: IL GIOCO È SEMPRE LO STESSO

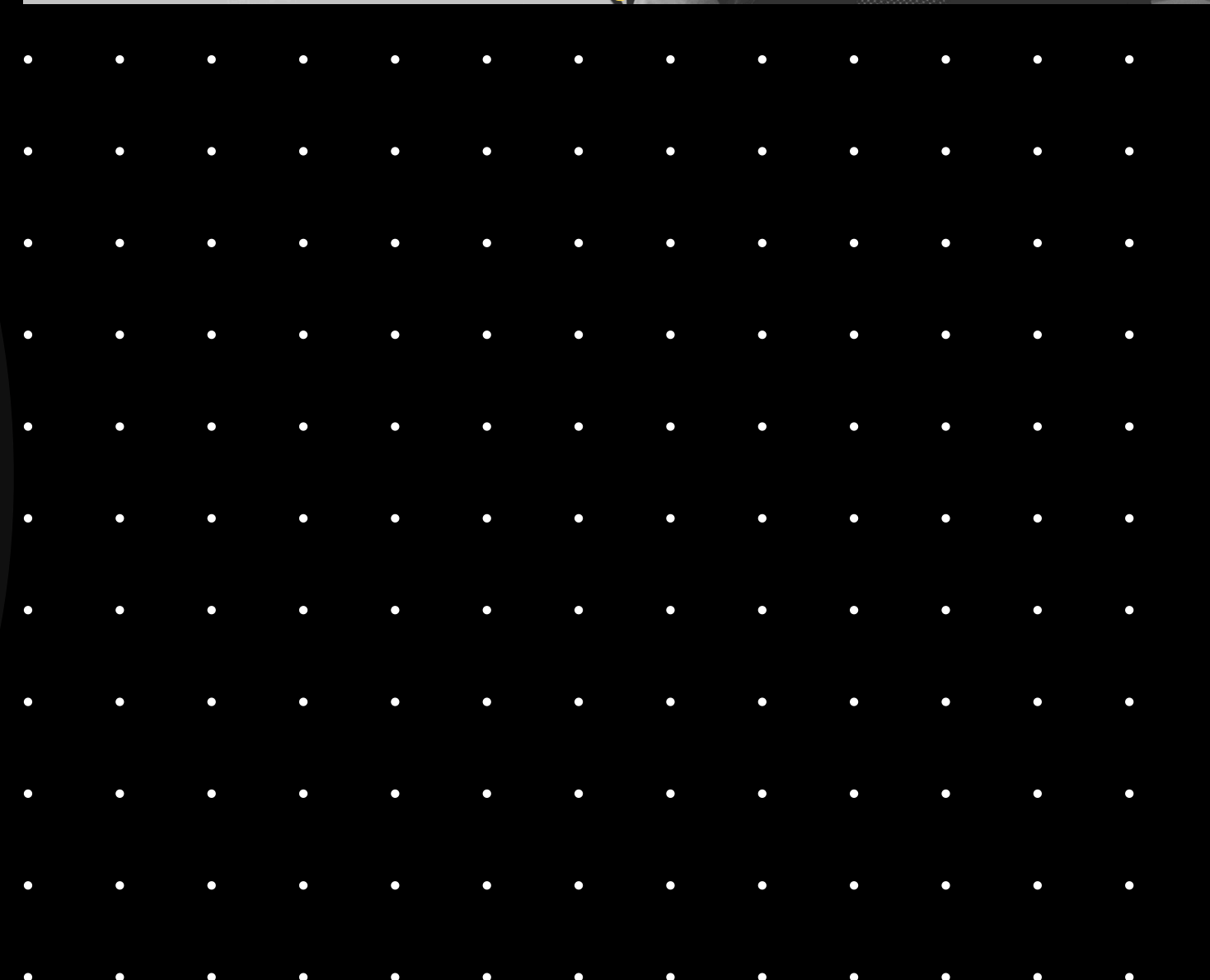
Ti fanno credere che riceverai clienti caldi.

In realtà:

- sono semplici numeri di telefono pescati da un funnel unico,
- non ti conoscono, non ti cercano, non ti vogliono,
- e spesso vengono rivenduti anche ad altri nel tuo stesso settore.

**Tu pensi di risparmiare.**

*Invece stai pagando per fare concorrenza ai tuoi stessi colleghi su un contatto già stressato.*



# LEAD FREDDI = CHIUSURA VICINA ALLO ZERO

I contatti che ricevi sono freddi, non qualificati, non informati.  
Il tasso di chiusura è bassissimo.

**E per ogni lead che non chiudi, il costo reale per cliente  
acquisito raddoppia o triplica.**

Questo non è risparmio.

È spreco mascherato da occasione.





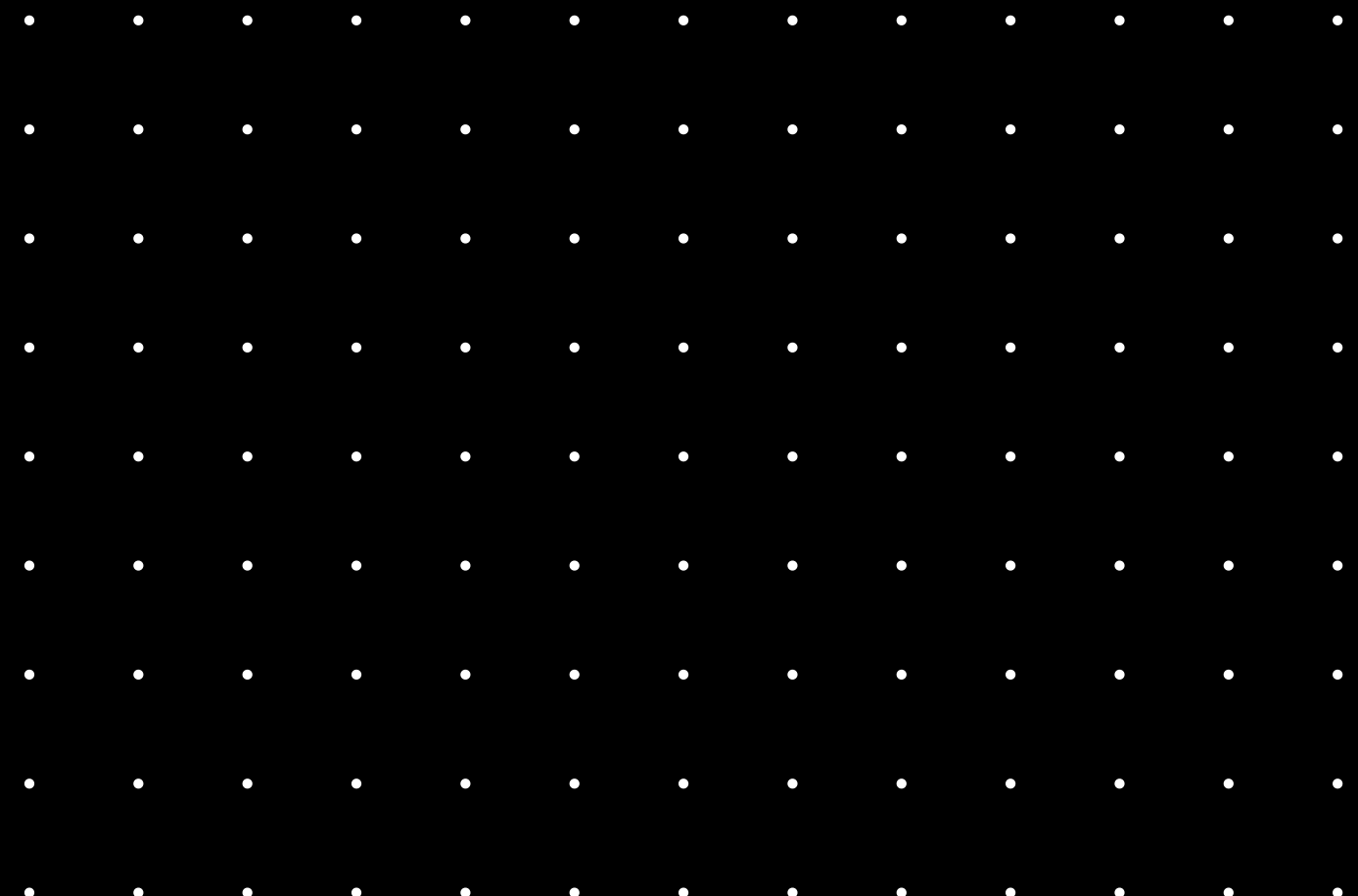
# IL MARKETING VERO FUNZIONA DIVERSAMENTE

**Il contatto non si compra, si conquista.**

Serve:

- attrarre persone davvero interessate,
- creare contenuti di valore,
- usare il digitale per portare traffico qualificato,
- convertire con strumenti efficaci (landing page, funnel, campagne mirate).

Un contatto generato così è consapevole, interessato, molto più vicino a diventare cliente.



# IL PARADOSSO: CREDI DI RISPARMIARE, MA STAI SPENDENDO IL DOPPIO

<b>Costo per lead</b>	Basso (sulla carta)	Basso (sulla carta)
<b>Tasso di chiusura</b>	Bassissimo	Bassissimo
<b>Posizionamento</b>	Nessuno	Bassissimo
<b>Fidelizzazione</b>	Nulla	Bassissimo
<b>Ritorno a lungo termine</b>	Zero	Bassissimo

Quello che viene presentato come “servizio di lead generation” è in realtà solo una catena di montaggio di appuntamenti forzati, senza strategia, senza contenuti, senza valore costruito nel tempo. È questo il Marketing 2.0 che sta bruciando soldi, aziende e fiducia nel settore.

