



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

Costo per lead	Basso (sulla carta)	Basso (sulla carta)
Tasso di chiusura	Bassissimo	Bassissimo
Posizionamento	Nessuno	Bassissimo
Fidelizzazione	Nulla	Bassissimo
Ritorno a lungo termine	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.

