

AZIENDE TOP

Un sistema end-to-end per attività locali

◆ ASSET 1 – ANALISI STRATEGICA INIZIALE (Fondamenta)

1.1 Analisi dell'attività

Obiettivo: capire **cosa vendere, a chi e perché dovrebbero scegliere proprio te.**

Checklist:

- Tipo di attività
 - Ticket medio
 - Margini
 - Capacità operativa (quanti clienti può gestire al mese)
 - Processo di vendita interno (chi chiude?)
-

1.2 Analisi del pubblico target locale

Qui NON parliamo di “età e sesso” ma di **problemi reali.**

Analisi:

- Problema principale che il cliente vuole risolvere
- Paura principale (perché non compra?)
- Obiezioni più comuni
- Desiderio finale (risultato concreto)
- Situazioni di vita locali (orari, abitudini, zone)

 Output: **1 Avatar Primario Locale**

1.3 Analisi del mercato locale

- Concorrenti diretti (chi vende la stessa cosa)
- Concorrenti indiretti (chi risolve lo stesso problema in altro modo)
- Offerte presenti sul mercato
- Comunicazione utilizzata (prezzo, urgenza, promessa)

 Output: **Posizionamento differenziante**

◆ ASSET 2 – STRATEGIA DI ACQUISIZIONE LEAD

2.1 Obiettivo del sistema

- 👉 NON vendere subito
- 👉 Portare **la persona fisicamente nell'attività**

KPI principali:

- Costo per lead
 - Lead qualificati
 - Appuntamenti / ingressi
 - Conversione lead → cliente
-

2.2 Architettura delle offerte (Value Ladder)

Ogni attività deve avere **3 livelli di valore**:

1. **Lead Magnet (basso impegno)**
 2. **Offerta di ingresso (conversione fisica)**
 3. **Offerta core / premium (vero guadagno)**
-

◆ ASSET 3 – LEAD MAGNET (Per attrarre contatti)

Il lead magnet deve:

- Risolvere **un micro-problema immediato**
- Essere **facile da capire**
- Avere **un valore percepito alto**

Esempi adattabili:

- Coupon / buono
- Check-up gratuito
- Prova / sessione demo
- Consulenza rapida
- Valutazione personalizzata
- Regalo esclusivo

⚠️ Regola d'oro:

Il lead magnet NON deve essere perfetto, deve far iniziare il rapporto.

◆ ASSET 4 – OFFERTA DI INGRESSO (Il ponte verso il negozio)

Qui avviene la magia ✨

Caratteristiche:

- Tempo limitato
- Posti limitati
- Condizione chiara
- Forte incentivo all'azione immediata

Esempi:

- “Prima visita a prezzo simbolico”
- “Trattamento prova riservato ai nuovi clienti”
- “Pacchetto starter esclusivo”

🎯 Obiettivo unico:

far entrare la persona nell'attività

◆ ASSET 5 – FUNNEL DI ACQUISIZIONE

5.1 Struttura del funnel

1. Ad Meta
 2. Landing page
 3. Raccolta contatto
 4. Thank you page
 5. Follow-up automatico
 6. Contatto umano
 7. Ingresso in sede
-

5.2 Landing Page (essenziale)

Elementi:

- Headline orientata al problema
 - Promessa chiara
 - Benefici concreti
 - Call to action unica
 - Modulo semplice
-

◆ ASSET 6 – CAMPAGNE META ADS (Traffico qualificato)

6.1 Struttura campagne

- Campagna Lead / Conversione
 - Target:
 - Raggio geo-localizzato
 - Interessi pertinenti
 - Esclusione clienti esistenti
 - Budget controllato e scalabile
-

6.2 Creatività vincenti

Formati:

- Video selfie
- Testimonial locali
- Prima / dopo
- Storytelling problema → soluzione

Copy:

- Problema diretto
 - Linguaggio locale
 - CTA chiara e semplice
-

◆ ASSET 7 – FOLLOW-UP E QUALIFICA DEL LEAD

Automazione:

- SMS / WhatsApp
- Email
- Reminder appuntamento

Contatto umano:

- Chiamata o messaggio
- Conferma appuntamento
- Pre-qualifica soft

 Obiettivo:

ridurre i no-show

◆ ASSET 8 – TRASFORMAZIONE LEAD → CLIENTE (NELLA SEDE)

Questa parte è spesso ignorata... ed è la più importante.

8.1 Accoglienza

- Cliente riconosciuto
 - Nessuna vendita aggressiva
 - Ascolto reale
-

8.2 Scoperta del bisogno

Domande:

- Perché sei qui oggi?
 - Che risultato vorresti ottenere?
 - Cosa hai già provato?
-

8.3 Proposta personalizzata

- Collegare il bisogno all'offerta
 - Mostrare il percorso
 - Presentare **l'offerta core**
-

8.4 Chiusura naturale

- Urgenza reale
 - Bonus se decide subito
 - Nessuna pressione
-

◆ ASSET 9 – RETENTION E UPSELL

Dopo la prima vendita:

- Follow-up
 - Programmi ricorrenti
 - Abbonamenti / pacchetti
 - Referral incentivati
-

 **RISULTATO FINALE DEL SISTEMA**

- ✓ Lead qualificati
- ✓ Persone fisicamente nell'attività
- ✓ Clienti paganti
- ✓ Sistema replicabile
- ✓ Controllo dei numeri