

taento

Caso studio 3

Serramenti

L'azienda

Azienda operante nella produzione e vendita di serramenti, in particolare porte e finestre

Target

- **B2C acquisto porte o finestre**
- **B2B rivenditori di serramenti**



Lead Generation e automatizzazione del processo di vendita tramite l'email marketing

Caso studio 3

Situazione di partenza

- 1.** L'azienda ha un prodotto inedito creato dopo lunghi studi e investimenti in ricerca e sviluppo
- 2.** Criticità emersa da subito l'elevato costo per lead emerso da test compiuti dall'azienda della precedente gestione

taento

Caso studio 3

Obiettivi



L'obiettivo è **acquisire nuovi rivenditori in varie aree d'Italia** interessati a proporre ai propri clienti dei serramenti realizzati con questo materiale inedito



Rendere consapevole il rivenditore del prodotto e prepararlo in anticipo alla chiamata e alla visita di persona del commerciale

taento

Caso studio 3

Strategia Lead Generation



Implementazione
campagna Facebook
Advertising, risultato
migliore rispetto a Google
Ads



Identificare target
specifico e difficile da
identificare su
Facebook “rivenditore
di serramenti”:

- Criteri demografici
- Pubblici simili
- Pubblici Personalizzati
- Retargeting

taento

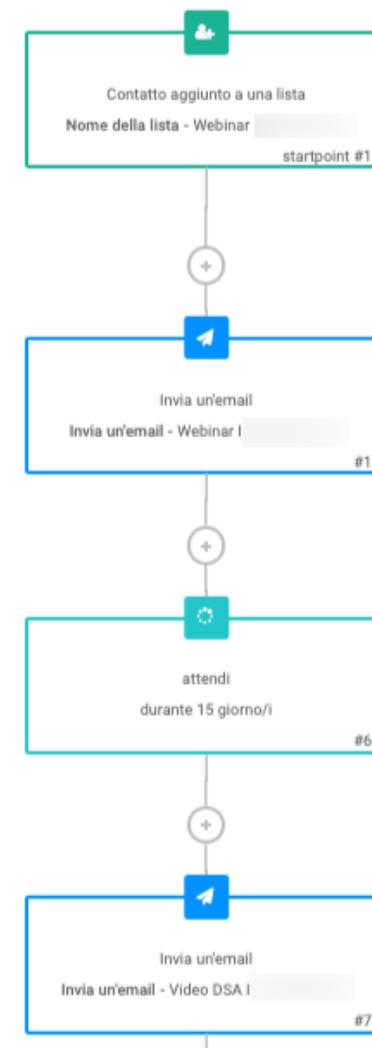
Caso studio 3

Landing page + Marketing automation



Dopo aver lasciato i propri dati in una landing iniziale, nella pagina di ringraziamento al lead veniva fornita la possibilità di un invio gratuito di un campione.

The screenshot shows a landing page for 'DIVENTA PARTNER'. The main heading is 'Unisciti anche tu alla nuova generazione di finestre'. Below it, there is a paragraph describing a window technology. Three bullet points list benefits: 'Bella come il legno', 'Forte come l'alluminio', and 'Vantaggiosa come il pvc'. A registration form is visible on the right, titled 'DIVENTA PARTNER'. The form includes fields for 'Nome*', 'Cognome*', 'Azienda*', 'Email*', and a phone number field with a dropdown for '+39' and a 'Cellulare*' label. There is also a checkbox for 'Accetto il trattamento dei dati secondo la privacy policy*'. A 'DIVENTA PARTNER' button is at the bottom of the form.



taento

Caso studio 3

Risultati



Riduzione del CPL



Taglio dei costi degli strumenti di web marketing, risparmio 2000 €



Aumento dei tassi di conversione delle landing page fino al 80%



Risparmio di tempo con automatizzazione dei processi

taento

Caso studio 3

Considerazioni finali

**Si può automatizzare
una parte del lavoro e
ottimizzare i costi degli
strumenti di web
marketing**