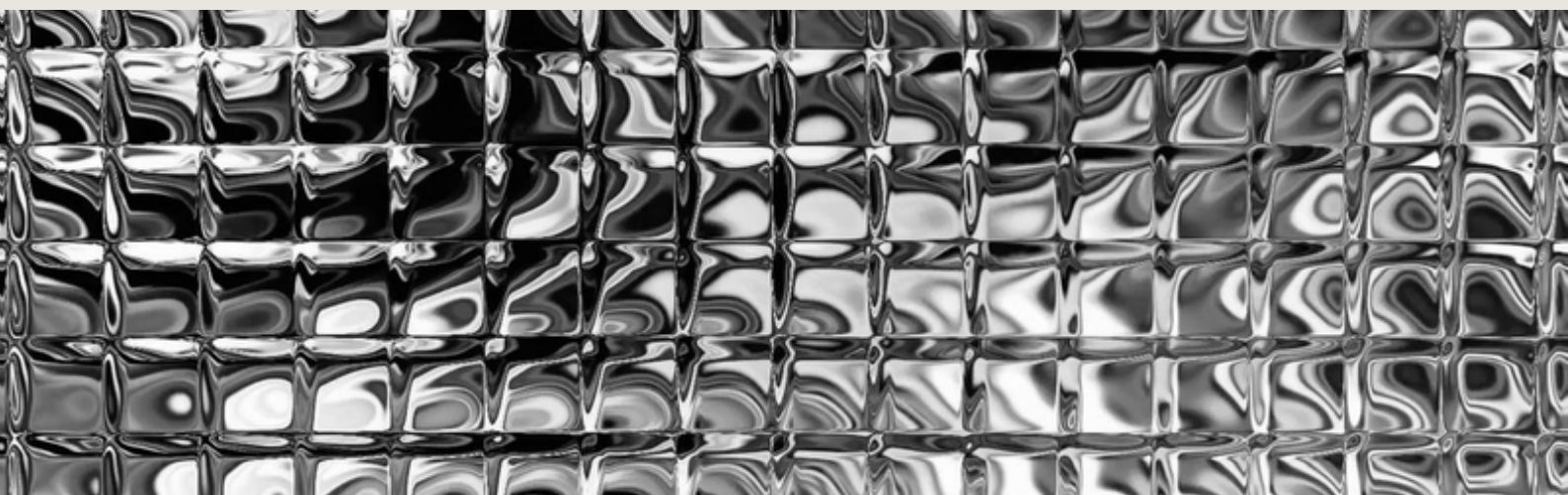


Lead Management Playbook Atomiq

COME TRASFORMARE OGNI LEAD IN UN'OPPORTUNITÀ CONCRETA DI
FATTURATO



A T O M I Q

When our clients are stronger, so are we.



Introduzione

Questo documento è stato progettato per aiutarti a ottenere il massimo valore dai lead che ricevi attraverso il sistema Atomiq.

Il nostro obiettivo non è semplicemente generare contatti, ma costruire un sistema di acquisizione clienti sostenibile, prevedibile e scalabile nel tempo.

Atomiq si occupa di intercettare domanda reale, qualificarla secondo criteri condivisi e consegnarti opportunità concrete.

Il tuo ruolo è trasformare queste opportunità in clienti.

Per questo motivo, il risultato finale non dipende esclusivamente dalla qualità del traffico o delle campagne, ma dalla combinazione tra:

- qualità dei lead generati
- velocità e precisione nella gestione
- capacità di conversione interna

Un lead è un punto di partenza, non un punto di arrivo.

Il nostro approccio

Il sistema Atomiq si basa su un'integrazione completa tra:

- strategie pubblicitarie ad alta intenzione
- sistemi di qualificazione e filtraggio
- ottimizzazione continua delle performance
- analisi dei dati e miglioramento progressivo

Ogni elemento è progettato per massimizzare la qualità delle richieste e ridurre al minimo la dispersione.

Non lavoriamo sulla quantità, ma sulla rilevanza.



Come funziona

Le fasi del sistema

1. Definizione del lead qualificato
Stabiliamo insieme i criteri che rendono un contatto rilevante:

- target cliente
- area geografica
- tipologia di richiesta
- esclusioni

Questo garantisce allineamento tra aspettative e risultati.

2. Attivazione del sistema

Costruiamo un sistema su misura basato su:

- campagne pubblicitarie ad alta intenzione
- funnel di acquisizione ottimizzati
- sistemi di tracciamento e analisi

3. Generazione e qualificazione

I contatti vengono:

- intercettati nel momento del bisogno
- filtrati secondo criteri definiti
- validati prima della consegna

4. Consegna del lead

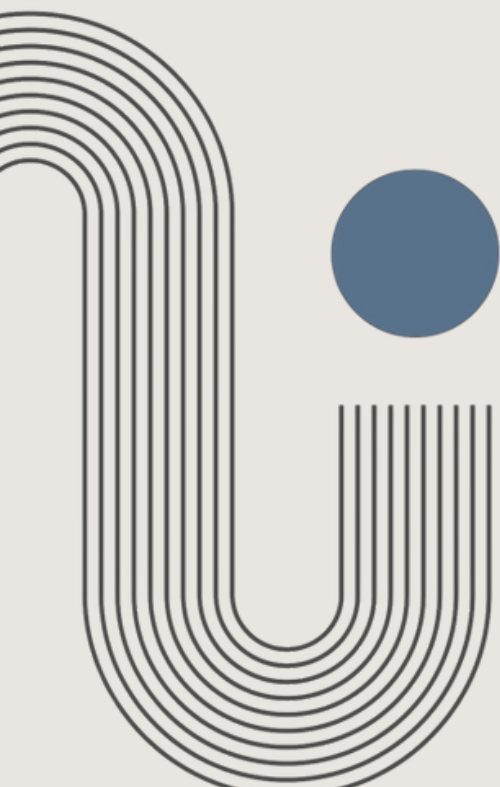
Ricevi contatti:

- reali
- esclusivi
- già qualificati

Dove entra in gioco la tua azienda

Il momento più critico del processo è la gestione del lead.

È qui che si determina il risultato economico.



Il valore del lead

Un lead non è una vendita.

È una persona che ha espresso un bisogno reale.

Cosa rappresenta un lead

- Interesse concreto
- Momento decisionale attivo
- Apertura al dialogo

Cosa NON è

- Una vendita garantita
- Un cliente già acquisito
- Un risultato finale

Il vero valore

Il valore di un lead dipende da:

- come viene contattato
- quanto velocemente
- con quale approccio

Cambiare prospettiva

Errore comune:
“Questo lead non vale”

Approccio corretto:
“Come posso massimizzare il valore di questo lead?”

Ogni lead è una probabilità di vendita, non una certezza.

Per ottenere risultati, è fondamentale avere il giusto approccio. Il sistema funziona su probabilità. Non tutti i lead diventeranno clienti.

Ma un sistema ben gestito produce risultati nel tempo.

Cosa aspettarsi

- alcuni lead convertono subito
- altri richiedono follow-up
- alcuni non convertiranno

Dove si crea il risultato

Non nella generazione
Ma nella gestione

Approccio corretto

- trattare ogni lead come opportunità reale
- non giudicare troppo presto
- lavorare sul processo, non sul singolo risultato



Primo Contatto

La velocità è il fattore più determinante nella conversione.

Perché è così importante

Quando un lead entra:

- è attivo
- sta valutando
- è disponibile al contatto

Questo stato dura poco.

Linee guida

- entro 5 minuti → massimo potenziale
- entro 1 ora → ancora efficace
- oltre 24 ore → probabilità molto bassa

Vantaggio competitivo

Chi risponde prima:

- costruisce fiducia
- aumenta il tasso di contatto
- riduce la concorrenza

La velocità non è un dettaglio. È strategia.

Il primo contatto determina l'esito della relazione.

Obiettivo

Aprire una conversazione, non vendere subito.

Struttura efficace

1. Presentazione
2. Riferimento alla richiesta
3. Domanda aperta

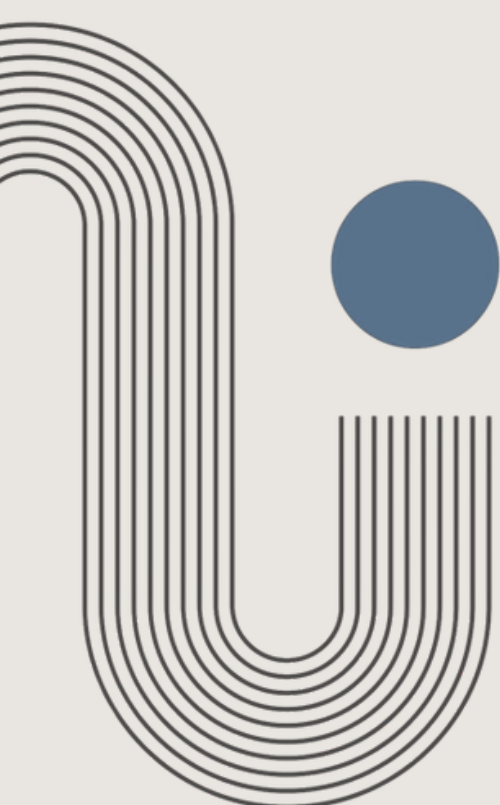
Esempio

“Ciao [Nome], ti contatto per la richiesta che hai fatto. Posso chiederti qualche informazione per capire meglio la tua esigenza?”

Cosa evitare

- approccio aggressivo
- monologhi
- vendita immediata

Prima capisci, poi proponi.



Canali e Follow Up

Utilizzare più canali aumenta drasticamente la probabilità di risposta.

Canali principali

- telefono
- WhatsApp
- email

Strategia consigliata

1. chiamata immediata
2. messaggio di follow-up
3. email di supporto

Perché funziona

- intercetti il lead su più touchpoint
- aumenti visibilità
- riduci dispersione

Non affidarti a un solo canale.

La maggior parte delle conversioni avviene dopo più tentativi.

Dato chiave

Molti lead non rispondono al primo contatto.

Non significa che non siano interessati.

Sequenza consigliata

- Giorno 1 → chiamata + messaggio
- Giorno 2 → follow-up
- Giorno 3 → secondo tentativo
- Giorno 5 → ultimo contatto

Approccio corretto

- professionale
- non invadente
- costante

Il follow-up è dove si crea la differenza.



Qualificazione

Non tutti i lead hanno lo stesso livello di interesse.

Obiettivo

Capire rapidamente:

- bisogno reale
- urgenza
- capacità decisionale

Domande utili

- “Quando vorresti procedere?”
- “Hai già valutato altre soluzioni?”
- “Qual è il tuo obiettivo principale?”

Segnali positivi

- chiarezza
- disponibilità
- interesse attivo

Qualificare significa ottimizzare il tempo.

Alcuni errori riducono drasticamente i risultati.

Errori principali

- rispondere tardi
- non fare follow-up
- comunicazione generica
- approccio aggressivo
- abbandonare troppo presto

Impatto

Ogni errore:

- riduce il tasso di conversione
- abbassa il valore del lead
- compromette il sistema

Il sistema è forte quanto la sua esecuzione



KPI e Performance

Per migliorare, devi misurare.

KPI principali

- tempo medio di risposta
- percentuale lead contattati
- tasso di conversione

Perché sono importanti

- identificano problemi
- permettono ottimizzazione
- migliorano risultati

Ciò che misuri, migliori.

Il miglioramento è un processo continuo.

Cosa ottimizzare

- script
- timing
- approccio
- gestione obiezioni

Come migliorare

- analizzare risultati
- testare varianti
- adattare il processo

I migliori risultati arrivano dall'evoluzione costante.

Il sistema funziona solo se entrambe le parti operano correttamente.

Atomiq

- genera lead
- qualifica
- ottimizza

Tu

- contatti
- gestisci
- converti

Collaborazione

Il risultato è condiviso



Recap

Best Practices

Per ottenere il massimo:

- ✓ rispondi rapidamente
- ✓ usa più canali
- ✓ fai follow-up
- ✓ qualifica bene
- ✓ mantieni costanza

Regola chiave

ogni lead è un'opportunità reale

Il vantaggio competitivo non è ricevere lead.

È saperli gestire meglio degli altri.

Chi applica un processo efficace:

- converte di più
- cresce più velocemente
- costruisce sistemi scalabili

Il sistema Atomiq ti fornisce le opportunità.

Il tuo processo determina il risultato.

