

Fase 3 qualificare

Un esempio di sequenza

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC

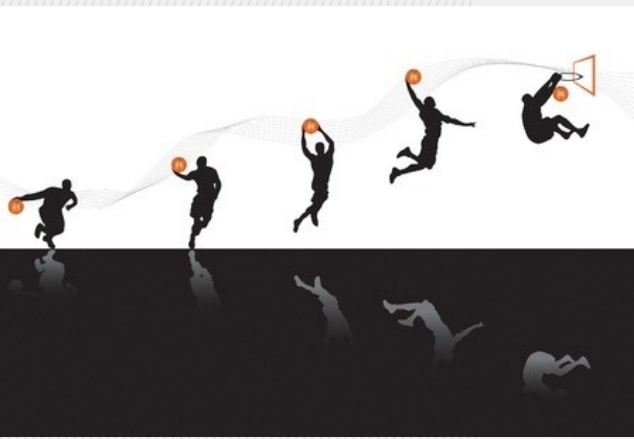


- ⚙️ Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto
- ⚙️ Giorno 2: Presentare te e il tuo brand (*Bonding Campaign*)
- ⚙️ Giorno 3: Assicurarsi che l'omaggio magnetico sia stato consumato
- ⚙️ Giorno 5: Presentare la tua soluzione (il prodotto)
- ⚙️ Giorno 6: Presentare te e il tuo brand (*Best of Campaign*)

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC

- ⚙️ Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto



OMAGGIO MAGNETICO

1. Accesso all'omaggio e benvenuto



- ⚙️ Inizia tutto da qui
 - ➔ Ricordi a cosa si sono iscritti
 - ➔ Ricordi la tua promessa e i benefici dell'omaggio
 - ➔ Incoraggi la lettura (magari con riferimenti precisi al documento)
 - ➔ Incoraggi la condivisione o i commenti
 - ➔ Nel PS anticipi che arriverà una seconda email

OMAGGIO MAGNETICO

1. Accesso all'omaggio e benvenuto (subito)



⚙️ Oggetto

➔ *[nome] scarica il tuo [omaggio]!*

⚙️ Inizio

➔ *Grazie per esserti iscritto a [omaggio], puoi scaricarlo in questo link [link]*

➔ *Dentro troverai (ripeti i punti che avevi detto nella squeeze page)*

OMAGGIO MAGNETICO

1.
Accesso all'omaggio e
benvenuto (subito)



⚙️ Contenuto

➔ *Questo breve report è pieno di informazioni per te molto importanti, ma voglio essere sicuro che non perdi questi (x) concetti:*

➔ *1 - concetto, a pagina o al minuto...*

➔ *2 - concetto, a pagina o al minuto...*

OMAGGIO MAGNETICO

1. Accesso all'omaggio e benvenuto (subito)



- ⚙️ Commenti o condivisione
 - ➔ Rimetti il link all'omaggio
 - ➔ *Vorrei esseri sicuro che tu abbia ricevuto la email... potresti rispondere?...*
 - ➔ *Quando hai finito di leggere [omaggio], mi faresti il favore di dirmi cosa ne pensi?*
- ➔ Nel P.S. anticipa che riceveranno ancora qualcosa (stimola la curiosità)

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC

- ⚙️ **Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto**
- ⚙️ **Giorno 2: Presentare te e il tuo brand (*Bonding Campaign*)**



IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



- ⚙️ Ora inizi a presentarti
- ⚙️ I tuoi obiettivi
 - ➔ Far capire loro, che fai parte della soluzione ai loro problemi
 - ➔ Creare un legame con il contatto
 - ➔ Creare anticipazione per le prossime comunicazioni
- ⚙️ Scrivila in prima persona, e non come Brand

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



⚙️ Oggetto

➔ *Si parte oggi!*

⚙️ Inizio

➔ *Ieri hai fatto il primo passo
iscrivendoti a [omaggio].*

➔ *Il primo passo è importante ma
volevo dirti che nei prossimi giorni
condividerò con te informazioni
preziose e casi studio incredibili [a
seconda del tuo prodotto]*

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



- *Oggi voglio farti una domanda: sai qual è la ragione numero uno [problema o soluzione della tua nicchia]?*
- *Ma prima di farlo, vorrei presentarmi...(metti una foto di te con il tuo staff o qualcosa del genere)*
- *Qui sono io con... mentre...*

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



⚙️ Contenuto gratuito

➔ *Ma ora torniamo alla domanda:
[riscrivi la domanda]*

➔ *Per rispondere ho creato questo
video in cui mostro.... [link]*

⚙️ Saluti

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



⚙️ P.S.

- ➔ *Il mio desiderio è darti tutte le informazioni, ma ho bisogno di una cosa da te: la tua attenzione!*
- ➔ *So che sei molto impegnato [...] ma quando vedi che ti arriva una email da me, ti chiedo di aprirla e di leggerla. [...]*

⚙️ P.P.S.

- ➔ *A breve riceverai un video che ha fatto arrabbiare tutti i ... della mia zona*

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC

- ⚙️ **Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto**
- ⚙️ **Giorno 2: Presentare te e il tuo brand (*Bonding Campaign*)**
- ⚙️ **Giorno 3: Assicurarsi che l'omaggio magnetico sia stato consumato**



OMAGGIO MAGNETICO

3.

Ti assicuri che
consumino (1 giorno dopo)



- ⚙️ Questa email dovrà essere molto asciutta e la spedirai qualche giorno dopo l'accesso (e poi puoi spedirla ancora)
 - ➔ Ricordi che si sono iscritti
 - ➔ Fai un punto spiegato nell'omaggio e che non devono farsi sfuggire (magari dicendo la pagina esatta)
 - ➔ PS. Anticipi che riceveranno ancora qualcosa

OMAGGIO MAGNETICO

3.
Ti assicuri che
consumino (1 giorno dopo)



⚙️ Oggetto
→ *Hai letto [omaggio]?*

⚙️ Inizio
→ *Qualche giorno fa hai scaricato (ti sei iscritto) a [omaggio] [LINK].*

→ *Volevo assicurarmi che tu sia riuscito a leggere il documento, soprattutto...*

→ *Saluti*

→ *P.S.*

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC

- ⚙️ **Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto**
- ⚙️ **Giorno 2: Presentare te e il tuo brand (*Bonding Campaign*)**
- ⚙️ **Giorno 3: Assicurarsi che l'omaggio magnetico sia stato consumato**
- ⚙️ **Giorno 5: Presentare la tua soluzione (il prodotto)**



LA TUA SOLUZIONE

4. Presenti la tua soluzione (2 giorni dopo)



- ⚙️ Una email che entra nei dettagli e parla del tuo prodotto/servizio in modo più esplicito , che mostra:
 - ➔ Come le sue caratteristiche del risolvono i problemi, semplificano la vita, ecc..
 - ➔ Come esattamente è la soluzione ideale per soddisfare il tuo messaggio differenziante (non è il cane che si morde la coda 😊)
 - ➔ I benefici collaterali (molto amati dal tuo avatar)

LA TUA SOLUZIONE

4. Presenti la tua soluzione (2 giorni dopo)



⚙️ Oggetto

➔ *Basta con [problema]!*

⚙️ Inizio

➔ *Ma dico io, possibile che non si riesca a fare senza dover ...?*

➔ *Un ... che si rispetti deve avere [caratteristiche] ...*

➔ *Ho registrato un video che ti mostra come il sistema XYZ risolve [il problema] [LINK]*

⚙️ Saluti

LA TUA SOLUZIONE

4.
Presenti la tua soluzione
(2 giorni dopo)

→ *P.S. So che stai ancora aspettando il contenuto che... è quasi pronto!
Occhio alla casella di posta...
domani riceverai una email con
oggetto...*



IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC



- ⚙️ **Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto**
- ⚙️ **Giorno 2: Presentare te e il tuo brand (*Bonding Campaign*)**
- ⚙️ **Giorno 3: Assicurarsi che l'omaggio magnetico sia stato consumato**
- ⚙️ **Giorno 5: Presentare la tua soluzione (il prodotto)**
- ⚙️ **Giorno 6: Presentare te e il tuo brand (*Best of Campaign*)**

IL TUO BRAND

5.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



- ⚙️ Best of Campaign
 - ➔ Ricordi che avevi promesso qualcosa
 - ➔ Ora dai il pezzo di contenuto che stavano aspettando
 - ➔ Prometti un altro contenuto...
 - ➔ Nel P.S. Offri subito anche l'altro contenuto (*over delivery*)

IL TUO BRAND

5.

Presenti quello che fai
(1 giorno dopo)



⚙️ Contenuto

- ➔ *Questo è il [post, articolo, caso studio, video, template, check list, ecc.] che ti avevo promesso...*
- ➔ *Sono sicuro che ti piacerà. Parla di [beneficio e risultato senza rivelare il contenuto]*
- ➔ *Guardalo ora, perché domani ho intenzione di farti leggere un report che ha completamente cambiato*

⚙️ Saluti

IL TUO BRAND

5. Presenti quello che fai (1 giorno dopo)



⚙️ Sorpresa (nel P.S. dopo i saluti)

➔ *Ok, ho cambiato idea...*

➔ *Visto che mi piace promettere poco e dare molto, voglio darti ora anche il report 😊 invece che farti aspettare domani.*

➔ *Ecco il link, ne rimarrai...*

LA TUA SOLUZIONE

Concetti generali e
strategie diverse



- ⚙️ Come abbiamo già detto in precedenza puoi presentare il tuo prodotto da molte angolazioni
 1. Il problema e i benefici
 2. Le prove
 3. La garanzia
 4. Le obiezioni

LA TUA SOLUZIONE

Il problema e i benefici

- ⚙️ Queste email avranno un **link** alla pagina specifica del sito
- ⚙️ In quella pagina o vendi o c'è la richiesta di appuntamento
- ⚙️ Nella email dirai comunque il punto principale, **l'unicità** del tuo prodotto



LA TUA SOLUZIONE

Le prove

- ⚙️ Le prove sono sparse per il tuo sito
- ⚙️ Ma in questa email ti soffermi su questo specifico aspetto, ricordando la **storia** di un tuo cliente
- ⚙️ La storia fa rivivere il problema al tuo avatar e gli fa immaginare la sua vita dopo la soluzione
- ⚙️ Link alla pagina di vendita o richiesta appuntamento



LA TUA SOLUZIONE

Le risposte alle obiezioni

- ⚙️ Cerca di metterti, come sempre, nella testa del cliente.
- ⚙️ Perché non ha ancora comprato o chiesto un appuntamento?
- ⚙️ Come mai non è ancora convinto?
- ⚙️ Rispondi a queste specifiche obiezioni.
- ⚙️ Metti sempre il link al tuo prodotto



LA TUA SOLUZIONE

Ecco i must!

- ⚙️ Ti ricordo i principi cardine
 - ➔ Dai un nome alla tua soluzione
 - ➔ Non dilungarti troppo e vai al sodo
 - ➔ Rispondi SEMPRE a tutte le angolazioni, ma ogni volta soffermati più su una sola.
 - ➔ Sii preciso. Non usare formule generiche.



IL TUO FOLLOW-UP

Qual è il tuo obiettivo?



⚙️ In questa parte della sequenza il tuo obiettivo è che il cliente continui il percorso da contatto qualificato a cliente.

➔ Prendere un appuntamento

➔ Lasciarti dei dati per poter ricontattarlo

➔ Comprare qualcosa...

⚙️ **Deve fare qualcosa** (azione) per poter avanzare con te!

ORA TOCCA A TE!

**Se non cambi qualcosa,
non cambia niente!**



- ⚙️ Ora sei in grado di scrivere un follow-up che abbia la preziosa capacità di trasformare il tuo contatto interessato in qualificato.
- ⚙️ Ricordati, più ti alleni scrivendo effettivamente email, più sarai efficace. Te ne renderai conto mentre lo fai!