

# Funnel Marketing

## Cos'è il Funnel Marketing ?

Il funnel marketing, o funnel di vendita, è una metodologia di marketing che si concentra sul percorso che un potenziale cliente compie per diventare effettivamente un cliente. Questo percorso viene rappresentato da un "funnel" o imbuto, in cui le persone passano attraverso diverse fasi prima di effettuare un acquisto.

Il funnel marketing prevede quindi l'ideazione di una strategia di marketing mirata a catturare l'attenzione di potenziali clienti e a guidarli attraverso le diverse fasi del funnel, al fine di convertirli in clienti effettivi. Le fasi del funnel di vendita sono generalmente quattro:

1. Awareness (consapevolezza): in questa fase il potenziale cliente viene sensibilizzato all'esistenza del prodotto o servizio, attraverso campagne pubblicitarie, post sui social media, pubblicità su Google e così via.
2. Interest (interesse): in questa fase il potenziale cliente dimostra un interesse effettivo per il prodotto o servizio, ad esempio visitando il sito web dell'azienda o richiedendo ulteriori informazioni.
3. Desire (desiderio): in questa fase il potenziale cliente ha maturato una forte intenzione di acquisto, ad esempio compilando un modulo di contatto o aggiungendo il prodotto al carrello.
4. Action (azione): in questa fase il potenziale cliente effettua l'acquisto.

Il funnel marketing prevede quindi l'utilizzo di diverse tecniche di marketing e di strumenti specifici per ciascuna fase del funnel, al fine di accompagnare il potenziale cliente

attraverso il percorso di acquisto. Ad esempio, nella fase di consapevolezza si possono utilizzare annunci pubblicitari o post sui social media, mentre nella fase di desiderio si possono utilizzare coupon o offerte speciali per incentivare l'acquisto.

In sintesi, il funnel marketing è una metodologia di marketing che si concentra sul percorso che un potenziale cliente compie per diventare un cliente effettivo, utilizzando diverse tecniche e strumenti specifici per ciascuna fase del funnel.

# Come funziona il Funnel Marketing ?

Il funnel marketing, noto anche come funnel di vendita, è un modello di marketing che rappresenta il percorso che un potenziale cliente compie dal primo contatto con un'azienda fino all'acquisto di un prodotto o servizio. Il modello del funnel è suddiviso in diverse fasi, che corrispondono a diverse attività di marketing e di vendita.

Le fasi del funnel marketing sono le seguenti:

1. Awareness: In questa fase, il potenziale cliente entra in contatto per la prima volta con l'azienda e il suo prodotto o servizio. L'obiettivo è quello di suscitare l'interesse del potenziale cliente e far conoscere l'azienda e il suo prodotto o servizio.
2. Interest: In questa fase, il potenziale cliente ha mostrato interesse per l'azienda e il suo prodotto o servizio. L'obiettivo è quello di approfondire l'interesse del potenziale cliente e fornire ulteriori informazioni sul prodotto o servizio offerto.
3. Consideration: In questa fase, il potenziale cliente sta considerando l'acquisto del prodotto o servizio offerto dall'azienda. L'obiettivo è quello di convincere il

potenziale cliente che il prodotto o servizio offerto dall'azienda è la scelta migliore per soddisfare le sue esigenze.

4. Intent: In questa fase, il potenziale cliente ha deciso di acquistare il prodotto o servizio offerto dall'azienda. L'obiettivo è quello di favorire la conversione del potenziale cliente in cliente effettivo.
5. Purchase: In questa fase, il potenziale cliente diventa un cliente effettivo, completando l'acquisto del prodotto o servizio offerto dall'azienda.

Il funnel marketing è un modello dinamico, in cui i potenziali clienti possono entrare o uscire dalle diverse fasi del funnel in base alle loro esigenze e ai loro interessi. Inoltre, l'obiettivo del funnel marketing non è solo quello di acquisire nuovi clienti, ma anche quello di mantenere un rapporto duraturo con i clienti esistenti, attraverso attività di fidelizzazione e di customer care.

## Un esempio di Funnel Marketing

Un esempio di funnel marketing può essere il seguente:

1. Awareness: una società che produce integratori alimentari pubblica i suoi prodotti su Facebook e Instagram, con post che evidenziano i benefici degli integratori per la salute e il benessere. Questo attira l'attenzione di molte persone che non conoscono ancora l'azienda o i suoi prodotti.
2. Interest: le persone che hanno mostrato interesse per i post dell'azienda vengono indirizzate verso il sito web dell'azienda tramite un link presente nei post o attraverso la pubblicità sui social media. Sul sito web, i visitatori possono trovare maggiori informazioni sui prodotti, sulla loro efficacia e sulle recensioni di

altri clienti soddisfatti.

3. Desire: i visitatori del sito web che hanno mostrato un forte interesse per gli integratori, ad esempio aggiungendoli al carrello, ricevono un'email personalizzata che li invita a completare l'acquisto, offrendo loro uno sconto o un'offerta speciale.
4. Action: i visitatori che hanno ricevuto l'email e hanno effettuato l'acquisto diventano clienti effettivi dell'azienda.

In questo esempio, la società ha utilizzato diverse tecniche di marketing per accompagnare i potenziali clienti attraverso le diverse fasi del funnel, ad esempio la pubblicità sui social media, il sito web con informazioni dettagliate sui prodotti e l'email personalizzata con uno sconto o un'offerta speciale. Il funnel marketing è quindi una metodologia di marketing molto efficace per trasformare i potenziali clienti in clienti effettivi e fidelizzarli nel tempo.