

antherica**LeadMaker**



troviamo **nuovi** clienti,
facciamo crescere la tua attività

Con AnthericaLeadMaker non sei tu a cercare i clienti, ma loro a cercare te.

AnthericaLeadMaker intercetta i tuoi potenziali clienti tra i 20 milioni di italiani e i 300 milioni di europei che cercano su Google e su altri motori di ricerca i prodotti o servizi che desiderano acquistare.

Essere raggiunto dalla tua clientela su Internet non è mai stato così facile.

L'utente navigatore sta già cercando prodotti e servizi offerti anche dalla tua azienda: gli offriamo un modo semplice e veloce per entrare in contatto con te. A te forniamo lo strumento per convertire un potenziale cliente in una opportunità di business.

Facciamo noi l'investimento. Paghi solo i contatti registrati.

Nessuna strategia di investimento da elaborare, nessun budget da allocare: ci assumiamo il rischio di farti pagare soltanto il vantaggio competitivo acquisito.

Indice

1. Il nostro metodo - Come funziona	3
1.1 Link sponsorizzati e parole chiave.....	3
1.2 Le landing pages.....	4
1.3 Le statistiche: monitoraggio continuo e misurabilità dei risultati.....	5
2. I costi	6
3. Risultati	7

1. Il nostro metodo - Come funziona

AnthericaLeadMaker è un metodo integrato per l'acquisizione di clienti. Esso si compone di un software per la gestione dei contenuti (CMS), di un motore di statistiche e dell'expertise del personale di Antherica necessario per attivare e gestire la campagna pubblicitaria online. Il nostro sistema è in grado di sfruttare tutte le potenzialità delle campagne pay-per-click dei principali motori di ricerca e social network, collegandosi alle parole chiave che gli utenti digitano per trovare in rete ciò che vogliono acquistare.

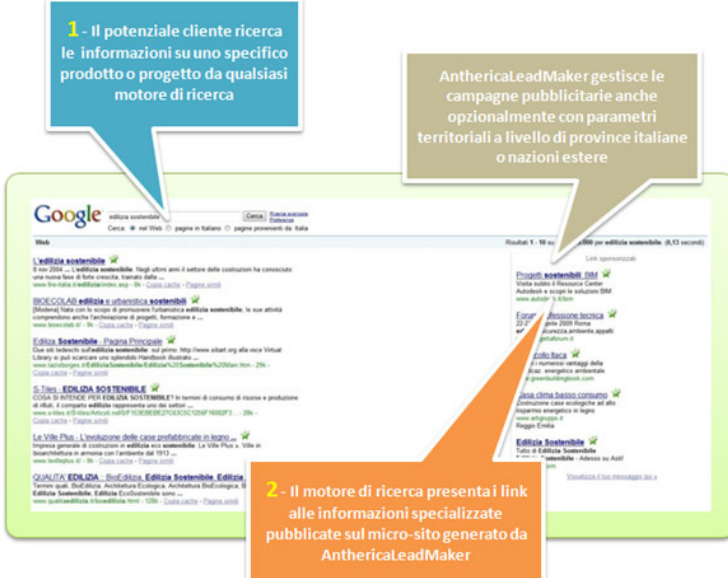


Il software intercetta le parole chiave dai link sponsorizzati che appaiono sulla pagina del motore di ricerca, dirottando il potenziale cliente sulle *landing pages*. Queste ultime sono pagine web redatte appositamente per offrire contenuti di approfondimento contestuali alle parole chiave immesse.

In alternativa, la campagna di acquisizione clienti può essere gestita mediante l'invio di e-mail ad un database selezionato di potenziali interessati. Nel testo delle e-mail il prodotto o servizio che si vuole commercializzare viene proposto in anteprima e i destinatari, tramite adeguati link, vengono anche in questo caso indirizzati su landing pages redatte ad hoc.

1.1 Link sponsorizzati e parole chiave

E' possibile pubblicare annunci per tutte le parole chiave correlate ai prodotti o servizi dell'azienda. Sarà cura del personale di Antherica



1 - Il potenziale cliente ricerca le informazioni su uno specifico prodotto o progetto da qualsiasi motore di ricerca

AnthericaLeadMaker gestisce le campagne pubblicitarie anche opzionalmente con parametri territoriali a livello di province italiane o nazioni estere

2 - Il motore di ricerca presenta i link alle informazioni specializzate pubblicate sul micro-sito generato da AnthericaLeadMaker

selezionare assieme al Cliente quelle più significative e più efficaci per assicurare il massimo numero di impressioni (visualizzazioni).

Oltre alla scelta delle parole chiave e dei testi degli annunci, è possibile personalizzare la campagna selezionandone la localizzazione territoriale (province italiane o stati esteri) e lingua.

Gli annunci, generando un elevato numero di visualizzazioni, hanno il pregio di dare visibilità al brand ed in

secondo luogo di ricevere esclusivamente un traffico mirato, costituito dai reali interessati ad un determinato prodotto/servizio.

I dati statistici ci dicono che gli utenti di Internet sono sempre più impazienti: vogliono raggiungere quanto prima la pagina web più adatta a completare gli obiettivi che si sono prefissati, evitando di navigare inutilmente in rete. Tramite i link sponsorizzati essi approdano direttamente alle informazioni di loro specifico interesse.

1.2 Le landing pages


Le landing pages rispondono fondamentalmente a due scopi:

- comunicare sinteticamente, ma con chiarezza, le caratteristiche del prodotto o servizio che interessa all'utente
- far sì che l'utente lasci i propri dati per essere ricontattato

Un potenziale cliente è una persona già interessata all'offerta di prodotti o servizi di una determinata azienda: le landing pages gli forniscono informazioni mirate che fungono da call-to-action perché chieda di essere ricontattato.

In quest'ottica un micro-sito appositamente redatto risulta più efficace di un link al sito aziendale, poiché quest'ultimo, fornendo tutte le informazioni sull'azienda, rischia di risultare dispersivo, mentre chi approda al micro-sito vuole approfondire un argomento in particolare.

Siamo in grado di predisporre landing pages differenziate a seconda delle parole chiave digitate dall'utente navigatore, al fine di ottimizzare la corrispondenza tra l'approfondimento fornito e le esigenze informative pregresse del potenziale cliente.



Un apposito form, semplice e ben visibile in ogni pagina, permette all'utente di lasciare i propri dati e di compilare la liberatoria che consentirà all'azienda di ricontattarlo. I nominativi raccolti, ordinati in un database, verranno recapitati in tempo reale in una casella di posta elettronica predefinita e saranno utilizzabili, sia immediatamente, sia in futuro, per azioni di

marketing on e offline. I contatti registrati, in quanto frutto di un doppio filtro, costituiscono un target selezionato e pertanto idoneo e recettivo alle comunicazioni che l'azienda vorrà indirizzargli.

AnthericaLeadMaker si adatta trasversalmente ad esigenze differenziate di ricerca contatti e si presta tanto alla comunicazione B2C che B2B. In entrambi i casi l'azienda potrà personalizzare al massimo la ricerca di interlocutori per le sue attività commerciali, selezionando la localizzazione geografica e la tempistica più idonee per la campagna, scegliendo gli annunci pubblicitari da posizionare sui motori di ricerca, nonché testi e layout grafico dei siti promozionali.

1.3 Le statistiche: monitoraggio continuo e misurabilità dei risultati

Controllo e analisi dei risultati rappresentano fasi difficoltose quanto cruciali nell'ambito di una campagna di comunicazione.

Il nostro software fornisce un set completo di informazioni statistiche che garantiscono l'assoluta trasparenza e misurabilità dei risultati e la possibilità di re-intervenire in qualsiasi momento sulla campagna al fine di rivederne uno o più parametri ed ottimizzare la percentuale di redemption.

Antherica assicura l'esternalizzazione sia delle competenze, sia delle risorse necessarie alla fase di feedback: il personale di Antherica, in base al riscontro sull'efficacia, apporterà le necessarie modifiche agli annunci pubblicitari sui motori di ricerca, ai testi dei siti promozionali o ad altri parametri chiave della campagna, riducendo al minimo la distrazione di risorse per il Cliente.

Il dettaglio statistico (chi e come è arrivato sulle landing pages, da dove e con quali parole chiave; quante pagine ha navigato, su quali si è soffermato maggiormente; da quale area geografica provengono i contatti...) consente inoltre di acquisire una conoscenza granulare sugli utenti che manifestano interesse per il prodotto e fornisce indicazioni rilevanti ai fini della segmentazione dei potenziali clienti.

AnthericaLeadMaker non è propriamente uno strumento di Customer Relationship Management (CRM), ma condivide con le applicazioni di gestione della relazione col cliente l'impostazione e la ragion d'essere. E' uno strumento di acquisizione clientela evoluto, in grado di integrarsi in strategie di comunicazione complesse, coadiuvandole o preparando loro il terreno.



2. I costi

AnthericaLeadMaker sfrutta tutte le potenzialità delle campagne pay-per-click dei principali motori di ricerca, posizionando strategicamente i messaggi promozionali per garantirne la massima visibilità.

Mettiamo a disposizione della nostra clientela un'infrastruttura tecnologica che nasce da anni di esperienza di produzione web e un insieme di procedure utilizzate sistematicamente in centinaia di progetti realizzati e che consentono razionalità e precisione nei processi di sviluppo, oltre ad un feedback continuo, accurato e rigoroso.



Proponiamo una campagna di acquisizione contatti dinamica, in grado di aggiornarsi continuamente e di ritrarre i propri parametri con un unico obiettivo: generare il maggior numero di contatti utili possibile.

Assicuriamo un monitoraggio costante sul lavoro di sviluppo e implementazione di AnthericaLeadMaker, affinché esso si svolga sempre nel pieno rispetto delle politiche dei

motori di ricerca, senza mai utilizzare procedure deprecate.

Relativamente ai contatti generati, garantiamo che il passaggio da potenziale cliente a contatto commerciale utilizzabile sia realizzato in accordo con le attuali normative sulla privacy.

Tutto questo però non è a vostro carico.

AnthericaLeadMaker non comporta alcun costo di attivazione. I costi delle campagne pubblicitarie online sono a nostro carico. Non è necessario calcolare il ROI perché non c'è alcun investimento da fare. Non c'è alcun costo aggiuntivo né per click né per impression relativamente agli annunci pubblicitari o ai siti promozionali.

Con AnthericaLeadMaker il Cliente paga esclusivamente un costo predeterminato per ciascun contatto utile acquisito.

3. Risultati

Quantificare i risultati di AnthericaLeadMaker è semplice: grazie al dettagliato set di statistiche che il software mette a disposizione del Cliente, essi sono trasparenti, perfettamente leggibili e potranno essere misurati in tempo reale in qualsiasi momento della campagna.



Il nostro sistema è stato testato sulle esigenze di varie tipologie di aziende ed in meno di due anni ha registrato molteplici storie di successo, generando in media 25.000 visite uniche sulle landing pages e 400 contatti registrati (tra i 20 e i 100 al mese), **4 su 10** dei quali sono divenuti effettivamente clienti.

La case history di maggior successo è relativa all'applicazione del metodo al settore della chirurgia estetica: in soli 18 mesi di campagna il nostro Cliente ha ottenuto 1.800.000 impressions su Google e 65.000 click con relativa visita sulle landing pages (CTR del 2,80%), per un totale di 1.700 contatti profilati.