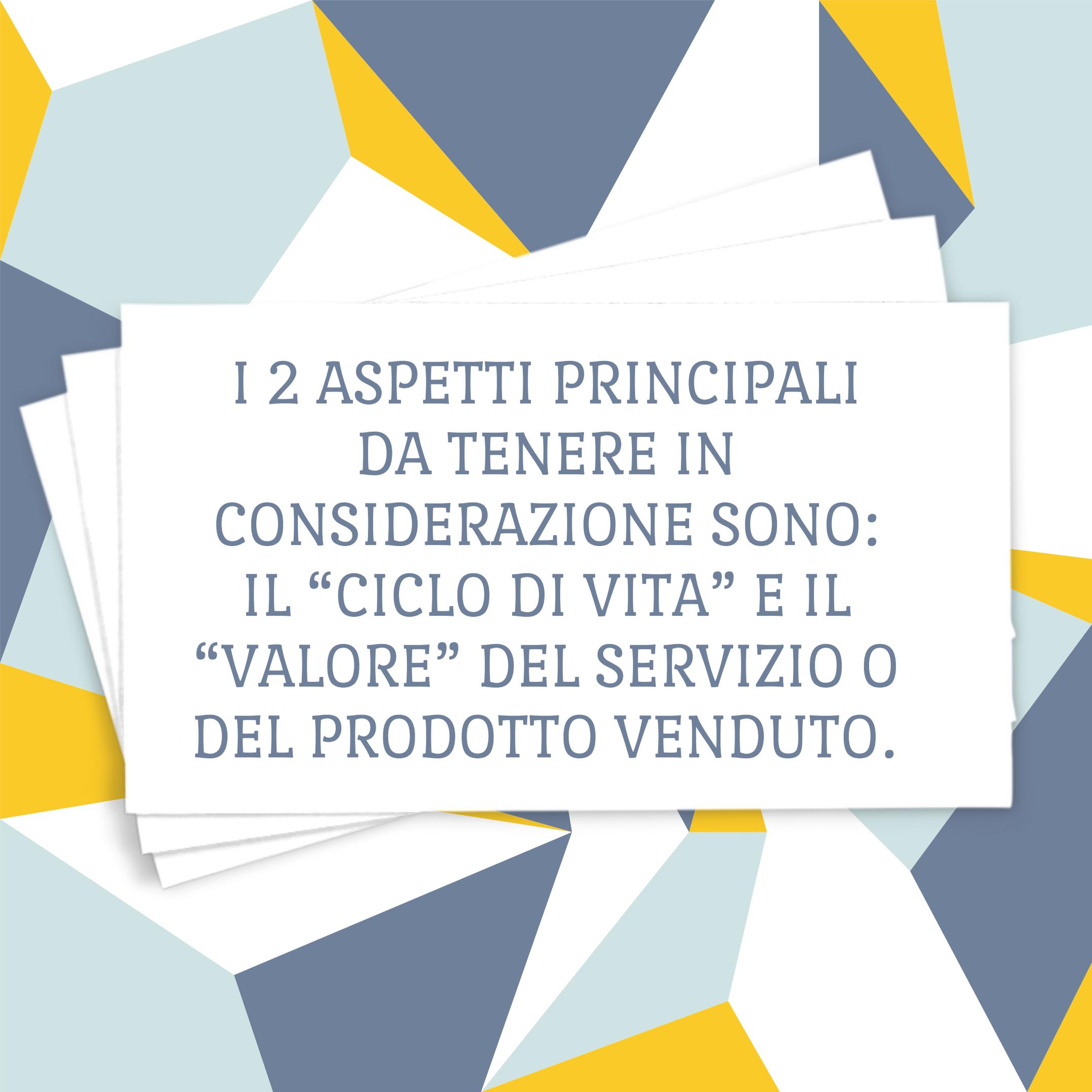




# GUIDA RAPIDA PER LA RICERCA DI NUOVI CLIENTI B2B



I 2 ASPETTI PRINCIPALI  
DA TENERE IN  
CONSIDERAZIONE SONO:  
IL “CICLO DI VITA” E IL  
“VALORE” DEL SERVIZIO O  
DEL PRODOTTO VENDUTO.

# CICLO DI VITA

È IL TEMPO CHE INTERCORRE TRA IL MOMENTO IN CUI IL POTENZIALE CLIENTE CONTATTA L'AZIENDA E IL TEMPO IN CUI DIVENTA REALMENTE CLIENTE.

PER LA MAGGIOR PARTE DEGLI ACQUISTI B2B, QUESTO CICLO È VARIABILE; POSSONO VOLerci POCHI MESI, MA TALVOLTA ANNI.

# VALORE

IN POCHE PAROLE, LA RAGIONE  
D'ESSERE DELLA TUA ATTIVITÀ:  
TUTTO QUELLO CHE TI HA PORTATO  
AD ESSERE QUELLO CHE SEI COME  
BUSINESS, LE DIFFICOLTÀ TROVATE  
SUL TUO CAMMINO, IL MODO IN CUI  
LE HAI RISOLTE, L'ESPERIENZA CHE  
VORRESTI FAR VIVERE AD OGNI TUO  
CLIENTE.

TUTTAVIA, CI SONO DELLE  
CONSIDERAZIONI DA FARE PER  
RIUSCIRE AD ACQUISIRE UN  
CLIENTE:

- PROSPECT ACQUISITION COST  
(PAC)
- CONVERSION RATE (CR)
- CUSTOMER ACQUISITION COST  
(CAC)
- CUSTOMER LIFETIME VALUE  
(CLV)

# PROSPECT ACQUISITION COST (PAC)

IL COSTO PER ARRIVARE AD AVERE IL CONTATTO DI UN PROSPECT DEVE ESSERE CALCOLATO INCLUDENDO TUTTE LE VOCI DI BUDGET A SUPPORTO DELL'ATTIVITÀ DI RICERCA. COMPRESI LE SPESE IN TERMINI DI PERSONALE, MATERIALI.

# CONVERSION RATE (CR)

È IL TASSO DI CONVERSIONE  
CHE OTTENIAMO  
CALCOLANDO QUANTI  
POSSIBILI CLIENTI  
RIUSCIAMO A CONVERTIRE  
IN CLIENTI EFFETTIVI.

# CUSTOMER ACQUISITION COST (CAC)

QUESTO VALORE È DATO DAL COSTO DI ACQUISIZIONE DI UN PROSPECT MOLTIPLICATO PER IL TASSO DI CONVERSIONE DEI PROSPECT IN CLIENTI.

# CUSTOMER LIFETIME VALUE (CLV)

QUESTA METRICA È IN GRADO  
DI IDENTIFICARE, SULLA BASE  
DELLE TRANSAZIONI  
EFFETTUATE IN UNO  
SPECIFICO ARCO TEMPORALE,  
IL VALORE DI UN CLIENTE NEL  
TEMPO.

**RICORDA!!!**

**NEL B2B, DOBBIAMO PRIMA  
STABILIRE E POI MANTENERE  
DELLE RELAZIONI DURATURE  
SOLO QUESTO PORTERÀ ALLA  
FIRMA DEI CONTRATTI.**

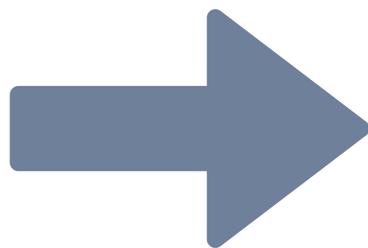
E TU? COME GESTISCI I TUOI CLIENTI?



CONSIGLIA



COMMENTA



CONDIVIDI

HELLO@DSCOM.IT