



# ECCO COME GENERARE LEAD

[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)



**dscom**  
Specialisti in comunicazione digitale

ATTIRARE NUOVI VISITATORI SUL SITO WEB  
DELLA TUA IMPRESA NON È FACILE.  
E' NECESSARIO **SVILUPPARE DEI CONTENUTI  
INTERESSANTI**, DIVERSIFICATI E SEMPRE  
AGGIORNATI IN MODO DA STIMOLARE  
L'INTERESSE DEL TUO POTENZIALE CLIENTE.

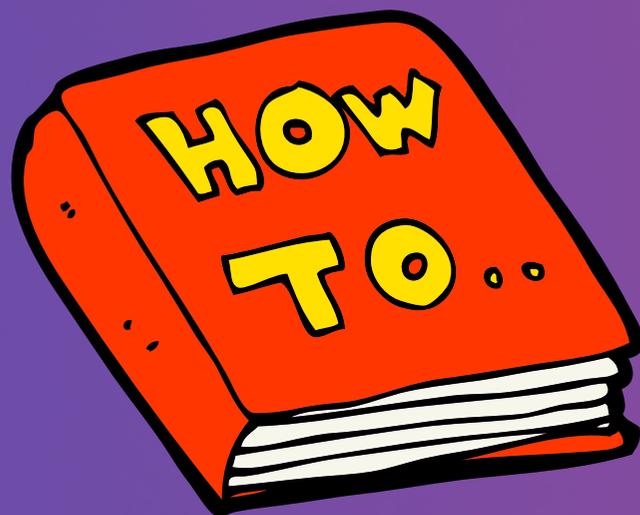


[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)



**dsc**com  
Specialisti in comunicazione digitale

IL MATERIALE CHE ANDRAI A PUBBLICARE  
**SARÀ DAVVERO EFFICACE** SOLO SE VERRÀ  
SVILUPPATO CON UNA FORMA ACCATTIVANTE,  
INSERITO ALL'INTERNO DI UN SITO FRUIBILE.  
**MA COME FARE?**



[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)



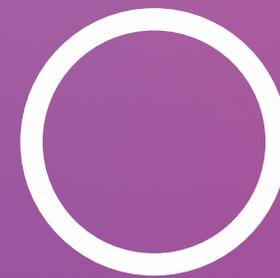
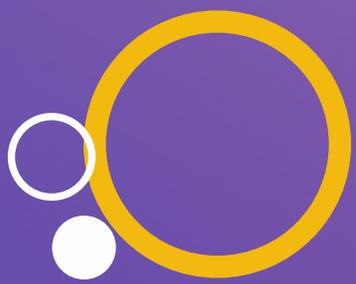
**dsc**om  
Specialisti in comunicazione digitale



## 1. MIGLIORA L'EFFICACIA DELLE CALL-TO-ACTION

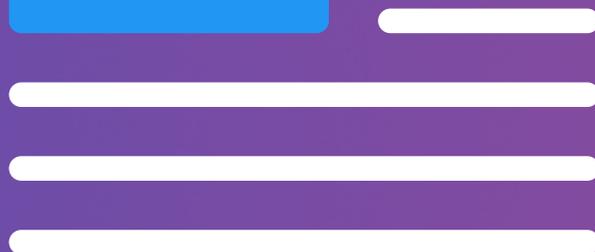
LA "CHIAMATA ALL'AZIONE" O PIÙ COMUNEMENTE CALL-TO-ACTION, FUNZIONA **MEGLIO SE È COLLOCATA NELLA PARTE ALTA DELLA PAGINA**, QUESTO PERCHÈ È PIÙ FACILE PER IL VISITATORE INDIVIDUARLA. RADDOPPIARE LA VISIBILITÀ DELLA CALL-TO-ACTION, PUÒ FAR AUMENTARE IL NUMERO DEI TUOI LEAD!

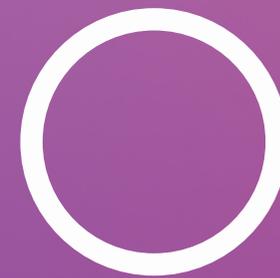
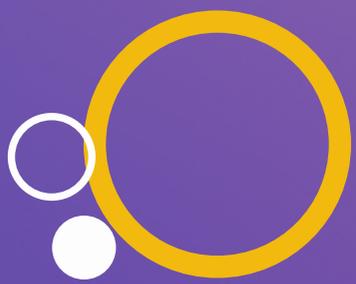




## 2. UTILIZZA IMMAGINI E TESTI

IN UNA PAGINA WEB LE IMMAGINI SPICCANO MOLTO DI PIÙ DEL SEMPLICE TESTO.  
**L'INSERIMENTO DI UNA FOTO PERMETTERÀ DI COMUNICARE** LE INFORMAZIONI IN UN LINGUAGGIO DIVERSO DA QUELLO PURAMENTE TESTUALE.

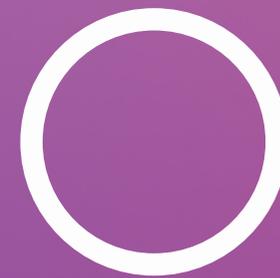
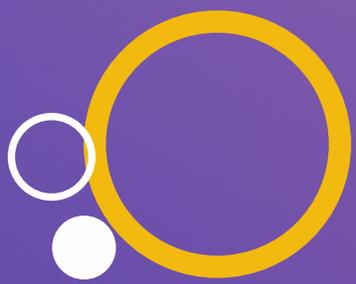




### 3. SCEGLI DEI COLORI CONTRASTANTI

UNA CALL-TO-ACTION MIMETIZZATA O DELLO STESSO COLORE DELLA PAGINA CHE LA OSPITA NON È IN GRADO DI BALZARE ALL'OCCHIO DI CHI NE DOVRÀ FRUIRE. AL CONTRARIO, **L'USO DI COLORI DI MAGGIORE CONTRASTO PERMETTERÀ ALLA CTA DI CATTURARE LO SGUARDO (E, QUINDI, DI FARSI CLICCARE CON MAGGIORE FACILITÀ).**

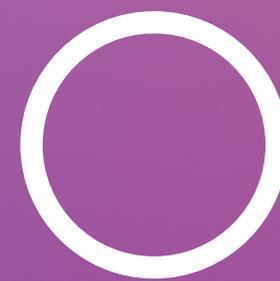
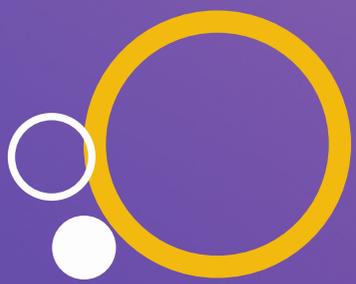




## 4. DIVERSIFICA LE CALL-TO-ACTION

CREA DELLE OFFERTE DIVERSIFICATE PER OGNUNO DEI PRODOTTI O DEI SERVIZI CHE PROPONI SUL TUO SITO O BLOG AZIENDALE. **PER QUESTO MOTIVO OGNI CALL-TO-ACTION CHE CREERAI DOVRÀ ESSERE COLLOCATA NELLA PAGINA DI PERTINENZA.**

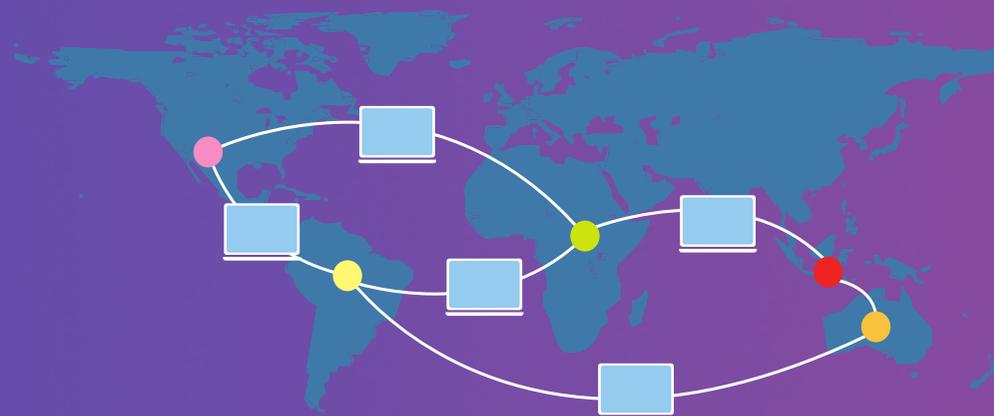


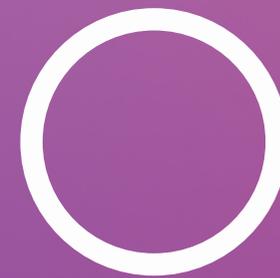
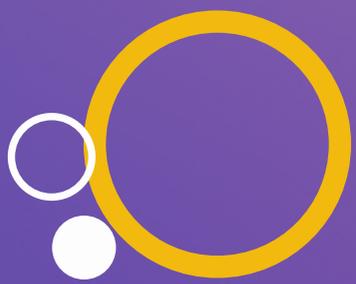


## 5. ELABORA UN TESTO MIRATO E CONCISO

È BENE CHE TU VADA DRITTO AL PUNTO: **LE INFORMAZIONI NECESSARIE DEVONO ESSERE INCLUSE NELL'OFFERTA STESSA!**

È OPPORTUNO CHE TU INSERISCA UN BREVE PARAGRAFO CHE SPIEGHI L'ENTITÀ DELL'OFFERTA E CHE QUESTO SIA SEGUITO DA UN ELENCO PUNTATO DEI BENEFICI . PER ESEMPIO, “SCOPRI COME X PUÒ INCREMENTARE DEL 50% LA TUA RETE DI CONTATTI”





**!!!!RICORDA!!!**

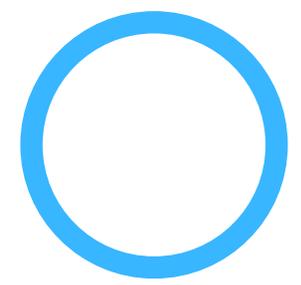
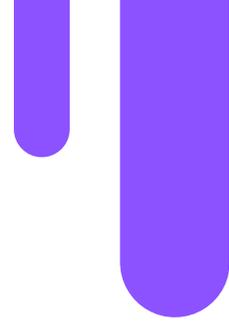
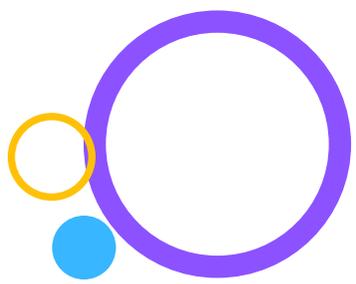
**IL TUO LAVORO NON SI CONCLUDE CON IL CLICK  
DEL TUO NUOVO LEAD SUL PULSANTE DELLA  
SOTTOSCRIZIONE, MA CONTINUA CON IL  
PROCESSO DI LEAD NURTURING ATTRAVERSO IL  
COSTANTE INVIO DI MESSAGGI PERSONALIZZATI.  
SOLO COSÌ POTRAI INVOGLIARE IL LEAD A  
PRENDERE VISIONE DEI NUOVI CONTENUTI SULLE  
PAGINE DEL SITO E SUI SOCIAL MEDIA!**



[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)



**dscom**  
Specialisti in comunicazione digitale



**SE LO HAI TROVATO INTERESSANTE  
SCARICALO O RICONDIVIDILO**



[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)



**dsc**com  
Specialisti in comunicazione digitale