

# DIGITALE FACILE

per il Terzo Settore





**Come acquisire  
lead online da  
oggi**

# CHI SIAMO

impacton

Siamo professionisti etici che **mettono le proprie competenze a disposizione del sociale e del non profit.**

Accompagniamo Associazioni, Fondazioni, Cooperative e Imprese nella **trasformazione digitale** e nella **crescita del loro impatto sociale** attraverso **strategie di digital marketing** estremamente veloci e misurabili.

# CHI SIAMO

Chi conoscerete durante il corso



**FABIO SALVATORE**  
Fundraiser &  
Co-Founder  
**ImpactOn**



**ANGELO BOTTONE**  
Growth Hacker &  
Co-Founder  
**ImpactOn**



**GIORGIA SCAPINELLO**  
Social Communication  
Expert  
**ImpactOn**

QUALCHE DATO

il **52.6 %** non sa cosa  
sia un LEAD



QUALCHE DATO

**il 30 % degli ETS presenti  
dichiara di NON fare  
attività di lead generation**

QUALCHE DATO

il **30 %** dichiara  
invece di fare  
attività di lead  
generation  
online



**Ma prima di tutto...**  
**Che cos'è un lead?**

# Che cos'è un lead?

Si tratta di persone che hanno dimostrato un **interesse tangibile** nei confronti di un'azienda, un prodotto o un servizio, ad esempio condividendo il numero di telefono, l'email o il contatto sui social network, e che **potrebbero trasformarsi in potenziali clienti.** (fonte Shopify)

**Un lead è un potenziale amico:**

**qualcuno che se ci conoscesse meglio  
potrebbe iniziare a volerci bene**

Un **lead** non è solo un nome  
nel database dell'organizzazione

**Un lead è:**  
**Individuo Interessato**

# Un lead è: **Individuo Interessato**

che manifesta un interesse, espresso attraverso visite al vostro **sito web**, interazioni sui **social media** o partecipazione ad **eventi**.

**Ma soprattutto...**

**Un lead è:**  
**un potenziale sostenitore**

# Un lead è: un potenziale sostenitore

Il suo interesse iniziale lo rende un **candidato ideale per diventare un sostenitore** a lungo termine.

@GigiGx

**Hai capito?**

# E cosa intendiamo con **lead generation?**

Immaginiamo di voler organizzare  
**una festa** per il nostro compleanno

**Scegliamo luogo, addobbiamo,  
compriamo la torta e le candeline**

**ma...**

# Poi ci ritroviamo così:



**Cosa ci siamo dimenticati di fare?**



# *Invitation*

**Non abbiamo comunicato**  
**ai potenziali interessati...**  
**e senza questa comunicazione**  
**nessuno si è presentato alla festa.**

**Non basta organizzare una festa per far sì che le persone si presentino**

**Non basta organizzare una festa per far sì che le persone si presentino**

**Non basta che l'organizzazione esista per attirare a sé i suoi potenziali sostenitori**

**Senza inviti, cosa succede?**

**L'organizzazione rimane sola, con la sua torta e il suo brindisi, ma nessuno con cui condividere la gioia**

**La lead generation è come mandare inviti a nuovi amici affinché possano unirsi alla festa, portando nuova energia, idee e sostenitori.**

## Tornando alla festa...



**Senza lead generation**



**Con lead generation**

**Anticipo le vostre domande:**  
**come portiamo le persone alla**  
**nostra festa?**

**Ve lo spieghiamo il 23 novembre!**

**Ma intanto...**

**perché è importante fare attività di  
lead generation?**

1.

## **Alimenta la Crescita:**

attraverso la generazione di lead, avete la possibilità di **ampliare la vostra base di sostenitori**, creando una rete più ampia di persone coinvolte nella vostra causa

2.

## Incrementa la Consapevolezza:

ogni lead è un potenziale sostenitore e ambasciatore della vostra missione. **Maggiore è il numero di lead, maggiore è la visibilità** della vostra organizzazione.

3.

## Contribuisce alla Sostenibilità:

con più persone interessate, c'è una **maggiore probabilità di ottenere supporto continuo**, fondamentale per la **sostenibilità a lungo termine** di un'organizzazione non profit.

# Lead generation online

Cosa non può mancare?  
Il form di lead generation

**Vi abbiamo chiesto:**

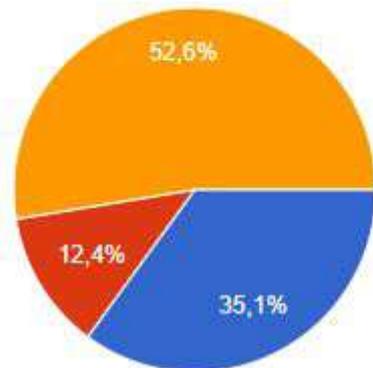
**Se il tuo ETS fa attività di lead generation online, al primo contatto con l'utente ritenete più importante?**

# Le vostre risposte:

Se il tuo ETS fa attività di lead generation online, al primo contatto con l'utente ritenete più importante:

 Copia

97 risposte

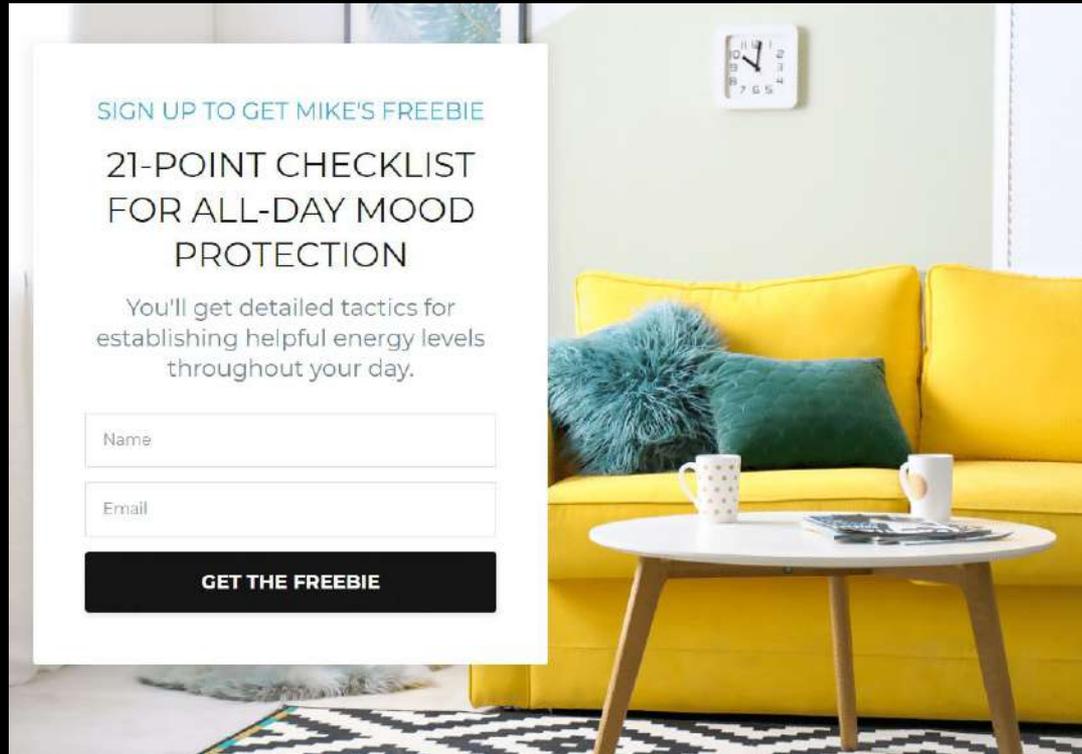


- Raccogliere tante anagrafiche subito anche se con pochi dati (es. nome, cognome e email)
- Raccogliere poche anagrafiche, ma già complete di tutti i dati (nome, cognome, email, cellulare, sesso, indirizzo con numero civico, CAP, comune e provincia)
- Non so cosa sia un lead



**MI FA DAVVERO MALE AL CUORE**

# ANALIZZIAMO



SIGN UP TO GET MIKE'S FREEBIE

## 21-POINT CHECKLIST FOR ALL-DAY MOOD PROTECTION

You'll get detailed tactics for  
establishing helpful energy levels  
throughout your day.

Name

Email

**GET THE FREEBIE**

## ANALIZZIAMO

Inserisci il tuo Nome

Inserisci il tuo Cognome

Inserisci la tua Email

0039      Inserisci il tuo numero di telefono

Inserisci la tua Città

Inserisci il tuo Indirizzo

Inserisci il tuo Civico

Autorizz  a trattare i miei dati personali per le finalità espresse nell'[informativa](#) da me

# Le 6 regole d'oro per un form di lead generation efficace

1)

# Deve essere compilato in breve tempo

Un modulo lungo e articolato comporta una percentuale alta di fallimento, in quanto, si sa, gli utenti non amano perdere troppo tempo.

1 \_\_\_\_\_ 2

Step

giorgia

scapinello

giorgia\_\_\_\_\_@gmail.com

2222222222

**Avanti**

1 \_\_\_\_\_ 2

Data di nascita

gg/mm/aaaa

Scelta prova

Arpa

Livello di ingresso

Primo approccio

Note

Scrivi qui

Accenso al trattamento dei dati secondo la nostra Privacy Policy

**Indietro** **Invia**

2)

# Lo scopo del form deve essere molto chiaro

Lo scopo del form di contatto è importante per incentivare l'utente a compilarlo.

# Compila ora il Modulo

**Inserisci i tuoi dati personali:** provvederemo a spedire **gratuitamente direttamente a casa tua** il bellissimo **Calendario Francescano 2024** che accompagnerà te e la tua famiglia. **E sarà un anno di fraternità, pace e speranza.**

**Richiedi il Calendario**

3)

# Deve essere coinvolgente e intuitivo

**Una Call To Action motivante incentiva e invoglia l'utente a lasciare i propri contatti.**

**Se aggiungiamo un lead magnet, rendiamo i lead ancora più contenti.**

Se ti interessa fare volontariato e vorresti conoscere quali sono le associazioni e le opportunità presenti sul territorio, compila i campi sottostanti.  
Al termine della compilazione, clicca su "Invia". Lo staff del CSV Marche ti ricontatterà per un servizio di orientamento.  
Puoi trovare l'Informativa Privacy al seguente link: <https://www.csvmarche.it/chiamo/note-legali-e-privacy>

#### Dati Richiesta

Nome e Cognome (\*)

Email (\*)

Telefono (\*)

Ambito provinciale dove svolgere l'attività di volontariato (\*)

- Ancona
- Ascoli Piceno
- Fermo
- Macerata
- Pesaro Urbino

Accettazione privacy per il trattamento dei dati personali (\*)



- Dichiaro di aver ricevuto e letto completa informativa ai sensi dell'art. 13 e 14 del Regolamento Generale sulla Protezione dei dati - Regolamento UE 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 - (di seguito "Informativa Privacy") e di averne compreso il contenuto.

4)

# Deve essere della giusta lunghezza

Il numero di campi del modulo dev'essere un giusto compromesso tra quantità e qualità dei lead ottenuti.

## Lavora con noi

Caricare i seguenti dati e allegare il CV nominandolo con il proprio  
CognomeNome.pdf per inviare la candidatura

Candidatura per

- Operatore Digitalizzazione
- Addetto assistenza informatica
- Marketing e comunicazione
- Progettazione
- Altro

Nome

  
Nome  
Cognome

E-mail

Telefono

 -   
Prefisso                      Numero di telefono

Domicilio (comune o nel caso di  
Genova, quartiere)

  
ad es. Arenzano, Pegli

Anno di nascita

  
Anno di nascita

Titolo di studio

  
Inserire il più elevato

5)

# La posizione fa la differenza

**Il form dev'essere ben visibile, tale da attirare l'attenzione degli utenti; solo così si avrà una maggiore probabilità di utilizzo.**

NETFLIX

Sign In

# Unlimited movies, TV shows, and more.

Watch anywhere. Cancel anytime.

Ready to watch? Enter your email to create or restart your membership.

Email address

TRY 30 DAYS FREE >

Only new members are eligible for this offer.

6)

# Non dimenticarti di ringraziare

**Conferma la corretta compilazione e ringrazia sempre chi ha investito il suo tempo per lasciarti i suoi contatti.**

**Ogni dato per scontato è perso!**



## Iscriviti alla nostra Newsletter

Per ricevere tutte le ultime news, gli eventi e i progetti di LILT Padova

Accetto termini e condizioni per il [trattamento della privacy](#).

Iscrizione avvenuta con successo, grazie!

LILT Padova <web@liltpadova.it>

15:50 (1 minuto fa)



a me ▾

## Benvenuto nel mondo LILT !

D'ora in poi riceverai periodicamente la nostra newsletter ricca di informazioni sulle attività di prevenzione oncologica, gli eventi e i tanti progetti che LILT PADOVA promuove sul territorio.

Per essere aggiornato in tempo reale seguici anche sui nostri social Facebook e Instagram.

A presto e grazie!

**Staff LILT PADOVA**

↩ Rispondi

➡ Inoltra

# Come creare il form?

**Strumenti come Mailchimp, Mailup o altri piattaforme di email marketing!**

# Come creare il form?

The image shows a user interface for creating a form. On the left, a preview of the form is displayed with the heading "TOURS" and "Wild Country". Below the heading is a form with an "Indirizzo email" label, an input field, and a "Subscribe" button. On the right, a "Signup Form" configuration panel is visible. It has tabs for "Content", "Style", and "Settings". Below the tabs, there is a section titled "Manage available form fields in your audience's signup form builder". A table lists available fields and their required status:

Available fields	Required
<input checked="" type="checkbox"/> Indirizzo email	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nome	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Cognome	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Indirizzo	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Numero di telefono	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Birthday	<input type="checkbox"/>

At the bottom of the configuration panel is a "Save & Close" button.

ANALIZZIAMO

**Ma dove lo  
mettiamo il form?**

@GigiGx

**Concentratevi bene!**

ANALIZZIAMO

# Ma dove lo mettiamo il form?

- nelle landing page



## L'ADOZIONE A DISTANZA, CAMBIERÀ LA SUA VITA. E LA TUA.

Compila il form senza impegno per richiedere maggiori informazioni sui progetti di Adozione a Distanza, scoprire come funzionano, quale impatto avrà il tuo contributo, quando riceverai le prime comunicazioni, la foto del bimbo o della bimba, il rapporto sul progetto e molto altro.

### Vuoi adottare un bimbo o una bimba a distanza ora?

Puoi iniziare subito un'Adozione a Distanza online. Contribuirai a migliorare la vita di una bambina o di un bambino creando un legame unico che cambierà per sempre anche la tua vita!

Bastano 80 centesimi al giorno.

[ADOTTA A DISTANZA ORA](#)

Compila il form per ricevere maggiori informazioni.

Nome\*

Cognome\*

E-mail\*

Telefono\*

Ho letto e compreso l'Informativa privacy. A tal fine confermo di essere maggiorenne.\*

\*I campi sono obbligatori.

[RICEVI INFORMAZIONI](#)

ANALIZZIAMO

# Ma dove lo mettiamo il form?

- nelle landing page
- nel sito web

# UNISCITI A NOI



Supporta il nostro impegno,  
basta una donazione.

**DONA ORA**

Lotta insieme a noi  
per difendere i diritti dei bambini.

**PARTECIPA**

Resta aggiornato con la nostra  
newsletter

**ISCRIVIMI**

Iscriviti al servizio di notifiche per  
rimanere sempre aggiornato.

**Iscriviti al servizio di notifiche**

\*Ricorda: potrai annullare l'iscrizione in qualsiasi  
momento utilizzando questo stesso bottone.

## ISCRIVITI



Iscriviti per ricevere la newsletter mensile online,  
con notizie e aggiornamenti sulle nostre attività.

Nome \*

Cognome \*

Email \*

Telefono

Ho letto e compreso [l'informativa privacy](#).

I campi contrassegnati da \* sono obbligatori

INVIA

ANALIZZIAMO

# Ma dove lo mettiamo il form?

- nelle landing page
- nel sito web
- **eventi** (anche gratuiti ma con registrazione)

E ORA...

**Cosa succede dopo che il lead  
ha compilato il form?**

E ORA...

# Cosa succede dopo che il lead ha compilato il form?

È come se avesse bussato alla vostra porta. Ora è il **momento di accoglierlo** a braccia aperte e mostrargli tutto ciò che la vostra "casa" ha da offrire.

E ORA...

# **Inserite i dati nel vostro database e coltivate le relazioni**

**Mostrate loro chi siete, cosa fate, come sostenervi...**

**Fateli sentire parte della vostra meravigliosa comunità.**

@GigiGx

**Addios!**

# PROSSIMI APPUNTAMENTI

- Come raccogliere donazioni online subito - **16 novembre**
- L'importanza dell'attenzione sui social network - **20 novembre**
- Tre step chiave per portare le persone sulle tue landing o sul tuo sito - **23 novembre**
- L'importanza e la semplicità dei dati - **27 novembre**

# GRAZIE

[www.impacton.ch](http://www.impacton.ch)  
[impacton.ch@gmail.com](mailto:impacton.ch@gmail.com)