

# GUIDA

COME I LEAD MAGNET POSSONO FARTI  
ACQUISIRE DECINE DI CLIENTI E FARTI  
GUADAGNARE MIGLIAIA DI EURO

GUIDA DETTAGLIATA CON  
ESEMPI E CASI STUDIO

BLUXMEDIA.COM

Andrea Cavallo

BM





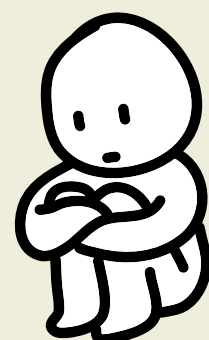
# Problema = Opportunità

Per avere successo nel mercato, non basta semplicemente offrire un prodotto o un servizio: bisogna partire dall'identificazione di un problema reale che le persone o le aziende affrontano. Ogni bisogno insoddisfatto rappresenta un'opportunità per il tuo business, e chi riesce a offrire una soluzione concreta e innovativa a quel problema si posiziona in vantaggio rispetto alla concorrenza.

Il segreto per conquistare il mercato è dunque creare valore, risolvendo in modo efficace una sfida o una difficoltà con un nostro prodotto o servizio, capace di distinguersi per efficacia e rilevanza.

Perciò, la prima cosa da chiarire è che per essere e stare sul mercato è identificare un problema reale (e possibilmente importante per le persone e urgente) e risolverlo.

**MERCATO  
(PROBLEMA)**



**NOI  
(SOLUZIONE)**

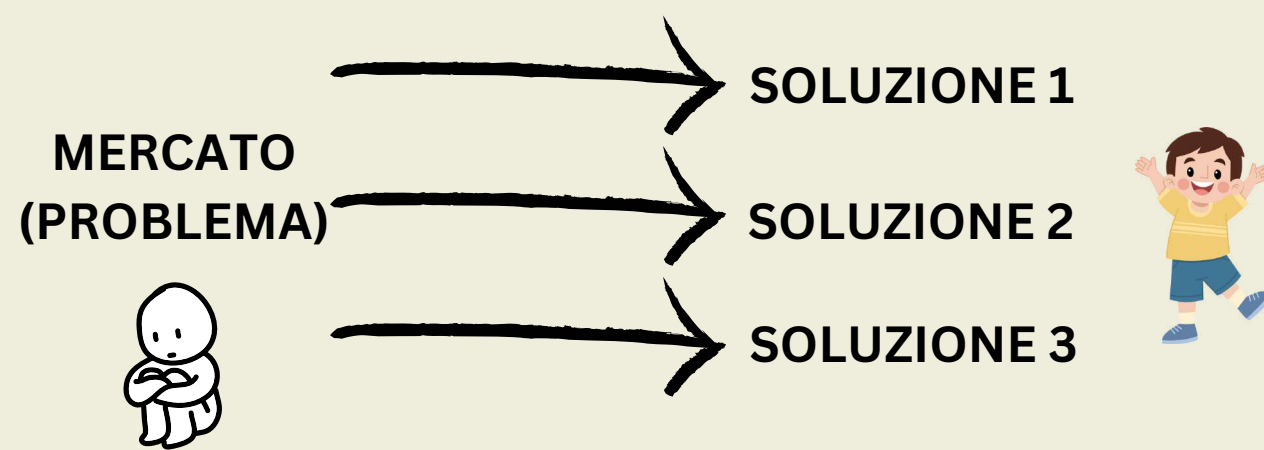


# Più soluzioni per lo stesso problema

Nel risolvere un problema, sia le persone che le aziende possono esplorare diverse soluzioni, poiché raramente esiste un'unica via per affrontare una sfida. Ogni problema può essere affrontato da angolazioni differenti, e ciò apre la possibilità di sviluppare soluzioni differenti e personalizzate.

Ad esempio, un'azienda che vuole migliorare la produttività interna potrebbe scegliere di investire in nuove tecnologie, assumere personale specializzato o implementare nuovi processi organizzativi.

Ognuna di queste soluzioni potrebbe portare a risultati simili, ma con approcci e costi differenti. Questo dimostra che non esiste una soluzione unica per ogni problema, ma molteplici possibilità che il nostro potenziale cliente valuta prima di decidere di risolvere il suo specifico problema.



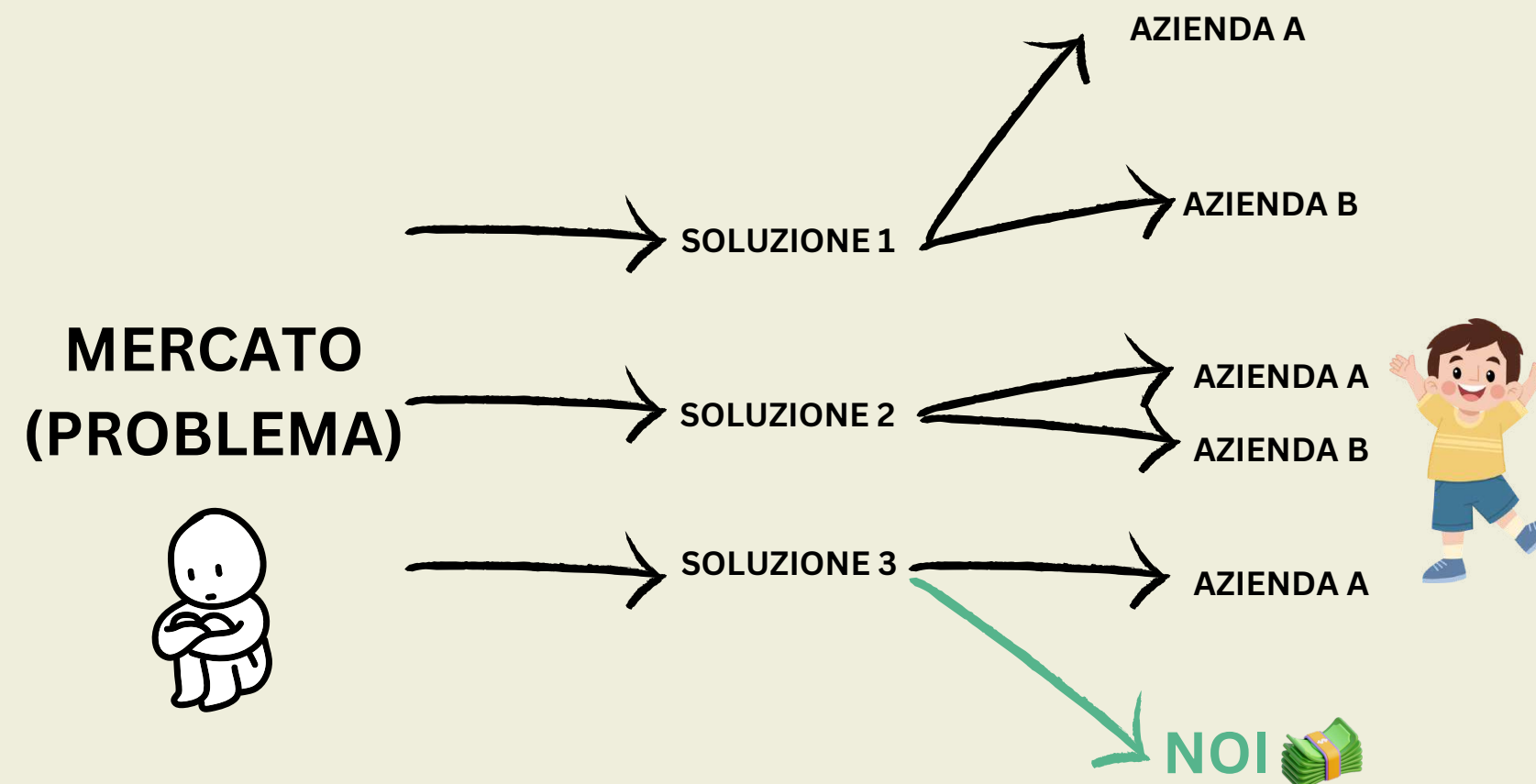
## Esempio Pratico

Ad esempio, se una persona soffre di mal di schiena, ci sono diverse soluzioni possibili. Una potrebbe essere quella di andare da un fisioterapista per ricevere trattamenti specifici e personalizzati che aiutino a risolvere la causa del dolore. Un'altra opzione potrebbe essere applicare una crema antinfiammatoria per alleviare temporaneamente il dolore. Entrambe le soluzioni affrontano lo stesso problema, ma con approcci diversi: una mira a risolvere la causa del dolore a lungo termine, mentre l'altra offre un sollievo immediato. Questo dimostra che non esiste una sola risposta a un problema, ma più strade da esplorare in base alle circostanze.

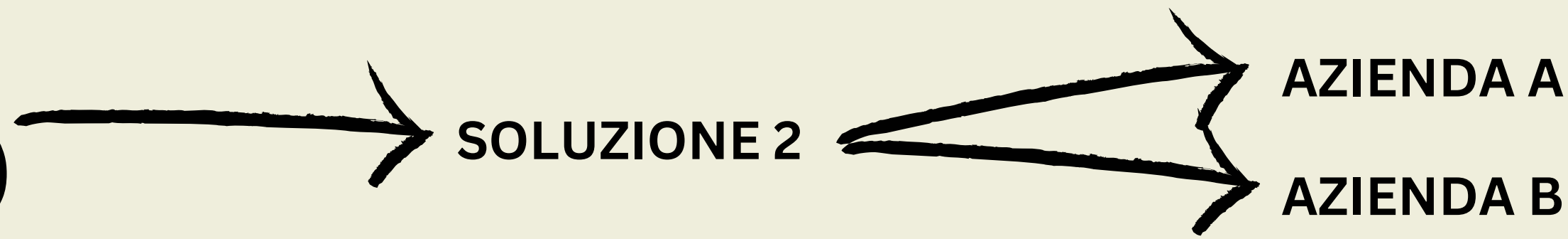
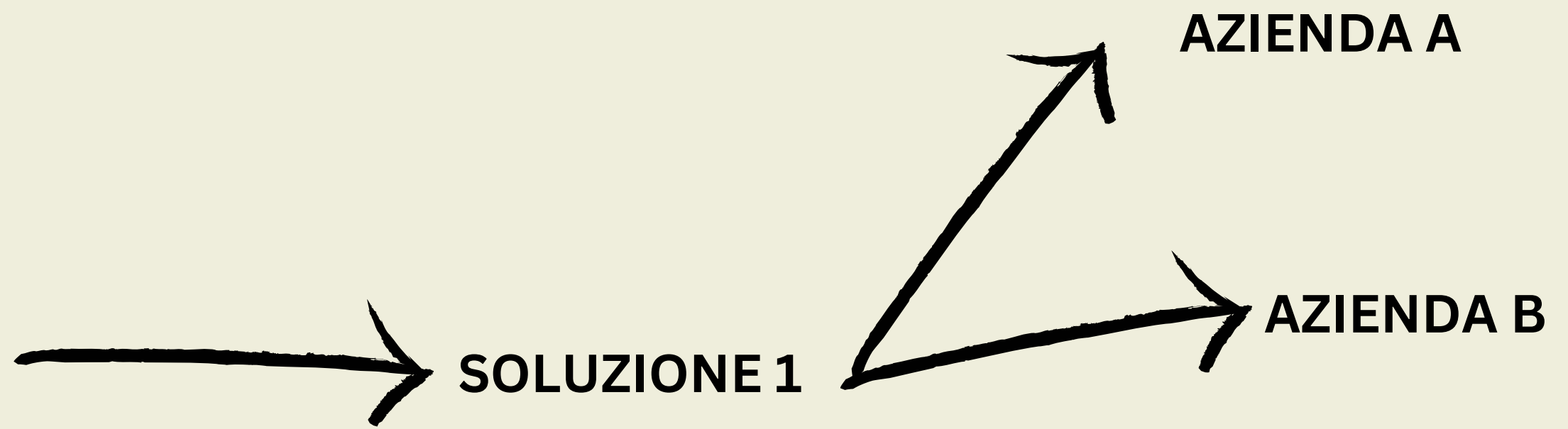
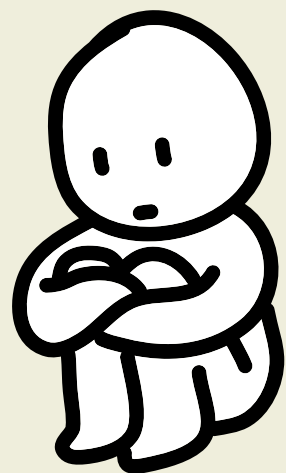
# Più soluzioni e più alternative!

Non solo per ogni problema ci possono essere più soluzioni, ma anche per ciascuna di queste soluzioni esistono diverse aziende che offrono approcci differenti per risolverlo. Riprendendo l'esempio del mal di schiena, oltre a scegliere tra andare dal fisioterapista o applicare una crema, ci sono numerose opzioni tra i professionisti e i prodotti disponibili. Potresti scegliere tra diversi studi di fisioterapia, ciascuno con tecniche e specializzazioni differenti, oppure tra una vasta gamma di creme e gel proposti da vari brand, ciascuno con ingredienti e benefici specifici.

Questo dimostra che non solo esistono molteplici soluzioni per ogni problema, ma anche una varietà di aziende che competono per offrire la loro versione della soluzione.



**MERCATO  
(PROBLEMA)**



**NOI**



# VUOI ESSERE IL PROSSIMO CASO STUDIO?

Sei a un passo dal rendere la tua campagna la chiave per raggiungere i clienti migliori.

 **Prenota subito una delle ultime date disponibili** 

[pochi slot disponibili] 

<https://calendly.com/bluxmedia/metaboost-boosta-le-tue-campagne>



# Più Vendite = Più Fatturato

In parole semplici, per aumentare il fatturato e crescere come azienda, è fondamentale vendere di più. **Ma la vera domanda è: a chi?** La risposta sta nell'identificare il tuo pubblico target che chiamiamo lead.

Non occorre solo trovare non solo nuovi clienti, ma anche nel capire come offrire maggior valore ai clienti esistenti. Bisogna puntare a chi ha il problema che siamo in grado di risolvere con il nostro prodotto o servizio. Espandere il proprio mercato significa individuare target specifici e offrire soluzioni mirate, in grado di rispondere alle esigenze di un pubblico ampio ma ben definito, sia attraverso nuovi acquirenti che attraverso la fidelizzazione dei clienti attuali.

E' fondamentale però... RICORDIAMOLO... che bisogna prima trovare questo target e essere visibili al nostro pubblico.

**PIU' VENDITE**



**PIU' FATTURATO**





# Vendiamo a chi?

Capire a chi vendere è fondamentale per il successo di qualsiasi azienda, perché permette di identificare il giusto target, o lead, cioè quelle persone o aziende che hanno realmente bisogno del prodotto o servizio offerto. Conoscere il proprio pubblico significa poter indirizzare gli sforzi di vendita e marketing verso chi è più propenso ad acquistare, evitando di sprecare risorse su persone che non hanno interesse o necessità. Identificare correttamente il target consente di creare messaggi personalizzati e soluzioni specifiche, aumentando le probabilità di conversione e migliorando l'efficacia delle campagne.

Senza una chiara comprensione di chi siano i potenziali clienti, è molto più difficile crescere e generare vendite in modo efficiente. **Vendiamo a chi? a persone che comprano... è vero...**

**Queste persone si chiamano lead... ossia persone in target che possiamo contattare.**

**VENDIAMO  
A CHI?**



**A PERSONE  
CHE COMPRANO**





# Attenzione alla fiducia

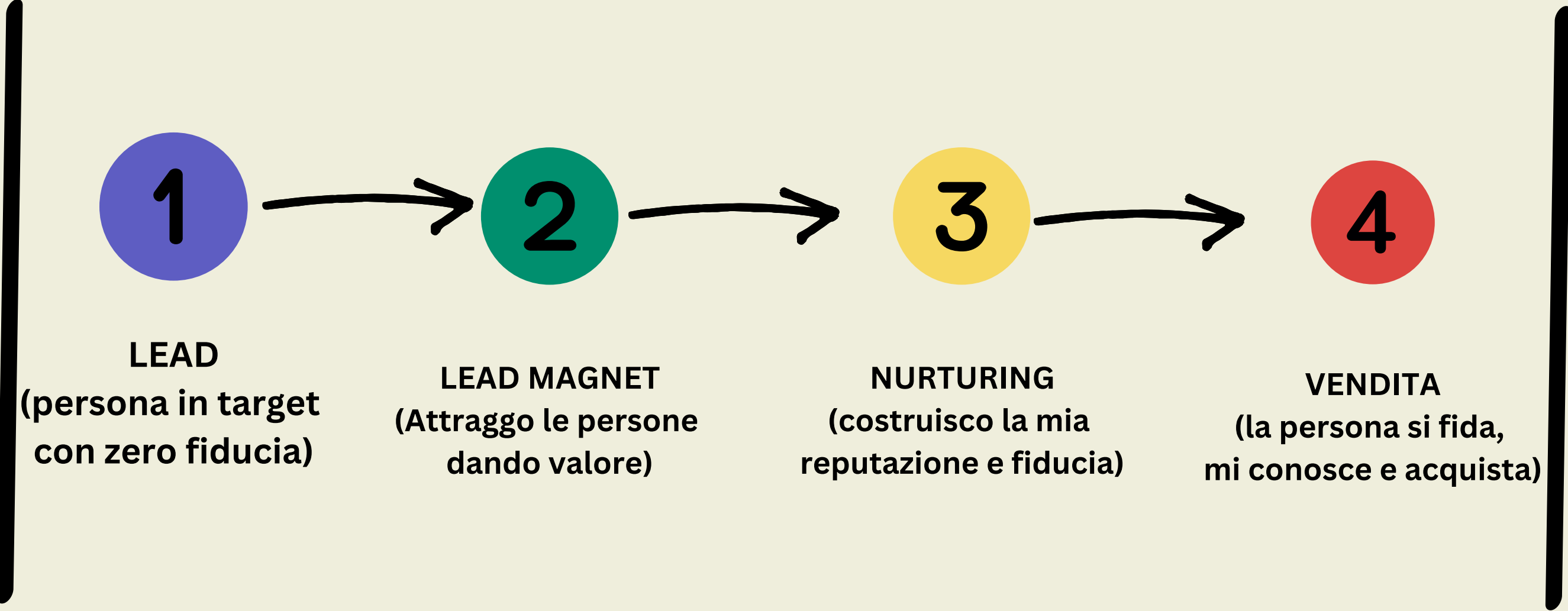
**Non si può pensare di vendere come 10-20 anni fa...**

**una volta era molto più facile in quanto non c'era internet e gli acquisti e le alternative erano circoscritte alla zona di residenza. Non si poteva acquistare online, non c'era Amazon, non c'era il web, le recensioni, Google...**

**Adesso però la concorrenza è tante e prima che un cliente arrivi ad acquistare ha bisogno di sentirsi sicuro, capito e soprattutto ascoltato... Per questo motivo la chiave è nel fare marketing nel modo corretto e strategico.**

Nella fase iniziale dell'acquisto e del contatto, il cosiddetto "**pubblico freddo**" non ha ancora fiducia in noi o nel nostro servizio. Questo accade perché, essendo la prima interazione, i potenziali clienti non ci conoscono, non sanno se il nostro prodotto risolverà davvero il loro problema e non hanno alcuna prova della nostra affidabilità. In questa fase, è improbabile che acquistino subito, perché mancano ancora di una connessione emotiva o di una motivazione sufficiente.

Per questo motivo, è fondamentale prima attrarre i lead e coinvolgerli attraverso contenuti, informazioni e comunicazioni che mostrino il valore del nostro prodotto o servizio. Solo creando relazioni basate sulla trasparenza, sulla qualità e sul dare risposte ai loro bisogni, possiamo conquistare la loro fiducia. Una volta ottenuta, sarà molto più facile trasformare questi contatti iniziali in clienti effettivi, perché avranno la sicurezza che il nostro prodotto o servizio è la soluzione giusta per loro.



ANALISI DI MERCATO  
LEAD GENERATION  
POSIZIONAMENTO

SERVIZIO  
REFERRAL  
FEEDBACK

NO TRUST

HIGH TRUST





# Il processo per convertire una persona: *Da sconosciuto a cliente*

L'immagine della slide precedente rappresenta un processo di vendita, ossia un percorso che una “persona” o “lead” deve fare per passare da “sconosciuto” a “cliente”. Il processo parte dall'analisi di mercato e dalla lead generation fino alla vendita e al feedback.

## Vediamo nel dettaglio i passaggi per acquisire sconosciuti e farli diventare clienti:

1. **Lead** (Persona in target con zero fiducia): La prima fase del processo coinvolge l'individuazione del target, ovvero persone o aziende che hanno un bisogno o un problema da risolvere, ma che al momento non hanno ancora fiducia nel nostro prodotto o servizio. Questa fase si basa su una lead generation efficace, frutto dell'analisi di mercato e del posizionamento strategico dell'azienda.
2. **Lead Magnet** (Attraggo le persone dando valore): Una volta individuati i lead, è necessario attrarli. Questa fase si realizza attraverso il "lead magnet", ovvero un'offerta di valore (contenuti, risorse gratuite, demo, consulenze, ecc.) che cattura l'attenzione dei potenziali clienti. L'obiettivo è fornire qualcosa di utile per risolvere i loro problemi, in modo da iniziare a costruire un rapporto di fiducia.



# Il processo per convertire una persona: *Da sconosciuto a cliente*

Vediamo nel dettaglio i passaggi:

**4. Nurturing (Costruisco la mia reputazione e fiducia):** Dopo aver attirato il lead, è essenziale nutrirlo, ossia continuare a interagire con lui offrendo ulteriori contenuti, informazioni o assistenza. Questa fase è fondamentale per costruire la reputazione dell'azienda e conquistare la fiducia del potenziale cliente, dimostrando costantemente la propria competenza e affidabilità.

**5. Vendita (La persona si fida, mi conosce e acquista):** Una volta instaurata una relazione di fiducia, il lead si trasforma in cliente. A questo punto, la persona conosce il nostro brand, crede nel valore del nostro prodotto o servizio e, di conseguenza, effettua l'acquisto.

Infine, dopo la vendita, il ciclo continua con servizi post-vendita, referral e feedback, elementi cruciali per mantenere la relazione con il cliente e stimolare ulteriori vendite o raccomandazioni a nuovi potenziali clienti.

In sintesi, il processo rappresentato evidenzia l'importanza di un approccio strategico che parte dalla generazione di fiducia e valore per poi arrivare alla vendita, mantenendo il cliente al centro anche dopo l'acquisto.





# FREE LEAD MAGNET

# VENDITA



NO TRUST



HIGH TRUST



BM

# VUOI ESSERE IL PROSSIMO CASO STUDIO?

Sei a un passo dal rendere la tua campagna la chiave per raggiungere i clienti migliori.

 **Prenota subito una delle ultime date disponibili** 

[pochi slot disponibili] 

<https://calendly.com/bluxmedia/metaboost-boosta-le-tue-campagne>





# No Trust VS. High Trust. Grazie ai Lead Magnet

L'immagine rappresenta un flusso che descrive il processo di conversione del pubblico freddo, che inizialmente non ha fiducia (no trust), in clienti effettivi che invece hanno acquisito fiducia (high trust) e completano l'acquisto.

*Leggi qui...*

**No Trust (Mancanza di Fiducia):** Il punto di partenza è un gruppo di persone (lead freddi) che non conoscono né l'azienda né il prodotto/servizio offerto. In questa fase, non esiste alcuna fiducia da parte del potenziale cliente.

**Lead Magnet** (Attrazione attraverso un'offerta gratuita): Per avvicinare questo pubblico freddo, viene utilizzato un lead magnet, ovvero un'offerta di valore gratuita (ad esempio, una risorsa digitale, una prova gratuita o un contenuto informativo). Il lead magnet serve a raccogliere i dati, ad attrarre e coinvolgere le persone, offrendo loro qualcosa di utile senza richiedere subito un impegno economico. Questo aiuta a iniziare a costruire fiducia.

**Vendita:** Dopo che il lead ha interagito con il lead magnet e ha iniziato a percepire valore dall'azienda, la fiducia cresce. A questo punto, è più probabile che una parte del pubblico freddo si trasformi in clienti reali e proceda con l'acquisto del prodotto o servizio offerto.

**High Trust (Alta Fiducia):** Alla fine del processo, i clienti hanno sviluppato fiducia nell'azienda e nel prodotto, grazie all'interazione iniziale con il lead magnet. Questo rapporto di fiducia rende l'acquisto più probabile e apre la strada a future interazioni o vendite.

*Oggi ci concentreremo sul Lead Magnet...*



# Lead Magnet. Cosa significa...

Un **lead magnet** è uno strumento di marketing utilizzato per attrarre potenziali clienti offrendo loro qualcosa di valore gratuitamente in cambio delle loro informazioni di contatto, come un'email o un numero di telefono. L'obiettivo principale di un lead magnet è quello di "magnetizzare" o attrarre il pubblico target, convertendo i visitatori freddi in lead, ovvero persone interessate ai tuoi prodotti o servizi.

I lead magnet sono progettati per risolvere un problema specifico o rispondere a un'esigenza del target di riferimento, fornendo valore immediato senza richiedere un impegno economico da parte dell'utente.

## Esempi di lead magnet:

**E-book o guide:** Offerte gratuite che forniscono informazioni utili su un argomento specifico.

**Webinar o corsi online gratuiti:** Sessioni informative o formative che educano il pubblico su un tema rilevante.

**Prove gratuite o demo di prodotto:** Accesso temporaneo gratuito a un prodotto o servizio.

**Check-list o modelli gratuiti:** Risorse pronte all'uso che aiutano il lead a semplificare una determinata attività.

**Codici sconto:** Offerte di sconto per incentivare il primo acquisto.

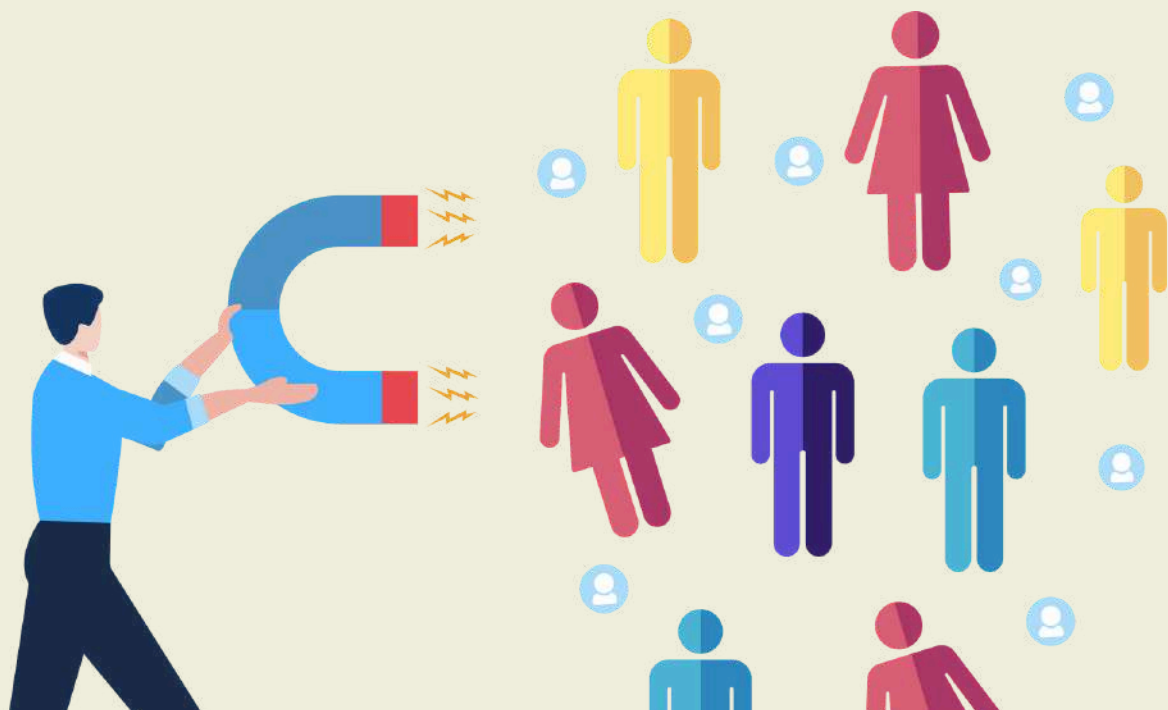
Il lead magnet non solo attira il pubblico, ma avvia anche il processo di costruzione di fiducia e di relazione, essenziale per trasformare i lead in clienti effettivi.





# Lead Magnet: caratteristiche

- **DEVE DARE VALORE**
- **DEVE RISOLVERE UN PROBLEMA SPECIFICO**
- **DEVE RACCOGLIERE I DATI DEI TUOI LEAD**



# Lead Magnet. Funziona solo se...

Un lead magnet è uno strumento fondamentale per attrarre e convertire potenziali clienti in contatti qualificati. Per essere efficace, un lead magnet deve soddisfare alcuni requisiti chiave:

## 1. Valore Percepito

**Rilevanza:** Deve risolvere un problema specifico o soddisfare un bisogno urgente del tuo pubblico target. **Utilità:** Il contenuto deve essere pratico e utile. Gli utenti devono sentirsi che vale la pena scambiare i loro dati per ottenerlo.

## 2. Facilità di Consumo

**Formato Accessibile:** Utilizza formati facili da consumare e scaricare, come eBook, guide, checklist, template, webinar o corsi brevi. **Breve e Conciso:** Non deve essere troppo lungo. L'utente dovrebbe poter consumarlo in un tempo relativamente breve.

## 3. Chiarezza e Specificità

**Titolo Accattivante:** Il titolo deve essere chiaro e indicare chiaramente il beneficio o il valore che il lead magnet offre. **Descrizione Dettagliata:** Fornisci una breve descrizione che spiega cosa gli utenti riceveranno e come li aiuterà.





# Lead Magnet. Funziona solo se...

## 4. Facilità di Accesso

**Semplicità di Download:** Assicurati che il processo di download o accesso sia semplice e diretto, senza troppi passaggi.

**Mobile-Friendly:** Ottimizza il lead magnet per essere visualizzato e utilizzato facilmente su dispositivi mobili.

## 5. Call-to-Action (CTA) Chiara

**Azioni Concretamente Definite:** Il CTA deve essere evidente e invitante, spingendo l'utente a fornire i propri dati di contatto in cambio del lead magnet.

## 6. Qualità e Professionalità

**Design Attraente:** Il lead magnet deve avere un aspetto professionale e curato. Investi in un buon design grafico.

**Contenuti Senza Errori:** Assicurati che non ci siano errori grammaticali o di contenuto, poiché possono compromettere la tua credibilità.

## 7. Integrazione con il Tuo Funnel di Marketing

**Follow-Up Efficace:** Dopo che un utente ha scaricato il lead magnet, pianifica una sequenza di follow-up per nutrire il contatto e guidarlo ulteriormente lungo il funnel di vendita.

**Segmentazione:** Utilizza i dati raccolti per segmentare i tuoi contatti e personalizzare ulteriormente la comunicazione.

## 8. Test e Ottimizzazione

**A/B Testing:** Prova diverse versioni del lead magnet per vedere quale funziona meglio.

**Analisi dei Risultati:** Monitora le metriche di performance, come tassi di conversione e feedback degli utenti, per apportare miglioramenti continui.

Un lead magnet ben progettato può notevolmente aumentare la qualità e la quantità dei tuoi lead, aiutandoti a costruire una base di contatti qualificati e interessati.



# Esempi di Lead Magnet di Successo:

## Case Study: HubSpot

### Lead Magnet:

HubSpot ha utilizzato diversi lead magnet, tra cui eBook, guide e modelli di email marketing.

### Strategia e Implementazione:

- Offerta di contenuti di valore gratuito in cambio di indirizzi email.
- Utilizzo di form di iscrizione in punti strategici del sito web.
- Follow-up con campagne di email marketing per nutrire i lead.



### Risultati:

**Incremento del Tasso di Conversione:** HubSpot ha visto un aumento significativo nei tassi di conversione dei visitatori del sito in lead. Le offerte di lead magnet ben progettati hanno portato a una crescita del 30% nei lead qualificati.

**Aumento delle Vendite:** Grazie alla nutrizione dei lead attraverso campagne di email marketing e follow-up, HubSpot ha aumentato le vendite e migliorato il ritorno sugli investimenti (ROI) delle campagne di marketing.

# Esempi di Lead Magnet di Successo:

## Case Study: Neil Patel

### Lead Magnet:

Neil Patel ha utilizzato una serie di strumenti gratuiti e contenuti informativi, come il “SEO Analyzer” e guide dettagliate su SEO e marketing digitale.

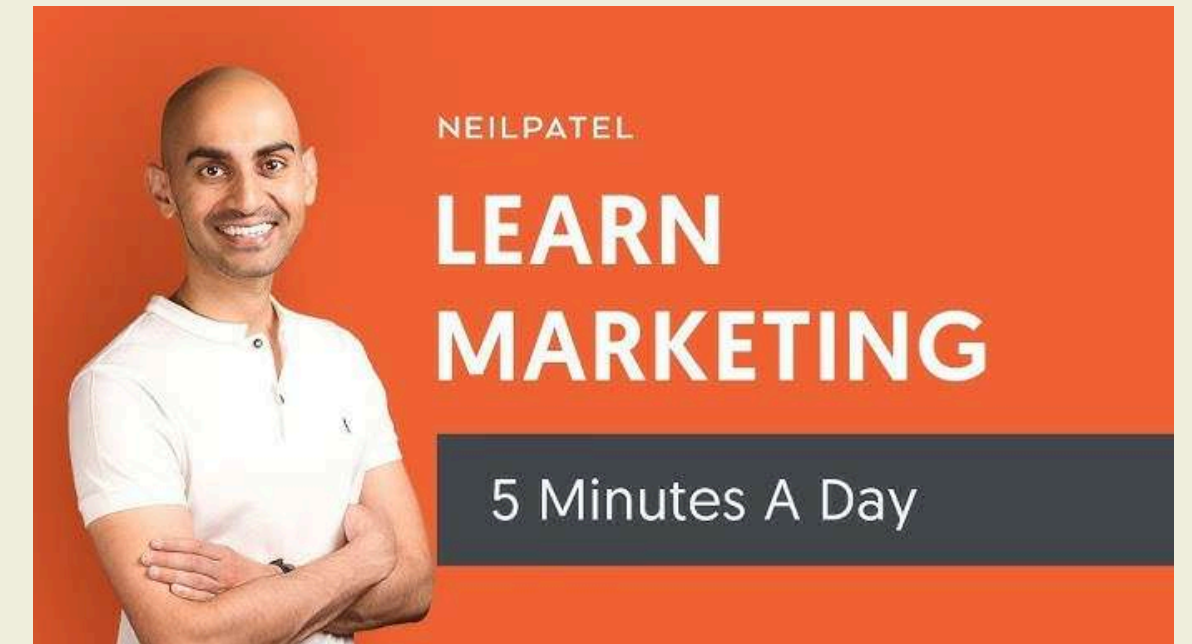
### Strategia e Implementazione:

- Offerta di strumenti utili e rapporti dettagliati in cambio di dati di contatto.
- Landing page ottimizzate per la conversione con un forte CTA.

### Risultati:

**Aumento dei Lead Qualificati:** Neil Patel ha visto un incremento del 40% nei lead qualificati. I lead magnet hanno attirato utenti altamente interessati ai servizi di SEO e marketing.

**Crescita del Fatturato:** Le conversioni in clienti paganti sono aumentate, portando a un significativo incremento del fatturato. Neil Patel ha attribuito una parte considerevole della crescita alla sua strategia di lead magnet.





# Esempi di Lead Magnet di Successo:

## Case Study: Buffer

### Lead Magnet:

Buffer ha offerto un toolkit gratuito per i social media, che includeva guide, strumenti e modelli per gestire efficacemente i social media.



### Strategia e Implementazione:

- Creazione di una risorsa altamente utile e praticabile per i professionisti dei social media.
- Promozione attraverso blog, email e social media.

### Risultati:

**Incremento dei Lead:** Buffer ha visto un aumento del 60% nel numero di lead generati attraverso il toolkit gratuito.

**Espansione della Base di Utenti:** L'aumento dei lead ha portato a una maggiore acquisizione di clienti per il servizio di gestione dei social media di Buffer. L'azienda ha ottenuto un aumento del 50% nei clienti paganti grazie alla sua strategia di lead magnet.



# Esempi di Lead Magnet di Successo:

## DigitalMarketer

### Lead Magnet:

DigitalMarketer ha utilizzato una serie di lead magnet, tra cui report di ricerca e guide pratiche.

### Strategia e Implementazione:

- Offerta di contenuti esclusivi e di alta qualità in cambio di informazioni di contatto.
- Utilizzo di funnel di vendita per convertire i lead in clienti attraverso email e follow-up.

### Risultati:

**Aumento del Tasso di Conversione:** DigitalMarketer ha ottenuto un aumento del 45% nel tasso di conversione dei visitatori in lead.

**Maggiore ROI:** La strategia di lead magnet ha portato a un ritorno sugli investimenti significativamente più alto grazie alla capacità di nutrire i lead e convertirli in clienti a lungo termine.

Questi casi studio dimostrano come un lead magnet ben progettato e strategicamente implementato può non solo aumentare la quantità e la qualità dei lead, ma anche contribuire significativamente alla crescita delle vendite e al ritorno sugli investimenti.



# Esempi di Lead Magnet di Successo:

The screenshot shows a Capterra website page for 'Pulsetic' website monitoring software. A dark blue modal window is overlaid on the page, offering a 'Free eBook: 5 Key Steps For Finding the Right Software'. The modal includes a brief description of the eBook's purpose, an email address input field with a placeholder 'E.g., example@domain.com', a checkbox for terms and conditions, and a prominent orange button labeled 'SEND ME THE EBOOK'. The background page shows the Capterra logo, a search bar, and breadcrumb navigation: 'Home > Website Monitoring Software > Pulsetic'. A footer section contains the text 'Not sure about Pulsetic? Compare with a popular alternative' and a 'MOST REVIEWED' badge.

**Capterra** 15 years helping British businesses choose better software

Search for software... Software Categories

Home > Website Monitoring Software > Pulsetic

**pulsetic**

## / Free eBook: 5 Key Steps For Finding the Right Software

Get our guide to simplify the software selection process, so you can find the right software and get back to business.

**Email Address \***

*E.g., example@domain.com*

By proceeding, you agree to our [Terms Of Use](#) and [Privacy Policy](#), and agree to receive marketing emails from Capterra.

**SEND ME THE EBOOK**

Not sure about Pulsetic?  
Compare with a popular alternative

**EBOOK**

**BM**

MOST REVIEWED



# Esempi di Lead Magnet di Successo:

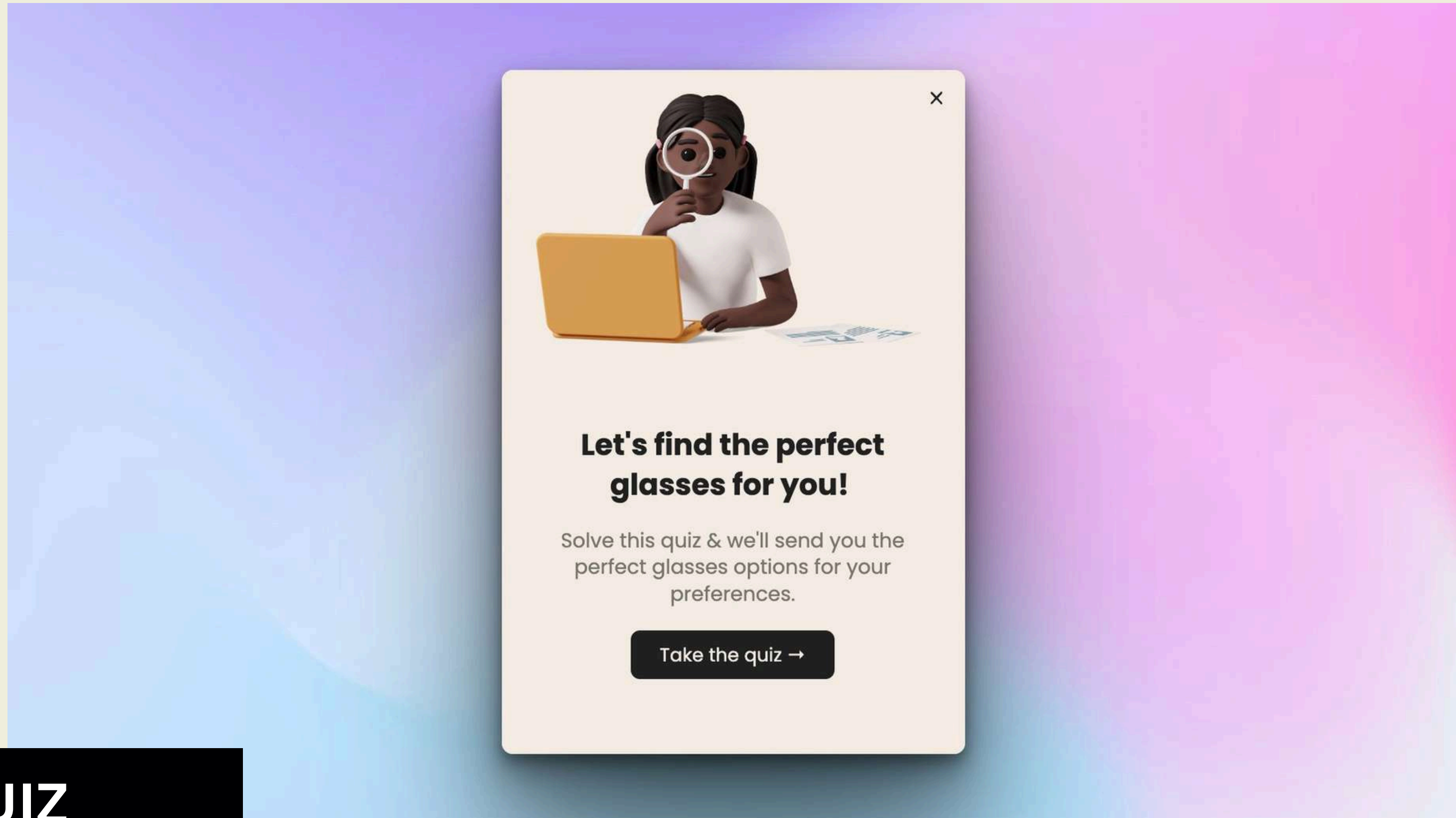
The image shows a screenshot of a website with a lead magnet popup. The website header includes the Smart Insights logo, navigation buttons for 'Digital Marketing Toolkits' and 'Business Toolkits', and a link to 'Explore our Digital Marketing Strategy and Planning Toolkit'. The main content area is partially obscured by the popup, but some text is visible: 'Customer Analytics 8.8%', 'Marketing Insight 8.3%', and 'Loyalty Program Management'. The popup itself features logos for HP, Ogilvy, Roche, unicef, Unilever, and Vodafone. It contains a funnel diagram with five stages: Plan, Reach, Act, Convert, and Engage. The text in the popup reads: 'Download Your Free Digital Marketing Plan Template. Build a practical, strategic marketing funnel that generates more leads and sales.' Below this is a prominent orange button that says '> DOWNLOAD NOW'. At the bottom of the popup, there is a small disclaimer: 'By clicking the button above you are confirming you have read and accept the terms & conditions and privacy policy and understand how to exercise your privacy rights under GDPR.'

TEMPLATE

shows the emerging digital advertising technologies that are being rolled out by large



# Esempi di Lead Magnet di Successo:



QUIZ

BM

# Esempi di Lead Magnet di Successo:

The image shows a screenshot of a GetResponse website with a prominent blue pop-up window. The pop-up is titled "Marketing Automation Masterclass: Building a Loyalty Program with Marketing Automation" and is for a "Live Webinar: Aug 9, 11 AM ET". The text inside the pop-up asks if the user wants to drive more repeat sales and offers to join a free webinar to learn about marketing automation. A yellow button at the bottom of the pop-up says "JOIN THE FREE WEBINAR". To the right of the text is a diagram showing a customer journey with various touchpoints: "Assign tag", "Product downloaded", "Link clicked", "Post-purchase URL", and "Cart abandoned". Below the pop-up, there is a paragraph of text explaining the psychological concept of loss aversion and how it can be used in marketing.

GetResponse Solutions > Features > Pricing Support > Log in SIGN UP FREE

GETRESPONSE BLOG Search

**Marketing Automation Masterclass:**  
**Building a Loyalty Program with Marketing Automation**  
**Live Webinar: Aug 9, 11 AM ET**

Want to drive more repeat sales from your store?  
How about doing it automatically? **Join the free webinar** and learn how you can build lasting relationships with your customers through simple yet very powerful marketing automation.

**JOIN THE FREE WEBINAR**

Assign tag  
Product downloaded  
Link clicked  
Post-purchase URL  
Cart abandoned

The human aversion to losing something, even something insignificant, is a driving factor in our decision-making process. Leverage this psychological loophole in your marketing strategy to remind customers of your brand and bring them back.

**WEBINAR**





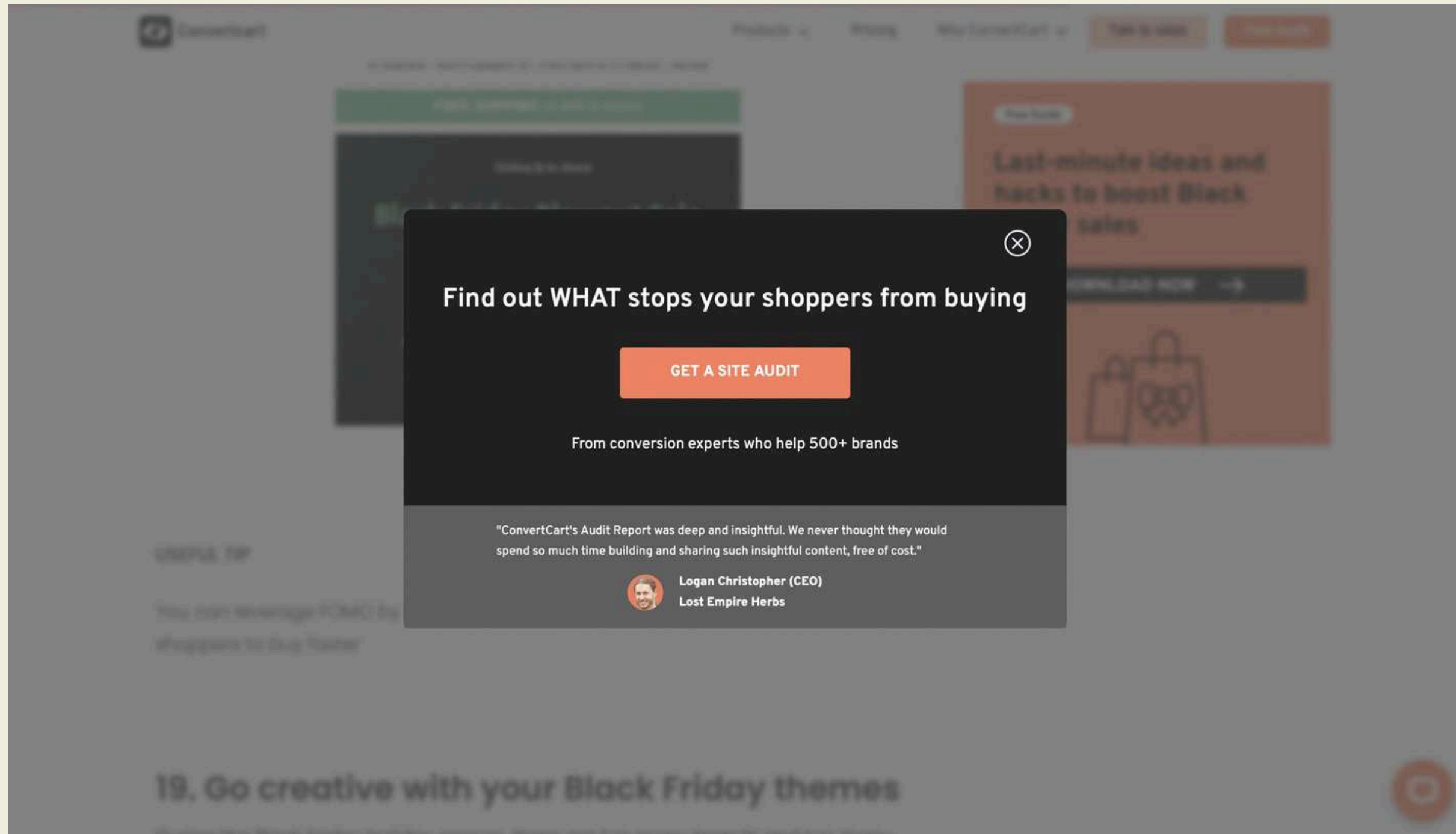
# Esempi di Lead Magnet di Successo:

The screenshot shows the InVideo website interface. At the top, there is a navigation bar with the InVideo logo, menu items like 'Templates', 'Explore', 'Learn', 'Support', and 'Pricing', and a 'Sign up' button. A 'Post contents' sidebar is visible on the left. The main content area features a 'Pro tip' about featuring Santa in Christmas commercials. A large, vibrant purple and blue popup is overlaid on the page, containing the text: 'Wait, you're one step away from creating thumb-stopping videos!'. Below this text is a video player showing a basketball game. At the bottom of the popup is a white button that says 'Get started — it's free!'. The background content is partially obscured by the popup.

**PROVA GRATUITA**



# Esempi di Lead Magnet di Successo:



**AUDIT GRATUITA**

**BM**

# Esempi di Lead Magnet di Successo:

The screenshot shows a website for SurfOffice with a navigation menu (RETREATS, LOCATIONS, VENUES, RESOURCES, BLOG, CONTACT) and a 'GET A QUOTE' button. The main content area features a list of 'Work-related 'this or that' questions'. A popup window is overlaid on the page, titled 'Free course: How to plan your first retreat'. The popup text reads: 'Surf Office has developed a short free course full of practical insights learned from organizing retreats. Enter your email below to get the first lesson.' Below this text is an email input field labeled 'Email address' and a green 'Start now' button. A privacy notice states: 'We will not share your information with anyone.' To the right of the text is a graphic for the course titled 'How to organize your first company retreat' with an illustration of a beach scene.

SurfOffice

RETREATS ▾ LOCATIONS VENUES RESOURCES ▾ BLOG CONTACT

GET A QUOTE

## Work-related 'this or that' questions

221. Working hard or hardly working?

**Free course: How to plan your first retreat**

Surf Office has developed a short free course full of practical insights learned from organizing retreats. Enter your email below to get the first lesson.

Email address  [Start now](#)

We will not share your information with anyone.


222. Slack or Asana?

234. Voice call or video chat?

235. IOS or Windows?

236. More money and longer hours or less money and more free time?

237. Work from home or in the office?




**CORSO GRATUITO**

**BM**



# Esempi di Lead Magnet di Successo:

This site uses cookies to provide you with a great user experience. Okay

  Explore Features Pricing More... Sign In Sign Up

Explore / thank you


## Thank You

Emails - 189

**Show us your talented pup!**

We are so excited to announce the launch of a new collaboration with Storch - a platform that allows you to show what your dog earned with Doggo. Is it a fun trick? A game your dog loves playing with you? Learn walking without pulling?


We want to see it all - upload your video now!



Enter for a chance to win a lifetime subscription to Doggo!  
The winner will be chosen randomly and contacted directly.

**Show off your smart dog now!**

[Submit Video](#)



Doggo App GmbH, Kottbusser Damm 125A, 10967, Berlin, Germany  
1000.000000 | 1000000000

**GRATITUDE**

ON OUR 1-YEAR ANNIVERSARY

We are writing this letter to say thank you for being a part of our story. Thank you for being part of the change.

One year ago, we launched the first Prima started as a tiny seed of an idea, built on belief that *better is possible*. We set out to change the way we think about truth, integrity and uncompromising standards.

We've watched in awe as you, our Prima welcomed us and taken preventive action and your healing. You have cared for you believed in an *even better* you. All of which you to be an active participant in creating and transformation.

We founded Prima with the mission to support nature to advance health and cultivate community and that mission is more important now than ever. We reflect, we are compelled and fueled by a simple yet radical thought:

*Imagine what we could do, individually and collectively, if we all felt just a little bit better.*

It is our hope to live more boldly and bravely, collectively creating more good and a promising future for humanity and our planet.

As a humble gesture of our sincere gratitude, we'd like to offer you a special gift. We've curated a selection of products that we think you'll love. We hope you'll enjoy them as much as we enjoyed creating them for you.

**WILL THE REST OF THE YEAR TAKE YOU?**

Platinum Medallion 496,051 Miles

As a Platinum Medallion Member, we want to reward you with your travel and allowing us to connect with you one mile and memory at a time.

In the year, and even more exciting - you're moving Medallion Status in 2023. Explore ways to earn towards the next level.

Viewing Diamond Medallion Status for you need to advance to the next level.

**sendview**

Track your competitors' email marketing tactics.

Ad: SendView allows users track the email marketing strategies of their competitors to gain actionable insights.

**Homes Alive Pets**

Privacy - Terms

Sorry for being an A Hole and interrupting, but...

We noticed that you may not be getting emails that surface the best of the email world, curated by RGE, and stuff to make you a better email human.

Name  
Smiles Davis

Email  
yourself@geocities.com

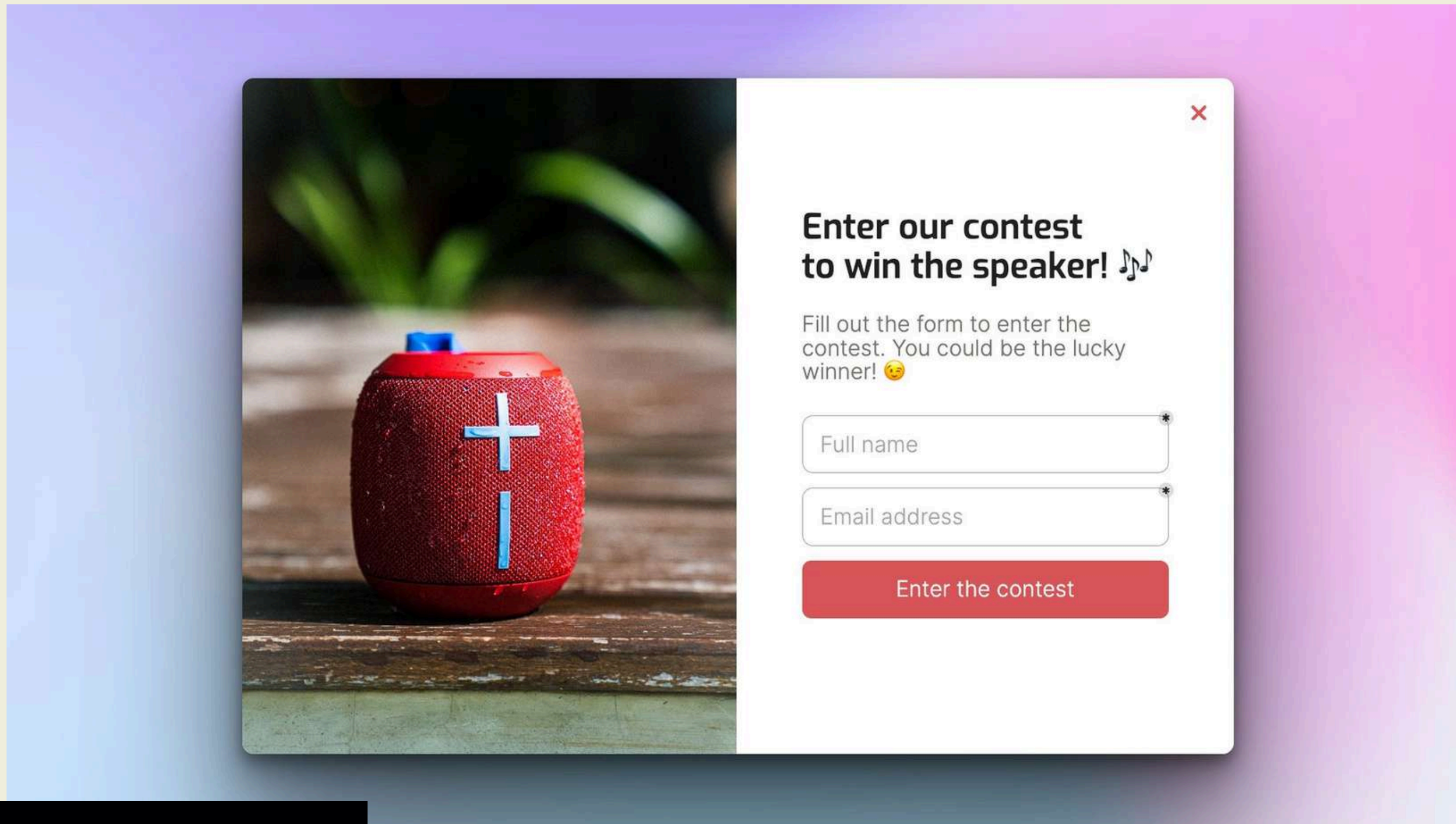
I'm okay with getting emails and having that activity tracked to improve my experience

Subscribe To Our Newsletter

NEWSLETTER

BM

# Esempi di Lead Magnet di Successo:



**CONTEST A PREMIO**

# SEI A UN PASSO DAL RENDERE LA TUA CAMPAGNA LA CHIAVE PER RAGGIUNGERE I CLIENTI MIGLIORI.

📞 Prenota subito una delle ultime date disponibili 📞

[pochi slot disponibili] 🖱️

<https://calendly.com/bluxmedia/metaboost-boosta-le-tue-campagne>





# I nostri clienti dicono

**webstorefashion**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Secondo ordine e confermo l'ottimo lavoro. Mi sono trovata molto bene. SUPER CONSIGLIATO Grazie Andrea!

**saxolone**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Andrea ha fatto un ottimo lavoro e ha realizzato esattamente ciò di cui avevo bisogno. Veloce, onesto ed efficiente. Lo consiglio vivamente.

**emiz74**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Working with Blux Media was superb!!! They took the time to understand my brand and vision and produce an amazing end service and strategy! It is clear they considered every aspect of my project! Thanks!

## Bluxmedia.com

Il profilo di questa attività è gestito da te  
5,0 ★★★★★ (8) · Agenzia di marketing  
+39 351 910 9615

Chiuso · Apre gio alle ore 08

"Corretti ed eticamente impeccabili, precisi nei report e negli aggiornamenti."

SITO WEB

**webstorefashion**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Consiglio vivamente Blux Media. Davvero Ottima esperienza! Professionalità e Disponibilità.. un plus in più da non sottovalutare.

**dennydonato**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Lavorare con lui è stato davvero, un piacere, mi ha dato consigli su tutto.

**simboya**  
United States  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
I am so impressed. What amazing research bluxmedia provided for my company. It was very well researched and written along with very easy to implement strategies. It was delivered to me very quickly as well. I am looking forward to working more with blue media.

**Eddy**  
Local Guide · 71 recensioni · 5 foto  
★★★★★ 3 mesi fa  
Due sessioni formative svolte con Andrea... veramente in gamba.  
Consiglierò questa agenzia a persone che fossero interessate ad un piano di marketing.

**jotrix**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
Ottimo Lavoro. Mi sono trovato molto bene. E superconsigliatissimo.

**jobim123**  
Italy  
★★★★★ 5 | 2 years ago  
oltre ad essere un venditore professionista nel suo campo blux media è una persona affidabile e gentile!

**mauro mente**  
1 recensione  
★★★★★ 6 mesi fa  
Preparatissimi, tecnici e soprattutto disponibili. Grazie mille!!

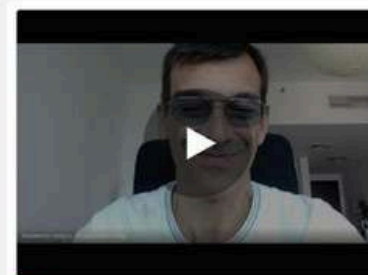
**Michele Valeriani**  
Local Guide · 4 recensioni · 334 foto  
★★★★★ 7 mesi fa  
Precisi e professionali

**Alessandro Ventura - DubaiAssetStrategy**  
8 recensioni · 1 foto  
★★★★★ 8 mesi fa  
Ho conosciuto Andrea per caso Online, l' ho contattato per un problema ( Google account sospeso..) una rogna, mi ha dedicato del tempo con pazienza, da li poi siamo ripartiti piano piano e mi sta seguendo su tutto. Abbiamo lavorato bene nell'ultimo anno, adesso faremo ancora meglio. Grazie Andrea

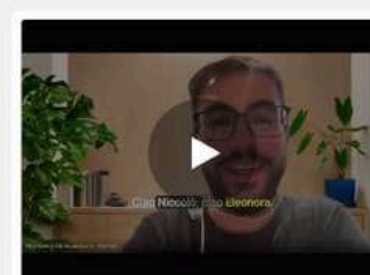
**Danilo Valcaccia**  
4 recensioni · 3 foto  
★★★★★ 9 mesi fa  
Le mie campagne pubblicitarie sono state elaborate perfettamente, super soddisfatto veri professionisti.

**Gianluigi Cacciotti**  
2 recensioni  
★★★★★ 9 mesi fa  
Non posso che spendere parole di soddisfazione e compiacimento per questi giovani ragazzi pieni di talento ed entusiasmo. Corretti ed eticamente impeccabili, precisi nei report e negli aggiornamenti. Ho affidato loro la promozione di due miei progetti e non mi sono pentito, anzi!!

**Nicco Leone**  
Local Guide · 54 recensioni · 85 foto  
★★★★★ un anno fa  
Andrea è un grande professionista. Mi sono trovato bene sin dall'inizio. Abbiamo lavorato su diversi progetti per la mia presenza online dalle campagne di Google Ads all'ottimizzazione della SEO del mio sito web. Inoltre, Andrea è una persona molto alla mano, puntuale e affidabile, sempre disponibile ad aiutare e offrire consigli



Lead Generation: strategie di acquisizione contatti n...  
YouTube · Updated 31-07-2024 @ 19:06 GMT+02:00



Aumentare gli iscritti con le campagne di Lead Gener...

# I nostri clienti dicono



**antonio95**



★★★★★ 5 | 2 months ago

Grazie Andrea ,ottimo lavoro .



**ikiga2023**



★★★★★ 5 | 8 months ago

Mi sono trovata benissimo, gentili, professionali e disponibili per risolvere qualunque problematica e soprattutto velocissimi nell'esecuzione. Consiglio i loro servizi



**andreamada**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Ottima comunicazione e servizio impeccabile come sempre, non posso che continuare a raccomandarli.



**vascapoint**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Ottimo come sempre Andrea è una garanzia di serietà efficienza e ottime capacità tecniche. Cinque Stelle meritissime



**netspecial**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Tutto ok. Veloce ed affidabile come sempre.



**guerrinig**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Molto rapido e competente



**matgmat**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Tutto perfetto! Campagna realizzata in maniera impeccabile !



**darusmentalist**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Andrea è stato molto professionale, sempre pronto a venire incontro alle mie esigenze, facendo piu' di quello che gli spettava per mettermi in grado di raggiungere i risultati che cercavo. Consigliatissimo.



**netspecial**



★★★★★ 5 | 1 year ago

Ho richiesto una campagna Google e tutto è andato bene, esperienza ottima. Sicuramente continueremo a lavorare insieme.



**alessandrerr**



★★★★★ 5 | 2 years ago

Molto preparato e disponibilissimo . Lo consiglio



**blackmagic90**



★★★★☆ 4.7 | 2 years ago

Il risultato della campagna e' ancora da vedere. Posso confermare l'ottima professionalita'.



**leonardonext**



★★★★★ 5 | 2 years ago

Veloce, Preciso, Professionale. Vivamente consigliato.



**kamakirilama**



★★★★★ 5 | 2 years ago

Davvero in gamba e disponibile, consigliato assolutamente!



**cbdd\_1**



★★★★★ 5 | 2 years ago

Competente e veloce. Lavoro ben fatto. Da raccomandare sicuramente.



**dooby2014**



★★★★★ 5 | 2 years ago

Crazie veramente un bel lavoro veloce e professionale

# VUOI ESSERE IL PROSSIMO CASO STUDIO?

Sei a un passo dal rendere la tua campagna la chiave per raggiungere i clienti migliori.

 **Prenota subito una delle ultime date disponibili** 

[pochi slot disponibili] 

<https://calendly.com/bluxmedia/metaboost-boosta-le-tue-campagne>

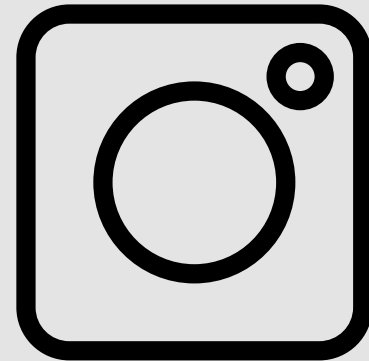




# Seguici su:



<https://www.youtube.com/@bluxmedia>



<https://www.instagram.com/blux.media/>



<https://bluxmedia.com/>

