

# FUNNEL DOO

Inizia a guadagnare migliaia di euro chiudendo il tuo primo cliente Social Media Marketing in meno di 30 giorni.



*“Il più grande spreco nel mondo è la differenza tra ciò che siamo e ciò che potremmo diventare”*

**Ben Herbster**

**In Collaborazione con**



# **MASTER SALES CONSULTING**

---

## **INDICE**

1. Domande Frequenti
2. Chi sono
3. Da dove nasce il Social Media Marketing e perché oggi è un'opportunità
4. Come trovare e chiudere clienti da 1.000€ al mese
5. Parliamo di Burocrazia
6. Come ottenere risultati performanti per i nostri clienti
7. Il sistema per scalare la tua Agenzia

# Domande frequenti

## **Ho bisogno di soldi per iniziare ?**

No . Il Social Media Marketing è un business basato su un servizio e come tale non ha bisogno di alcun tipo di investimento per iniziare. Tutto quello di cui hai bisogno è acquisire competenze che ti rendano abile nel vendere e nello svolgere questo servizio.

## **Funziona Anche in Italia ?**

Certamente. E' un business nato in luoghi (America) che sono molto più evoluti (digitalmente) rispetto a noi, ed ora sta arrivando anche in Italia. Ed è proprio questo il momento in cui dobbiamo cogliere l'attimo e prenderci il mercato prima degli altri. Ricordati che le Aziende avranno sempre bisogno di promuoversi e attualmente il web è il miglior metodo.

## **Posso farlo anche senza laurea o esperienze pregresse ?**

Assolutamente Sì. Anzi spesso e volentieri alcune tecniche avanzate che si usano per promuovere i business dei nostri clienti non vengono neanche spiegate all'università. Proprio per questo abbiamo decine di clienti laureti in economia, marketing e comunicazione che si sono rivolti a noi per riuscire ad intraprendere correttamente questo tipo di Business.

### **Riesco a farlo anche se lavoro o studio full-time ?**

Certo. Ovviamente non serve dire che più tempo si dedica ad una cosa e prima arrivano i risultati. Ma sicuramente è un modello di business che si può iniziare anche nel tempo libero.

Dopo sarà una tua scelta se tenerlo tale come extra al tuo stipendio o prenderlo più seriamente e renderlo la tua fonte di reddito principale.

### **Ho bisogno di P.IVA per iniziare ?**

No. Puoi iniziare tranquillamente con le prestazioni occasionali. Ovviamente una volta raggiunta una certa stabilità e determinati guadagni avrai bisogno di aprirla per essere in regola con il sistema italiano.

## About ?

Master Sales Consulting è composta da un Team di Specialisti che sviluppano dei modi alternativi per effettuare Business. Siamo specialisti di tre diversi rami aziendali quali: vendita, recruitment e marketing. Quest'ultimo settore è stato di principale rilevanza nel 2020 dove il team si è ampliato con la collaborazione di 9 Agenzie di comunicazione per offrire all'utente finale il miglior servizio per ogni sua richiesta. Nel 2021 vogliamo differenziarci rispetto alla massa e concentrarci su tutti quei clienti che credono nel Sales Marketing e vogliono recuperare e/o migliorare il proprio fatturato. Mi chiamo Daniel Fois e sono la persona che si occupa di tutte queste collaborazioni, ho 35 anni e dal 2006 che sono nel settore vendita e marketing. Nella mia carriera ho sempre avuto ruoli di responsabilità e management ed è per questo che continuo ad offrire piani di sviluppo e incremento del fatturato nelle Aziende. Quest'anno dopo aver creato una partnership con due Agenzie di Social Media Marketing ho deciso di creare Funnel Doo, una piattaforma di Lead Generation e traffico online che potenzia il fatturato Aziendale. Il mio collega più stretto dietro a questo fantastico progetto è Anwar Bourmila, giovane talento esperto in Analisi Advertising e Funnel Marketing. Tra Giugno 2020 e Dicembre 2020 abbiamo aumentato il Fatturato di oltre 11 Aziende. Abbiamo deciso di collaborare con settori di nicchia poiché il tempo è prezioso. Dei nostri colleghi esperti nella comunicazione digitale mi hanno chiesto come avessi fatto a raggiungere questi risultati in così poco tempo e soprattutto con quale sistema li avessi raggiunti. Così ho deciso di aprire un'altra branca nella mia azienda dove supportiamo persone in tutta Italia ad acquisire le competenze necessarie per realizzare i propri obiettivi e inserirsi al meglio nel mondo digitale. Ovviamente il mio percorso per raggiungere questi risultati non è stato semplice, ho dovuto affrontare molti problemi, superare molte sfide e soprattutto lavorare duro ogni giorno. Lavorando duro e cercando di capire come tutto poteva essere

migliorativo per qualsiasi Azienda, ho creato insieme al mio partner Anwar un sistema di lavoro con il quale oggi portiamo a casa risultati fuori dal comune, ogni singolo giorno e con il quale decine di nostri clienti e collaboratori si sono arricchiti. Ed è proprio questo il sistema che ti andrò ad introdurre in questa presentazione. Quindi prendi carta e penna e buon inizio !

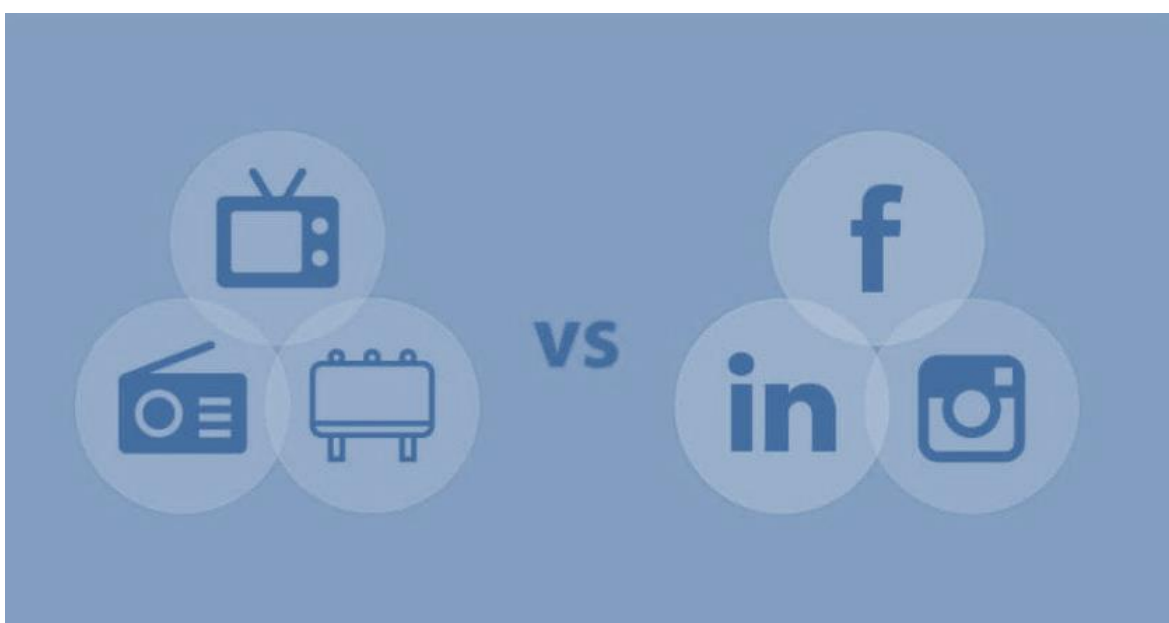
## **Da Cosa Nasce Il Social Media Marketing Perché oggi è un'Opportunità?**

Al giorno d'oggi sempre più persone stanno prendendo consapevolezza di quante opportunità ci offre il mondo digitale. Basta infatti aprire YouTube e cercare "come guadagnare soldi online", per far uscire centinaia di migliaia di risultati con video inerenti all'argomento. Il Social Media Marketing è uno di questi, nonché il migliore sul Mercato. Ed è proprio per questo che la domanda che ho sentito più volte negli ultimi 2 anni è stata:

"Ciao Daniel, ma come funziona il Social Media Marketing ?" Sicuramente la risposta è molto semplice. Infatti, rispetto agli altri business presenti sul web è effettivamente un modello di Business molto facile da capire. Facciamo l'esempio dell'Italia, dove sono presenti oltre 4 Milioni di piccole e medie imprese, si hai capito bene, 4 Milioni ! Ovviamente la cosa di cui tutte le Aziende hanno bisogno sono i clienti e quindi allo stesso tempo la necessità di fare pubblicità. Qui arriva uno dei punti che più sta preoccupando le attività locali, il fatto che molti tipi di pubblicità di vecchio stampo non funzionano più come prima. Ad esempio lettere, cartelloni, radio ecc.. Proprio per questo le Aziende sono in costante ricerca di una buona strategia online, dove ormai è riversata tutta l'attenzione delle persone, e quindi,

dei potenziali clienti. Ecco il nostro Business, apprendere competenze specifiche di Marketing Online e aiutare le aziende ad acquisire clienti in modo automatico giorno dopo giorno. Facciamo due calcoli. Consideriamo una media per la gestione di un cliente di circa 500€ al mese. Essendoci, come prima accennato, 4 milioni di piccole e medie imprese, solo in Italia abbiamo un mercato di riferimento di oltre 2 Miliardi di Euro al mese.

Ora la domanda è : Quale parte del mercato vuoi andare a prendere? Nella nostra agenzia abbiamo deciso di prenderne una bella fetta. Parliamo ora del perché altri tipi di pubblicità stanno perdendo il loro potere nei confronti di quella Online.



Mi piace sempre analizzare questo concetto sotto 4 pilastri importanti. **Target, Dinamicità, Retargeting e Follow Up.** **Partiamo dal Target**, cioè la possibilità di selezionare accuratamente il tipo di persona a cui far vedere la nostra inserzione pubblicitaria. Quando facciamo una pubblicità su un cartellone, in TV, In Radio o tramite volantini noi spendiamo X euro per arrivare ad un numero Y di persone. Dobbiamo però considerare che in questo numero Y sono comprese anche tantissime persone che già non sono interessate al nostro servizio/prodotto. Facciamo un breve esempio. Pubblicizzo in TV un costume per donna, su un canale che ha 1 Milione di spettatori. lo pago per arrivare ad 1 Milione ma so già che circa il 50% non

comprerà mai il mio prodotto (essendo uomini), tranne in rari casi dove si fanno regali. Questo non significa che la pubblicità in TV non funziona, ma allo stesso tempo stiamo pagando per raggiungere un numero Y di persone di cui in target ce ne sono circa la metà. Quindi stiamo pagando il doppio rispetto al numero effettivo di persone a cui veicoliamo il messaggio. Cosa cambia invece con la pubblicità online? Sicuramente uno dei punti fondamentali per chi fa pubblicità sul web è la possibilità di utilizzare i Big Data che le piattaforme che ci concedono gli spazi pubblicitari hanno.

E come già sappiamo, purtroppo o per fortuna direi, Facebook e Google hanno praticamente tutti i nostri dati personali: Interessi, atteggiamenti, comportamenti e abitudini di acquisto. Questo significa che quando andiamo ad investire per veicolare il nostro messaggio in queste piattaforme possiamo usare questi dati per far arrivare le pubblicità solamente alle persone in target, che quindi già sono interessate al nostro prodotto/servizio. Questo, che è solo il primo punto che andremo a vedere, già comporta un drastico cambiamento nell'esito dell'azione pubblicitaria. **Parliamo ora del secondo pilastro, la dinamicità.** Quando parlo di dinamicità intendo la possibilità di interagire con l'inserzione pubblicitaria e la velocità con cui si può arrivare dalla visione della pubblicità all'acquisto del prodotto/servizio. Quando per esempio siamo in strada e vediamo un cartellone pubblicitario che ci interessa. Per comprare quel prodotto dobbiamo segnarcì la via del negozio, trovare uno spazio di tempo per recarcisi e dopo avremo la possibilità di portare a casa il nostro desiderato prodotto. Questa mossa può arrivare ad impiegare molti giorni e spesso e volentieri ci si dimentica e non si va nemmeno in negozio a visionare il prodotto. Quando, invece, con la pubblicità online abbiamo la possibilità di interagire con l'azienda di riferimento, vedere direttamente la filosofia aziendale, le testimonianze dei clienti e soprattutto, volendo, possiamo comprare in 2 minuti quello di cui abbiamo bisogno. **Da qui si collega velocemente il terzo pilastro, cioè il retargeting.** Il Retargeting è la possibilità di far vedere la nostra pubblicità solo alle persone che hanno mostrato interesse al nostro



prodotto. Nei vecchi metodi pubblicitari è praticamente inesistente, mentre online è possibile tracciare ogni singola azione che un utente compie nei siti web e a quel punto avremo la possibilità di far vedere le nostre pubblicità a quelle persone più volte al giorno finché non compreranno da noi. Per esempio, visitando un e-commerce ti sarà sicuramente capitato di aggiungere un prodotto al carrello, non acquistare e tornando sui social ritrovare costantemente la pubblicità di quel prodotto. Questo è possibile perché il proprietario dell'azienda ha tracciato che hai aggiunto il prodotto al carrello e automaticamente Facebook ti mostra continuamente la pubblicità, finché non compri quello che stavi guardando. Immagina come questo fattore possa cambiare completamente il risultato di una pubblicità. **Passiamo ora all'ultimo dei 4 pilastri, il follow-up**, cioè la possibilità di seguire una persona ogni singolo giorno in automatico tramite mail o bot, per mostrargli costantemente altre offerte o nuovi prodotti. Questa è una cosa che si faceva anche prima, l'unica differenza anche qui è che non tutti i negozi fisici trovano il modo per avere i tuoi contatti (mail o telefono) per continuare a mandarti informazioni, mentre online è la prima cosa che riceviamo sempre. Penso che alla fine della spiegazioni di questi 4 pilastri anche tu abbia capito a fondo come veramente la pubblicità online possa rivoluzionare l'attività di un imprenditore in un modo mai visto prima! **Considerando quello detto finora, perché attualmente il Social Media Marketing è una grande opportunità, se non la migliore?** Partiamo dal fatto che in Italia la media per cliente è di circa 500€ al mese per chi svolge il servizio. Come puoi capire servono veramente pochi clienti, giusto 3 o 4 per renderlo un effettivo lavoro, ma che comunque hai l'opportunità di fare quando vuoi, dove vuoi e con chi vuoi. Se iniziassi a contattare a voler contattare delle aziende, quante di queste ne conosci personalmente? Rispondo io: Minimo 30; come il parrucchiere, il ristorante vicino casa e il tuo negozio di abbigliamento preferito in città. Se fossero tutti tuoi clienti potresti avere un entrata mensile di oltre 1500€. Parliamo anche dei più ambiziosi. Perché il Social Media Marketing è anche un Business che se fatto con un metodo, può portare entrate superiori ai 10.000€ al

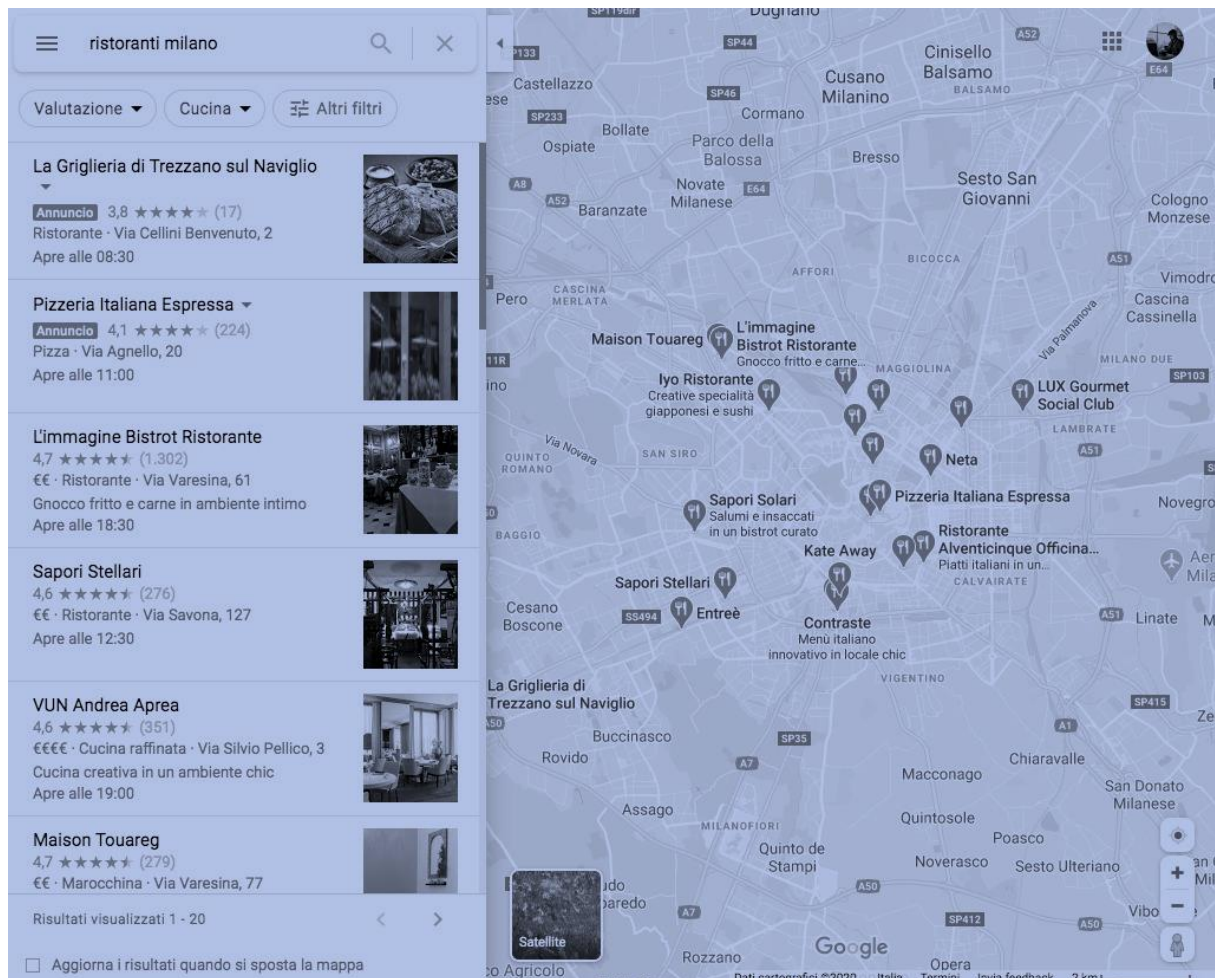
mese, seguendo lo stesso procedimento. 10 clienti per 1.000€ al mese e ci sei arrivato, ovviamente nella pratica c'è molto più lavoro da fare ma vedrai che non è impossibile come molti pensano, anzi. Ti farò vedere nel corso della presentazione come farlo e come tante altre persone hanno fatto lo stesso. Ma non è tutto ! Perché oltre ad essere una grandissima opportunità di guadagno dobbiamo considerare anche che è una delle poche attività che puoi iniziare a costo 0, infatti hai semplicemente bisogno di un computer e la connessione ad internet e penso che al giorno d'oggi non manchino a nessuno. Magari non ti rendi conto ma ci sono persone che hanno investito 50.000€ per aprire la loro attività con la prospettiva di guadagnarne 2.000€ al mese. Qui, grazie al Social Media Marketing, investendo 0€ non hai limiti di guadagno. Più lavori e più le tue entrate aumenteranno! Ormai siamo nel 2020, e chi è fuori dal digitale è in serio pericolo. Quindi sfrutta al massimo questa presentazione e i contenuti che troverai all'interno per costruire la tua realtà in questo mondo e raggiungere gli obiettivi che da tempo ti sei prefissato.

## **Come Trovare e Chiudere Clienti da 1.000€ al Mese?**

Tutte le aziende sono adatte per fare marketing sui social media. Ogni società ha bisogno di commercializzarsi o verrà sommersa dal web e dai competitor che useranno questo tipo di strategia. Quando ho iniziato pensavo che ogni tipo di azienda andasse bene, ma presto mi sono reso conto che esistevano dei settori molto più profittevoli e semplici da mandare a profitto, ad esempio palestre, parrucchieri e agenzie immobiliari. Sono tutte attività dove il cliente porta nel tempo un valore economico assurdo per il nostro cliente e questo rende il tutto molto più semplice per noi. Per semplificarci la vita, dopo molte prove ed errori, ho trovato alcune nicchie per iniziare (in nessun ordine particolare):

- Scuole Guida
- Ristoranti
- Palestre
- E-commerce
- Saloni di Bellezza
- Agenzie Immobiliari
- Parrucchieri
- Studi Legali
- Agenzie Assicurative

Non importa quale nicchia scegli perché le strategie che ti insegnerò funzioneranno in un qualsiasi settore sopraccitato. Dopo aver individuato la tua nicchia è importante andare a capire come trovare il cliente interessato al nostro servizio. Devi sapere dove cercare, chi cercare e come. Essendo un Marketer digitale il primo posto in cui andrai a cercare sarà appunto il web. Per la mia esperienza ti consiglio di usare il motore di ricerca di Google Maps. Ti basterà cercare il settore in cui vuoi andare a proporre il tuo servizio e il luogo in cui intendi farlo. Usciranno centinaia di risultati inerenti alle tue ricerche. Ecco un esempio dei ristoranti di Milano :



Aziende pronte ad essere contattate per vendere il nostro servizio. Ma andiamo con calma e vediamo bene i passi da osservare. Ti spiegherò infatti come non perdere tempo contattando aziende che già di default possono già avere questo servizio o non volerlo proprio. Per capirlo devi aprire la pagina web di un'azienda, trovare il profilo Facebook e andare a vedere la pagina dell'attività. Nella colonna destra troverai la voce "trasparenza della pagina" e poi la voce "libreria delle inserzioni". Da lì potrai vedere se questa azienda già sta facendo pubblicità online.



Ovviamente nel momento in cui capisci che non sta facendo nessun tipo di pubblicità sai che può essere un buon cliente. Per le aziende che fanno già pubblicità il discorso è leggermente diverso. Sicuramente possono essere ottimi clienti, perché la maggior parte delle volte stanno facendo pubblicità in modo sbagliato, ma considerando il fatto che stai appena iniziando sicuramente il tuo livello di esperienza nell'advertising non sarà di eccellente qualità.

Il mio consiglio all'inizio è quello di contattare aziende che non stanno facendo pubblicità. Vediamo ora come assicurarsi il meeting in meno di 10 minuti. La cosa più importante che ti consiglio di fare è quella di tenere le statistiche dei contatti che stai facendo, solo così potrai capire che conversione hai e come migliorarti. In più potrai capire quale tipologia di contatto fa più al caso tuo. Infatti ci sono molteplici modi per contattare un'azienda, puoi andare dal vivo, chiamarla al telefono, mandare una mail, scrivere su messenger, messaggio su Instagram o addirittura contattare il proprietario su LinkedIn. Ti mostrerò lo script con cui potrai mandare i messaggi e soprattutto lo script veloce per attirare l'attenzione del cliente in chiamata.

**Partiamo dal messaggio.** È sempre bene tenere il messaggio semplice e conciso. Queste sono le cose che ti consiglio di includere nel messaggio:

- Presentazione e Posizionamento
- Complimento
- Motivazione del contatto
- Proposta per valore gratuito

- Testimonianze ( se si hanno )

Vi faccio un esempio (nicchia ristorante) :

*Buongiorno NOME AZIENDA, sono Daniel Fois e mi occupo di aiutare i ristoranti ad acquisire clienti grazie al Marketing Online. Volevo come prima cosa farLe i complimenti perché il vostro ristorante sembra molto bello e soprattutto fa dei piatti bellissimi. La sto contattando perché crediamo che un posto potenziale come il suo stia lasciando soldi sul tavolo non promuovendosi bene Online. Mi piacerebbe, a titolo gratuito, poterle spiegare come integrando una semplice strategia di pubblicità sui social possa iniziare ad acquisire clienti in modo automatico giorno dopo giorno. Le lascio le testimonianze di qualche ristorante che abbiamo gestito ... ( allegare gli screen, se non abbiamo screen, allegare qualche altro settore )*

Questa può essere una tipologia di contatto per messaggio. Sicuramente ognuno deve adattarla a se stesso ma fidati che se seguirai questo script riuscirai a fissare molti meeting. Te lo dico perché è molto simile a quello che usano tutti i nostri clienti in giro per l'Italia e stanno chiudendo contratti ogni singolo giorno. **Passiamo ora a vedere il contatto per chiamata.** Sicuramente una tipologia che ad alcune persone mette un po' di ansia. Quindi se pensi di essere quel tipo di persona cerca di evitare e magari contatta le aziende attraverso un messaggio. La forza della chiamata sta nel tono e nella rapidità dell'informazione. Infatti molti imprenditori al telefono cercano di tagliare corto e noi dobbiamo stare al gioco. Proprio per questo mi sento di consigliarti uno script che stanno usando alcuni dei nostri clienti e sta funzionando alla grande. Breve, conciso e super efficace.

( Attenzioni alle segretarie) C= Cliente N= Noi

*C: Buongiorno, Agenzia Immobiliare di Brescia ci dica*

*N: Buongiorno , Mi chiamo Daniel Fois, Sto parlando con il proprietario ?*

*C: Sì sono io, Mi dica*

*N : Guardi so che probabilmente anche lei come noi è molto impegnato quindi le prenderò solo due minuti. Abbiamo trovato un sistema grazie al marketing online che permette alle agenzie immobiliare di listare 10-20 case nuove al mese, senza l'aiuto di nessun agente immobiliare. Le potrebbe interessare ?*

*C : Come funziona ?*

*N : Fissiamo il Meeting di persona o su Zoom*

Nel caso risponda no passate al prossimo, d'altronde se tutti ci dicessero di sì, saremo tutti ricchi sfondati.

*N: Guardi è un sistema che sfrutta la pubblicità sui social network, dove ormai è rivolta l'attenzione di tutti. Ma dato che è lunga da spiegare possiamo fissare un meeting dove andiamo a vedere tutto nel dettaglio. Le daremo tantissimo valore, se poi lei deciderà di iniziare con noi saremo contenti di stringere questa collaborazione, altrimenti avrà comunque ricevuto un valore inimmaginabile di informazioni che potrà usare nella sua attività. Può andare ?*

*C: Va bene, quando possiamo fare*

*N: Fissa la data*

Mi raccomando quando generate il contatto l'obiettivo è fissare il meeting, non provare a vendere subito. Una volta che il meeting è fissato la metà del gioco è fatta, questo perché se un imprenditore decide di parlare con te è perché è interessato, quindi se facciamo un buon lavoro nel meeting il cliente sarà nostro. **Vediamo Ora come comportarsi nel Meeting.** Parliamo innanzitutto di dove svolgerlo. Come anticipavo prima nella presentazione si può svolgere sia di persona che online. Nel secondo caso vi consiglio di utilizzare la



piattaforma Zoom, che vi permette di avere una buona qualità e soprattutto la possibilità di condividere lo schermo per casi studio, analisi e slide. Quando si fanno i primi meeting è consigliabile crearsi delle slide molto semplici per tenere a mente il discorso che si è preparati. Una volta nel Meeting ti consiglio di seguire questo script che sta ottenendo un assoluto successo tra i nostri clienti.

- Fase di Presentazione
- Fase delle Domande
- Presentazione del progetto/strategia
- Trattativa
- Chiusura

Nella fase di presentazione andiamo a conoscere la persona che abbiamo davanti e l'azienda in questione. Una semplice chiacchierata di conoscenza. Nella fase delle domande iniziamo ad accumulare informazioni per chiudere la vendita.

Le domande sono queste:

- Che tipo di marketing stà facendo ora per acquisire clienti ?
- Come mai ha deciso di dedicarmi del tempo?
- Qual è il suo obiettivo e cosa pensa la blocchi dal raggiungerlo?

**Se le trovassi la soluzione per raggiungere il suo obiettivo ad un prezzo ragionevole per entrambi lei inizierebbe a collaborare con Me ?**

Queste domande ci aiutano bene a capire la situazione, infatti una volta che sappiamo come sta lavorando, il motivo per cui ci ha voluto incontrare e qual è il suo obiettivo, 1+1 fa 2. Quello che intendo dire è che se vuole raggiungere un obiettivo più alto, deve per forza di cose introdurre un qualcosa di innovativo nella sua azienda. Quindi nel momento che andiamo a dargli quella soluzione abbiamo il coltello dalla parte del manico, pronti per chiudere la trattativa, ma prima dobbiamo fargli capire bene la strategia. Come accennavo, se sei alle prime armi, potresti aver bisogno delle slide per tenere più lineare possibile il discorso.



Una volta spiegato il tutto si lancia il prezzo da cui inizierà la trattativa. Il mio consiglio è quello di tenerlo sempre alto e di giustificarlo costruendo quel prezzo avanti a lui. Provo a spiegarmi meglio con un esempio. Mettiamo caso siamo da un parrucchiere:

*N: metta caso che con la strategia di cui le sto parlando portiamo 10 nuove persone nel salone questo primo mese. Ovviamente il valore economico che vi porterei non è  $10 \times 15\text{€}$  ( costo del taglio ) ma molto di più. Infatti dobbiamo andare a calcolare il LTV (Loan To Value”, letteralmente “prestito sul valore) del cliente, mettiamo caso che un cliente in media faccia i capelli una volta al mese e che in media teniamo il cliente 2 anni ( tra chi viene 1-2 volte e chi rimane per tutta la vita). Il valore inizierebbe ad aumentare vertiginosamente. Infatti il reale valore che vi starei portando é :  $15\text{€} \times 10 \times 12 \times 2 = 3,600\text{€}$*

*Questo significa che portando solo 10 persone le porterei un valore di circa 4.000€ (comprendendo la vendita di qualche prodotto). Tutto questo lei lo può ottenere al prezzo di ...*

Come vedi ho fatto una costruzione del prezzo in modo che ogni cifra che proporrò sotto i 2.000€ inizierà ad essere più sensata ai suoi occhi. In quel momento esponi la cifra. Metti caso sia 1.000€. Lui cercherà di contrattare e magari alla fine chiudi per 800€.

### **Ecco che già hai chiuso il tuo primo cliente.**

Come stai vedendo non è una cosa solo per geni o gente con esperienze di alto rango. Con la voglia di mettersi in gioco chiunque può farlo. Facciamo un esempio del tuo lavoro considerando le statistiche medie dei nostri clienti. Domani, finito di leggere questa presentazione, inizi a fare i contatti. In media un novizio impiega dai 100 ai 200 contatti per chiudere il suo primo cliente pagante. Questo significa che se ti impegni a contattare 10 aziende ogni giorno (cosa fattibilissima) tra meno di 15 giorni avrai intascato i tuoi primo 500-1000€ di profitto. Sai dirmi un altro business che a costo 0 ti permette di fare questo? **Penso di No.**

# Parliamo di Burocrazia

Se stai leggendo questa presentazione, probabilmente sei agli inizi e sicuramente una delle cose che ti preoccupa di più è la parte burocratica per iniziare un business. Proprio per questo ho deciso di dedicare questo momento a spiegarti come puoi gestire tutto questo aspetto per essere tranquillo e non avere mai problemi. Prima cosa che devi sapere è che quando inizia non hai bisogno di aprire P.IVA. Sicuramente un gran vantaggio in quanto non devi sostenere costi fissi che all'inizio di un percorso possono dare veramente fastidio. Infatti all'inizio potrai usare le prestazioni occasionali. Quindi quando andrai a stabilire l'importo netto che dovrai ricevere dal cliente non dovrai preoccuparti di nulla, proprio perché la ritenuta di acconto del 20% la pagherà direttamente il tuo nuovo cliente al posto tuo. Ti lascio qui sotto un template del foglio per la prestazione occasionale

## RICEVUTA PRESTAZIONE OCCASIONALE

(Nome e Cognome)  
(Indirizzo)  
(CAP Città)  
(Codice Fiscale)

(Spett.le Nome Cliente)  
(Indirizzo)  
(Cap Città)  
(Partita Iva)  
(Codice fiscale)

Ricevuta n. del

Oggetto della prestazione

.....  
(specificare il periodo e il tipo di attività svolta)

Compenso lordo ..... ,00 €  
A dedurre ritenuta d'acconto (20%) di ..... ,00 €  
Compenso netto ..... ,00 €

Dati per eseguire il pagamento

Intestato a: (Nome e Cognome)  
IBAN: ITXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

- La prestazione è di natura occasionale ed è esclusa dall'applicazione dell'IVA ai sensi dell'art. 5 del D.P.R. n. 633 del 26 ottobre 1972.

Data  
Firma

Ovviamente la prestazione occasionale è un eccellente mezzo per iniziare ma ha le sue negatività. La principale tra questa è il de-posizionamento che ti crea nei confronti del cliente. Immagina di aver appena ricevuto un SI dal tuo cliente e al momento del pagamento dovergli dire che devi fare una prestazione occasionale. Sicuramente non fai una bella scena, è come se dicessi: “ Sei tra i miei primi clienti e ancora fatturo poco”. Sicuramente non farà sentire soddisfatto il tuo cliente. Una volta preoccupato di questo, devi preoccuparti dei soldi, quindi avere a disposizione un conto corrente con relativo IBAN dove far arrivare i soldi del pagamento. Passiamo a vedere invece la P.IVA. Anche in questo caso il modello del Social Media Marketing agevola molto il pagamento delle imposte. Questo perché quando aprirai la tua P.IVA, partirai dal Regime Forfettario con il Codice Ateco relativo alla gestione Campagne pubblicitarie. Questo ti permetterà di pagare solo il 5 % sul 78% dell'imponibile. Quindi in un caso da 1.000€ si parla del 5% di 780€ = 39€. Nulla in confronto agli altri regimi in Italia. Voglio precisare che io non sono un Dott. Commercialista e che quindi dovrai chiedere al tuo professionista di fiducia. Ho inserito questi dati e queste informazioni proprio per agevolare il lavoro della persona a cui ti rivolgerai, dato che purtroppo ancora in Italia questo tipo di business non è molto conosciuto e quindi tanti commercialisti di conseguenza non ne sono a conoscenza.

## **Come Ottenere Risultati Strabilianti per i Nostri Clienti**

Prima di capire come portare a risultato le pubblicità dei nostri clienti bisogna capire alcune regole fondamentali di quello che stiamo facendo. Andare ad analizzare qual è l'obiettivo della nostra campagna, capire qual è il pubblico di persone in target per il nostro cliente e successivamente trovare la giusta offerta per attirarli a noi.

Funnel Doo Project by Master Sales Consulting di Daniel Fois

Ricordati sempre di seguire questo schema quando inizi a pensare la strategia per un cliente:

- A che pubblico mi devo rivolgere ?
- Che linguaggio usa ?
- Che interessi ha che posso targettizzare ?
- Che abitudini ha ?
- Con cosa lo posso attirare ?

Facciamo un esempio classico. Una palestra.

Il pubblico a cui mi devo rivolgere sono principalmente persone che vogliono tornare in forma e persone che vogliono ottenere la miglior forma fisica da loro possibile. Dopo devo andare a capire che tipo di linguaggio usa il target medio, quali sono le terminologie classiche di una palestra, in modo che quando andrò a veicolare il messaggio so esattamente come scriverlo. Successivamente andrò a vedere gli interessi attraverso i quali posso acquisire queste persone ( Fitness-Dimagrimento, Benessere, ecc...). L'ultima cosa da capire è come riuscire ad attirare queste persone. Analizzando il target andremo ad individuare chi già si allena, il motivo principale per cui cambierebbe palestra e capire che "si troverebbe bene". Mentre per chi deve iniziare a dimagrire, sicuramente serve un incitamento di diverso tipo, magari economico. Proprio per questo motivo una delle strategie che si usa per le palestre è la prova gratuita di 14 giorni, dove si dà la possibilità agli utenti di provare il servizio per poi convertirli in clienti paganti mese dopo mese. Un ottimo extra che si potrebbe aggiungere è inserire un Personal Trainer che faccia un piano di allenamento di 90 giorni ai nuovi iscritti, così da fidelizzare il nuovo cliente con un progetto a medio-lungo termine ed aumentare la % di persone che rimarrà dopo la prova gratuita. Ora la domanda che ti starai facendo sarà:

come faccio ad attirare queste persone e a prender i loro contatti ?

Lo vediamo subito ... ma prima **spieghiamo il concetto di Lead Generation**. La generazione di contatti è un processo dove pubblicizziamo un qualcosa in cambio dei contatti della persona. Nel

caso precedente era la prova gratuita, può essere una consulenza gratuita per la valutazione dell'immobile come il primo taglio al 50 %.

Una volta preso il contatto del possibile cliente si manda in automatico il coupon dell'offerta o si fa chiamare dalla telefonista del nostro cliente per portarla all'interno dell'attività e finalmente far monetizzare il nostro cliente. **Ricapitolando, individuiamo il pubblico di riferimento, con quale offerta attrarlo e poi pubblicizziamo quell'offerta sui social tramite FB Ads.**

Prima cosa da fare è aprire il proprio account Business Manager.

The screenshot shows the Facebook Business Manager help center interface. At the top, there is a navigation bar with 'FACEBOOK for Business', 'Centro assistenza per le aziende', and 'Assistenza'. Below this is a secondary navigation bar with links for 'Home', 'Inserzioni', 'Pagine', 'Fatturazione', 'Ottimizzazione', 'Gestione', 'Instagram', and a 'Crea un'inserzione' button. A search bar contains the text 'Ciao Alessandro, come possiamo aiutarti?'. The main header area features a blue background with a geometric pattern and the text 'GESTIONE Business Manager'. Below the header, there are two columns of content. The left column is titled 'Potrebbero aiutarti' and lists three articles: 'Risoluzione dei problemi relativi alla verifica dell'account Business Manager' (21,086 views), 'Disattivazione di account pubblicitari in Business Manager' (16,994 views), and 'Accettare un invito a Business...'. The right column is titled 'Creazione di un account Business Manager' and contains a detailed explanation of what Business Manager is, how to create one, and a note about the limit of two accounts per user.

Una volta creato l'account dobbiamo andare a chiedere l'accesso alle pagine del nostro cliente per poter far pubblicità dal suo account.

Per farlo avrete bisogno di andare su Impostazioni di Business Manager > Pagine > Richiedi accesso ad una pagina, selezionare il nome della pagina del cliente e mandare la richiesta.

Poi entrate nella pagina del cliente e accettate la richiesta. Dovrebbe arrivarvi al notifica, altrimenti cerca in Impostazioni> ruoli della pagina.












Siamo già pronti per lanciare le pubblicità. Ma prima voglio fare una precisazione. **Il metodo che ti mostrerò ora non è assolutamente il metodo più efficace esistente sul mercato, né a livello di Ads, né a**

**livello di struttura di marketing.** Questo perché in questa presentazione è praticamente impossibile spiegare determinati concetti. Ovviamente questo tipo di Ads funziona e per chi inizia è il metodo più semplice. Quando prenderai piede o deciderai di farlo seriamente per arrivare a livelli importanti contattaci per avere ulteriori informazioni su come migliorare e sistematizzare il tuo business per ottenere più risultati.

Passiamo a vedere le pubblicità.

**Step 1 - Vai su Gestione Inserzioni e crea una nuova campagna.**

**Step 2 - Decidi il tuo Obiettivo**

Qual è il tuo obiettivo di marketing? Assistenza: scelta dell'obiettivo		
Notorietà	Considerazione	Conversione
 Notorietà del brand	 Traffico	 Conversioni
 Copertura	 Interazione	 Vendita dei prodotti del catalogo
	 Installazioni dell'app	 Traffico nel punto vendita
	 Visualizzazioni del video	
	 Generazione di contatti	
	 Messaggi	

Come vedi ci sono molti obiettivi che si possono dare ad una pubblicità. Nel nostro caso andremo ad usare Generazione Contatti. Questo perché ci permetterà di ottenere il risultato da noi desiderato usando una mini struttura di marketing messa a disposizione sempre da FB, senza l'utilizzo di software per crearle.

**Step 3 - Gruppo di Inserzioni**

Il Gruppo di inserzioni è il pubblico a cui faremo vedere il nostro messaggio e dove glielo faremo vedere. Proprio in questa parte andiamo a decidere la zona, gli interessi, ecc...

#### Step 4 – Inserzione

In questa fase andiamo a decidere il Copy della nostra pubblicità. Foto/video descrizione e testo e andiamo a selezionare le pagine da cui pubblicare l’inserzione ( ovviamente quelle del cliente ).

Mi raccomando prima di pubblicare un campagna dai uno sguardo ai termini e condizioni di Facebook, proprio per non imbatterti in errori stupidi.

#### Step 5 - Ottimizzazione delle Campagne

Una volta lanciata la nostra pubblicità dobbiamo controllarla e ottimizzarla se serve. Lo potrai fare da gestione inserzioni. Controlla se il costo per risultato che stai ottenendo è positivo, altrimenti blocchi quella pubblicità e ne crei un'altra diversa.



Panoramica account		Campagne		Gruppi di inserzioni		Inserzioni				
+ Crea		Duplica		Modifica		Test A/B		Regole		
		Visualizza configurazione		Colonne: Prestazioni		Dettagli		Report		
	Nome del gruppo di inserzioni	Budget	Ultima modifica significativa	Risultati	Copertura	Impression	Costo per risultato	Importo speso	Fine	P
<input type="checkbox"/>	IT - 18+	so del bud...	7 nov 2019, 14:07 117 giorni fa	106 Contatti	23.999	54.009	€ 1,69 Per contatto	€ 178,99	Continue	11
<input type="checkbox"/>	IT - 18+	so del bud...	7 nov 2019, 14:07 117 giorni fa	Contatto a...	—	—	— Per contatto	€ 0,00	Continue	11
<input type="checkbox"/>	IT - 18+	so del bud...	22 ott 2019, 16:11 133 giorni fa	136 Contatti su...	28.600	61.196	€ 1,38 Per i contat...	€ 187,03	Continue	11
<input type="checkbox"/>	IT - 18+	so del bud...	22 ott 2019, 16:11 133 giorni fa	Contatto s...	—	—	— Per i contat...	€ 0,00	Continue	11
<a href="#">&gt; Risultati di 4 gruppi di inserzioni</a> <small>Esclude gli elementi eliminati</small>				—	40.185 Persone	115.205 totali	—	€ 366,02 Spesa totale		

Ecco che il servizio per il nostro cliente prende forma e iniziamo a portare risultati costanti nel tempo.

Probabilmente ti starai chiedendo come creare una pubblicità vincente. Fortunatamente per te non dovrai passare mesi a capire quali siano le tecniche per farlo. Questo perchè sono anni che spendo migliaia di euro ogni mese in pubblicità e ho trovato quali sono i punti da non dimenticare mai. 4 punti fondamentali da rispettare.

## 1- Attrarre Attenzione

Per andare a capire questo aspetto basta ripensare al nostro comportamento sui social. Quante volte ti è capitato di scorrere il feed della tua home di Instagram e soffermarti su particolari pubblicità piuttosto che altre ? Questo perché quelle pubblicità sono strutturate apposta per attirare attenzione. Infatti le inserzioni che funzionano meglio sono quelle che utilizzano le prime 4-5 parole per andare a colpire il tuo interesse o in alternativa i primi 3 secondi del video che sponsorizziamo. È proprio qui che dobbiamo andare ad utilizzare il linguaggio dell'audience che dobbiamo colpire e mostrargli subito che possiamo risolvere il loro problema.

## 2 – Centrare l'Obiettivo

Nessuno adora perdere tempo e dedicare troppa attenzione ad una sola cosa mentre scorre sui social. Infatti uno dei trucchi per convertire velocemente è quello di essere brevi ed incisivi. Chi guarda la pubblicità deve capire al volo con chi sta parlando e di cosa si sta



parlando.

### **3- Comunicare e Incuriosire**

Bisogna subito far capire alla nostra audience il come ciò che abbiamo da offrirgli potrà risolvere il loro problema e soprattutto che siamo la migliore agenzia che possa farlo. Posizionarsi correttamente al primo impatto con il potenziale cliente è importantissimo. Dobbiamo incuriosire la nostra audience, fargli capire che deve cliccare perché nella pagina successiva ci sarà un qualcosa a cui sono interessati. Si può incentivare in tanti modi, ad esempio: solo 5 posti rimasti.

### **4 – Call to Action**

La Call to Action è il momento dove diciamo alla nostra audience cosa devono fare. Per esempio: Fai Swipe Up per scaricare l'e-book gratuito. Ricordati sempre che se non dici alle persone cosa devono fare, molto spesso non lo fanno.

## **Il Sistema per far Scalare la Tua Agenzia**

Come dicevo ad inizio presentazione, durante il nostro percorso abbiamo trovato tantissime figure e partner in meno di un anno. Risultato fuori dal comune per tanti, ma non per chi sta seguendo questo programma. Infatti decine di nostri clienti stanno replicando gli stessi risultati. Ora come è possibile che un team abbia trovato un sistema quasi perfetto per far crescere la propria agenzia ? La risposta è molto semplice. Sono sempre stato ossessionato nel fare statistiche, testare ed innovare. Questo mi ha permesso in un determinato periodo dello scorso anno, di capire come stesse cambiando il mercato e andare a strutturarci sopra un business che funzionasse a meraviglia. Infatti ho capito che se si vuole portare questo business a ottimi livelli in breve tempo, hai assolutamente bisogno di un sistema di lavoro. Le competenze basilari non bastano più. Proprio in quel momento abbiamo testato vari metodi fino a raggiungere quello definitivo. Il metodo Funnel Doo.

**Funnel Doo Project by Master Sales Consulting di Daniel Fois**

Potrei scrivere 100 pagine di presentazione solo con le testimonianze dei nostri clienti. Come è possibile che ci sia quasi un 80 % di clienti che inizia ad avere risultati quando la media di un programma di formazione difficilmente supera il 5 % ? Il segreto sta nel sistema. Infatti molti programmi al di fuori del nostro ti danno competenze, magari anche di alto livello, ma spesso e volentieri non ti fanno un percorso pratico, con le cose da fare ogni giorno per avere risultati. Cosa più importante di tutte, nessuno in Italia ti dà supporto personalmente, NOI LO FACCIAMO!

### **Come funziona Funnel Doo e come poterci entrare ?**

E' un programma formativo completo al 100%, che si svolge tramite webinar online, in cui ti viene spiegato ogni singolo procedimento da mettere in pratica per ottenere questo tipo di risultati. A partire dal Modello di Business, alla ricerca e chiusura cliente con sistemi avanzati efficaci ora nel mercato,( cose che nessuno in Italia sta facendo), passando per le migliori strategie di marketing per far ottenere i risultati ai nostri clienti. Grazie a questo sistema puoi provare a raggiungere i 10.000€ mensili di fatturato in 90 giorni. Ma non è tutto, infatti proprio perché non volevamo darti solo le competenze abbiamo deciso di darti la possibilità di scaricare questa presentazione attraverso un solo click. Il programma sarà supportato da un gruppo di professionisti in live costanti, coach dedicati e il mio contatto personale per 1 ora di consulenza strategica in modo da partire con il turbo. Capisci ora perché così tante persone ottengono risultati ?

Per accedere al programma ti basta inviarci una mail all'indirizzo:  
[daniel@mastersalesconsulting.com](mailto:daniel@mastersalesconsulting.com)

Se invece hai alcune domande che vuoi chiarire puoi prenotare una consulenza a pagamento con il nostro team da questo link :

<https://www.mastersalesconsulting.com/contatti/>

Il tuo percorso inizia ora. Ti faccio un grande in bocca a lupo per questa avventura. Segui passo passo tutto quello che hai appreso da noi e vedrai che i risultati non tarderanno ad arrivare.

Si parte!!!



MASTER SALES CONSULTING

# BUSINESS DEVELOPER

GET STARTED



Funneldoo.com è di proprietà di Daniel Fois che collabora con diversi professionisti nel campo della strategia online per far vendere di più le attività locali e digitali.

Master Sales Consulting di Daniel Fois si trova a Brescia in via Cipro 1 e si riceve solo su appuntamento. Daniel collabora in tutta Italia con vari professionisti del settore Vendite & Marketing. La sua partita Iva è 01402900912 il codice univoco N92GLON.

## NOTE