Il tuo funnel in 4 fasce

12

Quattro fasce, tre ponti

Scrivi il numero del mese scorso in ogni fascia, anche approssimato, e calcola i passaggi. Poi guarda i ponti: se ne manca uno, la gente si ferma al gradino prima. Il problema smette di essere "il marketing non funziona" e diventa "perdo le persone tra il lead e il prospect".

ESEMPIO del capitolo 12, numeri dichiaratamente di fantasia: un reel che raggiunge 14.000 persone in un mese. A 1.500 € a percorso, 6 percorsi sono 9.000 €.

FASCIA	CHI È	IL TUO MESE
CONTATTO *Esempio: 14.000*	Chiunque abbia incrociato il tuo nome: un reel, il cartello in palestra, un amico che gli ha mandato il profilo. Non ti ha dato niente di suo.	persone raggiunte
↓ PONTE 1 · LEAD MAGNET: GUIDA O TEST, POI 2-3 EMAIL	☐ esiste ☐ da costruire · lead magnet visibile e sensato, nel link in bio e in fondo ai contenuti di livello 3	passaggio % *(Esempio 0,8%)*
LEAD *Esempio: 112*	Ha scaricato la guida, fatto il test, scritto un messaggio, si è iscritto alla newsletter. Ora puoi raggiungerlo tu. È il KPI "Lead (e da dove)" del capitolo 22.	lead del mese
↓ PONTE 2 · INVITO CHIARO E MODULO PRE-CONSULENZA	☐ esiste ☐ da costruire · mai un numero di telefono nudo: il modulo filtra e prepara (capitolo 17)	passaggio % *(Esempio 15%)*
PROSPECT *Esempio: 17*	Ha compilato il modulo pre-consulenza o prenotato la consulenza: vuole sapere se fai al caso suo. Il numero intermedio che prevede meglio l'ultimo.	prospect del mese
↓ PONTE 3 · CONSULENZA IN 5 FASI	☐ esiste ☐ da costruire · ascolto, riformulazione, un percorso proposto, preventivo entro 24 ore (capitolo 18)	passaggio *(Esempio 1 su 3)*
CLIENTE *Esempio: 6*	Da qui in poi non è più marketing: è servizio e retention (Parte 6).	percorsi venduti

COME LEGGERE I BUCHI

Lead vuoti: dopo il contenuto non c'è niente da fare. Lead sì e prospect no: nessuno li ha invitati alla consulenza. Prospect sì e clienti no: il problema è in consulenza.

IL PASSAGGIO DOVE PERDI PIÙ PERSONE · COSA MANCA

Il tuo funnel in 4 fasce

12

Livello → contenuto → prossimo passo

La piramide della consapevolezza (adattata da Eugene Schwartz) dice cosa pensa la persona; il funnel dice dove si trova. Compila ogni riga per la tua finestra. In grigio l'esempio della finestra runner del capitolo 12, da sostituire.

LIVELLO · FASCIA	COSA PENSA LA PERSONA	CONTENUTO ADATTO	PROSSIMO PASSO CHE LE CHIEDI
1 **Inconsapevole del problema** fascia: contatto	*"Crollo al 25° km, mi manca il fondo"*	*Contenuto che nomina il sintomo e lo collega all'alimentazione*	*Nessuno. Solo riconoscersi e seguirti*
2 **Consapevole del problema** fascia: contatto	*"Devo mangiare diversamente attorno agli allenamenti, ma come?"*	*Divulgazione con fonti: i principi generali, gli errori più comuni, cosa dice la letteratura*	*Salvare il post, seguirti, leggere il prossimo*
3 **Consapevole delle soluzioni** fascia: da contatto a lead	*"Faccio da solo o mi faccio seguire?"*	*Confronto onesto tra le strade, senza screditare nessuna; quando ha senso un professionista*	*Scaricare la guida o fare il test (lead magnet). Mai la consulenza*
4 **Consapevole del tuo servizio** fascia: da lead a prospect	*"Come funziona? Quanto dura? È per me?"*	*Contenuti di metodo: la prima visita passo per passo, cosa include il percorso, come gestisci il periodo gara, un caso tipo dichiarato inventato*	*Compilare il modulo pre-consulenza*
5 **Consapevole di te, pronto** fascia: prospect, poi cliente	*"Mi fido. Quando posso iniziare?"*	*Invito diretto e sobrio: disponibilità da un certo mese, link alla consulenza, cosa succede dopo*	*Prenotare la consulenza*

Livelli 1 e 2: non chiedi niente. Niente "link in bio", niente "scrivimi": chiedere troppo presto allontana.

Livello 3: al massimo il lead magnet, mai la consulenza. È il livello meno presidiato.

Livello 4: il contenuto di metodo è ciò che la persona vuole leggere ed è ciò che puoi pubblicare.