LUCA MANITTO
INGEGNERIA DEL MARKETING

Sistema Marketing Ingegnerizzato in 5* passi

Trova ogni giorno nuovi CLIENTI di qualità senza perdere tempo in estenuanti trattative e senza Spendere un capitale in pubblicità.

1

PARTE 1

La Più Grande Opportunità Degli Ultimi 60 Anni

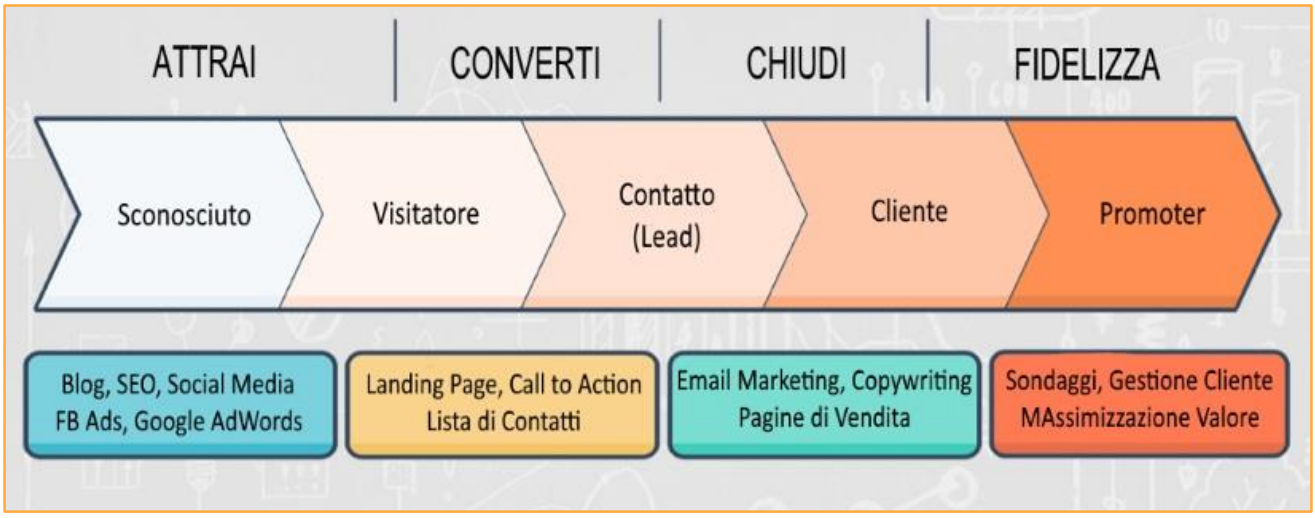
LUCA MANITTO
INGEGNERIA DEL MARKETING

PERCHÉ QUESTO REPORT RIVOLUZIONERÀ IL TUO BUSINESS

In questo documento scoprirai un metodo sequenziale che ti permetterà di cambiare il futuro della tua attività prendendo il controllo di qualcosa di apparente-mente sfuggente ed inafferrabile, ma di estrema importanza

IL POTERE DI CREARE CLIENTI A COMANDO

Ti dimostrerò come questo possa essere attuato grazie ad un piano strategico e ben congeniato.
Un piano “ingegnerizzato”, che affronti in sequenza logica le più importanti **fasi psicologiche che governano qualsiasi processo di vendita** e che ti permetteranno di ottenere risultati apparentemente impensabili.



Ti dimostrerò come questo possa essere attuato grazie ad un piano strategico e ben congeniato.

Un piano “ingegnerizzato”, che affronti in sequenza logica le più importanti **fasi psicologiche che governano qualsiasi processo di vendita** e che ti permetteranno di ottenere risultati apparentemente impensabili.

Prima però vorrei che tu riflettessi sull'importanza di questa capacità: il potere di generare clienti di qualità a comando è **la singola cosa più importante per qualunque attività economica**. Infatti, questo ti permetterà di:

- generare più ordinativi, commesse o richieste di preventivo
- scegliere con chi desideri lavorare e **dire "no" a chi non accetta le TUE condizioni** (invece di accettare qualunque lavoro per necessità)
- **far prosperare la tua** azienda e farla crescere… se lo desideri…
- …oppure ridurre il carico di lavoro se al contrario vuoi aumentare il tuo tempo libero, pur mantenendo I margini necessari alla buona conduzione del business
- essere visto come il leader del tuo settore di mercato, diventando "unico" e **immune alla concorrenza**
- In ultima analisi ti permetterà di **aumentare fatturato e margini**.

Lo so perché anche io come te sono un imprenditore. Ed ho provato in prima persona I benefici di ciò che ti sto per spiegare.

Quello che ti spiegherò è infatti lo stesso metodo che utilizzo in ognuna delle mie attività. (Puoi scoprire di più su di me consultando il mio sito alla pagina CHI SONO)

IL SISTEMA VISTO DALL'ALTO

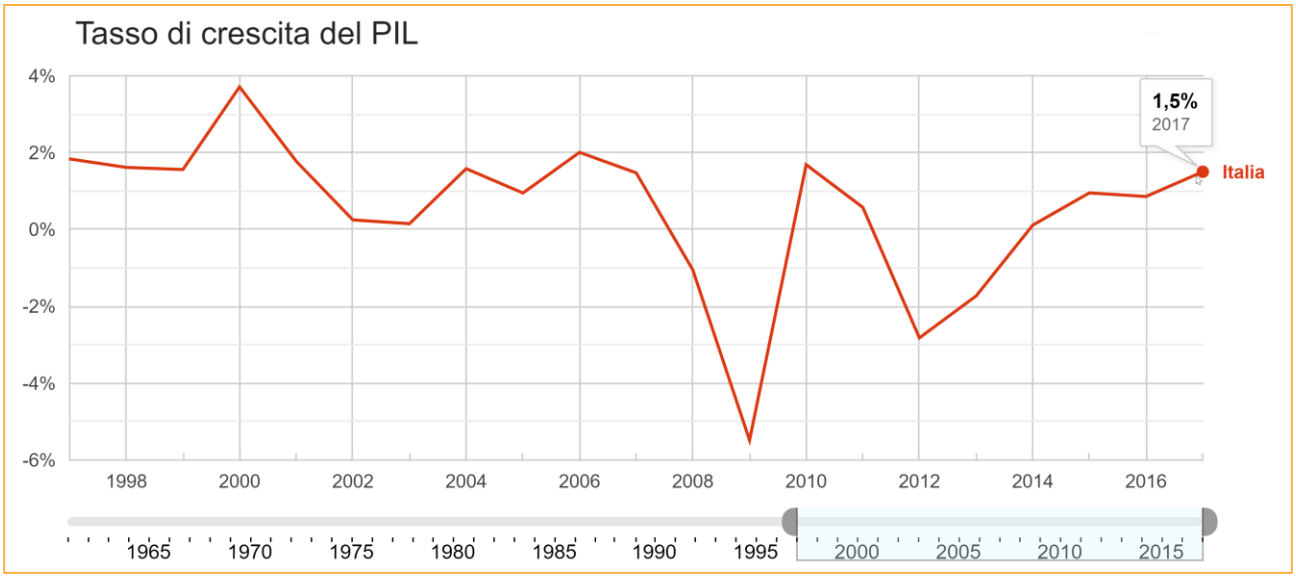
Partiamo da un dato di fatto. Se stai leggendo questo documento è perché pensi che **la tua attività abbia bisogno di una "spinta"**. Probabilmente sotto forma di un maggior numero di clienti.

Forse perché il lavoro è scarso e temi che i conti peggiorino… oppure perché hai bisogno di crescere, investire, assumere… e non hai la liquidità necessaria per farlo.

O forse ancora perché semplicemente… vuoi guadagnare di più.

In tutti i casi una cosa è certa: **devi fare qualcosa per far andare meglio l'attività**. Sembra una banalità eppure la maggior parte degli imprenditori e dei professionisti semplicemente ASPETTANO che la situazione migliori.

È così che le crisi in Italia durano decenni. Prendi l'ultima… la famosa crisi dei subprime. È scoppiata nel 2008 ed è finita da un pezzo.



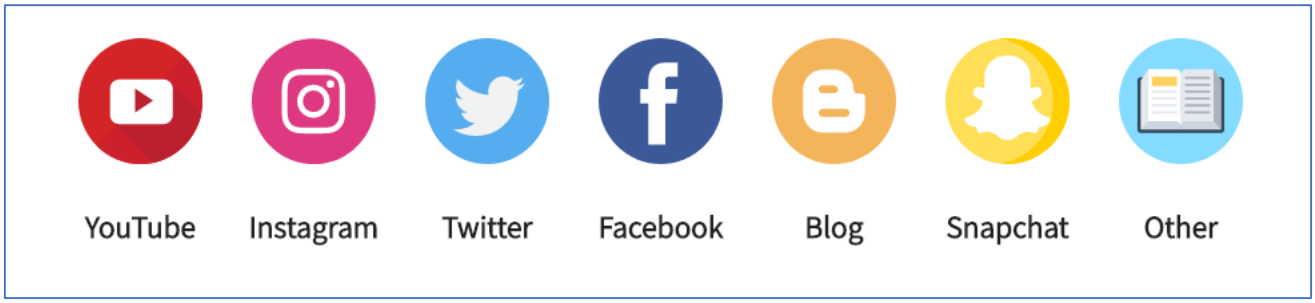
Eppure, molti stanno ancora aspettando "la ripresa" che porta nuovo lavoro ed un giro migliore di clienti.

Perciò se percepisci la necessità di fare qualcosa **sei già avanti rispetto alla media**.

La buona notizia è che è possibile fare qualcosa… anzi è possibile fare molto.

Di fatto **ci troviamo davanti alla più grande opportunità di crescita in Italia dal boom economico del dopoguerra**. E la fonte di tutto ciò, come sicuramente hai già intuito… è Internet.

Internet ti dà la possibilità di ottenere una quantità enorme di clienti, purché tu disponga delle giuste strategie e di un sistema automatico progettato in modo efficiente.



Alcuni a questo punto obiettano: “ma certo… internet… io ho già il sito… faccio anche un po' di post su Facebook… arrivano diversi visitatori e anche qualche cliente … e poi ho ingaggiato un’agenzia per comparire primo su Google…”

Tutte ottime tecniche… 5 anni fa.

La tecnologia va avanti a velocità incredibili e con questa la possibilità di trovare nuovi clienti online. Al giorno d’oggi:

- Avere un sito web
- Avere una pagina Facebook popolata e ricca di foto e video
- Essere posizionati bene nei risultati di Google
- Fare pubblicità su Facebook…

…sono tutte **condizioni NECESSARIE ma assolutamente NON SUFFICIENTI** per poter sfruttare appieno il potenziale di Internet.

QUELLO CHE I TUOI CONSULENTI NON TI DICONO

Se hai provato a cercare consiglio presso consulenti di Marketing e Comunicazione, Web agency o Freelance molto probabilmente ti sarai sentito di qualcosa di simile a:

- “Ci vuole un sito bello e funzionale”
- “Hai bisogno di un logo che ti faccia spiccare”
- “Devi fare un Po' di SEO per avere visite dai motori di ricerca”
- “Facciamo un bel calendario editoriale Social postando foto e video che invoglino le persone a comparire i tuoi prodotti”
- “Una campagna Google Adwords o un po' di Ads su Facebook e troviamo subito contatti profilati”

Nonostante tutte queste cose possano avere un senso, in realtà hanno un difetto comune molto importante. Sono solo strumenti!

O meglio… sono solo ALCUNI tra tutti i possibili strumenti che si possono usare. Ognuno dei quali può effettivamente essere utile alla tua attività.

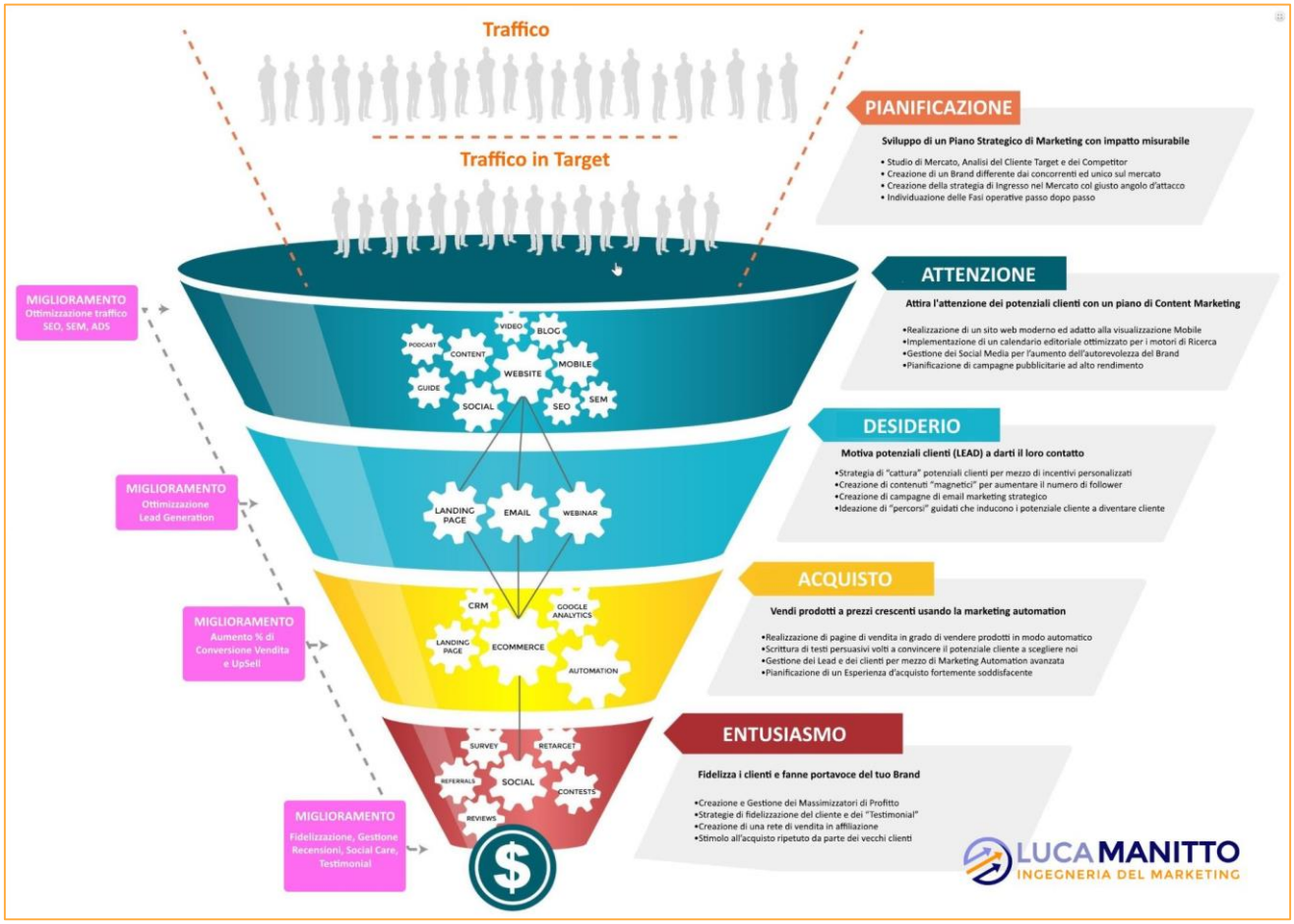
Oppure no. Spesso è utile solo a chi te lo propone.

Quello di cui invece tu hai bisogno, l’unica cosa che ti può dare le risposte che cerchi, è una **Strategia di Marketing scientifica e rigorosa** che organizzi tutti questi strumenti (e molti altri che i tuoi consulenti non conoscono) in modo da:

- Attrarre visitatori “in target”
- Educarli alla migliore soluzione al loro problema (la tua)
- Guidarli durante il processo di vendita e trasformarli in Clienti
- Proporre loro altre soluzioni a loro congeniali.

Nell’immagine sotto puoi vedere un’anteprima del sistema che ti spiegherò nelle pagine seguenti e che permette di trovare nuovi clienti di qualità in modo scientifico e misurabile.

Il **Sistema Di Marketing Ingegnerizzato** che mi ha permesso di “creare” più di 3750 clienti, in meno di 30 mesi, per 5 startup mie ed altre aziende di miei clienti



IL NUOVO PARADIGMA TECNOLOGICO: IL WEB MARKETING

Il Web Marketing è la nuova metodologia che consente a imprenditori e liberi professionisti di espandere il loro bacino di clienti in maniera naturale ed efficiente.

Si tratta di una disciplina nuova, che si pone sopra ai vari strumenti che forse hai imparato a conoscere fin qui (sito web, immagine coordinata, posizionamento su Google, Social Media, pubblicità ecc…) organizzandoli in modo che tu possa intercettare utenti “freddi” (che non ti conoscono ma che hanno caratteristiche tali da poter essere soddisfatte con il tuo prodotto) e piano piano scaldarli fino a farli desiderare ardentemente di comprare i tuoi prodotti.

Ma il Web Marketing ha senso e può funzionare solo se coordinato da un Piano di Marketing Strategico che sappia condurti dal punto A (il tuo stato attuale) al punto B (il raggiungimento dei tuoi obiettivi)

Il Web Marketing ha senso e può funzionare solo se coordinato da un Piano di Marketing Strategico che sappia condurti dal punto A (il tuo stato attuale) al punto B (il raggiungimento dei tuoi obiettivi)

La strategia di Marketing è il segreto per rendere tutto questo percorso concreto, reale, misurabile ed efficiente.

Adesso ti mostrerò i 5 passi che bisogna seguire per strutturare una Strategia di Marketing vincente per il tuo caso.

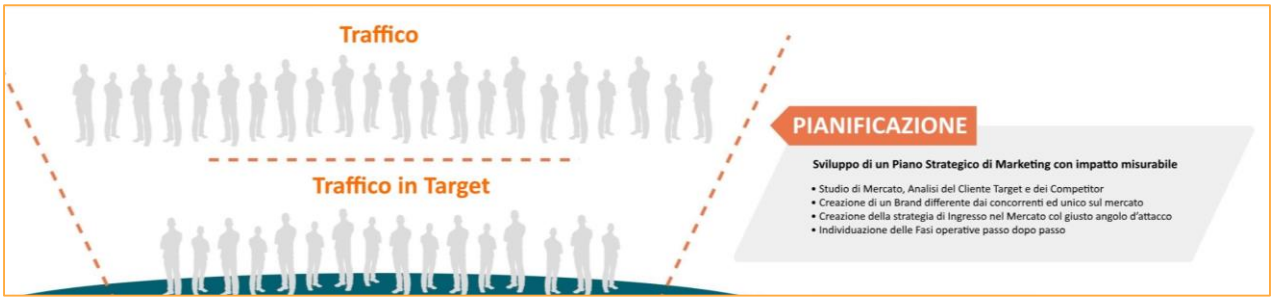
2

PARTE 2

Il Sistema di Marketing Ingegnerizzato in 5 + 1 fasi

LUCA MANITTO
INGEGNERIA DEL MARKETING

FASE 1
PIANIFICAZIONE



OBIETTIVO

Creare un **Piano Strategico di Marketing** che ti posizioni come Unico sul mercato e pianifichi un "percorso ideale di vendita" per I tuoi potenziali clienti

DESCRIZIONE

Questa fase è generalmente quella più sottovalutata sia dagli imprenditori sia da coloro che dovrebbero consigliarli in fase di progettazione di un sistema di vendita.

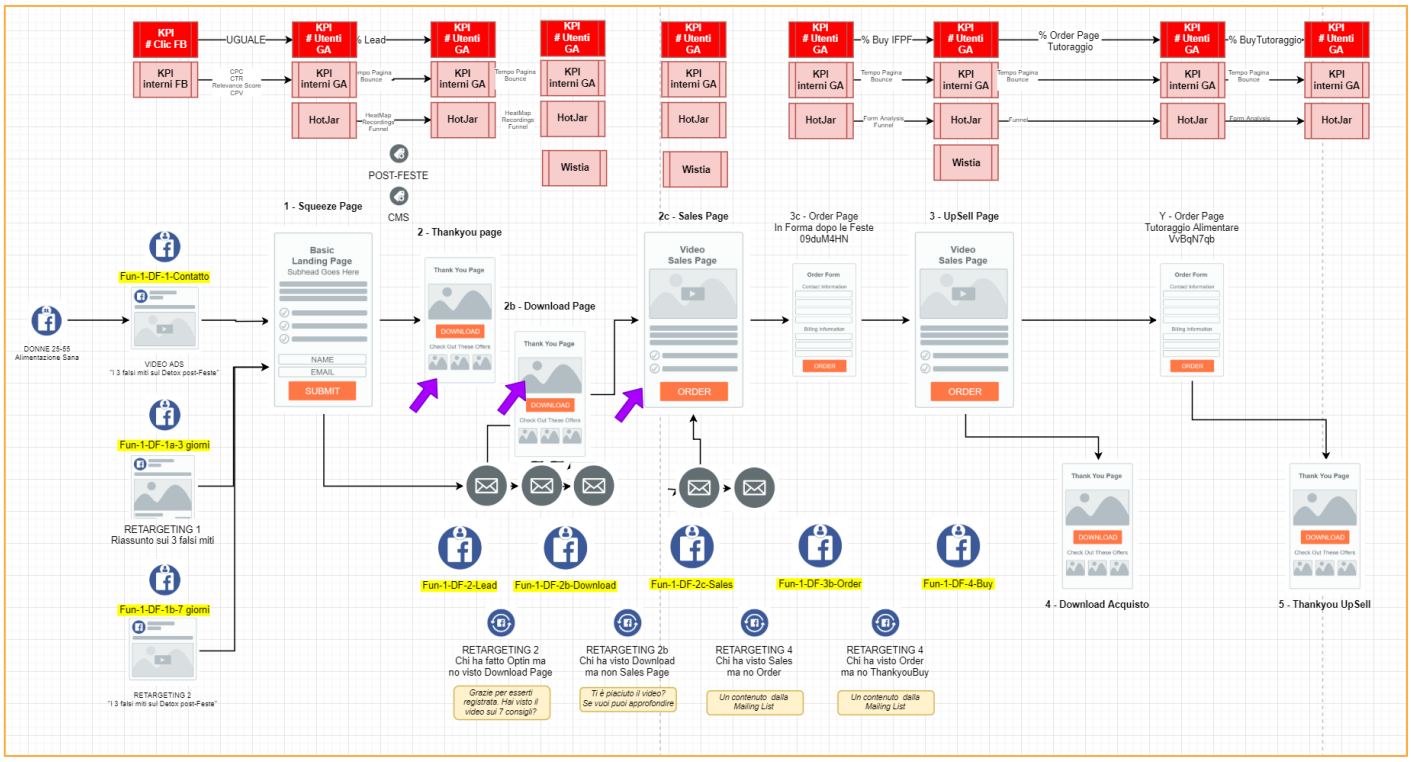
Il Piano di marketing infatti è il Progetto che consente di organizzare tutti gli strumenti del Web Marketing in modo da farti raggiungere i tuoi obiettivi.

Esso comincia con **l'Analisi di Mercato**. Uno studio che serve a comprendere cn la maggiore precisione possibile:

- quali sono le regole del mercato nel quale operi
- chi sono I tuoi concorrenti e come operano
- come differenziarti da essi e come comunicare la tua unicità attraverso una comunicazione (anche visiva) vincente
- come strutturare una corretta strategia di Ingresso nel mercato con il giusto angolo d'attacco.

FASE OPERATIVA
Per iniziare a ragionare su questi temi chiediti:

- Quali sono I tuoi obiettivi da qui a 12 mesi? E a 3 mesi?
- Quali sono I “numeri” del tuo settore di mercato? Quanti possibili clienti potrei idealmente raggiungere nel migliore dei casi?
- Chi sono I tuoi possibili clienti? Che caratteristiche demografiche (genere, età, reddito, istruzione ecc.) e psicografiche hanno (principali problemi e paure, desideri consci ed inconsci ecc.) ? Dove li posso trovare su Internet (Google, Facebook, YouTube, LinkedIn, Forum di settore ecc.)
- In che modo I tuoi possibili clienti descrivono il problema che vogliono risolvere? Quali sono le parole chiave più ricercate dai tuoi possibili clienti?
- Chi sono i tuoi concorrenti? Che cosa offrono? Quali sono I loro punti di forza e debolezza?
- Cosa posso offrire ai miei clienti di diverso (non Migliore… DIVERSO) da ciò che offrono I miei concorrenti? Come posso comunicare tale unicità?



Il risultato dell'applicazione di un Piano di Marketing Ingegnerizzato tiene conto di molteplici variabili, canali e "punti di contatto" tra il cliente ed il Brand

FASE 2
ATTENZIONE

OBIETTIVO

Attirare l'attenzione dei tuo potenziali clienti catturando il loro interesse e "spostandoli" sulle tue proprietà (sito internet, Pagina Facebook ecc..)

DESCRIZIONE

Questa è l'unica fase a cui tipicamente pensano le agenzie di comunicazione e marketing, che infatti si concentrano solo sul "traffico", ovvero sul mostrare la tua presenza davanti a quante più persone possibili.

Sebbene questo non sia per forza negativo, **è del tutto inutile o addirittura controproducente se non c'è a monte una strategia** che permetta di sfruttare al meglio quel traffico.

All'interno di una strategia di Marketing questa fase viene declinata praticamente in queste attività:

- Realizzazione di un sito web moderno ed adatto alla visualizzazione mobile
- Implementazione di strategie di contenuto utili a scalare I motori di ricerca
- Gestione dei social media per l'aumento dell'autorevolezza del brand
- Pianificazione di campagne pubblicitarie ad alto rendimento

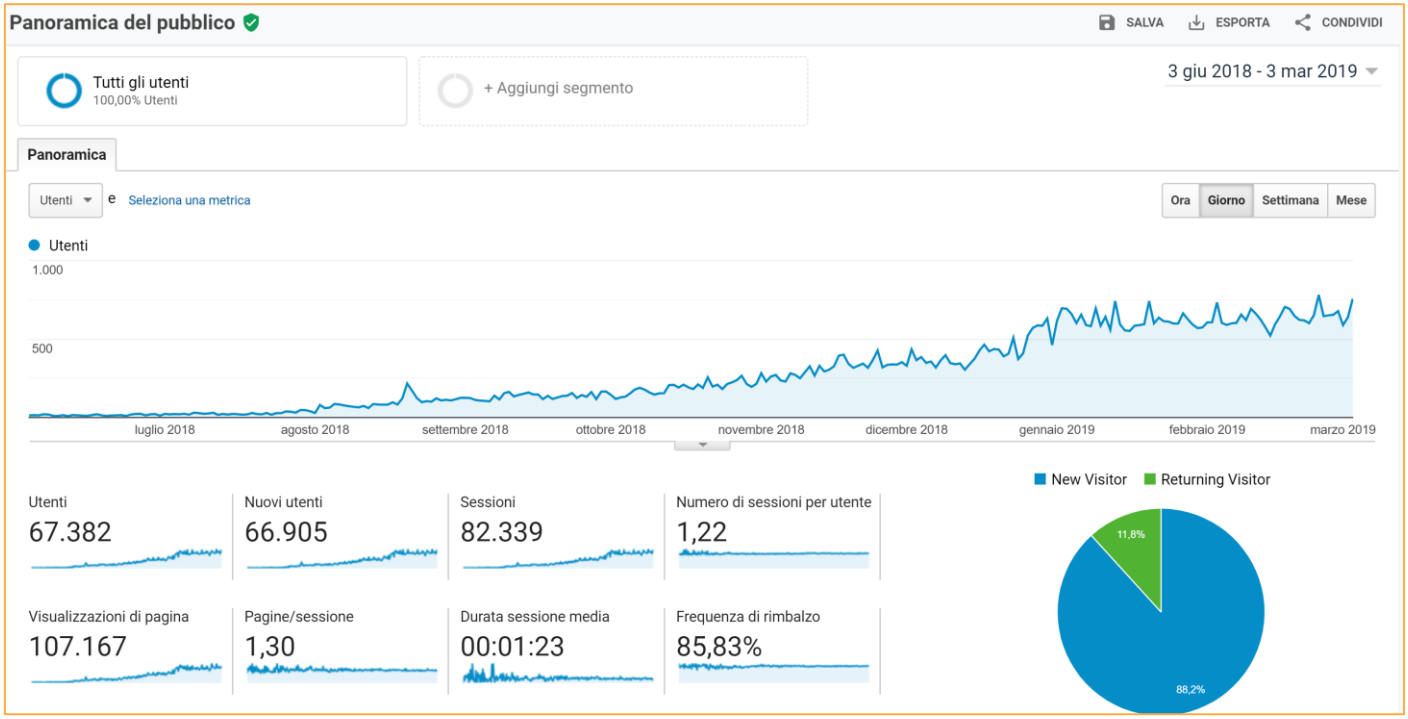
FASE OPERATIVA
Per mettere in pratica questa fase chiediti:

- Il mio sito web è moderno, efficiente e sicuro? Si vede bene da cellulare e tablet?
- È ben posizionato sui motori di ricerca per le chiavi di ricerca che ho trovato durante la FASE 1?
- La risposta dei fan sui Social è presente ed entusiasta? Oppure like e commenti sono molto bassi?
- Le mie campagne pubblicitarie su Google Adwords o Facebook Ads portano più clienti effettivi?
- Riesco a misurare questi dati oppure non ho la minima idea di cosa stia accadendo sul sito? L'agenzia che mi segue mi fornisce dati aggiornati al riguardo?

STRUMENTI

Uno degli strumenti più potenti per capire che cosa sta accadendo sul tuo sito è Google Analytics.

Se è stato installato correttamente quando hai commissionato il tuo sito (come dovrebbe essere se il lavoro è stato fatto a regola d'arte) dovresti avere una grande mole di dati che puoi studiare per capire che cosa funziona e cosa invece non da I risultati sperati.



Analytics permette di monitorare in modo molto preciso e dettagliato tutto ciò che accade sul tuo sito. In questo caso puoi vedere la crescita dei visitatori (ottenuta in questo caso solo tramite posizionamento sui Motori di Ricerca) di una delle mie aziende nate da zero nel 2018

FASE 3
DESIDERIO

OBIETTIVO

Motivare I potenziali clienti a darti il loro contatto per poterli ricontattare ed educarli ai benefici della tua offerta

DESCRIZIONE

In questa fase avviene una delle "magie" di un Sistema di Marketing Ingegnerizzato. Così potente da **"cambiare le regole del gioco" rispetto a ciò che hai fatto finora**, è in grado da sola di stravolgere I numeri della tua attività.

Il suo nome è **Lead Generation,** consiste nella "generazione" di Lead - utenti interessati ai tuoi prodotti - e viene eseguita producendo contenuto speciale, di grande interesse per il Lead, che viene divulgato SOLAMENTE in cambio del contatto del potenziale cliente (generalmente il contatto email).

Questa fase è cruciale per 3 motivi:

1. Fa sì che sia il potenziale cliente a manifestare il suo interesse verso di te (senza che sia tu a cercare i clienti) e che **ti veda come esperto del tuo settore**
2. Trasferisce sulle tue proprietà (newsletter o Mailing List) questi contatti, così da non dover più pagare per acquistare il traffico (nel caso di pubblicità a pagamento)
3. Da avvio alla campagna di "nutrimento": **una serie di comunicazioni che educano il cliente su come si risolve il suo problema e lo persuadono che la tua soluzione è quella migliore sul mercato.**

La magia è che il tutto avviene in maniera automatica attraverso dei software speciali, senza che tu debba spendere soldi e tempo in trattative estenuanti.

E' possibile implementare questa fase per mezzo di:

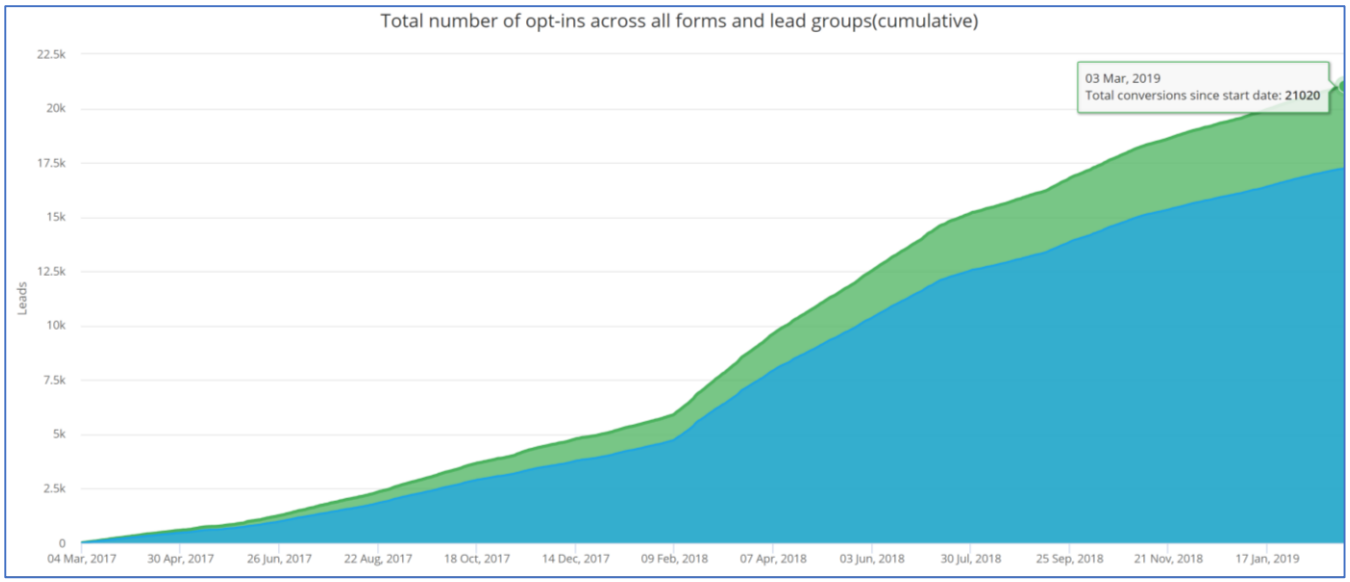
- Strategie "cattura contatti" per mezzo di incentivi personalizzati dall'alto "appeal"
- Creazione di campagne di email marketing persuasivo (o Bot-marketing)
- Strategie avanzate di Remarketing che inseguono il Lead in modo etico in giro per Internet
- Ideazione di percorsi guidati (Funnel) che inducono il potenziale cliente a diventare cliente a tutti gli effetti

FASE OPERATIVA

Per mettere in pratica questa fase chiediti:

- Che cosa desiderano ardentemente I miei possibili clienti? Quale è il loro problema o frustrazione principale?
- Che cosa devono credere I potenziali clienti affinché giungano alla conclusione che la soluzione corretta è quella "insita" nel tuo prodotto?
- Come posso creare un contenuto formativo che spieghi tutto ciò al mio potenziale cliente e lo persuada che il mio prodotto è quello migliore per lui?
- Che tipo di comunicazione posso fare nel tempo per ricordare costantemente al Lead cosa succederà se non acquisterà il mio prodotto e non risolverà il suo problema?

La Lead Generation è la Pietra angolare del Web Marketing e consente di trasformare radicalmente il destino di qualsiasi azienda. Assicurati di implementare queste strategie per dare una svolta alla tua attività.



Numero di Lead generati nel Business di uno dei miei clienti negli ultimi 2 anni. Si tratta di persone potenzialmente interessate ad acquistare i prodotti/servizi dell'azienda. Le variazioni nella pendenza del grafico dipendono dalle varie tecniche utilizzate nel corso del tempo

FASE 4
ACQUISTO

OBIETTIVO

Effettuare la prima vendita e disegnare una “Esperienza di Acquisto” che entusiasma il cliente

DESCRIZIONE

Quando il Lead viene “scaldato” fino a al punto di **desiderare ardentemente la tua soluzione** è tempo di spiegare I benefici e le caratteristiche del tuo prodotto, assicurandosi di rispettare I criteri psicologici che avvengono nella testa di ongiuno di noi quando stiamo per comprare qualcosa.

La prima vendita è quella più importante. Infatti, la resistenza che deve compiere il potenziale cliente nel mettere a mano al portafoglio e tirare fuori I soldi davanti a qualcosa di “nuovo” è sempre molto alta.

È importante perciò costruire **una esperienza d’acquisto che faccia sentire sicuro il cliente**, abbassando il rischio percepito non solo nel buttare via I suoi soldi faticosamente guadagnati, ma anche nel dover dare conto di ciò a familiari e amici.

È possibile implementare questa fa se per mezzo di:

- Pagine di vendita in grado di **gestire le obiezioni** esattamente come farebbe un buon commerciale

- Scrittura di testi persuasivi volti a convincere il cliente a scegliere noi
- **Riduzione del rischio** percepito attraverso semplici tattiche che forniscono garanzie e sicurezza
- Pianificazione di un'esperienza d'acquisto fortemente soddisfacente e che porti naturalmente all'acquisto di ulteriori prodotti.

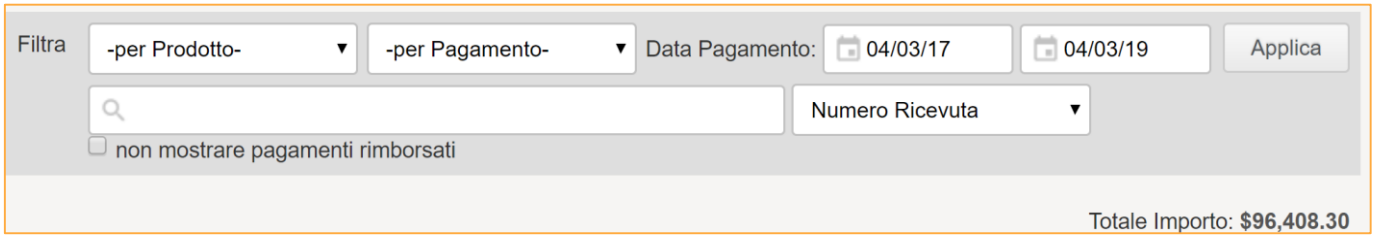
FASE OPERATIVA

Per mettere in pratica questa fase chiediti:

- Quanto dura generalmente il periodo di trattativa che porto avanti con I potenziali clienti (o che portano avanti I miei commerciali)? Come posso comprimere questo periodo in modo da velocizzare il processo?
- Quali sono le obiezioni tipiche dei potenziali clienti? Come posso smontare queste obiezioni in modo che il Lead trovi spiegato il suo dubbio ancor prima che si formi nella sua mente?
- Come posso comunicare tutto ciò con una pagina web ad alto impatto?
- Come posso gestire l'assistenza post-vendita in modo da far sentire il cliente entusiasta?

E' abbastanza superfluo dire che questa è la fase più importante di tutte. Quella che va naturalmente bene se tutto ciò che è stato fatto in precedenza è stato fatto correttamente.

Quello che in ultima avanti "manda avanti la baracca" e ti consenti di portare a casa lo stipendio.



Analytics permette di monitorare in modo molto preciso e dettagliato tutto ciò che accade sul tuo sito. In questo caso puoi vedere la crescita dei visitatori (ottenuta in questo caso solo tramite posizionamento sui Motori di Ricerca) di una delle mie aziende nate da zero nel 2017

FASE 5
ENTUSIASMO

OBIETTIVO

Fidelizzare I clienti e vendergli prodotti a prezzi crescenti, per servirli meglio e aumentare I tuoi margini

DESCRIZIONE

Molti imprenditori si fermano alla vendita del primo prodotto. Invece quello che è giusto e conveniente fare è **vendere appena possibile prodotti o servizi di prezzo superiore.**

Quando un cliente è stato "acquisito" (è diventato cliente in seguito a determinati sforzi di marketing) diventa naturalmente più propenso ad acquistare nuovamente da noi.

Perché ha già fatto una prima "scelta" e **per principio di "coerenza" difenderà inconsciamente tale scelta** (ovviamente se l'esperienza d'acquisto è stata soddisfacente)

È proprio in questo momento allora che bisogna **massimizzare il profitto aziendale**, fornendo prodotti che servono in modo migliore il cliente e ti permettono di aumentare I tuoi margini.

È possibile implementare questa fa se per mezzo di:

- Eccellente esperienza seguente al primo acquisto
- Strategie di fidelizzazione del cliente e acquisizione di Testimonial
- Profilazione della clientela per capire le loro principali necessità
- Creazione di offerte ad alto strategicamente progettate per risolvere in modo migliore o più veloce le necessità del cliente
- Creazione di una rete di vendita

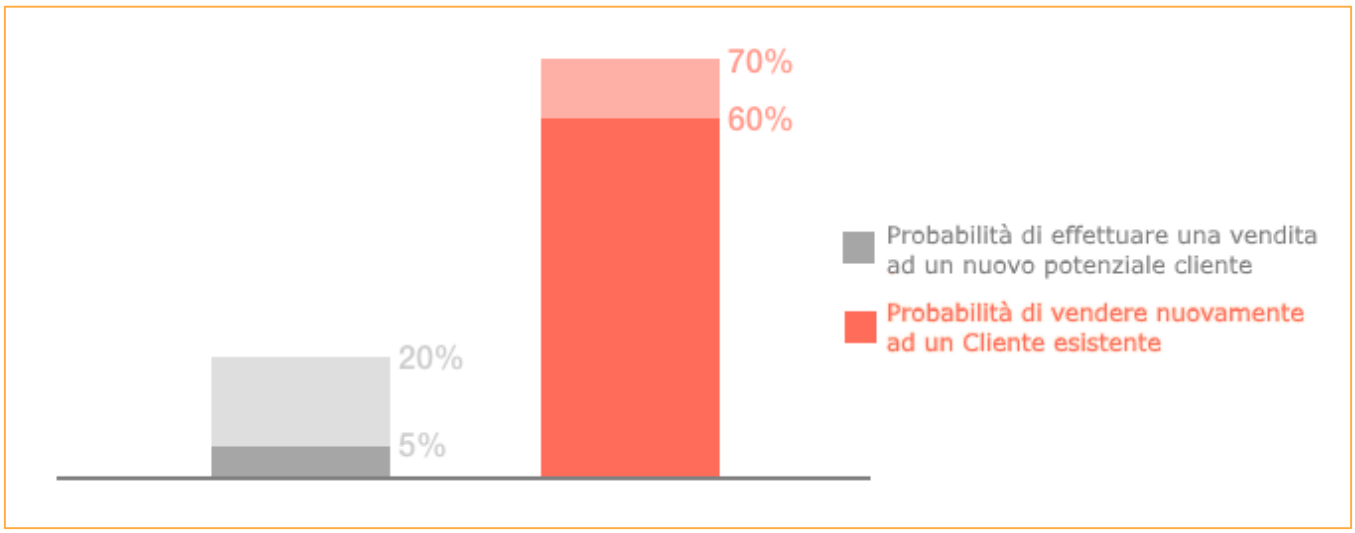
FASE OPERATIVA

Per mettere in pratica questa fase chiediti:

- Posso essere sicuri che I miei clienti siano entusiasti dopo il primo acquisto? Ci metterei la mano sul fuoco?
- Ricontatto I miei clienti per chiedere loro se posso aiutarli ancora e meglio?
- Ho un database profilato di clienti che mi consente di conoscere sempre meglio le loro necessità?
- Posso creare una rete di vendita che contribuisca a diffondere il mio Brand ed I miei prodotti?

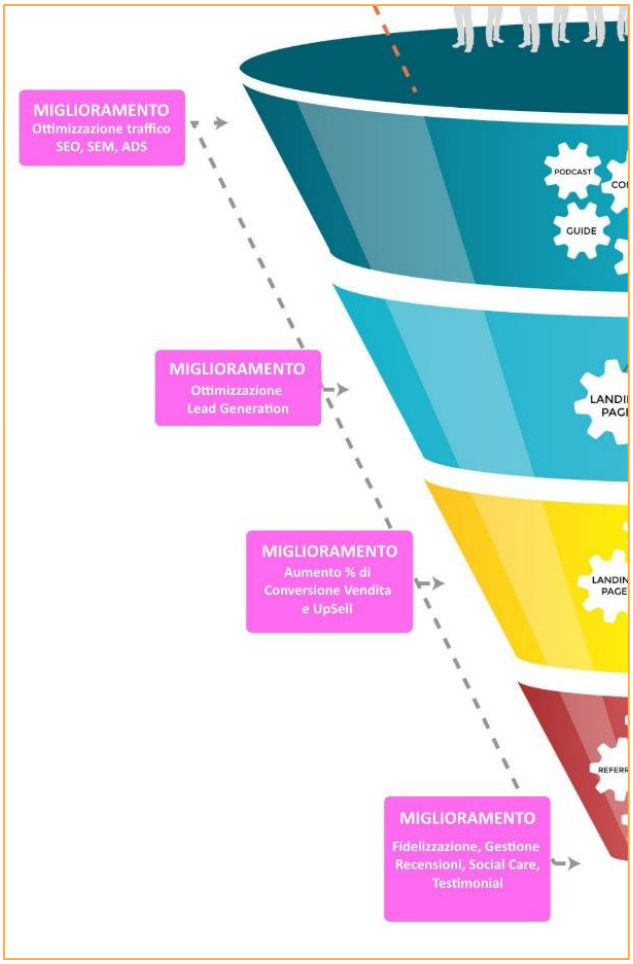
Non trascurare questa parte così fondamentale. E' qui che spesso si gioca la partita tra la prosperità e la sola sopravvivenza di un'attività.

LE aziende di maggiore successo al mondo fanno la maggior parte dei loro profitti proprio in questa fase



Analytics permette di monitorare in modo molto preciso e dettagliato tutto ciò che accade sul tuo sito. In questo caso puoi vedere la crescita dei visitatori (ottenuta in questo caso solo tramite posizionamento sui Motori di Ricerca) di una delle mie aziende nate da zero nel 2017

FASE 5+1
MIGLIORAMENTO



OBIETTIVO

Misurare e analizzare I dati di ogni fase precedente in modo da formulare ipotesi di miglioramento e aumentare l'efficienza del Sistema.

DESCRIZIONE

Una volta che il progetto di marketing è stato correttamente disegnato e messo in pratica comincia la fase di manutenzione.

Il marketing non è una scienza esatta ma una disciplina che si basa sul monitoraggio e l'analisi costante dei dati. Ciò consente di trovare nuovi blocchi nel processo di acquisto e di rimuoverli per aumentare le vendite.

Addirittura, si può dire che molto difficilmente una campagna va bene "alla prima". Sono sicuramente necessari alcuni test per far si che la campagna possa funzionare al meglio.

E' possibile implementare questa fase per mezzo di:

- Controllo bisettimanale o mensile delle performance di ognuna delle fasi precedenti
- Formulazione di piani di intervento per migliorare le performance
- Miglioramento costante e comprensivo del percorso d'acquisto

FASE OPERATIVA

Per mettere in pratica questa fase chiediti:

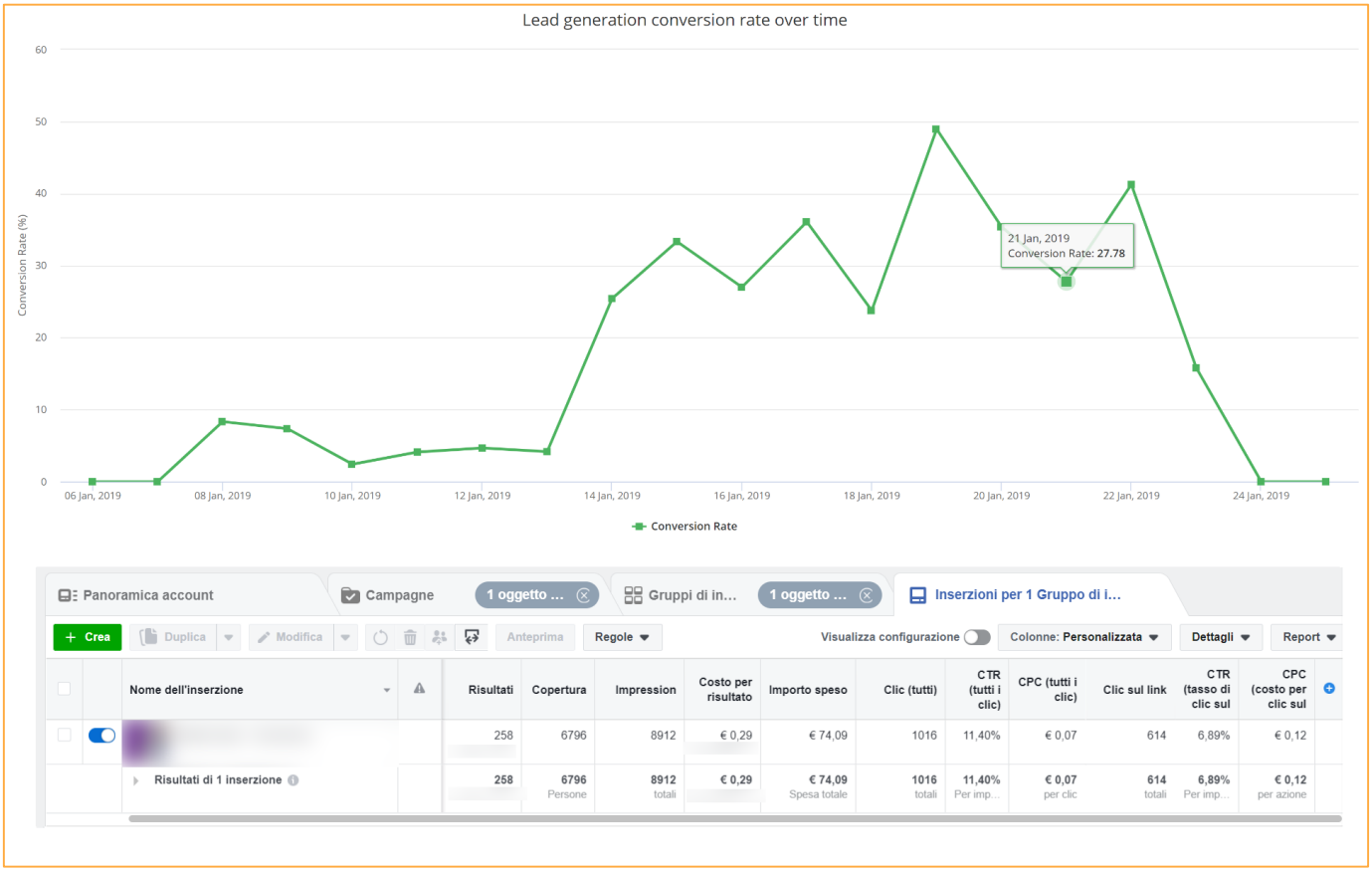
- Sono in grado di dire come sta andando il mio sistema di marketing nel tempo?
- Come posso ottenere più traffico?
- Dove si “bloccano” i miei potenziali clienti? Come posso migliorare il percorso in modo da evitare questi blocchi?

Se implementi un monitoraggio attento dei dati del tuo sistema di marketing scoprirai 2 cose sorprendenti:

- è sempre possibile migliorare le performance di ogni fase
- lievi miglioramenti in ogni fase possono produrre incrementi a 2 zeri sulla totalità del business

Molti dei miei clienti hanno raddoppiato e triplicato il fatturato delle loro attività dopo un’analisi attenta e costante dei dati raccolti.

La Conversion Rate Optimization è la fase finale e più redditizia (a lungo termine) dell’intero sistema.



Effetti di una sessione di Test effettuato tramite Split Test A/B di una landing page. Nel giorno 13 gennaio vengono effettuate alcune modifiche che permettono alla Landing di passare dal 7% al 36% di conversione. Il Costo per acquisizione del Lead arriva così a 0,39€. La campagna di rodaggio finisce il 24 gennaio. Il 1 febbraio verrà poi fatta ripartire con un budget molto più alto (prima si testa, poi si aumenta il budget)

3

PARTE 3

Come Proseguire Ora

LUCA MANITTO
INGEGNERIA DEL MARKETING

RIASSUNTO DEL DOCUMENTO

Ti ho illustrato le varie fasi del Sistema di Marketing Ingegnerizzato che mi ha permesso di fondare 5 startup e di creare più di 3750 clienti in meno di 30 mesi.

Ti ho dimostrato l'efficacia di questo sistema dandoti prove pratiche e concrete dei risultati che si possono ottenere in maniera quasi completamente automatizzata.

Mettendo in pratica il contenuto di questo documento, rispondendo fase dopo fase alle varie domande che ti ho suggerito, puoi costruire anche tu in piena autonomia il "percorso di vendita" (chiamato in molti casi "funnel di marketing") che ogni tuo potenziale cliente dovrebbe percorrere per vederti come autorità nel tuo settore e chiederti di lavorare per lui senza che debba essere tu a convincerlo della bontà del tuo lavoro.

Metti in pratica le 5 fasi strategiche. E poi contatta la tua agenzia per dire loro cosa devono fare per mettere in campo la fase operativa rispettando le 5+1 fasi una dopo l'altra.

Selo farai godrai di un vantaggio competitivo enorme nei confronti della concorrenza, di almeno 5 anni.

VUOI AGIRE ORA?

Se invece vuoi andare più a fondo e capire meglio:

- come definire ogni aspetto strategico, tattico ed operativo delle 5+1 fasi che ti ho mostrato
- come creare da zero il tuo Brand in modo che sia unico ed immune alla concorrenza

- come installare un sistema di acquisizione clienti che ti aiuti ad aumentare clienti, fatturato e margini
- come sviluppare il tuo marketing in ogni decisione quotidiana

…allora forse potresti volermi contattare per usufruire di una mia consulenza.

Forse hai bisogno di una guida esperta che ti aiuti nella preparazione di un piano di attacco al mercato tale da rendere il numero 1 del tuo settore.

Oppure hai bisogno di un team di professionisti che lavorino per te, sviluppando al meglio un Sistema di Marketing Ingegnerizzato, sotto la supervisione di un Direttore Marketing preparato e con esperienza.

In questo caso ecco che cosa puoi fare:

1. Compila il questionario che trovi al prossimo link e manifesta il tuo interesse nel richiedere una consulenza (puoi farlo indicandolo nel campo Contatti): LINK
2. Se lo hai già compilato in precedenza e non hai manifestato iol desiderio di una consulenza, contattami alla seguente email indicando nell'oggetto la parola "CONSULENZA":