

5 Ricette Veloci per Sfuggire alla Crisi e Acquisire Clienti con Internet

Un dialogo tra 2 web marketer ti spiega perché alcune aziende prosperano anche in momenti di crisi, e come puoi usare le loro stesse metodologie per ottenere risultati subito con Internet

In questo report gratuito trovi un dialogo tra 2 esperti web marketer, dove scoprirai perché alcune aziende prosperano con Internet, anche in momenti di crisi, mentre altre sono in difficoltà.

In questo report speciale trovi la risposta alle seguenti domande:

- **Come ottenere risultati SUBITO con Internet, minimizzando la possibilità di errore, anche se non sei un esperto di Marketing**
- Come promuoverti sul web anche se il tuo business è strettamente a carattere locale (come succede ad esempio per i ristoranti)
- **Come promuoverti se il tuo prodotto è nuovo, poco conosciuto, e molto di nicchia**
- Come differenziarti rispetto agli altri concorrenti su Internet
- **Esempi concreti di come queste metodologie funzionano in settori differenti**



Giulio Marsala è un Consulente e Coach di Internet Business, esperto di AdWords e di Marketing Esplosivo (il Marketing “A Risposta Diretta” per il web e non solo).

E' Autore di AdWordsVincente.com e coautore di [Acquisizione Clienti Vincente](#) ed [Email Marketing Vincente](#).

Giulio lavora ogni giorno con clienti, amici e partner per aiutarli ad acquisire clienti e concludere vendite utilizzando il mezzo Internet.

Giulio vive a Verona e scrive nel suo blog www.GiulioMarsala.com.



Nicola Fiabane è un imprenditore e consulente di web marketing.

Realizza e gestisce ogni mese campagne marketing per numerose aziende, con un budget AdWords gestito superiore ai 100mila euro/mese e centinaia di nuovi clienti generati, in più di 50 settori diversi!

E' coautore di [Acquisizione Clienti Vincente](#) ed [Email Marketing Vincente](#).

Nicola vive a Venezia e scrive nel suo blog www.VeniceMarketingReport.com.

L'Intervista

Giulio: Ciao Nicola, in questo periodo di “crisi economica”, molti amici che ci seguono hanno letto i casi di successo che abbiamo inviato loro qualche giorno fa e hanno pensato: “Sono troppo belli per essere veri!”.

Pensa che un lettore ha addirittura telefonato a casa di uno degli acquirenti dei nostri prodotti, Massimiliano, per assicurarsi che il [caso studio dei 40.000 euro di richieste preventivo fosse reale!](#)

Oggi mi metterò nei loro panni, visto che sono un imprenditore anch'io, e ti chiedo per prima cosa:

“Come fanno i tuoi clienti ad ottenere quei risultati anche in periodi di crisi? Come posso fare IO a replicare i loro casi di successo?”

Nicola: Ciao Giulio, ti rispondo subito!

Come sai, tu e io siamo in contatto con molti imprenditori e consulenti, che lavorano in settori anche molto diversi tra loro, e ci troviamo a dover risolvere molte problematiche sul tema “acquisire clienti” e “ottenere profitti” con Internet.

Ci sono aziende che hanno pochi clienti e ne vorrebbero di più; c'è chi desidera vendere un prodotto nuovo (e quindi non ancora testato sul mercato); c'è chi fa il consulente, chi ha un business locale, chi vende prodotti ad alto costo, chi vende all'estero... e tanti altri ancora.

Insomma, tante situazioni diverse. Per le quali occorre trovare una soluzione specifica, che funzioni bene.

E la verità è che... cerchiamo una soluzione, ma spesso non ce la facciamo subito!

A volte dobbiamo fare molte prove prima di ottenere dei buoni risultati.

Magari all'inizio sbagliamo completamente strada, e dobbiamo ritornare sui nostri passi per capire cosa non ha funzionato.

Ma poi, molto spesso, un po' per esperienza e un po' perché abbiamo visto tanti casi diversi, troviamo una soluzione che funziona.

E a quel punto il gioco è fatto: la facciamo diventare una procedura “passo passo”, replicabile in altre situazioni simili.

Giulio: E quale vantaggio ne otteniamo? E quale vantaggio può ottenere da questo chi ci legge ora?

Nicola: Il vantaggio è che anche noi, come chi ci legge, abbiamo poco tempo, e preferiamo “riutilizzare” le nostre metodologie di successo che hanno dimostrato di funzionare. In modo da risparmiare tempo e fatica.

Se mettessimo a disposizione queste metodologie ad un gruppo di clienti e lettori affezionati, tutti questi potrebbero ottenerne un vantaggio sia economico, che in termini di tempo.

Giulio: Ah bene, sei stato molto chiaro.

In pratica è come se io partissi da zero nel mio Business, ma avessi già la tua esperienza con me! E sfruttassi gli investimenti, le prove e gli insegnamenti che hai ricavato.

Allora adesso vorrei parlarti di un’esigenza che mi è stata espressa più volte, da diversi lettori, vediamo se puoi aiutarmi.

Supponi, ad esempio, che io voglia acquisire più clienti per il mio...

Ristorante!

Tu sai che avrei delle esigenze particolari.

Per esempio: un ristorante è un business locale, che dovrei promuovere solo intorno alla mia città, e non in tutta Italia.

E lo stesso problema lo avrebbero altre decine di attività: certi tipi di consulenti, concessionari di automobili, chirurghi plastici, dentisti, e chissà quanti altri.

Quindi cosa diresti di fare a me e a tutti i lettori che hanno lo stesso problema, e che mi hanno chiesto una soluzione?

Nicola: Beh, una delle difficoltà che abbiamo trovato per promuovere online un business locale è che la clientela potenziale è ridotta rispetto ai business nazionali.

Quando abbiamo usato le strategie tradizionali, quelle che utilizziamo per le aziende con pubblico nazionale, non siamo riusciti ad ottenere risultati di rilievo.

Ma poi, siamo riusciti a inventare questa strategia della “Dominazione Locale”...

Funziona così: con la “Dominazione Locale” la tua azienda diventa IL riferimento principale su Internet per chi cerca un’offerta nel tuo settore. Questo perché la tua presenza online è preponderante rispetto a tutti gli altri tuoi concorrenti, così da farti notare molto di più ed ottenere la stragrande maggioranza del tuo mercato online.

Giulio: E come fare per ottenere questa “Dominazione Locale?”

Nicola: La prima cosa è questa: occorre avere più risultati tuoi nelle pagine di Google; non solo un risultato, come accade di solito.

E poi occorre andare oltre a Google... per un business locale, è bene essere presenti anche su altri siti visitati dal tuo pubblico di riferimento.

Giulio: In pratica stai dicendo: userai un modello di campagna pubblicitaria su Internet che raccoglie clienti solo della tua zona. Cercando di dominare il tuo settore, perché essere uno dei tanti non basterebbe a portarti risultati che fanno davvero la differenza.

L’effetto è che sarai contattato principalmente da persone vicine, così sarà più facile vendere il tuo prodotto / servizio. O una bella cena, nel caso dell’ipotetico ristorante!

In più, utilizzando Internet, puoi monitorare esattamente quanto investi e quanto guadagni, così sai quanto ti rende la campagna. E una volta che trovi la campagna Marketing che funziona, la puoi riutilizzare per mesi e mesi, senza grande lavoro e senza doverci apportare molte modifiche.

Nicola: Sì; la “ricetta” dettagliata passo per passo sarà illustrata con appositi video e documenti dentro a “[Internet Business Vincente](#)”.

Giulio: Interessante!

Ma puoi spiegarmi un po’ meglio cosa sono queste “ricette”? Cosa dovrei fare esattamente per acquisire clienti e vendere di più con il mio business?

Nicola: Beh, le “ricette” non sono altro che dei semplici PASSI che metterai in pratica in sequenza, usando dei modelli già pronti. Un po’ di copia / adatta / incolla insomma!

E' come se noi dividessimo il tuo problema "esempio: Acquisire Clienti vicino alla tua città" in varie fasi.

Nella "Ricetta Veloce" ti diamo tutti i modelli pronti da utilizzare per ciascuna fase, così da rendere tutto molto rapido.

Le fasi in genere sono queste:

- 1) Porta traffico qualificato ad un tuo sito. Detto in altre parole: fai in modo che il potenziale cliente ti trovi. Uno degli strumenti che utilizziamo spesso a questo proposito è Google Adwords.
- 2) Usa una pagina che spieghi la tua offerta in modo efficace, e che spinga il potenziale cliente a contattarti (o, in casi più rari, ad acquistare online).
- 3) Chiudi il contatto in vendita! Puoi usare il telefono; o farti supportare da strumenti automatizzati (come le sequenze di email programmate).
- 4) Infine sviluppa una relazione con i tuoi clienti acquisiti, per spingerli ad acquistare ancora e ancora.

Giulio: Molto interessante, però un po' mi spaventa!

Per esempio:

- Alcune persone non saprebbero come fare a realizzare tutte quelle cose "Internet" (pagina web? Campagna pubblicitaria??)
- Non è detto che tutti abbiano le competenze necessarie per fare tutto questo. Supponi per esempio che io non sia bravo a scrivere, e non sia molto bravo nemmeno ad usare il computer!
- E poi c'è il problema tempo. Ho un business da portare avanti, non posso diventare un esperto di Marketing per vendere il mio prodotto!

Nicola: E' vero, sono giuste considerazioni le tue, che in molte persone potrebbero farsi.

Proprio per questo motivo stiamo preparando il "[Club dell'Internet Business Vincente](#)" in modo che tu trovi tutto il lavoro difficile già fatto, e che puoi essere subito operativo grazie a modelli "COPIA / ADATTA / INCOLLA" pronti all'uso.

Esattamente quelli che usiamo noi, ma spiegati in modo più facile.

Non è un caso se Massimiliano, il nostro amico consulente elettronico di cui ti ho parlato sopra, pur non essendo un esperto di Internet Marketing, [ha realizzato 40.000 euro di richieste preventivo](#) nella sola settimana di Ferragosto!

Ha svolto solo 3 dei 4 passi richiesti, da solo e in pochi giorni, ma ha subito ottenuto importanti risultati, tanto da chiedersi “Ma la gente non va in ferie a Ferragosto?!”.

Cosa ha fatto in pratica?

All’epoca lui aveva a disposizione solo una “ricetta veloce”, il metodo che abbiamo chiamato “ACDC”.

ACDC sta per: attrai il cliente giusto, disqualifica il concorrente. Ed è una modalità di comunicazione utile per vendere servizi o prodotti dove ti chiedono un preventivo, e dove magari ti valutano contro tanti altri concorrenti.

Massimiliano ha preso il modello ACDC, lo ha copiato, adattato al suo business e incollato.

E non era uno studioso di Marketing su Internet!

Solo che ha trovato tutti i VIDEO ESPLICATIVI che passo per passo gli hanno mostrato come fare a sapere le POCHE COSE necessarie per partire.

Lui non ha voluto diventare un “Marketer”. A lui interessava solo il risultato.

Giulio: Giusto! Questa strategia ACDC è utilissima per vendere prodotti o servizi dall’importo elevato, dove dopo aver generato il contatto segue anche una trattativa commerciale.

La chiave sta nel far capire esattamente chi è il tipo di cliente adatto al tuo prodotto o servizio. E nel far capire chi NON è il cliente adatto. Tra l’altro, questo aspetto ti permette anche di distinguerti dalla concorrenza.

Un altro caso interessante è Vincenzo, l’imprenditore siciliano che ha ottenuto anche lui ottimi risultati nel settore IPER COMPETITIVO del turismo, e gli è piaciuto così tanto il metodo che ora lo sta replicando per altri suoi Business, [come quello di vendere cioccolata siciliana in tutto il mondo!](#) ([Vedi la storia completa qui sul blog](#)).

Stiamo sempre parlando di persone che ne sapevano pochissimo di Marketing su Internet!

Nicola: Sì, il concetto base è questo: meglio prendere un modello sviluppato e che ha già dimostrato di funzionare in molti settori, copiarlo, adattarlo, e incollarlo sul proprio sito web, piuttosto che inventarlo ex novo per ogni esigenza.

Giulio: E' chiaro, è molto più semplice usare le soluzioni che hanno già dimostrato di funzionare.

Ma se io non fossi capace di “adattarlo sul mio sito Web”? Cioè se mi mancasse semplicemente LA COMPETENZA TECNICA o IL TEMPO per fare questo?

Nicola: Nel “[Club dell’Internet Business Vincente](#)” stiamo creando dei VIDEO che ci riprendono mentre lo facciamo noi, in modo che chiunque possa rifarlo a casa propria, in totale autonomia.

Sarà proprio come se tu mi guardassi mentre io lo faccio, e non dovessi fare altro che COPIARE i miei passi.

Inoltre il materiale è pensato perché chi ha poco tempo per seguire queste cose, possa consegnare i VIDEO esplicativi alla propria segretaria o ai propri collaboratori.

E non c’è bisogno di spiegare nulla: sarà il video a mostrare tutto al posto tuo!
E tu potrai fare altro mentre loro lavorano per te.

Giulio: Quindi se ho capito bene, c’è una “ricetta veloce” per creare un Business Locale e c’è anche una “ricetta veloce” per vendere prodotti in cui è necessario un contatto umano, molto interessante!

Nel primo caso, segui quella che hai chiamato “Dominazione Locale”. Nel secondo, hai provato con successo questa strategia ACDC, dove attrai il cliente giusto e disqualifichi la concorrenza.

Ma senti, se io non fossi bravo a scrivere?

Non posso certo far scrivere la mia segretaria al posto mio!

E magari lei è meno brava di me!

Nicola: In realtà puoi, perché le pagine sono tutte già scritte, con dei modelli semplici.

Del tipo. “Ecco come fare a [SCOPO DEL TUO PRODOTTO]”

Dove al posto di [SCOPO DEL TUO PRODOTTO] metti ciò che vendi.

Ad esempio: “Ecco come fare ad ottenere una certificazione audio per la tua impresa”.

Ma c’è di più!

Nel “[Club IBV](#)” ci sarà una ricetta veloce anche per le persone particolarmente abili a comunicare di persona, e che magari odiano scrivere.

Giulio: E come possano fare?

Nicola: Possono utilizzare un VIDEO.

Giulio: Ehi, non vorrai che io debba imparare anche a fare un video! E poi so che è molto costoso!

Nicola: Ah ah ah, tranquillo Giulio!

Ho trovato un metodo (che io stesso uso) per creare presentazioni capaci di attrarre i clienti. In più, si tratta di qualcosa che puoi realizzare in 10 minuti, a costo ZERO.

Il tutto senza sapere nulla di video editing.

Giulio: Insomma, un’altra delle tue “ricette pronte”!

Quindi anch’io, nel sito del mio Albergo o Agriturismo, posso creare in pochi minuti un VIDEO di presentazione che colpisca l’emozione del cliente, a costo zero?

Nicola: Sì, puoi utilizzare un video.

Giulio: Beh, immagino che questo sia molto utile anche per distinguermi dai concorrenti, visto che il settore del turismo è molto concorrenziale, ma in pochi stanno usando la comunicazione video.

Nicola: Certo, questo è vero in generale, non solo nel turismo. E’ un modo per colpire l’attenzione.

Ma ce ne sono tanti altri che spiegheremo, come le domande chiave per posizionarsi in modo “diverso” dai concorrenti, e molte altre strategie.

Giulio: Beh, questo è splendido!

Senti però ho un’altra domanda che mi gira in testa.

Supponi che il mio prodotto sia completamente nuovo, e non conosciuto. Come potrei fare a promuovermi? Forse promuoversi è possibile solo se il tuo prodotto è molto ricercato?

Nicola: Assolutamente no, c'è una "ricetta pronta" utile anche se il tuo prodotto è ancora poco conosciuto e ancora pochi lo cercano.

Anche questa sarà inclusa nel "[Club dell'Internet Business Vincente](#)".

E stiamo parlando di una soluzione che sfrutta una parte di traffico Internet che spesso si fatica a far funzionare: parlo della rete dei contenuti di Google AdWords, cioè quei siti web che ospitano la pubblicità di Google.

Siti web che puoi sfruttare per farti conoscere dal tuo pubblico di potenziali clienti, anche se magari non conosce ancora il prodotto che proponi.

Anche qui abbiamo creato una "ricetta veloce" per creare campagne efficaci nella rete di contenuti, allargando moltissimo le possibilità di essere contattati. Anche se il tuo prodotto sembra essere poco cercato su Google.

E pensa che ho sviluppato questa metodologia per un business che vende prodotti superiori ai 150.000 euro, e ha funzionato molto bene.

Questa metodologia la abbiamo testata con successo sia per prodotti a basso costo, sia per prodotti ad alto costo. Ed anche, come hai fatto tu, per vendere consulenza.

La chiave del metodo sta nell'utilizzare in un certo modo la rete di contenuti di Google Adwords. E nella tua pagina web, presentare il tuo nuovo prodotto partendo da concetti che il cliente già conosce.

Giulio: Quindi in pratica tu che leggi potrai farti trovare con Internet anche se il tuo prodotto è poco ricercato, o la tua nicchia è molto piccola.

Nicola: Esatto, usando la "ricetta veloce" apposta per quel caso specifico.

Giulio: Ottimo!

Ma senti, e se io non avessi un prodotto da vendere, e volessi solo "arrotondare" la mia attività principale, quantomeno per sperimentare se questa cosa di internet funziona?

Nicola: Beh, il “[Club dell’Internet Business Vincente](#)” è pensato SPECIFICAMENTE per imprenditori o consulenti, quindi avrà un taglio professionale, ed anche il costo sarà un costo accessibile solo se hai intenzione di fare business seriamente su Internet.

Conterrà sia “ricette veloci” ma anche nuove strategie e modelli di business che sfruttano il web, utili per i marketer ed imprenditori più evoluti.

Per chi desidera iniziare a sperimentare “pian piano” le opportunità di Internet, ci sarà una soluzione pronta, spiegata passo per passo.

Si tratta di una metodologia che utilizza Google AdSense, il programma per guadagnare su Google con un sito, spiegato da un nostro amico molto esperto in questo settore!

Giulio: Ok Nicola, penso di sapere a chi ti riferisci.

Quindi, volendo riassumere, con queste “ricette veloci” è possibile acquisire più clienti ed espandere il proprio business. E magari uscire da soluzioni non semplici.

Nicola: Sì. Tra l’altro, come è successo a te in passato.

Giulio: Eh certo che mi ricordo!

Immagino tu ti riferisca al mio vecchio problema con il Franchising.

(Puoi leggere la mia difficile “esperienza di vita”, e cosa ho imparato, [in questo vecchio post sul blog, qui](#)).

In quell’occasione mi sono ritrovato con moglie a carico e 1 figlio (e un altro in arrivo), con un debito di più di 100.000 euro sulle spalle, e senza un business operativo in mano!

Ricordo ancora quando ho trovato “la soluzione”: quel libro americano che parlava di “Come farsi trovare con Internet”.

Costava 100 o 200 dollari (non ricordo esattamente) e per me era una cifra enorme.

Mi ricordo bene cosa dissi ad uno dei soci: “Senti, che ne dici, lo compriamo con il fondo aziendale, magari riusciamo a tirarci su?”

Mi disse: “No, non voglio più investire soldi in questo affare andato male, e poi dai, figurati se quella roba funziona”.

Mi ricordo che però qualcosa dentro di me mi spingeva in quella direzione, “sentivo” che era la strada giusta.

Così feci quello sforzo, e acquistai quel prodotto.

Nicola: E ti fu utile?

Giulio: Beh, in un certo senso mi cambiò la vita!

Scoprii LE ENORMI POSSIBILITA' che ti dà il saper usare Internet per acquisire clienti.

Scoprii l'emozione di entrare in un business nuovo con facilità, e la scalabilità che solo Internet ti offre. Per me che avevo gestito fino a quel momento solo un business fisico, fu una grande rivelazione.

E mentre scoprivo tutto questo, la mia situazione migliorava sempre di più.

E sai la cosa interessante?

Che io non ero assolutamente più bravo dei miei ex soci!!! Non avevo più talento di loro!!!

Era SOLO questione di metodologie (e di atteggiamento mentale verso la vita).

Nicola: Giusto. E adesso vedi ancora i tuoi ex soci?

Giulio: No, ho solo saputo di recente che qualcuno di loro è tornato a fare il dipendente in qualche azienda, perché non se la sentiva più di andare avanti.

L'unica cosa che mi dispiace è che se avesse creduto come me che esiste una metodologia vincente, forse ora sarebbe diverso.

Purtroppo è caduto nella trappola del famoso detto: “se questa metodologia fosse efficace, la userebbero tutti”.

Invece io e te sappiamo quanto sia falsa questa “credenza popolare”.

Purtroppo infatti il piccolo imprenditore “medio” tende a COPIARE dal marketing delle grandi multinazionali, che però ha esigenze diverse e budget diversi.

[Lo stesso errore che ho fatto io!](#)

Così succede che ciò che “fanno tutti”, è ciò che funziona male.

E quando c'è la crisi, beh, TUTTI hanno problemi (e ora capisci bene il perché!).

Chi si salva?

I nostri amici che imparano non solo dai propri errori, ma anche dagli errori degli altri.

Nicola: Bene.

Giulio: Ottimo Nicola, ti ringrazio per questi spunti interessanti.

Vuoi darci una serie di informazioni aggiuntive prima di chiudere?

Per esempio qualche risultato che non è stato ottenuto da imprenditori che hanno acquistato la tua metodologia, ma magari cose che hai seguito tu personalmente?

Nicola: Certo, penso di averli già mostrati in passato, ma forse chi ci legge non li hai ancora visti.

Tra l'altro questi "casi studio" rispondono ad uno dei maggiori dubbi che i nostri lettori esprimono, cioè: "Le vostre 'ricette veloci', funzioneranno nel MIO Settore specifico?"

Io, come sai, sono sempre molto prudente e dico "fai la prova", non c'è una risposta certa!

Però i dati sono confortanti, questo sì!

Tra l'altro le mie esperienze ed applicazioni vanno dal B2C (cioè la vendita al consumatore finale) al B2B (cioè la vendita ad altre aziende) in più di 50 settori diversi.

Ad esempio, potrei farti vedere il caso di un'azienda che voleva acquisire nuovi clienti nel mercato all'ingrosso, cioè voleva vendere i propri prodotti ai negozi.

Investendo in una campagna AdWords ed inviando il pubblico ad una pagina apposita, otteneva richieste di preventivo da negozianti al costo di **9 euro e mezzo**.

Puoi trovare il caso studio in [questo articolo](#) del mio blog.

Oppure quel caso sviluppato per un venditore di prodotti utilizzati in fabbriche e magazzini.

Mi è successo di lanciare una campagna che ha generato richieste di preventivo da potenziali clienti interessati, al costo di meno di 7 euro a richiesta.

Trovi l'esempio [in questo articolo](#).

O ancora quella volta in cui per ogni 3 euro investiti in Google AdWords, l'azienda riceveva una richiesta da un potenziale cliente desideroso di parlare con un commerciale.

Però, obiettivamente, è stato anche un caso un po' fortunato, perché si tratta di un settore con poca concorrenza. Trovi il caso [spiegato qui](#).

Altro: posso citarti una campagna che ho lanciato recentemente, per un servizio che richiede un investimento complessivo anche superiore ai 700mila euro.

La campagna genera richieste di contatto da parte di possibili clienti interessati, ad un costo inferiore ai 6 euro per ogni richiesta di contatto arrivata.

Cioè ogni 6 euro investiti in AdWords, un potenziale cliente compila un modulo per farsi contattare da un commerciale.

Di quest'ultima campagna [trovi i dettagli qui](#).

E infine ovviamente ci sono i casi sviluppati dai nostri clienti.

[Massimiliano \(settore Consulenza\)](#) e [Vincenzo \(settore turismo\)](#), che tu hai intervistato.

Ma ce ne sono altri ancora, anzi probabilmente nelle prossime comunicazioni mostreremo altri esempi di clienti che hanno usato DA SOLI le nostre "ricette veloci" e hanno ottenuto risultati.

Tra l'altro ciò che ha permesso di ottenere questi risultati, oggi è stato ancora migliorato, e gli aggiornamenti saranno contenuti nel "[Club dell'Internet Business Vincente](#)".

Giulio: Bene Nicola, grazie mille!

Hai dato molti spunti, link e casi studio che permettono di capire quanto tutto questo possa essere utile!

Allora quali saranno le prossime cose che farai vedere ai lettori?

Nicola: Beh Giulio, se non sbaglio hai tu qualcosa di interessante no? Per esempio mi sembra tu abbia intervistato un altro paio dei nostri clienti che utilizzano le nostre "ricette veloci", e mi sembra fossero veramente entusiasti, o sbaglio?

Giulio: Sì, penso che li farò vedere nei prossimi giorni.

Beh, allora per oggi è tutto.

Quindi se vuoi seguire gli aggiornamenti, tieni d'occhio:

InternetBusinessVincente.com

E naturalmente il nostro blog,

MarketingVincente.com

A presto e grazie di averci seguito!

Nicola: A presto, ciao!

NOTA BENE:

Se hai domande o vuoi dire il tuo parere, [lasciaci un commento qui](#).

Cercheremo di rispondere a tutti, pubblicamente o in privato.