
CHECK GRATUITO

10 errori che fanno perdere lead sui siti B2B

E come sistemarli in 1 ora senza rifare tutto il sito.

Per chi è

Aziende locali, studi tecnici, founder e attività B2B che hanno già un sito, ma ricevono poche richieste o richieste poco chiare.

Come usarlo

Leggi i 10 errori, segna quelli presenti sul tuo sito e applica prima le correzioni che rendono più chiaro: chi sei, cosa offri e come contattarti.

ASIL Growth - Pistoia + EU

Websites, Shopify e percorsi di contatto per aziende serie.

Un sito non deve solo “sembrare bello”. Deve aiutare il cliente giusto a fidarsi e contattarti.

Molti siti B2B non falliscono perché sono brutti. Falliscono perché non spiegano abbastanza in fretta cosa fa l'azienda, per chi lavora, perché è credibile e quale passo deve fare il visitatore.

Questo check non è una guida tecnica lunga. È una lista pratica. Puoi aprire il tuo sito, confrontarlo con ogni punto e sistemare subito le cose più importanti.

Regola pratica

Se un cliente non capisce in 10 secondi chi aiuti, cosa offri e perché dovrebbe fidarsi, il sito sta già perdendo lead.

- Chiarezza sopra la piega
- CTA visibile
- Prove reali
- Form semplice
- Mobile leggibile

Ogni pagina seguente contiene: errore, perché fa perdere lead, come sistemarlo e un esempio pratico.

ERRORE 1

Il messaggio sopra la piega non dice cosa fai

Perché fa perdere lead

Il visitatore decide in pochi secondi se restare. Se l'hero non spiega subito chi aiuti e quale risultato prometti, la pagina perde attenzione prima ancora che il cliente legga i servizi.

Come sistemarlo

- Scrivi una frase concreta: servizio + target + risultato.
- Evita slogan generici come "soluzioni su misura" senza contesto.
- Metti il CTA principale nello stesso blocco, senza far cercare il contatto.

Esempio pratico

Debole: "Design digitale per la tua attività". Forte: "Siti per studi tecnici che vogliono ricevere richieste più chiare da clienti locali."

Il cliente non capisce per chi è il servizio

Perché fa perdere lead

Quando una pagina parla a tutti, spesso non convince nessuno. Un imprenditore deve riconoscersi nel sito e capire che l'offerta è pensata per il suo caso.

Come sistemarlo

- Nomina i segmenti reali: studi, aziende locali, ecommerce, B2B.
- Mostra esempi o casi simili al cliente ideale.
- Togli servizi secondari che confondono la proposta principale.

Esempio pratico

Una pagina per "aziende serie in Toscana ed EU" filtra meglio di una pagina per "chiunque abbia bisogno di un sito".

Il sito parla di estetica, non di risultati

Perché fa perdere lead

Un sito bello è utile solo se aiuta il cliente a capire, fidarsi e contattarti. Se la pagina vende solo immagine, il cliente non vede il ritorno pratico.

Come sistemarlo

- Trasforma i benefici estetici in risultati di business.
- Parla di richieste più chiare, meno perdite di tempo, più fiducia prima della call.
- Mantieni il design pulito, ma rendi il messaggio misurabile.

Esempio pratico

Meglio "meno richieste a vuoto" di "un design moderno e accattivante".

Il contatto è troppo nascosto

Perché fa perdere lead

Se una persona deve cercare il numero, il form o WhatsApp, molti abbandonano. La richiesta deve essere semplice soprattutto da mobile.

Come sistemarlo

- Usa un CTA visibile sopra la piega.
- Aggiungi WhatsApp dove ha senso per il mercato locale.
- Ripeti il CTA dopo sezioni chiave: servizi, case study, prezzi.

Esempio pratico

Un pulsante "Richiedi un check del tuo sito" è più chiaro di un generico "Scopri di più".

Il form chiede troppo subito

Perché fa perdere lead

Un form lungo sembra un colloquio prima ancora che il cliente abbia ricevuto valore. Più campi chiedi, più persone rimandano o chiudono.

Come sistemarlo

- Dividi il form in due step.
- Step 1: nome, email, cosa vuole migliorare.
- Step 2: dettagli opzionali come budget, tempistiche e brief.

Esempio pratico

Il primo invio deve bastare per creare un lead utile anche se il cliente non compila altro.

Mancano prove reali

Perché fa perdere lead

Fraasi come "professionale" o "affidabile" non bastano. Le prove riducono il rischio percepito e fanno capire che dietro il sito c'è lavoro reale.

Come sistemarlo

- Metti recensioni visibili in homepage.
- Mostra case study con contesto, immagini e obiettivo.
- Aggiungi loghi o nomi dei progetti dove puoi farlo in modo corretto.

Esempio pratico

Una recensione reale di un cliente locale vale più di cinque claim astratti sul trust.

I servizi sono descritti in modo generico

Perché fa perdere lead

Se tutti i servizi sembrano uguali, il cliente non sa cosa scegliere. Ogni offerta deve spiegare per chi è, cosa include e cosa non include.

Come sistemarlo

- Dai un nome chiaro a ogni pacchetto.
- Aggiungi "ideale per" e "non per".
- Indica esclusioni importanti: ads, fotografia, ecommerce complesso, integrazioni custom.

Esempio pratico

"Business Site" per aziende con più servizi è più chiaro di "sito web professionale".

I prezzi non filtrano il cliente giusto

Perché fa perdere lead

Mostrare il prezzo più basso per primo può ancorare male la percezione. Il cliente guarda il numero basso e fatica a capire perché dovrebbe scegliere l'offerta migliore.

Come sistemarlo

- Metti prima l'offerta principale, non quella più economica.
- Spiega cosa rende diverso ogni livello.
- Usa il prezzo come filtro, non come trappola per attirare chiunque.

Esempio pratico

Se vuoi vendere il Business Site, non far sembrare Landing Start la scelta standard.

Il sito è debole su mobile

Perché fa perdere lead

Molti titolari e clienti guardano il sito dal telefono. Se i testi sono densi, i pulsanti piccoli o il form scomodo, perdi richieste prima della call.

Come sistemarlo

- Controlla hero, CTA, prezzi e form da telefono reale.
- Usa pulsanti grandi e campi facili da compilare.
- Evita sezioni troppo lunghe senza ritmo visivo.

Esempio pratico

Un sito che sembra buono da desktop ma confuso da mobile non è pronto per traffico reale.

Non c'è un percorso chiaro dopo la visita

Perché fa perdere lead

Un visitatore può essere interessato ma non pronto a scrivere subito. Se non offri un secondo passo leggero, lo perdi senza contatto.

Come sistemarlo

- Offri un check gratuito o una risorsa scaricabile.
- Rendi chiaro cosa succede dopo l'invio.
- Aggiungi CTA finali: WhatsApp, consulenza gratuita, richiesta check.

Esempio pratico

Chi non è pronto a prenotare può comunque scaricare un check e rientrare nel funnel.

Vuoi un check sul tuo sito?

Mandami il link del tuo sito. Ti rispondo con 3 punti pratici da sistemare prima di investire in redesign, ads o nuove pagine. WhatsApp: +39 371 476 9315 - asilgrowth.com