

Lead scoring che cosa entra nella decisione

Il punteggio ordina il lavoro; la qualifica va validata.

Fit

L'azienda è compatibile?
Il bisogno è servibile?

Comportamento

Quali azioni hanno significato?
Quanto sono recenti?

Score con pesi, esclusioni e decadimento

Soglia → azione

Chiamata, nurturing o revisione commerciale.

Lifecycle separato dallo score

Opportunità e cliente sono stati del CRM.

Il riscontro delle vendite serve a rivedere pesi e regole.
Più punti non correggono dati mancanti o segnali inaffidabili.

KLC www.klc.it

Lead scoring: dai criteri all'azione