# Fonte del lead nel CRM

## dall'origine del contatto all'ordine

Ogni richiesta conserva la sua fonte, senza cancellare la storia

### 1 Prima origine e fonte della richiesta

Esempio: un buyer conosciuto in fiera torna dal sito per una quotazione

**Incontro in fiera**
prima origine conosciuta, con la data dell'incontro

**poi**

**Richiesta dal sito**
fonte di questa richiesta, con l'eventuale campagna

**Anche dopo l'unione delle schede restano distinguibili**

**Valori ricevuti dal collegamento**

utm_source=newsletter
utm_medium=email
utm_campaign=componenti_autunno

**Categoria nel CRM**

**email**

Separati, si corregge la categoria senza perdere il dato di partenza

**Senza prove: «origine non nota»**
l'assenza di UTM non dimostra una ricerca su Google

### 2 Una sola azienda, due progetti distinti

**Una sola azienda**
un cliente che produce lubrificanti

**Opportunità 1**

**Acquisti**
etichette per una nuova confezione

manca: il formato definitivo

**Opportunità 2**

**Qualità**
prova di un materiale per un'altra linea

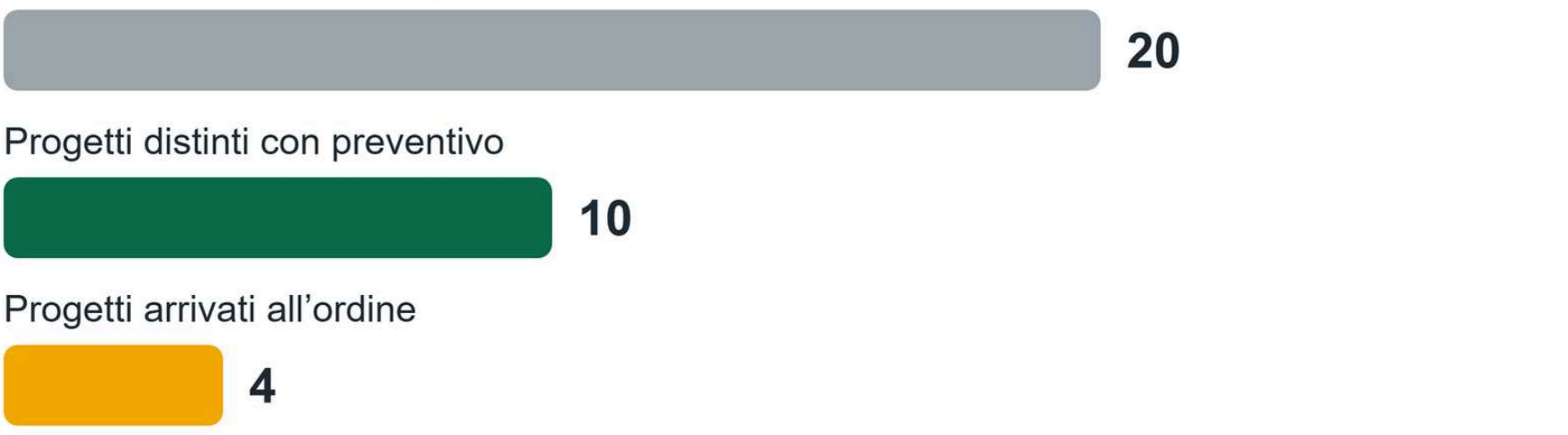
manca: l'esito della prova

**Ogni progetto tiene richiesta, documenti, impegni**
la campagna più recente non diventa la fonte di tutti i progetti

### 3 Contare i progetti, non i documenti

**Richiesta** con la sua fonte → **Opportunità** il progetto → **Preventivo** e le sue versioni → **Ordine** dal gestionale

**Numeri d'esempio: un preventivo e una revisione per progetto**




**40%**
4 ÷ 10 × 100: quanti progetti preventivati sono arrivati all'ordine

**20%**
4 ÷ 20 × 100: il denominatore conta anche le revisioni

**Solo il primo risponde alla domanda**
sono numeri d'esempio, non valori di riferimento del settore

Fonti: esempi e numeri d'esempio di questo articolo

KLC www.klc.it

**Fonte: KLC · Fonte del lead nel CRM: dall'origine del contatto al preventivo e all'ordine**
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/fonte-del-lead-nel-crm-mantenere-origine-campagna/