Maturità digitale: sito o visibilità

come scegliere dove spendere

Quando il cliente sceglie, che cosa trova, da dove cominciare

1 La scelta comincia prima del contatto

Ricerca europea 6sense 2025: 945 risposte su acquisti aziendali di almeno 25.000 dollari in Belgio, Paesi Bassi, Germania, Francia e Svezia

Il percorso d'acquisto



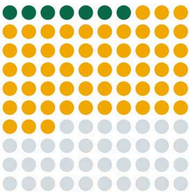
primo contatto: in media al 58% del percorso

circa il 75%
degli acquisti va al fornitore preferito prima del contatto

Prima di chiamare, chi acquista può aver già confrontato le alternative e discusso con i colleghi quale fornitore preferire

Italia: 600 imprese analizzate dall'Osservatorio Digital B2b

Politecnico di Milano, rilevazione aprile–maggio 2026



- **7%** maturità digitale avanzata
- **56%** Emergenti digitali
- gli altri livelli

Il modello guarda come funziona l'impresa:
tecnologia, integrazione e automazione, conoscenza delle norme, innovazione e orientamento strategico

Processi digitali
come funziona l'impresa: strumenti collegati, automazione

≠

Farsi scegliere
applicazione, requisiti e prove che il cliente trova da solo

Le richieste ti mostrano chi ti ha scritto
non chi ti ha scartato prima di chiamare

2 La verifica sulla pagina d'arrivo

ricerca o richiesta **La domanda** → dove entra davvero **La pagina** → trova le risposte? **La verifica**

Da Search Console scegli una ricerca pertinente e guardi le pagine mostrate; aggiungi quelle delle campagne. Non solo la pagina iniziale.



- **Applicazione** → l'esigenza a cui rispondi: il cliente deve riconoscerla
- **Requisiti** → quali requisiti soddisfi: i limiti dell'offerta
- **Prova** → pertinente: scheda tecnica, caso documentato o ambito di accreditamento

✗ Se per arrivarci serve conoscere già l'azienda o indovinare una voce del menu, al nuovo visitatore manca un passaggio

Poi, per la stessa pagina e lo stesso periodo: che cosa chiedono le richieste?

✗ Domande di base
informazioni che la pagina dovrebbe già dare: mancano risposte, anche se il modulo arriva

✓ Dettagli sull'applicazione
il cliente porta la sua esigenza: il sito lo sta preparando al confronto

Visite e richieste compatibili sullo stesso percorso
distinguendo ricerche e canali di provenienza

3 Il bivio: sito, visibilità o pubblico

Che cosa mostra il percorso dalla pagina alle richieste?

Se	Se	Se
arrivano persone interessate all'offerta, ma mancano le risposte per valutarla	il percorso è chiaro e porta richieste pertinenti, ma restano clienti adatti da raggiungere	le visite arrivano soprattutto da persone che cercano altro
Prima il sito	**Farti conoscere**	**Il pubblico**
correggi quelle pagine prima di spendere di più per le visite; non per forza tutto il sito	ricerche legate a un'esigenza precisa, portali e comunità professionali	correggi il pubblico della campagna o le ricerche per cui compare il sito

! **Non riesci a collegare visite e richieste?**
Predisponi questa misura prima di ampliare le campagne

Il numero di richieste, da solo, non basta
conta che cosa chiedono e da dove arrivano

Fonti: Osservatorio Digital B2b, Politecnico di Milano (2026); 6sense, percorsi d'acquisto B2B in Europa (2025)

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Maturità digitale: come scegliere fra sito e visibilità
https://www.klc.it/blog/marketing-industriale/maturita-digitale-b2b-processi-imprese/