Come scegliere l’agenzia
di marketing per un’azienda industriale

L’obiettivo, le verifiche sul sito, le domande al primo incontro

1 Prima di tutto, l’obiettivo a dodici mesi

Scrivi in una riga che cosa vuoi
che sia cambiato in azienda fra dodici mesi

Richieste dal sito
anche lontano dalle fiere

Ti serve:

- chi tiene insieme sito, testi, SEO e campagne
- un modulo che dà ai tecnici i dati per quotare

Marchio e fiere
e messaggi in ordine

Ti serve:

- un lavoro su posizionamento e marchio
- ufficio stampa, fiere, spazi sui media di settore

Contatti alla rete
seguiti fino all’ordine

Ti serve:

- marketing automation, tracciamenti e CRM
- le richieste rilette con il tuo commerciale

Prodotto molto tecnico e pochi clienti?
chiedi un esempio di pagina scritta per un prodotto simile al tuo

2 Quattro verifiche sul sito dell’agenzia

il sito dell’agenzia

- **Specializzazione dichiarata** — nel B2B o nell’industria, scritta sul sito
- **Sede o ufficio in Lombardia** — con l’indirizzo pubblicato
- **Servizi e settori** — descritti in chiaro
- **Un metodo spiegato** — o un modo di misurare il lavoro

Le stesse quattro verifiche fatte per questa lista
se ne manca una l’agenzia resta fuori: non è un giudizio sul lavoro

3 Le domande da fare al primo incontro

«Quali campi mettereste nel modulo di richiesta?»

> Dalla risposta vedi subito se hanno capito come vendi.

«Quante ore chiederete al responsabile tecnico e al commerciale nei primi mesi?»

> Se l’agenzia non conosce il tuo comparto, metti in conto più tempo per spiegarle prodotti, tolleranze e norme.

«Quanto dura il contratto minimo, e con quale preavviso si può disdire?»

> Chiedi anche: se smettiamo di lavorare insieme, sito, account pubblicitari e dati restano nostri?

Poi chiedi un preventivo diviso per voce

- con scritto che cosa ricevi a fine mese o a fine progetto
- il budget per Google o LinkedIn separato dal compenso

Fonte: criteri e domande di questo articolo; siti delle agenzie verificati il 09/11/2026

KLC www.klc.it