Thought leadership B2B

una tesi sostenuta da prove, firmata da chi sa

Quando serve, come si costruisce, come si sviluppa

1 Tesi o guida: dipende da che cosa puoi aggiungere

La tua esperienza propone un criterio nuovo?

no → **Guida tecnica**

risponde a «quali informazioni servono per chiedere un'offerta?» e intercetta ricerche già presenti

spiega bene ciò che si sa

sì → **Tesi**

spiega perché una pratica va ripensata in un contesto preciso: porta discussioni e citazioni

un criterio di scelta in più

Esempio: richieste che si fermano tardi

un vincolo di compatibilità emerge solo dopo la richiesta.

Tesi da verificare: chiarirlo prima evita confronti commerciali senza prospettiva.

Guida collegata: quali dati tecnici preparare per l'offerta

Le due funzioni possono stare nello stesso articolo

senza dati, casi o esperienza propria: meglio la guida

2 Una tesi credibile in sei elementi

Esempio costruito: le richieste raccolte con i moduli di un sito

1	**Contesto**	aziende con vendite tecniche e trattative lunghe
2	**Affermazione**	puntare solo sui moduli compilati può portare richieste poco utili alle vendite
3	**Spiegazione**	se ogni compilazione vale uguale, le differenze fra richieste restano nascoste
4	**Prove da cercare**	richieste, trattative avviate e motivi di scarto, con criteri coerenti
5	**Limiti**	pochi casi, dati incompleti, trattative ancora aperte
6	**Conseguenza**	valutare la qualità insieme alla quantità, anche con gli esiti commerciali

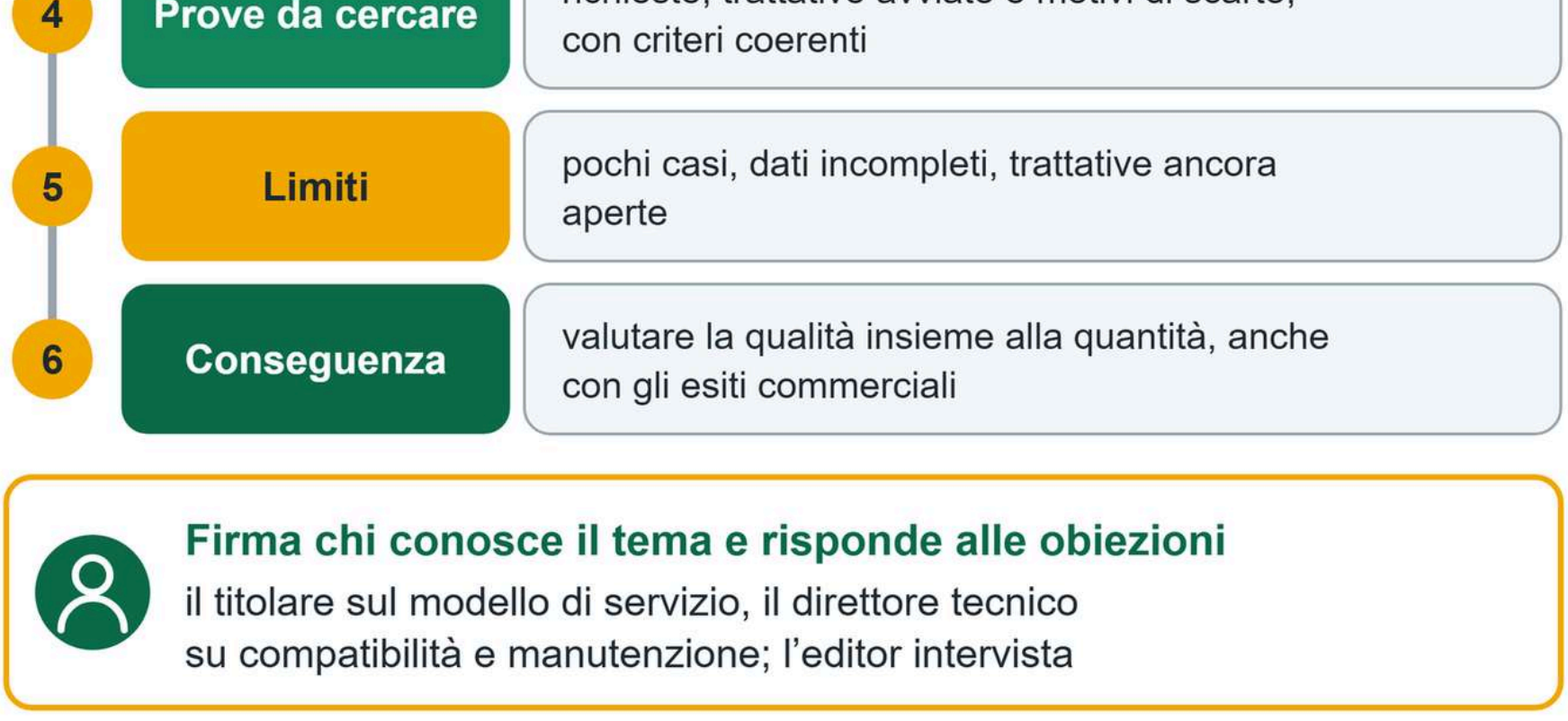
Firma chi conosce il tema e risponde alle obiezioni

il titolare sul modello di servizio, il direttore tecnico su compatibilità e manutenzione; l'editor intervista

Senza prove da indicare, prima si verifica

e se regge solo ignorando i casi contrari, diventa una guida

3 Dalla tesi madre ai contenuti, poi i segnali



Ogni contenuto ha la sua utilità; le cadenze sono esempi, non soglie

Tre segnali da tenere separati

Diffusione	Riconoscimento	Uso commerciale
arrivi ai ruoli scelti? quali argomenti vengono letti e discussi?	citazioni, inviti, richieste di parere, riuso di un tuo criterio	obiezioni affrontate, domande nuove, clienti che citano l'articolo

Nessun numero di mesi o di articoli garantisce risultati

una domanda ricorrente può diventare la prossima guida

Fonte: metodo ed esempi dell'articolo; indicazioni di Google

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Thought leadership B2B: quando serve e come costruire una tesi credibile
https://www.klc.it/blog/autorevolezza/thought-leadership-b2b-tesi-prove-e-distribuzione/