

Per un'agenzia di marketing o un consulente digital, il tempo è la risorsa più scarsa e preziosa. Gestire più progetti diversi significa spesso naufragare in un mare di tab aperti, credenziali smarrite e dati frammentati tra decine di tool diversi. C'è il software per l'email marketing, quello per le ADS, il CRM del cliente (spesso obsoleto) e fogli Excel infiniti per reportistica e pipeline.

Indice dei contenuti



- [1. La Frammentazione: Il Nemico Silenzioso dell'Agenzia Moderna](#)
- [2. Oltre il Database: Il CRM come Motore d'Azione](#)
- [3. La Dashboard Unificata di Stackly: Passare da un Progetto all'altro in un Click](#)
- [4. Sinergia Agenzia-Cliente: Configura l'Automazione, Abilita il Business](#)
- [5. Dalla Lead Generation alla Chiusura: Pipeline Integrate e Marketing Automation](#)
- [6. Esempi Pratici: Due scenari di successo con Stackly](#)
- [7. Il Ruolo dell'AI Generativa nel CRM Moderno](#)
- [8. FAQ: Tutto quello che devi sapere sul CRM Integrato](#)
- [9. Conclusione: Scalare l'Agenzia con un Sistema Centralizzato](#)

In questo scenario, il CRM non è più solo un contenitore di nomi. Deve diventare il **sistema operativo** della tua agenzia: un nucleo centrale dove la Marketing Automation (MA) e la gestione delle relazioni si fondono per generare risultati misurabili.

Grazie a **Stackly**, questa visione diventa realtà. In questa guida completa, vedremo come passare da una gestione "a silos" a un ecosistema integrato che permette alla tua agenzia di scalare, offrendo al contempo un valore senza precedenti ai tuoi client

1. La Frammentazione: Il Nemico Silenzioso dell'Agenzia Moderna

Molte agenzie lavorano ancora in modo "disconnesso". Acquisiscono lead con le Meta Ads, le inviano a un foglio Google, usano un software terzo per inviare una

sequenza di email e sperano che il cliente (l'azienda che ha pagato l'agenzia) aggiorni manualmente lo stato delle trattative su un altro CRM.

Questa frammentazione porta a tre problemi critici:

1. **Perdita di Dati:** I lead “cadono tra le crepe”. Un'email non inviata o un contatto non richiamato tempestivamente sono soldi persi.
2. **Inefficienza Operativa:** Il team dell'agenzia spreca ore ogni settimana a esportare e importare file CSV tra piattaforme diverse.
3. **Mancanza di Trasparenza:** Il cliente finale non ha una visione chiara di cosa stia succedendo, portando a dubbi sul valore del lavoro dell'agenzia.



2. Oltre il Database: Il CRM come Motore d'Azione

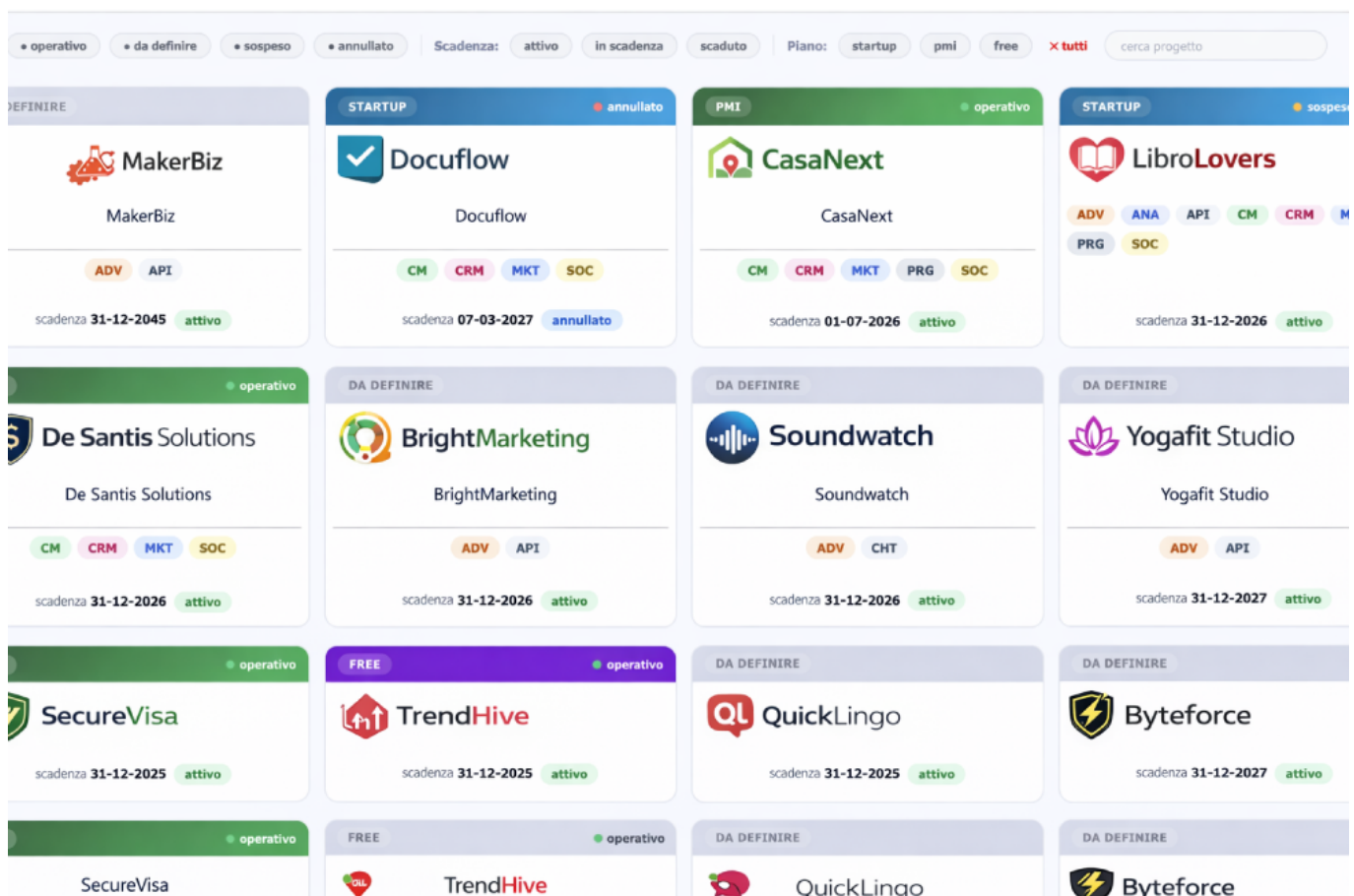
Un database tradizionale è passivo: contiene informazioni. Un CRM integrato con la Marketing Automation è **attivo**: scatena eventi.

Quando integri CRM e MA nello stesso ambiente operativo (come avviene in ogni progetto su Stackly), il contatto non è più una riga statica. È un'entità dinamica che:

- Entra nella pipeline tramite un form o una landing page.
- Riceve tag specifici in base al comportamento (es. "Interessato a Prodotto A").
- Riceve comunicazioni personalizzate via email o SMS in base alla sua posizione nel funnel.
- Notifica in tempo reale il commerciale del cliente quando è "caldo".

In questo modo, il CRM diventa il cuore pulsante che coordina ogni touchpoint del customer journey.

3. La Dashboard Unificata di Stackly: Passare da un Progetto all'altro in un Click



The screenshot displays a unified dashboard for Stackly, featuring a grid of project cards. At the top, there are filters for project status (operativo, da definire, sospeso, annullato) and a search bar. The cards are organized into a grid, each representing a different client project. Each card includes the client's logo, name, a status indicator (e.g., STARTUP, PMI, DA DEFINIRE), a list of service tags (e.g., ADV, API, CM, CRM, MKT, SOC), and a deadline date with a status (e.g., attivo, annullato). The projects shown include MakerBiz, Docuflow, CasaNext, LibroLovers, De Santis Solutions, BrightMarketing, Soundwatch, Yogafit Studio, SecureVisa, TrendHive, QuickLingo, and Byteforce.

Per un consulente o un'agenzia, la vera rivoluzione di Stackly risiede nella **gestione multi-progetto**. Immagina di gestire la strategia marketing per un negozio di

abbigliamento, uno studio legale e una catena di palestre.

Con Stackly, non devi disconnetterti e riconnetterti a dieci account diversi. Dalla tua dashboard principale, hai la lista completa dei tuoi clienti. Con un solo click, entri nell'ecosistema specifico di quel progetto.

- **Velocità:** Passi dal monitorare le automazioni del Cliente A alla gestione della pipeline del Cliente B in meno di 5 secondi.
- **Controllo Totale:** Ogni progetto ha il suo CRM dedicato, le sue automazioni, il suo Content Management e le sue Analytics, ma tutto è sotto il tuo cappello gestionale.
- **Standardizzazione:** Puoi creare modelli di automazione vincenti e replicarli rapidamente sui nuovi clienti, scalando il tuo business model.

4. Sinergia Agenzia-Cliente: Configura l'Automazione, Abilita il Business

Uno dei vantaggi competitivi più forti che puoi offrire come partner Stackly è il modello **"Done For You, Managed By Them"**.

L'agenzia agisce come l'architetto del sistema:

1. **Configurazione:** Imposti i flussi di Marketing Automation, crei i funnel e segmenti le liste.
2. **Personalizzazione:** Costruisci la pipeline di vendita nel CRM su misura per il processo commerciale del tuo cliente.
3. **Abilitazione:** Concedi l'accesso al cliente solo ai moduli necessari (ad esempio, solo il CRM e la gestione Social).

In questo scenario, il tuo cliente non deve preoccuparsi della complessità tecnica dell'automazione. Lui accede alla sua dashboard Stackly, vede i lead che hai generato e li sposta nella pipeline da "Contattato" a "Chiuso". Questo crea un legame indissolubile tra agenzia e cliente: gli stai fornendo non solo pubblicità, ma lo **strumento stesso con cui gestisce la sua azienda**.

5. Dalla Lead Generation alla Chiusura: Pipeline Integrate e Marketing Automation

Il segreto per un ROI elevato è la velocità di risposta. Un lead integrato direttamente nel CRM tramite Marketing Automation ha probabilità di conversione infinitamente superiori rispetto a un lead scaricato da un file Excel a fine giornata.

Ecco come fluisce il processo in un sistema integrato su Stackly:

- **Attrazione:** Le ADS (integrate e monitorate in piattaforma) portano l'utente su una landing page.
- **Acquisizione:** L'utente compila un form. Stackly crea istantaneamente il contatto nel CRM.
- **Nurturing:** L'automazione invia un'email di benvenuto e un contenuto di valore. Il CRM assegna un punteggio (Lead Scoring) in base alle interazioni.
- **Conversione:** Quando il lead raggiunge un certo punteggio, l'automazione lo sposta nella colonna "Hot Lead" della pipeline e invia un'email al cliente dell'agenzia.
- **Chiusura:** Il cliente apre Stackly, vede lo storico del lead e lo chiama. Sposta il contatto su "Vinto" e l'automazione smette di inviare email di vendita, iniziando quelle di onboarding.

Tutto questo avviene senza che l'agenzia debba muovere un dito dopo la configurazione iniziale.

6. Esempi Pratici: Due scenari di successo con Stackly

Scenario A: La Web Agency per il Settore Immobiliare

L'agenzia configura per l'immobiliare un sistema che cattura lead interessati a specifici quartieri.

- **L'Agenzia:** Gestisce le campagne e i flussi di email che inviano schede tecniche degli immobili.
- **Il Cliente (Agente Immobiliare):** Accede al CRM di Stackly per vedere chi ha cliccato sui link delle case. Usa la pipeline per tracciare le visite agli immobili.
- **Il Risultato:** L'agente vede il valore dell'agenzia ogni volta che apre il CRM e

trova appuntamenti pronti.

Scenario B: Social Media Manager per Local Business (es. Centri Estetici)

Il SMM gestisce i contenuti e le campagne di prenotazione.

- **Il SMM:** Crea un funnel di prenotazione con promemoria automatici via SMS.
- **Il Cliente (Titolare Centro):** Accede al modulo CRM per vedere il calendario delle prenotazioni e lo storico dei trattamenti di ogni cliente.
- **Il Risultato:** Riduzione drastica dei “no-show” e gestione professionale dei clienti ricorrenti.

7. Il Ruolo dell'AI Generativa nel CRM Moderno

Stackly integra l'**AI Generativa** direttamente nel flusso di lavoro. Questo non serve solo all'agenzia per scrivere copy più velocemente, ma potenzia il CRM stesso.

- **Risposte Intelligenti:** Il cliente dell'agenzia può usare l'AI per rispondere alle email dei lead nel CRM, mantenendo un tono professionale e coerente.
- **Sintesi dei Contatti:** L'AI può riassumere le interazioni passate di un cliente, permettendo all'operatore di avere un quadro chiaro prima di una chiamata di vendita.
- **Content Creation:** L'agenzia può generare intere sequenze di nurturing personalizzate per ogni segmento del CRM in pochi minuti, testando diverse varianti con una velocità impensabile in passato.



8. FAQ: Tutto quello che devi sapere sul CRM Integrato

D: Posso limitare ciò che il mio cliente vede su Stackly?

R: Assolutamente sì. Stackly è progettato per le agenzie. Puoi abilitare o disabilitare specifici moduli (CRM, Social, ADS, ecc.) per ogni singolo progetto, decidendo esattamente cosa il tuo cliente può gestire in autonomia.

D: Quanto tempo risparmio gestendo tutto da un'unica dashboard?

R: Le agenzie che passano da tool frammentati a Stackly riportano un risparmio medio del 30-40% del tempo operativo. Niente più login multipli, niente più integrazioni Zapier complesse e costose che si rompono continuamente.

D: Il CRM di Stackly è adatto anche a cicli di vendita lunghi (B2B)?

R: Sì, la pipeline è completamente personalizzabile. Puoi creare tutte le fasi necessarie, aggiungere campi personalizzati e automatizzare i follow-up anche su archi temporali di diversi mesi.

D: Posso migrare i dati dai CRM attuali dei miei clienti?

R: Certamente. Stackly permette l'importazione fluida di contatti e dati, rendendo il passaggio al nuovo sistema operativo semplice e veloce.

D: Cosa succede se gestisco più clienti diversi?

R: Stackly è costruito per scalare. La struttura a progetti ti permette di mantenere una separazione netta dei dati tra i clienti, pur mantenendo tu il controllo centralizzato da un'unica utenza agenzia.

9. Conclusione: Scalare l'Agenzia con un Sistema Centralizzato

Il futuro del marketing digitale non appartiene a chi sa usare meglio un singolo strumento, ma a chi sa costruire un **ecosistema** in cui i dati fluiscono senza ostacoli.

Passare da un semplice database a un sistema operativo integrato con **Stackly** significa tre cose per la tua agenzia:

1. **Maggior Valore Percepito:** Non vendi più solo "click", ma un'infrastruttura aziendale che aiuta il cliente a vendere.
2. **Margini Più Alti:** Riducendo il tempo speso in task tecniche e abbonamenti a software diversi, la redditività di ogni singolo cliente aumenta.
3. **Retention Migliore:** Quando un cliente gestisce la sua pipeline quotidiana all'interno di una piattaforma configurata da te, il tasso di abbandono (churn rate) crolla drasticamente.

Non lasciare che i dati dei tuoi clienti rimangano prigionieri di fogli Excel o software disconnessi. Trasforma la tua agenzia in una centrale operativa di MarTech.