

CASO STUDIO

MR

X

T30

DISPLAY SYSTEMS



Come T3 Systems ha aperto un **nuovo canale commerciale B2B su LinkedIn** quando Google Ads ha smesso di essere sufficiente

Settore: **Stand fieristici modulari / Allestimenti per fiere ed eventi**

Periodo: **10 settimane**

Strategia: **Campagna LinkedIn Outbound su target professional**

Obiettivo: **generare conversazioni commerciali con allestitori, stampatori digitali e agenzie**

Risultati Ottenuti

in 10 settimane

319

Nuovi collegamenti nella rete LinkedIn

128

Risposte ricevute

37

Risposte positive ricevute

2

Contatti trasformati in lavori e collaborazione continuativa

Oltre ai numeri di campagna, il progetto ha generato un asset commerciale importante: **un database di contatti B2B qualificati** nel mondo eventi, stampa digitale, allestimenti e comunicazione, **da riattivare nel tempo con follow-up mirati.**

La campagna non ha prodotto soltanto "lead". Ha permesso a T3 Systems di entrare in conversazione con aziende che prima non erano raggiunte da Google Ads e che potevano diventare partner, rivenditori, intermediari o generatori di nuovi progetti fieristici.

Ma facciamo un passo indietro...

Chi è T3 Systems Italia?

T3 Systems Italia è specializzata nella vendita e nel noleggio di stand fieristici modulari, riconfigurabili e riutilizzabili.

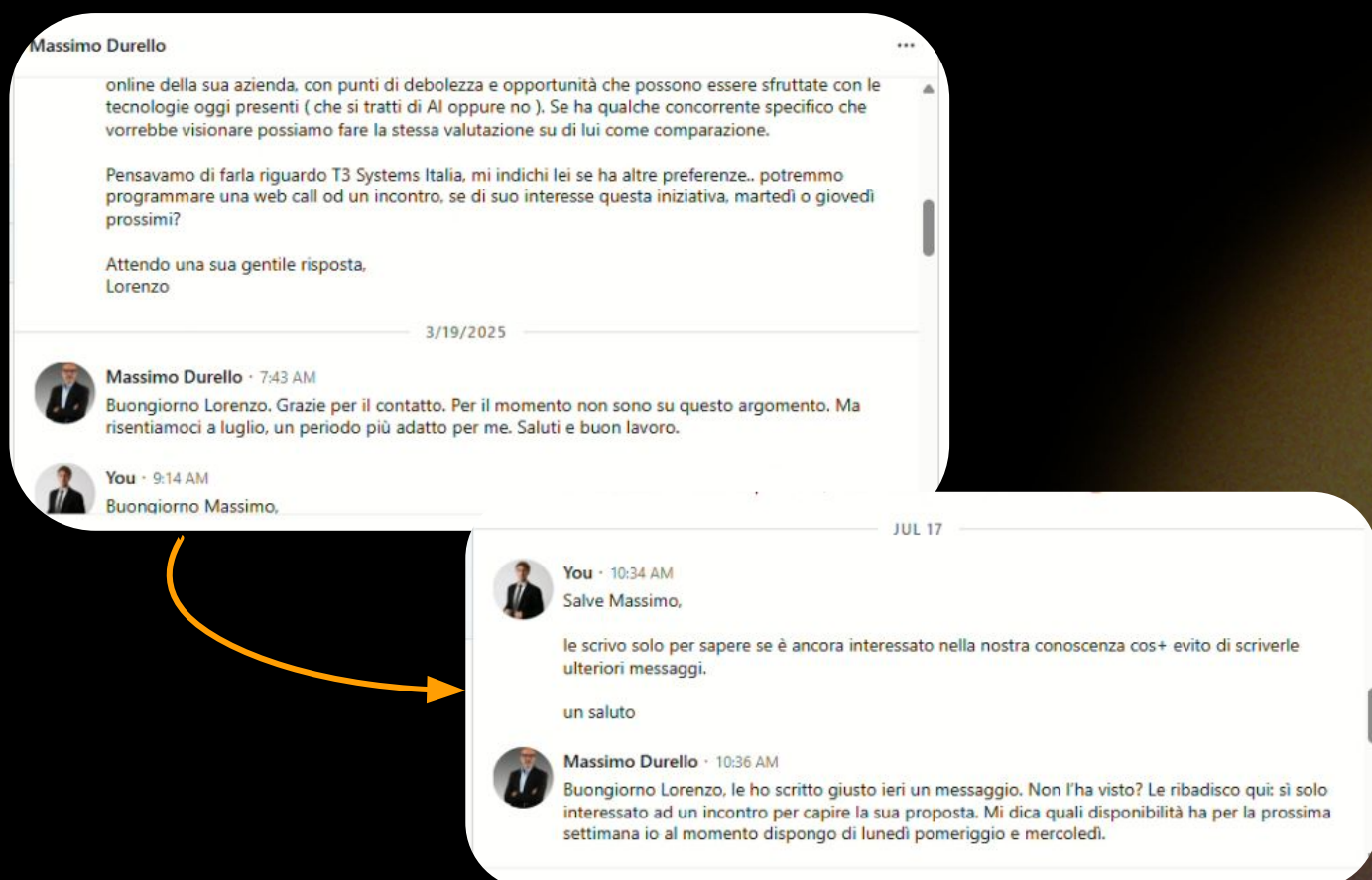
Il sistema T3 funziona come una struttura modulare tipo "LEGO": può essere montato senza attrezzi, riconfigurato per eventi diversi e riutilizzato nel tempo. Questo permette alle aziende e ai professionisti del settore fieristico di ridurre sprechi, costi logistici e tempi di montaggio.

La proposta di valore è particolarmente forte per chi partecipa a più fiere all'anno o per chi lavora nel mondo degli allestimenti e vuole proporre ai propri clienti soluzioni più rapide, sostenibili e flessibili.



Situazione di partenza

Prima dell'intervento di Marketing Rent, T3 Systems aveva già un prodotto solido e un posizionamento interessante: stand modulari sostenibili, riutilizzabili, compatti e montabili senza attrezzi.



Criticità principali



Dipendenza da Google Ads

T3 Systems generava molte opportunità da Google Ads, ma quando il canale ha iniziato a perdere efficacia, anche il flusso commerciale si è indebolito. Serviva una seconda leva di acquisizione, più attiva e meno dipendente dalle ricerche su Google.



Mercato molto specifico

T3 non parla a un solo pubblico. Allestitori, stampatori digitali e agenzie possono usare il sistema per motivi differenti. Per questo servivano messaggi specifici, costruiti sui problemi reali di ogni target.



Mercato professional non presidiato

T3 aveva un forte potenziale anche verso allestitori, stampatori digitali e agenzie, ma questi interlocutori non venivano raggiunti in modo sistematico. Mancava un canale diretto per entrare in relazione con possibili partner.



Messaggio non differenziato per target

Il sistema T3 poteva risolvere problemi diversi per pubblici diversi, ma serviva una comunicazione più mirata. Allestitori, stampatori e agenzie non avevano le stesse esigenze, quindi non potevano essere approcciati con lo stesso messaggio.

Obiettivi

01

Creare un **canale alternativo** a Google Ads

L'obiettivo principale era ridurre la dipendenza da Google Ads e costruire una nuova fonte di opportunità commerciali, capace di generare conversazioni anche quando le richieste in entrata rallentavano.

02

Raggiungere **nuovi partner B2B**

T3 Systems non voleva parlare solo ai clienti finali. Il progetto puntava anche a intercettare allestitori, stampatori digitali e agenzie di comunicazione, cioè realtà che potevano proporre il sistema T3 ai propri clienti.

03

Aprire **conversazioni qualificate**

La campagna non aveva l'obiettivo di fare volume fine a sé stesso. Serviva entrare in contatto con interlocutori realmente vicini al mondo fiere, eventi, stampa e allestimenti.

04

Costruire una **pipeline riattivabile**

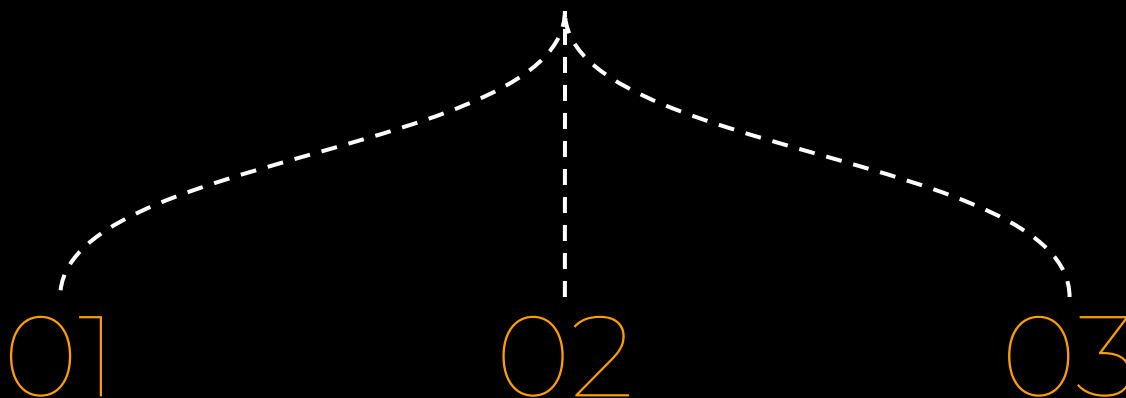
Ogni risposta, anche non immediatamente pronta, doveva diventare un contatto commerciale utile. L'obiettivo era creare una base di relazioni da seguire nel tempo, non solo appuntamenti immediati.

Strategia



Una campagna LinkedIn su tre target

Abbiamo costruito la campagna LinkedIn dividendo il pubblico in tre gruppi principali: allestitori fieristici, stampatori digitali e agenzie di comunicazione. La segmentazione era necessaria perché ogni target poteva vedere in T3 un vantaggio diverso.



Target allestitori

Messaggio focalizzato sulla difficoltà di mantenere margine sugli stand piccoli e medi, riducendo tempi, costi di montaggio e complessità operative.

Target stampatori

Messaggio centrato sull'opportunità di entrare nel mondo degli allestimenti fieristici, offrendo ai clienti un servizio più completo senza cambiare mestiere.

Target agenzie

Messaggio orientato alla necessità di avere un partner tecnico affidabile per gestire progetti fieristici personalizzati, sostenibili e dentro il budget.

Risultati Ottenuti

In percentuale

Richieste inviate

1.160

Collegamenti accettati

335

29%

su invii

Messaggi di proposta inviati

578

Risposte totali ricevute

132

23%

su messaggi

Risposte positive

37

28%

su risposte

Trattative attive

2

5%

su risposte positive



Guarda la recensione che
ci ha fatto Massimo:

[Guarda il video](#)



Vuoi ottenere **risultati simili
per la tua azienda?**

Scopri come Marketing Rent può aiutarti a
costruire un sistema di acquisizione clienti
digitale, misurabile e su misura per il tuo
settore.

Consulenza strategica **gratuita** + **Audience Report** con proiezioni

Analizziamo insieme:

- Il vostro mercato target e ICP ideale
- I canali attuali di acquisizione e cosa non funziona
- Proiezione realistica di contatti, risposte e appuntamenti
- Un piano preliminare di outreach personalizzato

Compila il modulo

