

CASO STUDIO

MR

X



componentimeccanici
copra



Come un'azienda che produce minuterie metalliche ha ottenuto **5 richieste di offerta in 6 settimane** grazie a **LinkedIn Outbound** e **Analisi di Mercato B2B**

Settore: **Meccanica di Precisione / Minuterie Metalliche**

Periodo: **Gennaio – Febbraio 2026 (6 settimane)**

Strategia: **Analisi di Mercato B2B + Campagna LinkedIn Outbound**

Risultati Ottenuti

Gennaio – Febbraio 2026

+267 Nuovi collegamenti nella rete LinkedIn

91 Comunicazioni aperte con Buyer

21 Risposte positive al contatto ricevute

5

Richieste di offerta generate

3

Trattative commerciali attive

Oltre ai numeri di campagna, il progetto ha generato un asset strategico di **lungo periodo**: un database di **oltre 100 contatti qualificati** censiti e categorizzati, composto da decision maker (uffici acquisti, uffici tecnici, titolari) di aziende manifatturiere in target nei settori **rubinetteria, valvolame, oleodinamica, nautica** e **alimentare**. Contatti che potranno maturare nei mesi successivi attraverso attività di nurturing e follow-up commerciale.

Ma facciamo un passo indietro...

Chi è Copra SRL?

Copra SRL è un'azienda meccanica piemontese con più di **40 anni di esperienza nella produzione di minuterie metalliche di precisione su disegno del cliente.**

L'azienda conta 20 dipendenti e opera principalmente su acciaio inossidabile, ottone e leghe speciali (incluse le nuove leghe green senza piombo), attraverso processi di tornitura e fresatura con tolleranze strette.

I settori serviti includono rubinetteria, valvolame industriale, impiantistica gas, oleodinamica, nautica e settore alimentare.



componentimeccanici
copra

Situazione di partenza

Prima dell'inizio della collaborazione con Marketing Rent, Copra SRL presentava un modello di sviluppo business tipico delle PMI manifatturiere italiane: dipendenza quasi totale dal passaparola e da contatti acquisiti in fiera nel corso degli anni.

11 NOV



Tu · 17:07

Buongiorno Maurizio,
immagino che la mia precedente comunicazione sia stata persa fra i numerosi messaggi che le saranno arrivati.

Può essere d'interesse per lei sentirci telefonicamente nei prossimi giorni?

Cordialmente.



Maurizio Prandina · 20:19

Buonasera Lorenzo, mi scusi ma non avevo letto il suo messaggio.
Mi chiami quando vuole [REDACTED]

Quando Lorenzo ha contattato Maurizio (Titolare di Copra) su LinkedIn e Alessandro lo ha sentito al telefono la situazione era chiara: Maurizio sapeva che per trovare nuovi clienti **doveva fare qualcosa** ma non si era mai mosso online a causa del solito approccio delle agenzie di marketing, che mirano solo al loro guadagno.

Già **2 agenzie infatti avevano proposto preventivi da 20.000€ ciascuna** senza un approccio strategico chiaro, spaventando il titolare e rafforzando la diffidenza verso il marketing digitale. Marketing Rent opera invece come un responsabile marketing a noleggio, creando soluzioni su misura e senza spendere in prima battuta cifre così importanti.

Criticità principali



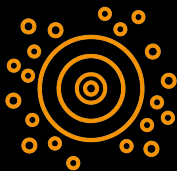
Dipendenza dal passaparola e assenza di canali attivi.

Il 99% delle richieste arrivava via email in modo passivo, senza alcun processo strutturato di acquisizione clienti. L'azienda non aveva mai condotto attività di outreach digitale e non disponeva di strumenti per generare opportunità commerciali in modo proattivo.



Nessuna presenza digitale attiva.

Il profilo LinkedIn del titolare non era mai stato utilizzato per attività commerciali. Il sito web esisteva ma non era ottimizzato per la conversione. Non erano presenti strumenti di monitoraggio (GA4, Search Console) né un CRM.



Difficoltà a raggiungere clienti di qualità.

Dopo due anni negativi, l'obiettivo di Copra non era semplicemente aumentare il numero di clienti, ma individuare aziende strutturate in settori specifici dove le competenze di Copra potessero generare il massimo valore. Il passaparola non garantiva questo tipo di selezione.



USP

Non era chiaro come si distinguevano dai concorrenti e perché dovevano scegliere loro che non avevano un'idea chiara della situazione nel loro mercato.

Obiettivi

01

Attivare un canale di acquisizione clienti digitale

Passare da un modello passivo (passaparola) a un sistema attivo e misurabile per generare contatti commerciali con aziende in target.

02

Entrare in relazione con nuovi potenziali clienti

Intercettare decision maker (uffici acquisti, uffici tecnici, titolari) di aziende manifatturiere in settori strategici per Copra: rubinetteria, valvolame, oleodinamica, alimentare, nautica con cui instaurare un rapporto.

03

Strutturare le basi di un processo commerciale digitale

Dotare Copra di un CRM commerciale semplificato, un flusso di follow-up e le basi per attività future (SEO, email marketing, contenuti sulla pagina LinkedIn).

Strategia



Analisi di Mercato B2B

Il primo passo è stato uno **studio approfondito del mercato** di Copra per definire con precisione chi contattare, con quale messaggio e su quali settori concentrare gli sforzi. L'analisi ha coperto: segmentazione dei settori target, mappatura dei decision maker per tipologia di azienda, analisi dei competitor diretti, definizione del messaggio differenziante basato sui punti di forza reali di Copra.

Abbiamo poi analizzato se c'erano ricerche all'interno di Google per i suoi prodotti e se erano in crescita oppure erano in calo.



Campagna LinkedIn Outbound

Sulla base dell'analisi, abbiamo costruito una **campagna di Contatto LinkedIn** sul profilo di Maurizio. La strategia prevedeva tre target distinti con messaggi personalizzati per ciascun segmento:

01

Target Rubinetteria e arredo bagno

Messaggio focalizzato sulla difficoltà di trovare un fornitore meccanico affidabile con consegne puntuali.

02

Nautica e cantieristica

Messaggio centrato su componenti resistenti alla corrosione, pressione e utilizzo continuo in applicazioni marine.

03

Valvolame e oleodinamica

Messaggio orientato a precisione, ripetibilità del processo e supporto tecnico per componenti critici soggetti a pressione.

Implementazione

Ottimizzazione profilo LinkedIn

Il profilo LinkedIn di Maurizio è stato trasformato da semplice presenza personale a strumento commerciale: headline professionale con posizionamento chiaro, sezione "Informazioni" riscritta con focus su settori serviti, certificazioni e proposta di valore, immagine di copertina brandizzata Copra SRL



Esecuzione della campagna (6 settimane)

1° step → 2° step → 3° step

Richiesta
collegamento
personalizzata

Messaggio di
proposta con call to
action alla chiamata

Follow up per i non
rispondenti

Media di **100 collegamenti** al giorno con proposta inviata entro **24/48 ore**.

CRM commerciale e coaching strategico

Abbiamo implementato un CRM commerciale semplificato per tracciare ogni contatto generato dalla campagna: **nome, azienda, esito, note, follow-up programmati**. In parallelo, attraverso sessioni di coaching strategico settimanali, abbiamo supportato Maurizio e Valentina nella gestione delle conversazioni commerciali, nella preparazione delle offerte e nell'ottimizzazione del processo di follow-up.

Risultati Ottenuti

In percentuale

Collegamenti accettati su invii

793

Collegamenti accettati

238

30%
su invii

Messaggi di proposta inviati

359

Risposte totali ricevute

91

25%
su messaggi

Risposte positive

21

23%
su risposte

Richieste di offerta

5

24%
su risposte positive

Trattative attive

3

60%
su offerte richieste

Contatti commerciali di rilievo generati

15:54

Maurizio Buongiorno, mi scusi ma è un periodo molto intenso. le allego a breve un disegno, per favore lo valuti, a mia memoria le ho già negli anni passati fatto chiedere dei preventivi dal mio ufficio acquisti ma probabilmente eravate fuori target

mi mandi pure offerta formale per 1500pz

PDF CM055LV0000 2321.pdf
138 KB

Tu · 15:56

Buongiorno Valerio, grazie per la richiesta. Le farò avere una quotazione entro martedì

Project & Development Coordinator p
SpA

Salvato

Mobile - 1 giorno fa

21 collegamenti in comune

attuali o futuri.

Resto volentieri disponibile per una breve call nei prossimi giorni, anche in un momento a tua scelta.

Un saluto,
Maurizio

5 MAR

07:00

Buongiorno Maurizio, scusami non ho proprio dato importanza alla chat. Ti ringrazio per avermi scelto, abbiamo già i nostri fornitori, ma resto comunque interessato a valutare una collaborazione. Abbiamo un ramo di azienda che si occupa di macchine a "catalogo" quindi produciamo lotti (piccoli di 10 macchine) e vorrei capire se voi sareste un possibile partner. Puoi inviarmi la presentazione della vostra azienda gentilmente.
Produzione@[redacted].com

Grazie ancora

Production manager
1°

Salvato

2 collegamenti in comune

in questo ambito e fondamentale poter contare su fornitori in grado di garantire precisione, ripetibilità e stabilità del processo, soprattutto su particolari soggetti a pressione, tenuta e cicli di lavoro continui.

In Copra Srl realizziamo componenti torniti e fresati di precisione su disegno del cliente, lavorando su acciaio inox e leghe tecniche, anche su piccoli e medi lotti. Affianchiamo il cliente anche in fase di valutazione tecnica per ridurre rischi produttivi e garantire risultati costanti nel tempo. Se state valutando nuovi fornitori o avete in sviluppo componenti particolarmente critici, possiamo confrontarci per capire come possiamo esservi utili.

Che ne dici di sentirci per una breve chiamata nei prossimi giorni?

Un saluto,
Maurizio Prandina
Titolare di Copra Srl

10:21

Buongiorno Prandina, ho inviato alcuni disegni per offerta all'indirizzo info@coprasrl.it

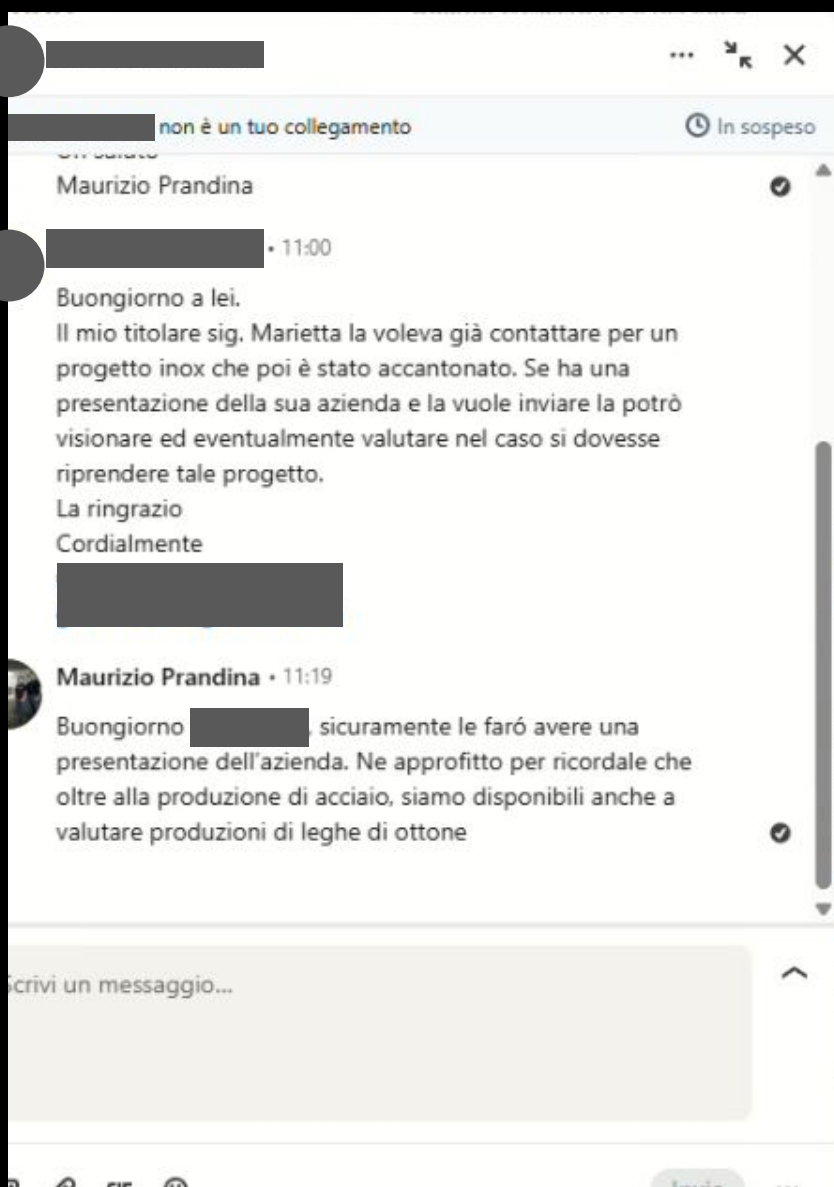
CEO [redacted] 1° ic - ITALY.

Salvato

Mobile - 9 minuti fa

10 collegamenti in comune

Contatti commerciali di rilievo generati



Crescita della rete professionale

A questi si aggiungono decine di contatti classificati come "Futuro" nel CRM: responsabili che hanno inoltrato la presentazione internamente, lasciato email o numero di telefono, o **dichiarato disponibilità a valutare collaborazioni su progetti futuri.**



Guarda la recensione che
ci ha fatto Maurizio:

[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

