DNART
SEO · AI · AUTOMAZIONI

PRESENTAZIONE

LEAD GENERATION B2B SU LINKEDIN

SETACCIO

CONTATTI CHE VALE LA PENA CHIAMARE.

Il sistema che studia i prospect uno per uno, apre la conversazione in pubblico e passa al commerciale solo chi ha dato un segnale.



NOVEMBRE 2026 · STEFANO GIURIN, DNART

IL COSTO NON È IL CONTATTO. È LA TELEFONATA SBAGLIATA.

01

LISTE FREDDE

Nomi estratti in blocco o comprati. Corrispondono al profilo, ma nessuno sa se quella persona ha un problema adesso.

02

MESSAGGI IN SERIE

Lo stesso testo a cento persone. Chi lo riceve lo riconosce in due righe, e il profilo che scrive perde credibilità a ogni invio.

03

TELEFONATE A VUOTO

Il commerciale chiama chi non aspetta la chiamata. Il tempo va a spiegare chi sei, non a capire cosa serve al cliente.

Il punto non è avere più nomi. È sapere **chi chiamare per primo, e perché**.

UN SETACCIO TRA LINKEDIN E IL TUO COMMERCIALE.

Setaccio lavora prima della telefonata: al commerciale arriva solo chi ha mostrato interesse, con parole sue.

01

TROVA

Seleziona su Sales Navigator i profili che corrispondono al tuo cliente ideale e li studia uno per uno: post, sito, dati pubblici.

→

02

APRE

Commenta i loro post con osservazioni di merito, lascia un regalo utile e manda l'invito con una nota che richiama lo scambio.

→

03

CONSEGNA

Quando qualcuno risponde nel merito, al commerciale arriva una scheda: chi è, cosa ha detto, perché chiamarlo.

Tu definisci il cliente ideale e approvi i testi. **Ricerca, scrittura e selezione le fa Setaccio.**

PRIMA IL PUBBLICO, POI IL PRIVATO.

01
RICERCA
Ricerche Sales Navigator sul tuo cliente ideale: settore, ruolo, dimensione, area.

02
STUDIO
Per ogni profilo, gli ultimi post e il sito aziendale. Si cerca un dettaglio concreto da cui partire.

03
CONTATTO
Commenti di merito in pubblico, poi l'invito con nota. Il messaggio privato arriva solo se c'è un motivo.

04
SELEZIONE
Chi risponde nel merito diventa una scheda per il commerciale. Gli altri restano in sequenza.

LA SEQUENZA, PER OGNI PERSONA

GIORNO 1
Segui e primo commento, con il regalo se il tema del post lo prevede

GIORNO 2
Secondo commento, su un altro post

GIORNO 3
Invito con una nota che richiama lo scambio

DOPO L'ACCETTAZIONE
Messaggio privato solo se c'è un motivo per scriverlo

IL TUO PROFILO NON DIVENTA UN BOT.

SETACCIO SCRIVE CON IL TUO NOME.

PER QUESTO HA REGOLE CHE NON SI SALTANO.

01 **NESSUN TESTO IN SERIE**
Ogni commento e ogni nota partono da un dettaglio di quella persona: un post, una pagina del sito, un dato pubblico.

02 **APPROVI TU**
Ogni giorno ricevi il lotto con i testi. Parte solo quello che hai approvato.

03 **RITMO UMANO**
Volumi giornalieri contenuti e messaggi privati distanziati di almeno 6,5 minuti.

04 **STOP IMMEDIATO**
Al primo avviso o CAPTCHA di LinkedIn il lavoro si ferma e ti avvisiamo.

05 **NIENTE CALL NEL PRIMO MESSAGGIO**
Si risponde nel merito. La proposta arriva quando è l'altro a chiedere come lavori.

DNART HA USATO SETACCIO SU SÉ STESSA.

21 ottobre – 18 novembre 2026 · profilo LinkedIn del titolare · target: PMI manifatturiere ed esportatrici, studi professionali, servizi B2B

MESSAGGI PRIVATI AI NUOVI COLLEGAMENTI

110
primi messaggi privati inviati

79%
letti: almeno 79 dei primi 100

27%
risposte: 30 persone su 110

3
contatti da passare al commerciale (pagina 8)

RICERCA E SEQUENZA PUBBLICA · SEQUENZA ATTIVA DAL 16 NOVEMBRE

160
profili estratti da Sales Navigator

28
persone in sequenza: segui e commenti

44
commenti pubblici di merito sotto i loro post

16 → 3
inviti con nota, 3 già accettati (2 in circa 15 minuti)

Dati al 18/11/2026. LinkedIn mostra la lettura solo se il destinatario tiene attive le conferme: il dato reale è almeno questo. La sequenza pubblica è in corso da tre giorni.

DAL CAMPO

Finalmente un modo apprezzabile di approcciare una conversazione.

Imprenditore del settore tecnologico, dopo aver accettato l'invito con nota. Ha aggiunto che avrebbe segnalato il contributo al suo team marketing.

TRE CONTATTI DA CHIAMARE, TROVATI SENZA CHIAMARE NESSUNO.

Setaccio non chiude contratti: li prepara. Dai primi messaggi sono uscite tre conversazioni, ognuna con un motivo preciso per telefonare.

SITO + LINKEDIN

Co-founder · agenzia di marketing e comunicazione

> «Sì, lo sappiamo, abbiamo in pipeline di doverlo rifare. [...] I clienti arrivano soprattutto da attività outbound e LinkedIn.»

PERCHÉ CHIAMARLO

Il sito è da rifare ed è già in programma; il canale che porta clienti è LinkedIn. Due temi concreti per una telefonata.

COMPRATORE O PARTNER

Founder e CEO · software house, AI per l'elaborazione di documenti

> «Tu su quale di questi aspetti stai lavorando? Mi incuriosisce cosa ti ha portato a farci questa domanda.»

PERCHÉ CHIAMARLO

Ha risposto nel merito con dettagli tecnici e ha chiesto lui di cosa ci occupiamo. Può diventare cliente o partner tecnico.

FORNITORE O COLLABORAZIONE

Referente nazionale · network d'impresa

> Ha proposto lui una breve call per vedere «tutto quello che ti interessa» e ha mandato la brochure del servizio.

PERCHÉ CHIAMARLO

La call l'ha chiesta lui. Si parte da un interesse dichiarato, non da un'interruzione.

AL COMMERCIALE ARRIVA UNA SCHEDA, NON UN NOME.

01 CHI È
Ruolo, azienda, settore, dimensione.

02 COSA HA DETTO
Le sue parole, con la data.

03 IL PERCORSO
Post commentati, regalo, invito, risposte.

04 PERCHÉ CHIAMARLO
Il bisogno emerso, in una riga.

05 COME APRIRE
Il punto da cui ripartire, senza ricominciare da zero.

SCHEDA CONTATTO — ESEMPIO · DATI INVENTATI

CHI È	Direttore commerciale · componenti meccanici · 60 dipendenti · export
COSA HA DETTO	«Le richieste dall'estero arrivano quasi tutte dalle fiere. Online ci trovano in pochi.» · 12/11
PERCORSO	2 commenti ricambiati · invito accettato · ha risposto al primo messaggio
PERCHÉ CHIAMARLO	Cerca un canale per i buyer esteri che non passi solo dalle fiere.
COME APRIRE	Ripartire dalla sua frase sulle fiere e chiedere quali mercati contano di più.

OGNI CONTATTO HA UN PUNTEGGIO.

Con Plus ogni persona riceve un punteggio da 0 a 100 ed entra in una lista ordinata per il reparto commerciale. Si chiama dall'alto verso il basso.



PUNTI	RUOLO · SETTORE	SEGNALE	AZIONE
86	CEO · packaging, export	ha chiesto come lavori	CHIAMARE
74	Resp. marketing · software B2B	risposta nel merito	CHIAMARE
58	Titolare · studio tecnico	commenti ricambiati	COLTIVARE
31	Dir. commerciale · meccanica	invito accettato	IN SEQUENZA

Esempio illustrativo con dati inventati. Criteri, pesi e soglie si concordano con te all'avvio. La lista si aggiorna ogni settimana, in un foglio condiviso o nel tuo CRM.

STESSO METODO, DUE LIVELLI.

FUNZIONE	SETACCIO	SETACCIO PLUS
Cliente ideale e ricerche Sales Navigator	✓	✓
Profili LinkedIn gestiti	1	fino a 2
Nuovi profili studiati al mese (post, sito, dati pubblici)	150	300
Sequenza pubblica: segui, 2 commenti, invito con nota	✓	✓
Testi approvati da te, un lotto al giorno	✓	✓
Regalo preso dalle tue risorse esistenti	✓	✓
Nuovo contenuto regalo ogni mese (guida o checklist PDF)	—	✓
Tracciamento dei regali con link UTM	—	✓
Primo messaggio privato, solo quando c'è un motivo	✓	✓
Gestione delle conversazioni fino al passaggio al commerciale	—	✓
Schede dei contatti caldi	✓	✓
Punteggio 0–100 su ogni contatto	—	✓
Lista ordinata per il commerciale, aggiornata ogni settimana	—	✓
Report	mensile	settimanale
Revisione mensile di 30 minuti	—	✓

QUANTO COSTA L'ALTERNATIVA.

ALTERNATIVA	COME FUNZIONA	COSTO INDICATIVO
Software di automazione degli invii	Licenza: i messaggi li scrivi e li mandi tu, in serie	**da poche decine di € al mese per utente**
Servizio gestito a canone (USA)	Outreach LinkedIn in abbonamento	**397–997 $ al mese** [1]
Agenzia italiana a canone	Lead generation B2B gestita	**800–4.000 € al mese, dall'avvio al regime** [2, 4]
Programma su misura (USA)	Sistema LinkedIn gestito per 90 giorni, oppure costruito e consegnato	**3.500 $ al mese, oppure 12.000 $ una tantum** [3]
Pagamento ad appuntamento (Italia)	Paghi ogni appuntamento fissato	**250–400 € ad appuntamento, più attivazione** [2]
SDR interno	Una persona dedicata in azienda	**35.000–50.000 € il primo anno, 3–6 mesi per andare a regime** [2]
Setaccio · Setaccio Plus	Selezione, conversazione e schede; con Plus anche punteggio e lista per il commerciale	**1.200 € · 2.200 € al mese**

Setaccio sta nella fascia medio-alta del mercato italiano. Nel caso DNArt (3 contatti in 4 settimane) il canone base vale circa 400 € a contatto da chiamare, come un appuntamento a pagamento. Rispetto a un SDR interno **parte in due settimane e si può fermare dopo tre mesi**.

Fonti: [1] cleverly.co/faq · [2] clientium.it, costi della lead generation B2B (luglio 2026) · [3] tacteradigital.com · [4] starleadsrl.it. Prezzi pubblici rilevati a novembre 2026, indicativi; dollari non convertiti.

DUE LIVELLI, UN PREZZO CHIARO.

SETACCIO

1.200 € al mese

Attivazione: 900 € una tantum

- 1 profilo LinkedIn, 150 profili studiati al mese
- Sequenza pubblica e primo messaggio, con i testi approvati da te
- Schede dei contatti caldi per il commerciale
- Report mensile

CONSIGLIATO

SETACCIO PLUS

2.200 € al mese

Attivazione: 1.500 € una tantum

- Fino a 2 profili LinkedIn, 300 profili studiati al mese
- Conversazioni gestite fino al passaggio al commerciale
- Punteggio 0–100 e lista ordinata, aggiornata ogni settimana
- Un nuovo regalo ogni mese, tracciato; report settimanale e revisione mensile

Durata minima 3 mesi, poi mese per mese: la prova costa 4.500 € con Setaccio, 8.100 € con Plus. **Importi finali, IVA non dovuta.** Non inclusi: licenza Sales Navigator del tuo profilo (circa 90–120 € al mese, pagati a LinkedIn) e pubblicità a pagamento.

TRE PASSI, POI SI CHIAMA.

01 **CALL DI 30 MINUTI**

Capiamo chi è il tuo cliente ideale e se LinkedIn è il canale giusto per raggiungerlo.

02 **ATTIVAZIONE · PRIME 2 SETTIMANE**

Ricerche Sales Navigator, regole di scrittura sulla tua voce, scelta del regalo. Con Plus, anche criteri e pesi del punteggio.

03 **A REGIME · DALLA TERZA SETTIMANA**

Lotti giornalieri da approvare, schede dei contatti caldi, report.

COSA SERVE DA TE

- Un profilo LinkedIn con Sales Navigator
- Una persona che approva i testi ogni giorno
- Un commerciale che chiama entro 24 ore dalla scheda

DNART
SEO · AI · AUTOMAZIONI

STEFANO GIURIN

Comunicazione dal 1994, DNArt dal 2001, SEO dal 2008, sistemi AI dai primi LLM.

DNArt — Strumenti di Comunicazione · dal 2001
via Pietro Tomba 13 · 48018 Faenza (RA)
P.IVA 02593150390
+39 351 965 0299 · info@dnart.it · dnart.it

PRENOTA LA CALL DI 30 MINUTI →

calendly.com/stefano-giurin/30min