

PRIMA DI CERCARE NUOVI CLIENTI

Manuale operativo per riattivare clienti, relazioni e fiducia già costruita

Playbook passo passo per leggere la banca dati, costruire un'offerta di rientro e verificare in 30 giorni se esiste una leva reale nella tua attività.



Nota

Questo manuale è uno strumento operativo e strategico. Non sostituisce consulenza legale, fiscale, giuslavoristica o in materia di protezione dei dati personali. I modelli e le schede operative, in particolare quelli relativi alla gestione dei dati, alla nomina interna e alla premialità, dovranno essere verificati con professionisti competenti prima dell'uso.

Introduzione

Prima di cercare fuori, guarda cosa hai già lasciato fermo

Quando un'attività rallenta, la reazione più comune è cercare fuori: nuovi clienti, nuovi canali, nuove campagne, più presenza, più esposizione. È una reazione comprensibile, perché la mancanza si vede prima di tutto all'esterno: meno richieste, meno appuntamenti, meno preventivi, meno ingressi.

Ma in molte attività già avviate il problema non è soltanto la nuova acquisizione. Spesso manca una lettura ordinata di ciò che è già stato costruito: clienti già serviti e mai più richiamati, relazioni aperte e lasciate sospese, preventivi non chiusi, richieste non sviluppate, fiducia accumulata che non è mai stata trasformata in continuità.

Questo manuale serve a lavorare su quella base. Non propone scorciatoie e non offre una raccolta di messaggi pronti. Guida un processo semplice nella forma, ma preciso nell'esecuzione: capire se nella tua attività esiste già un patrimonio commerciale, relazionale e fiduciario fermo, e se quel patrimonio può essere rimesso in movimento con criterio.

La sequenza è ordinata: prima leggi la banca dati, poi costruisci una ragione credibile per riaprire alcune relazioni, infine verifichi in 30 giorni se quella leva produce segnali reali. Il punto non è fare tutto. Il punto è fare una prova piccola, governata e leggibile.

Come usare questo manuale

Questo manuale non va letto come un testo teorico. Va usato come una traccia di lavoro: leggere, scegliere, compilare, verificare, decidere. Ogni parte corrisponde a un passaggio operativo e deve produrre un risultato minimo.

La prima regola è non saltare subito ai messaggi. Molti, quando pensano alla riattivazione, vogliono immediatamente sapere cosa scrivere, se usare WhatsApp o e-mail, se essere più caldi o più diretti. Sono domande comprensibili, ma premature. Prima del messaggio viene la lettura della base.

La seconda regola è non lavorare tutto. Questo manuale non serve a riattivare tutti i clienti passati e non serve a svuotare un archivio. Serve a costruire una prima prova ordinata su un gruppo ristretto e sensato.

La terza regola è non confondere intuizione e verifica. Dire 'qui forse c'è qualcosa' non basta. Una leva va verificata con una lista minima, una proposta di rientro, una sequenza di contatto, una responsabilità chiara e alcuni segnali da leggere.

Sintesi operativa

Output del passaggio: hai capito la sequenza generale: lettura della base, costruzione della ragione di rientro, prova di 30 giorni, diagnosi del blocco.

Errore da evitare: usare il manuale per cercare subito una frase da copiare.

Quando puoi passare oltre: puoi passare alla Parte 1 quando accetti di lavorare prima sulla base e solo dopo sui messaggi.

PARTE 1 - Leggere la banca dati

La prima parte serve a trasformare un insieme di contatti in una base leggibile. Non basta avere numeri, nomi, chat, fatture o vecchi preventivi. Serve capire che cosa significano, che relazione rappresentano e se possono entrare in una prova di riattivazione.

I contatti non sono ancora una banca dati

Molte attività credono di avere una banca dati perché hanno dei contatti: numeri di telefono, e-mail, vecchie fatture, chat WhatsApp, rubriche, fogli Excel, nomi salvati in agenda, preventivi mai chiusi. Tutto questo può essere materiale utile, ma non è ancora una banca dati operativa.

Una rubrica conserva nomi. Una banca dati operativa conserva possibilità. La differenza è decisiva: un contatto diventa utile solo quando è leggibile. Devi sapere chi è, che relazione ha avuto con te, quando è avvenuto l'ultimo rapporto utile, perché la relazione si è fermata, quanto può valere oggi e se esiste una ragione credibile per riapirla.

La banca dati non deve essere perfetta. La ricerca della perfezione, spesso, è una scusa per non iniziare. Deve però essere sufficiente per decidere. Il suo compito non è archiviare tutto, ma distinguere che cosa può essere lavorato, che cosa va verificato e che cosa non deve entrare nella prima prova.

Dove si trova il patrimonio già costruito

Il patrimonio già costruito raramente si trova in un unico posto. Di solito è disperso: una parte è nelle fatture, una parte nelle e-mail, una parte su WhatsApp, una parte nei preventivi, una parte nella memoria di chi lavora nell'attività, una parte nei clienti che hanno acquistato una sola volta.

Il primo lavoro non è scrivere a qualcuno, ma ricostruire le fonti. Devi chiederti dove si trova la memoria relazionale dell'attività: clienti già serviti, clienti ricorrenti poi spariti, preventivi inviati e non chiusi, richieste arrivate e mai sviluppate, appuntamenti fatti, contatti da eventi, segnalatori, partner, ex collaboratori, contatti qualificati da passaparola.

Non tutto ciò che trovi va inserito nella prova. Entra nella banca dati operativa solo ciò che ha avuto almeno una traccia reale di relazione: un acquisto, una richiesta, un incontro, una proposta, una conversazione significativa, una segnalazione, un passaggio concreto. Il resto può restare fuori dalla prima selezione.

La scheda minima e i tre criteri di lettura

Per trasformare un elenco in una banca dati operativa serve una scheda minima. Non deve essere lunga. Deve essere utile. Se è piena di campi inutili, nessuno la compila. Se è troppo povera, non permette decisioni.

I campi essenziali sono: nome o azienda, categoria del contatto, canale disponibile, ultimo rapporto utile, che cosa è successo, valore della relazione, motivo per cui si è fermata, possibile ragione di rientro, accessibilità, nota di contesto, classe A/B/C.

Dopo la scheda, ogni contatto va letto con tre criteri: attualità, accessibilità e pertinenza. Attualità significa chiedersi se la relazione ha ancora senso oggi. Accessibilità significa verificare se esiste un canale realistico e corretto. Pertinenza significa capire se esiste una ragione credibile per ricontattare quella persona senza trasformare il contatto in un pretesto.

La pertinenza è il criterio più importante. Se manca, il messaggio può anche essere gentile, ma resta debole. La persona sente che non stai riaprendo una relazione: stai cercando un'occasione per vendere.

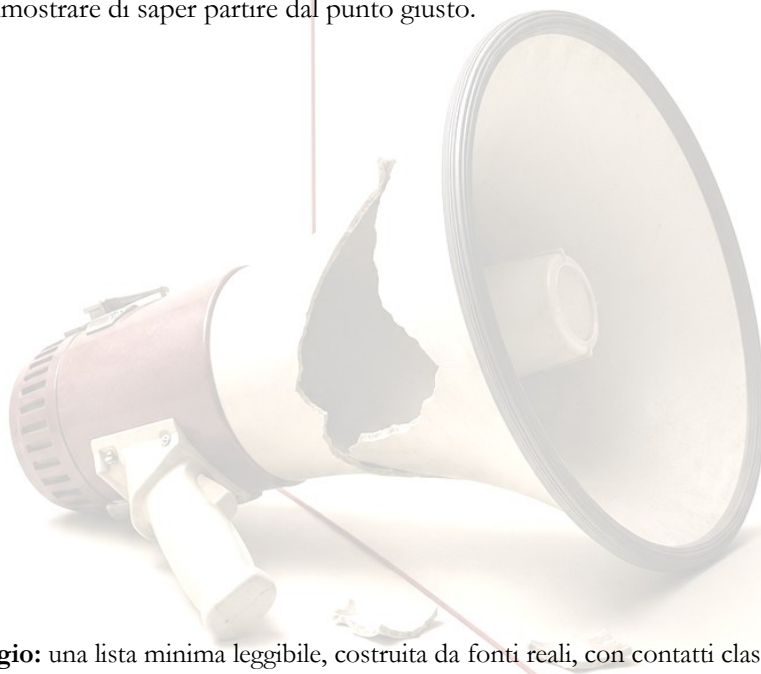
Cliente dormiente e segmentazione A/B/C

Un cliente dormiente non è un nome vecchio in rubrica. È una relazione già esistente che oggi non viene più lavorata. Può essere un cliente che ha acquistato, una persona che ha ricevuto valore, un contatto che aveva aperto un tema concreto, una relazione sospesa e mai chiusa davvero.

Va distinto dal contatto freddo, che non ha mai avuto una vera relazione; dall'ex cliente non più utile, con cui non c'è più pertinenza; dalla relazione problematica, che è meglio non riaprire; e dalla relazione sospesa, che può essere interessante se esiste un motivo reale per riprenderla.

Dopo questa lettura, i contatti vanno segmentati. La classe A comprende le priorità alte: relazione chiara, contesto leggibile, canale accessibile, possibile motivo di rientro. La classe B comprende i contatti da verificare: interessanti, ma incompleti. La classe C comprende ciò che non va lavorato nella prima prova: contatti troppo freddi, deboli, lontani, poco pertinenti o problematici.

La classe C non è un cestino. È una scelta di priorità. In una prova di 30 giorni non devi dimostrare di poter lavorare tutto. Devi dimostrare di saper partire dal punto giusto.



Sintesi operativa

Output del passaggio: una lista minima leggibile, costruita da fonti reali, con contatti classificati e motivi di inclusione o esclusione chiari.

Errore da evitare: confondere quantità di contatti e qualità della base lavorabile.

Quando puoi passare oltre: puoi passare oltre quando hai un primo gruppo ristretto di contatti A o B alto, non un archivio generico.



PARTE 2 - Costruire l'offerta di rientro

La seconda parte serve a costruire il motivo del contatto. La riattivazione funziona solo quando la persona riconosce una ragione pertinente, legata alla relazione precedente e comprensibile nel momento in cui viene contattata.

La ragione di rientro

Prima di scrivere qualsiasi messaggio devi rispondere a una domanda: perché questa persona dovrebbe riaprire il contatto adesso? Non basta voler riempire l'agenda, non basta avere un servizio da proporre, non basta avere trovato un vecchio nome. Serve una ragione.

La domanda va resa concreta: perché proprio questa persona, perché proprio ora, perché da me, che cosa rende coerente questo contatto, che cosa abbiamo lasciato aperto, quale valore posso rimettere in movimento, quale primo passo è sensato.

Un messaggio senza ragione chiara può non distruggere una relazione, ma la indebolisce. Fa percepire che stai cercando qualcosa da vendere, non che stai riaprendo una relazione con criterio.

Le cinque forme corrette dell'offerta

Le forme principali dell'offerta di rientro sono cinque: check-up, revisione, aggiornamento, riallineamento e ricognizione. Non sono formule magiche. Sono cornici sobrie che permettono di riaprire una relazione senza trasformarla in una vendita immediata.

Il check-up funziona quando il cliente ha già ricevuto un servizio o fatto un percorso che può avere bisogno di controllo. La revisione funziona quando qualcosa era stato impostato e oggi può essere corretto o migliorato. L'aggiornamento funziona quando è cambiato il contesto. Il riallineamento funziona quando la relazione si è fermata, ma non necessariamente chiusa. La ricognizione funziona quando prima di proporre occorre leggere la situazione attuale.

La scelta dipende dalla storia della relazione. Non devi scegliere la parola che suona meglio. Devi scegliere quella più coerente con il motivo reale del contatto. Un check-up senza lavoro precedente suona finto. Un aggiornamento senza novità suona debole. Un riallineamento con una relazione chiusa male può sembrare forzato.

Primo contatto, secondo passaggio e follow-up

Il primo contatto deve aprire una porta, non spingere una vendita. La sua funzione è riaprire una relazione con ordine, non chiudere immediatamente un accordo. Per questo deve essere breve, contestuale e non ansioso.

Una struttura utile prevede cinque passaggi: riconnessione sobria, riferimento al contesto precedente, ragione del contatto, proposta minima, uscita elegante. La riconnessione evita l'effetto improvviso. Il riferimento al contesto dimostra che il messaggio non è generico. La proposta minima riduce la pressione. L'uscita elegante lascia libertà.

Una formulazione base può essere questa: "Ti scrivo perché ci eravamo sentiti su questo tema e mi sembra che oggi possa avere senso fare un breve aggiornamento. Non per riaprire automaticamente il lavoro, ma per capire se c'è ancora qualcosa di utile da mettere in ordine. Se ha senso, possiamo sentirci per venti minuti; se invece il tema è chiuso, nessun problema! Non è una formula da copiare. È una struttura da adattare.

La riattivazione non è un messaggio singolo. È una sequenza minima. Il primo contatto apre. Il secondo passaggio riprende il motivo e chiarisce se il tema ha ancora senso. Il follow-up chiude con ordine o propone una decisione. Senza sequenza, il primo messaggio resta un tentativo isolato.

Il follow-up non deve diventare rincorsa. Serve a non lasciare sospesa una relazione che hai scelto di riaprire, non a forzare una risposta.

Sintesi operativa

Output del passaggio: una ragione di rientro scritta in modo chiaro, una forma scelta tra le cinque possibili e una sequenza minima di contatto.

Errore da evitare: preparare un messaggio gentile ma intercambiabile, valido per chiunque.

Quando puoi passare oltre: puoi passare oltre quando il contatto ha un motivo riconoscibile e la sequenza ha tempi, tono e limiti definiti.



PARTE 3 - Verificare in 30 giorni

La terza parte trasforma l'ipotesi in una prova. Una leva non si intuisce: si verifica. Non basta avere una buona idea e mandare qualche messaggio. Serve una prova minima, con durata, lista, sequenza, responsabilità e segnali da leggere.

Preparare la prova

Prima di iniziare devi decidere quale sotto-target scegli, quanti contatti inserisci, quale offerta usi, chi scrive, chi invia, chi registra, chi legge le risposte, quando parte la prova, quando si chiude e quali segnali consideri validi.

La prova deve essere piccola abbastanza da essere sostenibile e precisa abbastanza da essere leggibile. Se è troppo ampia, si bloccherà. Se è troppo vaga, non insegnerà nulla. Il suo obiettivo non è risolvere tutta la continuità commerciale dell'attività, ma capire se esiste una leva reale e dove si colloca.

Settimana 1: leggere e scegliere

La prima settimana non serve a scrivere. Serve a scegliere. Si rivede la lista A/B/C, si individua un solo gruppo, si eliminano i contatti deboli, si ricostruiscono le informazioni mancanti, si validano i canali, si prepara il foglio di controllo e si decide chi tiene il filo.

L'output della settimana è una lista minima pronta. Il rischio principale è partire subito con i messaggi, perché inviare dà la sensazione di fare qualcosa. Ma se la base non è leggibile, l'azione è solo movimento.

Settimana 2: costruire offerta e sequenza

La seconda settimana serve a costruire la sequenza. Si sceglie la forma di rientro, si scrive il primo messaggio, si prepara il secondo passaggio, si definisce il follow-up, si adatta il testo al segmento, si verifica il tono e si stabiliscono i tempi di invio.

L'output della settimana è una sequenza pronta. La struttura può essere comune, ma deve conservare il contesto. Se il testo è completamente intercambiabile, probabilmente non è una riattivazione. È una comunicazione generica.

Settimana 3: avviare i contatti

La terza settimana è il momento in cui la prova parte davvero. Si invia il primo messaggio, si registra data e canale, si annotano risposte, silenzi e aperture, si evita di correggere tutto dopo due segnali e si mantiene il tono stabilito.

L'output della settimana è una prova realmente avviata. Il compito non è trarre conclusioni definitive, ma far partire la sequenza e registrare ciò che accade senza emotività eccessiva.

Settimana 4: leggere e decidere

La quarta settimana serve a leggere, non a reagire. Le risposte vanno distinte: interessata, tiepida, richiesta di chiarimento, rinvio, silenzio, rifiuto esplicito, risposta non pertinente, apertura a un contatto futuro.

Le domande da farsi sono operative: la base era corretta, l'offerta era pertinente, il messaggio era comprensibile, il canale era adatto, il follow-up è stato fatto, ci sono segnali reali, conviene proseguire, correggere o fermarsi?

L'output della settimana non è per forza un cliente acquisito. È una decisione operativa. Non tutte le risposte sono risultati. Alcune sono segnali.

Segnali, blocchi e responsabilità

Non devi misurare tutto. Devi misurare ciò che serve. I quattro segnali minimi sono: base pronta, offerta pronta, contatti partiti, risposte utili. La base è pronta se la lista minima è leggibile. L'offerta è pronta se la ragione di rientro è chiara. I contatti sono partiti se la prova è iniziata davvero. Le risposte sono utili se permettono una decisione.

Quando la prova non produce segnali, non devi concludere subito che non funziona. Devi chiederti dove si è rotto il processo: nella base, nell'offerta, nei contatti, nel canale, nella sequenza, nel follow-up, nella lettura delle risposte o nella responsabilità interna.

Ogni processo di riattivazione ha bisogno di una persona che tenga il filo. Non è semplicemente chi manda i messaggi. Tiene insieme banca dati, segmentazione, offerta, invii, risposte, follow-up, lettura finale e decisione successiva.

Questa responsabilità deve avere tempo riconosciuto. Per una prima prova di 30 giorni può bastare un presidio leggero ma stabile: due o tre momenti a settimana per aggiornare la base e controllare gli invii, un momento settimanale di revisione e un incontro finale di lettura.

Sintesi operativa

Output del passaggio: una prova di 30 giorni con lista, sequenza, tracciamento, responsabilità e lettura finale dei segnali.

Errore da evitare: valutare la prova solo in base alle prime risposte o alla chiusura immediata di nuovi clienti.

Quando puoi passare oltre: puoi passare oltre quando sai dire se proseguire, correggere o fermarti e sai indicare dove il processo ha retto o si è rotto.

PARTE 4 - Diagnosi di applicazione

A questo punto il problema non è scegliere una soluzione esterna, ma riconoscere dove il processo si interrompe. La riattivazione può bloccarsi in punti diversi: nella lettura della base, nella costruzione della ragione di rientro, nella gestione operativa, nel controllo prima della partenza o nella capacità di rendere il metodo replicabile.

La risposta dipende dal livello di maturità della base, dalla chiarezza dell'offerta, dalla capacità interna di esecuzione e dalla possibilità di leggere i segnali senza confondere impressioni e decisioni.

Quando il processo può essere gestito in autonomia

Puoi procedere in autonomia se hai ordine, tempo e lucidità. La banca dati è leggibile, la segmentazione è chiara, sai scegliere un gruppo ristretto, sai costruire una ragione di rientro, riesci a scrivere messaggi sobri, non confondi follow-up e inseguimento, sai leggere le risposte senza emotività e hai una persona che può tenere il filo.

In questo caso non serve allargare il lavoro. Serve applicare il manuale su 10, 20 o 30 contatti, portare a termine la prova e leggere i segnali. L'autonomia non si dichiara: si dimostra completando una prova ordinata.

Quando manca chiarezza sul caso

Il primo blocco possibile è diagnostico. Non sai se esiste una leva reale, la banca dati è confusa, ci sono più segmenti possibili, non sai quali contatti siano ancora lavorabili o non riesci a capire quale offerta di rientro abbia senso.

Qui il problema non è fare. È leggere. Partire subito rischia di produrre movimento senza direzione. Prima serve chiarire la base, distinguere le priorità e capire se la prova ha un punto di partenza credibile.

Quando manca governo operativo

Il secondo blocco possibile è gestionale. La leva esiste, i contatti sembrano interessanti e l'offerta inizia a essere chiara, ma il processo non viene governato: nessuno aggiorna la base, nessuno registra le risposte, il follow-up viene dimenticato, le decisioni restano informali.

Qui il problema non è capire. È tenere il filo. La prova ha bisogno di una responsabilità, di tempi, di un foglio di tracciamento e di una lettura finale. Senza governo operativo, anche una buona leva si disperde.

Quando serve controllo prima di partire

Il terzo blocco possibile è di verifica. Hai già una banca dati, una bozza di messaggi, una possibile sequenza e forse anche una persona interna che può occuparsene. Però non sai se il processo sta in piedi.

In questo caso non serve riscrivere tutto da zero. Serve controllare qualità della base, segmentazione, pertinenza dell'offerta, tono dei messaggi, sequenza, criteri di lettura e responsabilità interne. L'obiettivo è evitare di partire con un errore già visibile.

Quando serve formare una competenza interna

Il quarto blocco possibile riguarda la replicabilità. Non vuoi soltanto fare una prova, ma trasformare la riattivazione in una procedura interna. Vuoi che una persona o un piccolo team imparino a leggere la base, costruire offerte di rientro, gestire sequenze e interpretare segnali.

Qui il problema non è la singola campagna. È costruire competenza. La formazione serve quando l'attività vuole smettere di trattare la riattivazione come iniziativa occasionale e vuole farla diventare una pratica ordinata.

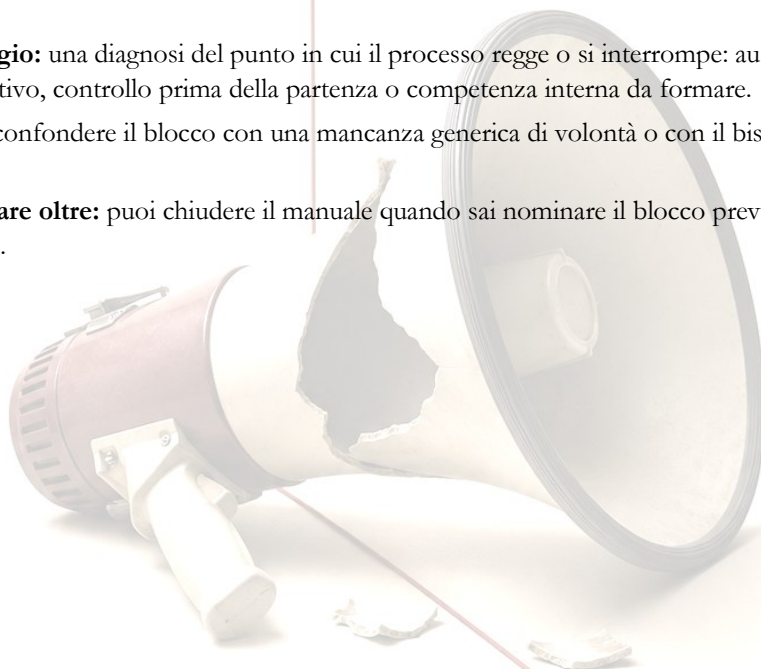
Se riconosci uno di questi blocchi, il passaggio successivo non è accelerare. È far leggere il punto in cui il processo si interrompe. A volte basta un confronto guidato per chiarire la base e scegliere da dove partire. Altre volte serve entrare in un seminario operativo, vedere il metodo applicato a casi reali e capire se puoi procedere in autonomia o se hai bisogno di un presidio più strutturato.

Sintesi operativa

Output del passaggio: una diagnosi del punto in cui il processo regge o si interrompe: autonomia, chiarezza del caso, governo operativo, controllo prima della partenza o competenza interna da formare.

Errore da evitare: confondere il blocco con una mancanza generica di volontà o con il bisogno immediato di nuovi strumenti.

Quando puoi passare oltre: puoi chiudere il manuale quando sai nominare il blocco prevalente e il passaggio più sensato da compiere.



Prima di cercare fuori

La riattivazione non è un trucco e non si risolve con un messaggio ai vecchi clienti. È un processo: prima leggi la base, poi costruisci una ragione di rientro, poi verifichi nel tempo se esiste una leva reale.

Se il processo è semplice e hai ordine, puoi farlo da solo. Se si blocca, il blocco va letto: può essere nella banca dati, nell'offerta, nella sequenza, nella responsabilità o nella lettura dei segnali.

Prima di cercare nuovi clienti, guarda cosa hai già lasciato fermo. Dentro quella base potrebbe esserci più valore di quanto pensi, ma solo se sei disposto a leggerla, ordinarla e rimetterla in movimento con metodo.

A questo punto il lavoro non è più chiedersi se la riattivazione sia utile. È capire se hai le condizioni per applicarla in autonomia o se è più saggio portare il tuo caso dentro una lettura guidata, prima di disperdere tempo, contatti e fiducia già costruita.

SCHEDE TECNICHE OPERATIVE

Sistema completo di applicazione del manuale
 “Prima di cercare nuovi clienti”

Premessa d’uso

Questo documento raccoglie tutte le schede tecniche operative collegate al manuale. Le prime dodici schede servono a rendere applicabile il processo essenziale: leggere la base, selezionare i contatti, costruire una ragione di rientro, verificare in 30 giorni e diagnosticare il blocco operativo.

Le dieci schede di secondo livello servono a migliorare la qualità dell’esecuzione: comunicazioni, canali, ruoli interni, premialità, controllo qualità, rischi prima dell’invio, lettura economica e sintesi finale.

Regola di lavoro

Le schede non sono moduli decorativi. Ogni scheda deve produrre una decisione, un controllo o un output utilizzabile nella scheda successiva.

Scheda preliminare - Istruzioni di compilazione

Funzione	Impostare il lavoro prima di usare le schede operative.
Output prodotto	Un perimetro minimo: chi compila, su quale periodo, con quali fonti, con quali limiti e con quale scadenza.
Criterio di qualità	Senza istruzioni iniziali, le schede diventano moduli sparsi e non un processo.

Campo	Compilazione
Attività / studio / azienda	
Periodo di riferimento della prova	
Responsabile della compilazione	
Persone coinvolte	
Fonti iniziali da controllare	
Numero massimo di contatti da lavorare nella prima prova	
Canali utilizzabili	
Data entro cui chiudere la raccolta dati	
Data prevista di avvio della prova	
Vincoli, cautele o autorizzazioni interne	

Criterio

Non iniziare a scrivere messaggi finché non è chiaro chi compila, che cosa si sta cercando, quanto deve durare la prima prova e quali canali sono autorizzati.

SEZIONE I - Schede essenziali

Questa sezione contiene il nucleo operativo indispensabile. Se una scheda non è compilata, la scheda successiva perde qualità. L'obiettivo non è fare tutto: è costruire una prima prova leggibile.

Scheda 1 - Raccolta fonti

Funzione	Ricostruire dove si trova il patrimonio relazionale e commerciale già costruito.
Output prodotto	Una mappa delle fonti disponibili, con qualità, priorità e responsabilità di recupero.
Criterio di qualità	Non si può selezionare una base se prima non si sa dove cercarla.

Segna solo le fonti che contengono tracce reali di relazione: acquisti, richieste, preventivi, appuntamenti, conversazioni significative, segnalazioni o lavori svolti.

Fonte	Presente?	Dove si trova	Chi la recupera	Qualità fonte	Decisione
Clienti passati					
Clienti ricorrenti poi spariti					
Preventivi non chiusi					
Richieste arrivate e non sviluppate					
E-mail					
WhatsApp / messaggi					
Fatture / storico pagamenti					
Agenda appuntamenti					
CRM / gestionale					
Eventi / incontri					
Segnalatori / partner					
Contatti social qualificati					

Output minimo

Alla fine di questa scheda devi sapere quali fonti entrano nella prima prova e quali restano fuori perché deboli, incomplete o non pertinenti.

Scheda 2 - Scheda minima del contatto

Funzione	Trasformare un nome in una relazione leggibile.
Output prodotto	Una scheda contatto sufficientemente completa per decidere se lavorarlo, verificarlo o escluderlo.
Criterio di qualità	Un contatto senza contesto produce messaggi generici e indebolisce la riattivazione.

Campo essenziale	Compilazione
Nome / azienda / studio	
Categoria del contatto	
Fonte da cui proviene	
Canale disponibile	
Ultimo rapporto utile	
Che cosa è successo	
Valore della relazione	
Perché si è fermata	
Possibile ragione di rientro	
Accessibilità del contatto	
Nota di contesto	
Prima ipotesi A/B/C	
Regola di esclusione temporanea	
Se non riesci a compilare almeno ultimo rapporto utile, cosa è successo e nota di contesto, il contatto non va ancora riaperto. Prima va ricostruito.	

Scheda 3 - Filtro attualità, accessibilità, pertinenza

Funzione	Verificare se il contatto ha ancora senso operativo.
Output prodotto	Una decisione provvisoria: inserire nella prova, ricostruire prima, escludere dalla prima prova.
Criterio di qualità	Evita che la riattivazione diventi una lista di invii casuali.

Criterio	Domanda guida	Risposta	Esito: forte / debole / assente	Nota
Attualità - La relazione ha ancora senso oggi?				
Accessibilità - Esiste un modo realistico e corretto per riaprire il contatto?				
Pertinenza - C'è una ragione credibile per ricontattarlo adesso?				
Combinazione		Decisione		
Tre esiti forti		Possibile classe A: può entrare nella prima prova.		
Due esiti forti e uno debole		Possibile classe B alta: ricostruire il dato debole prima di decidere.		
Uno o più esiti assenti		Non entra nella prima prova, salvo ricostruzione preliminare.		
Pertinenza assente		Esclusione temporanea: il contatto diventerebbe un pretesto.		

Scheda 4 - Segmentazione A/B/C e priorità operativa

Funzione	Ordinare i contatti secondo priorità reale, non secondo quantità.
Output prodotto	Una lista distinta in A, B e C con priorità operativa alta, media o bassa.
Criterio di qualità	La prova deve partire dai contatti più leggibili, non da tutto l'archivio.

Classe	Descrizione	Condizioni minime	Priorità	Azione	Note
A	Priorità alta	Relazione chiara, contesto leggibile, canale accessibile, motivo possibile.	Alta	Inserire nella prima prova.	
B alta	Quasi pronta	Relazione interessante; manca un dato recuperabile, non la ragione.	Media-alta	Ricostruire e poi valutare inserimento.	
B bassa	Da non lavorare subito	Relazione interessante ma ragione o accessibilità deboli.	Media-bassa	Tenere fuori dalla prima prova.	
C	Non si parte da qui	Contatto freddo, lontano, poco pertinente o problematico.	Bassa	Escludere dalla prima prova.	

Lista sintetica di lavoro

Nome	Classe	Priorità	Motivo	Dato mancante	Decisione

Scheda 5 - Scelta del sotto-target

Funzione	Scegliere il gruppo ristretto su cui avviare la prima prova.
Output prodotto	Un sotto-target definito, sostenibile e coerente con la ragione di rientro.
Criterio di qualità	Senza sotto-target, la prova resta generica e non produce segnali leggibili.

Il sotto-target non è un pubblico ideale astratto. È un gruppo concreto di contatti che condividono una storia, una condizione o una ragione di rientro simile.

Domanda	Risposta
Quale gruppo scegli per la prima prova?	
Che cosa hanno in comune questi contatti?	
Perché questo gruppo viene prima degli altri?	
Quanti contatti contiene?	
Qual è il canale prevalente?	
Quale problema o tema può giustificare il rientro?	
Quali contatti restano fuori e perché?	
Quale risultato minimo renderebbe utile la prova?	
Misura consigliata	
Per una prima verifica lavora su un gruppo ristretto. L'obiettivo non è riattivare tutti, ma capire se esiste una leva leggibile.	

Scheda 6 - Ragione e forma di rientro

Funzione	Costruire il motivo credibile per riaprire la relazione.
Output prodotto	Una ragione di rientro formulata con precisione e una forma coerente tra check-up, revisione, aggiornamento, riallineamento o ricognizione.
Criterio di qualità	È il passaggio che separa la riattivazione da una comunicazione commerciale generica.

Domanda madre	Risposta	
Perché questa persona dovrebbe riaprire il contatto adesso?		
Quale elemento della relazione precedente rende legittimo il contatto?		
Che cosa è rimasto aperto, cambiato o verificabile?		
Quale forma di rientro è più coerente?		
Quale primo passo minimo posso proporre?		
Che cosa deve assolutamente evitare il contatto?		
Forma	Quando usarla	Quando evitarla
Check-up	Cliente già servito o lavoro già svolto.	Se non c'è stato un lavoro reale.
Revisione	Lavoro impostato che può essere aggiornato.	Se non c'è nulla da rivedere.
Aggiornamento	Contesto cambiato, nuove condizioni o nuove priorità.	Se non c'è una novità rilevante.
Riallineamento	Relazione sospesa ma non chiusa.	Se la relazione è chiusa male o non pertinente.
Ricognizione	Situazione da leggere prima di proporre.	Se sembra solo una scusa per vendere.

Scheda 7 - Sequenza minima di contatto

Funzione	Definire funzione, tempi e soglia dei passaggi prima di scrivere i testi completi.
Output prodotto	Una sequenza ordinata di primo contatto, secondo passaggio e follow-up finale.
Criterio di qualità	La sequenza protegge il tono: evita sia l'invio casuale sia la rincorsa.

Prima regola
Non scrivere ancora il testo completo. Prima definisci che cosa deve fare ogni passaggio: aprire, riprendere, chiudere o proporre un confronto minimo.

Passaggio	Funzione	Quando usarlo	Soglia da rispettare	Nota
Primo contatto	Aprire la porta con contesto e ragione.	Dopo avere scelto sotto-target e forma di rientro.	Non vendere subito.	
Secondo passaggio	Riprendere senza ansia e chiarire se il tema ha senso.	Solo se il primo contatto non ha risposta o resta sospeso.	Non trasformarlo in sollecito.	
Follow-up finale	Chiudere con ordine o proporre ultimo confronto minimo.	Dopo la soglia stabilita.	Non insistere oltre.	
Elemento		Decisione		
Canale principale				
Tempo tra primo contatto e secondo passaggio				
Tempo tra secondo passaggio e follow-up				
Chi invia				
Chi registra				
Criterio di chiusura				

Scheda 8 - Piano operativo 30 giorni

Funzione	Trasformare la prova in una sequenza governata nel tempo.
Output prodotto	Un piano di 4 settimane con obiettivi, azioni, responsabili, output e punti di controllo.
Criterio di qualità	Una leva non si intuisce: si verifica dentro un tempo definito.

Settimana	Obiettivo	Azioni previste	Responsabile	Output
1	Leggere e scegliere	Rivedere fonti, compilare schede contatto, applicare filtro, scegliere sotto-target.		Lista minima pronta
2	Costruire offerta e sequenza	Definire ragione di rientro, forma, passaggi, canale, tempi e foglio di controllo.		Sequenza pronta
3	Avviare i contatti	Inviare primo contatto, registrare risposte e silenzi, rispettare i tempi definiti.		Prova avviata
4	Leggere e decidere	Classificare risposte, leggere segnali, decidere se proseguire, correggere o fermarsi.		Decisione operativa

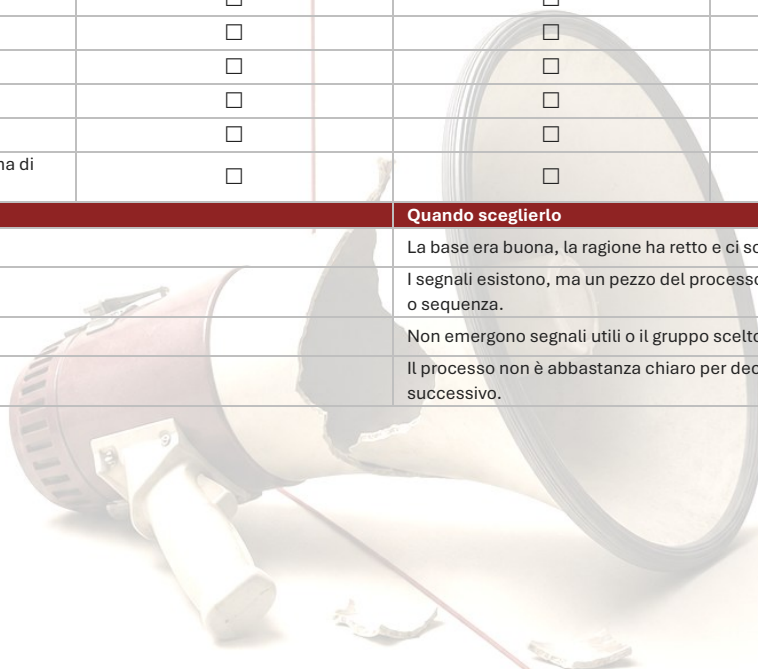
Criterio
La prova deve essere piccola abbastanza da essere governata e precisa abbastanza da insegnare qualcosa.

Scheda 11 - Checklist decisionale

Funzione	Decidere se proseguire, correggere o fermarsi dopo la prova.
Output prodotto	Una decisione operativa fondata sui dati raccolti, non su impressioni.
Criterio di qualità	La prova serve a capire il punto successivo: continuare, correggere la base, rivedere l'offerta o fermare il processo.

Domanda	Si	No	Da verificare
La base era leggibile?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il sotto-target era ben scelto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La ragione di rientro era chiara?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La sequenza è stata rispettata?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le risposte sono state registrate?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ci sono stati segnali utili?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il blocco è nella base?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il blocco è nell'offerta?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il blocco è nel canale?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il blocco è nella gestione?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ha senso proseguire?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serve una lettura guidata prima di continuare?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

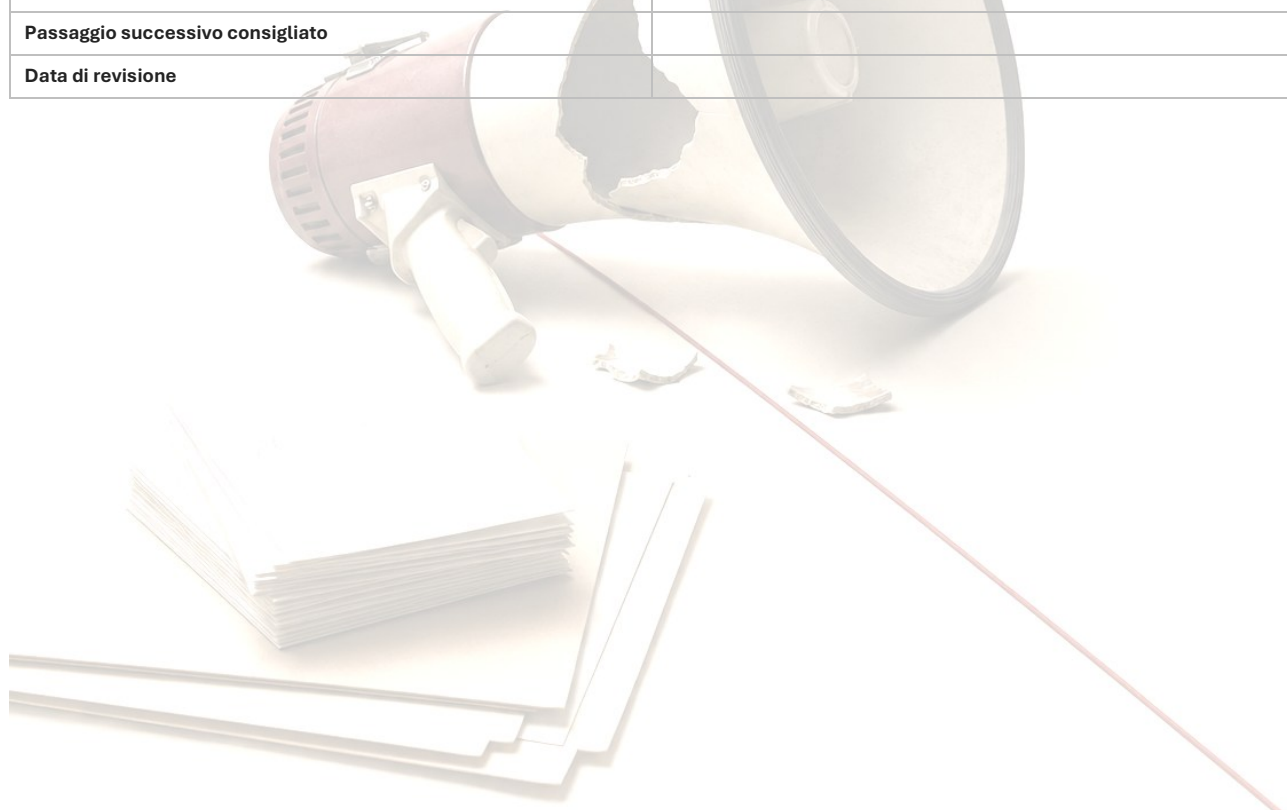
Esito	Quando sceglierlo
Proseguire	La base era buona, la ragione ha retto e ci sono segnali leggibili.
Correggere	I segnali esistono, ma un pezzo del processo è debole: base, offerta, canale o sequenza.
Fermarsi	Non emergono segnali utili o il gruppo scelto non è pertinente.
Portare in lettura guidata	Il processo non è abbastanza chiaro per decidere da soli il passo successivo.



Scheda 12 - Diagnosi del blocco operativo

Funzione	Collegare l'esito della prova al tipo di blocco emerso.
Output prodotto	Una diagnosi sintetica del punto in cui il processo si interrompe e del passaggio successivo più coerente.
Criterio di qualità	Chiude il nucleo essenziale e collega le schede alla diagnosi del manuale, senza trasformare la chiusura in listino.

Blocco prevalente	Segnale osservabile	Che cosa significa	Passaggio consigliato
Base confusa	Non sappiamo quali contatti siano davvero lavorabili.	Il patrimonio esiste, ma non è ancora leggibile.	Lettura guidata della banca dati.
Ragione debole	Non è chiaro perché riaprire il contatto adesso.	Il contatto rischia di sembrare pretesto.	Revisione della ragione e dell'offerta.
Segmento sbagliato	Il gruppo scelto risponde poco o in modo non pertinente.	La base può essere valida, ma il sotto-target non è quello giusto.	Nuova selezione del sotto-target.
Gestione fragile	Sequenza non rispettata, follow-up saltati, registrazioni incomplete.	La leva non è stata verificata davvero.	Presidio operativo o affiancamento.
Controllo insufficiente	Materiali pronti ma dubbi su tono, canale o pertinenza.	La prova non va lanciata alla cieca.	Verifica prima della partenza.
Competenza da formare	Il metodo funziona, ma non è ancora replicabile internamente.	Serve trasformare la prova in procedura.	Seminario operativo o formazione interna.
Campo		Compilazione	
Blocco prevalente emerso			
Decisione operativa			
Prima correzione da fare			
Passaggio successivo consigliato			
Data di revisione			



SEZIONE II - Materiali di secondo livello

Questa sezione completa il sistema operativo. Le schede che seguono non sostituiscono il nucleo essenziale: lo rendono più solido quando bisogna scrivere, scegliere il canale, coinvolgere altre persone, riconoscere il lavoro interno, controllare la qualità della base, prevenire errori prima dell'invio e chiudere la prova con una sintesi leggibile.

Scheda 13 - Modelli di primo contatto

Funzione	Dare strutture adattabili per riaprire una relazione senza trasformare il messaggio in copia-incolla.
Output prodotto	Cinque tracce di primo contatto da adattare al contesto reale.
Criterio di qualità	Il modello è corretto solo se conserva relazione precedente, ragione attuale, proposta minima e uscita elegante.

Regola
Non usare questi modelli prima di avere compilato la ragione di rientro. Il testo viene dopo il motivo, non prima.

Situazione	Struttura adattabile	Da evitare
Cliente già servito	Ti scrivo perché in passato abbiamo lavorato su _____. Può avere senso fare un breve check-up per capire se oggi c'è qualcosa da aggiornare o lasciare chiuso con ordine.	Far sembrare il contatto una promozione.
Preventivo non chiuso	Ci eravamo sentiti su _____. Non riprendo il tema per riaprire automaticamente la proposta, ma per capire se oggi ha ancora senso o se è meglio considerarlo chiuso.	Rimandare lo stesso preventivo senza contesto.
Relazione sospesa	Era rimasto aperto il punto su _____. Possiamo fare un breve riallineamento per capire se esiste ancora un interesse reale.	Fare pressione sulla sospensione.
Segnalatore / partner	Ti scrivo perché in passato c'è stato uno scambio utile su _____. Sto rimettendo ordine su alcune relazioni già costruite e vorrei capire se ha senso aggiornarci.	Chiedere subito segnalazioni.
Ex cliente da riaprire con cautela	Riprendo il contatto con molta semplicità: se il tema di _____ è ancora rilevante, possiamo fare una breve verifica; se invece è chiuso, va benissimo così.	Ignorare eventuali criticità della relazione passata.

Scheda 14 - Modelli di secondo passaggio e follow-up

Funzione	Proteggere il tono dopo il primo contatto.
Output prodotto	Tracce per riprendere, chiarire, chiudere o rispondere senza inseguire.
Criterio di qualità	Un follow-up corretto non forza la risposta: chiarisce se il tema resta aperto o va chiuso.

Caso	Traccia operativa	Criterio
Secondo passaggio sobrio	Riprendo il messaggio precedente solo per capire se il tema ha ancora senso o se preferisci considerarlo chiuso. In entrambi i casi va bene.	Riprendere senza ansia.
Follow-up finale	Ti scrivo un'ultima volta su questo punto. Se oggi non è prioritario, lo considero chiuso. Se invece vuoi fare una verifica rapida, possiamo fissare un breve confronto.	Chiudere con ordine.
Risposta "non ora"	Perfetto, grazie. Lo considero non prioritario adesso. Se più avanti torna utile riprendere il tema, avremo già un punto da cui ripartire.	Non trasformare il rinvio in pressione.
Richiesta di chiarimento	Certo. L'idea non è riaprire automaticamente il lavoro, ma verificare in modo breve se il tema ha ancora utilità concreta.	Chiarire senza allargare.
Silenzio dopo follow-up	Nessun ulteriore messaggio. Registrare il silenzio e chiudere il contatto nella prova.	Rispettare la soglia definita.

Scheda 15 - Adattamento per canale

Funzione	Scegliere il canale coerente con il tipo di relazione e con la naturalezza del contatto.
Output prodotto	Una decisione su WhatsApp, e-mail, telefonata, LinkedIn o canale indiretto.
Criterio di qualità	Il canale deve sembrare naturale per quella relazione, non comodo solo per chi invia.

Canale	Quando usarlo	Vantaggio	Rischio	Regola di tono
WhatsApp	Relazione già calda o personale; contatto recente o familiare.	Immediatezza.	Può sembrare invasivo.	Breve, contestuale, non commerciale.
E-mail	Relazione professionale, studio, azienda, preventivo o storico documentale.	Ordine e tracciabilità.	Può essere ignorata.	Oggetto sobrio, testo leggibile.
Telefonata	Relazione forte o tema che richiede contesto.	Permette chiarimento rapido.	Può interrompere o mettere pressione.	Chiedere se è un buon momento.
LinkedIn	Relazione professionale non personale ma riconoscibile.	Canale leggero.	Può sembrare networking generico.	Richiamare il contesto reale.
Canale indiretto	Serve un intermediario o segnalatore.	Riduce forzatura.	Rallenta il processo.	Chiedere introduzione solo se sensata.

Controllo

Se il canale scelto richiede troppe spiegazioni per sembrare naturale, probabilmente è il canale sbagliato.

Scheda 16 - Nomina interna del referente

Funzione	Formalizzare chi tiene il filo operativo della prova.
Output prodotto	Una base di nomina interna da adattare e verificare prima dell'uso.
Criterio di qualità	Il referente deve avere tempo riconosciuto, limiti chiari e responsabilità definite.

Avvertenza

Questa scheda è una base operativa, non un contratto definitivo né un parere giuslavoristico. Va adattata e verificata con professionisti competenti prima dell'uso.

Voce	Compilazione
Azienda / studio / attività	
Referente operativo interno	
Ruolo attuale	
Periodo di riferimento	
Tempo operativo riconosciuto	
Strumenti autorizzati	
Canali utilizzabili	
Persona che approva messaggi e decisioni	
Data verifica intermedia	
Data verifica finale	
Attività previste	Limiti dell'incarico
Raccogliere fonti, aggiornare schede contatto, mantenere il tracciamento.	Non modificare offerte, prezzi o condizioni senza approvazione.
Segnalare contatti prioritari e criticità.	Non inviare comunicazioni non validate se il processo lo prevede.
Preparare riepilogo settimanale e sintesi finale.	Non usare dati o canali non autorizzati.

Scheda 17 - Ruoli e responsabilità nel processo

Funzione	Chiarire chi fa cosa durante la prova.
Output prodotto	Una mappa operativa delle responsabilità, delle approvazioni e dei passaggi da presidiare.
Criterio di qualità	Quando le responsabilità restano implicite, il processo si disperde.

Fase	Responsabile	Chi approva	Output	Scadenza
Recupero fonti			Fonti disponibili	
Compilazione schede contatto			Contatti leggibili	
Filtro A/A/P			Decisione provvisoria	
Segmentazione A/B/C			Lista prioritaria	
Scelta sotto-target			Gruppo di prova	
Ragione di rientro			Motivo formulato	
Sequenza e canale			Passaggi definiti	
Invio e registrazione			Tracciamento aggiornato	
Lettura risposte			Segnali classificati	
Decisione finale			Sintesi della prova	

Regola

Ogni fase deve avere un responsabile e un output. Se manca uno dei due, la fase rischia di restare intenzione.

Scheda 18 - Premialità e riconoscimento

Funzione	Riconoscere il presidio operativo senza trasformare la riattivazione in una gara alla vendita.
Output prodotto	Una griglia di riconoscimento possibile: economico, welfare, tempo, formazione o benefit.
Criterio di qualità	La premialità deve premiare qualità del processo e segnali qualificati, non solo vendite chiuse.

Forma di riconoscimento	Ipotesi / condizioni
Premio fisso	
Premio variabile	
Benefit / welfare	
Tempo riconosciuto	
Permesso / ferie premio	
Formazione	
Riconoscimento formale di ruolo	
Criterio valutabile	Perché conta
Completezza del lavoro	Senza dati completi la prova non è leggibile.
Rispetto delle scadenze	La riattivazione funziona solo se il processo viene tenuto.
Qualità dell'aggiornamento dati	Evita contatti generici o forzati.
Corretta gestione della sequenza	Protegge tono e relazione.
Risposte qualificate raccolte	Misura segnali utili, non solo chiusure.
Risultati economici eventuali	Contano, ma non devono essere l'unico criterio.

Da evitare

Non premiare solo la vendita: spinge a forzare il contatto e può danneggiare la relazione.

Scheda 19 - Controllo qualità della banca dati

Funzione	Verificare se la base è abbastanza pulita e utilizzabile prima dell'invio.
Output prodotto	Una checklist di qualità su dati, canali, duplicati, pertinenza e note di contesto.
Criterio di qualità	Una banca dati sporca fa sembrare il processo più debole di quanto sia.

Domanda	Si	No	Da verificare
I dati anagrafici essenziali sono presenti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il canale scelto è valido e utilizzabile?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sono stati eliminati duplicati o contatti sovrapposti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I contatti non pertinenti sono stati esclusi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le note di contesto sono sufficienti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I contatti problematici sono stati separati?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La pertinenza è stata verificata?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il canale è corretto rispetto alla relazione?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sono stati rispettati vincoli interni o autorizzazioni?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il gruppo finale è sostenibile per la prova?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esito controllo	Decisione		
Controllo positivo	La base può entrare nella sequenza di contatto.		
Controllo parziale	Correggere dati mancanti prima dell'invio.		
Controllo negativo	Non avviare la prova: ricostruire la base.		

Scheda 20 - Rischi da evitare prima dell'invio

Funzione	Controllare gli errori che possono compromettere il lavoro prima del primo contatto.
Output prodotto	Una verifica finale prima di inviare messaggi, e-mail o telefonate.
Criterio di qualità	Il momento dell'invio è il punto in cui un buon processo può rovinarsi per fretta.

Domanda	Si	No	Da verificare
Il messaggio è troppo generico?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La ragione di rientro è debole?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il tono sembra promozionale?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La lista è troppo ampia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il canale è sbagliato o invasivo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il follow-up non è definito?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nessuno tiene il filo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le risposte non verranno registrate?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ci sono promesse non approvate?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ci sono rischi su dati, privacy o autorizzazioni?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La soglia di chiusura non è chiara?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regola di blocco	Se emergono più di tre rischi, non inviare. Correggi prima base, ragione, canale o sequenza.		

Scheda 21 - Lettura economica minima della prova

Funzione	Collegare la prova a una valutazione concreta senza trasformarla in un foglio finanziario pesante.
Output prodotto	Una lettura minima di tempo, costo interno, opportunità, valore potenziale e decisione successiva.
Criterio di qualità	Il valore della prova non è solo il fatturato immediato, ma la capacità di mostrare se esiste una leva replicabile.

Indicatore	Valore
Numero contatti lavorati	
Risposte ricevute	
Contatti riaperti	
Appuntamenti generati	
Opportunità emerse	
Valore potenziale stimato	
Tempo interno impiegato	
Costo interno stimato	
Eventuali ricavi generati	
Decisione economica: replicare / correggere / fermare	
Letture	Significato
Poche risposte ma molto qualificate	La base può essere buona, ma va lavorata con più precisione.
Molte risposte deboli	La ragione di rientro può essere troppo generica.
Molti silenzi	Controllare canale, timing, pertinenza e qualità della base.
Appuntamenti senza esito	Rivedere offerta successiva e gestione del confronto.



Scheda 22 - Sintesi finale della prova

Funzione	Chiudere il lavoro con una relazione breve, leggibile e utile per decidere.
Output prodotto	Una sintesi finale che raccoglie azioni svolte, segnali, blocchi, correzioni e decisione operativa.
Criterio di qualità	Senza sintesi finale, la prova resta esperienza dispersa e non diventa apprendimento.

Campo	Sintesi
Periodo della prova	
Sotto-target lavorato	
Numero contatti inseriti	
Azioni effettuate	
Cosa ha funzionato	
Cosa non ha funzionato	
Blocco prevalente emerso	
Contatti ancora aperti	
Correzione principale da fare	
Decisione operativa finale	
Decisione finale	Descrizione operativa
Replicare	Il processo ha prodotto segnali leggibili e può essere ripetuto su un nuovo sotto-target.
Correggere e ripetere	Il processo ha prodotto segnali, ma serve correggere un punto specifico.
Fermare	La prova non ha prodotto segnali utili o la base scelta non era pertinente.
Portare in lettura guidata	La prova ha prodotto materiale, ma non è chiaro come leggerlo o trasformarlo in passo successivo.

Chiusura operativa

Questo documento chiude il sistema delle schede tecniche operative collegate al manuale. Le schede essenziali permettono di applicare il metodo; le schede di secondo livello permettono di eseguirlo con maggiore controllo, soprattutto quando entrano in gioco comunicazioni, canali, ruoli interni, qualità della banca dati, rischi prima dell'invio e lettura economica della prova.

Il documento non richiede altri allegati per essere usato. Può essere stampato, compilato, distribuito internamente e utilizzato come traccia di lavoro durante la preparazione, l'avvio e la lettura della prova di riattivazione.

Criterio finale

Il sistema è completo quando ogni contatto lavorato ha una fonte, una scheda minima, un filtro, una classe, una ragione di rientro, una sequenza, un tracciamento, una lettura della risposta e una decisione finale.