

Lead magnet per una impremta d'etiquetes.

Quin “ganxo” funciona realment en un negoci de fabricació d'etiquetes?

En molts embuts de vendes, el primer pas és oferir un “lead magnet”: un PDF, un vídeo o algun contingut gratuït a canvi de l'email. És una pràctica molt estesa... però no sempre funciona.

En un negoci industrial i tècnic, el client no busca informació genèrica. El que vol és **resoldre un problema concret**: que l'etiqueta aguanti, que el material sigui l'adequat, que no falli en producció.

Per això, el millor “ganxo” no és el que més crida l'atenció, sinó el que aporta **valor real immediat**.

Opcions que sí funcionen

Diagnòstic gratuït del cas Una de les opcions més potents és oferir ajuda directa:

“Explica'ns l'ús de la teva etiqueta i et recomanem el material ideal en 24h”

Això atrau leads molt qualificats, perquè qui escriu ja té una necessitat real.

Guies pràctiques i concretes Si es fa un PDF, ha de ser útil de veritat:

- Quin material escollir segons l'ús
- Errors habituals en etiquetatge industrial
- Comparatives entre opcions

Han de ser documents curts, aplicables i sense palla.

Enviament de mostres Aquest és un diferencial molt potent.

Permet que el client:

- toqui el producte
- el provi
- redueixi dubtes

En un entorn tècnic, això té molt més impacte que qualsevol ebook.

Eines simples o formularis intel·ligents No cal una gran aplicació. Un formulari ben pensat pot actuar com a eina:

- ús previst
- condicions
- durabilitat

I a partir d'aquí, orientar la solució.

Casos reals Explicar projectes resolts amb exemples concrets genera confiança immediata.

- problema inicial
- solució aplicada
- resultat

És contingut curt però molt creïble.

Checklist per clients Un recurs molt útil, especialment en entorns industrials:

- què definir abans de demanar pressupost
- punts crítics a tenir en compte

Això sovint circula dins de l'empresa i et posiciona com a referent.

El que no acostuma a funcionar

- PDFs genèrics massa llargs
- contingut superficial
- vídeos massa comercials

Aquests formats poden generar trànsit, però no leads de qualitat.

En negocis tècnics, el millor "lead magnet" no és un document, sinó una resposta útil a un problema real.

Conclusió

L'objectiu no és captar molts contactes, sinó captar els adequats. Quan el "ganxo" està alineat amb una necessitat real, l'embut deixa de ser un sistema artificial i es converteix en una eina natural de captació.