LCcollab
lavoricreativi

Come si trovano i clienti

I canali di acquisizione restano soprattutto relazionali

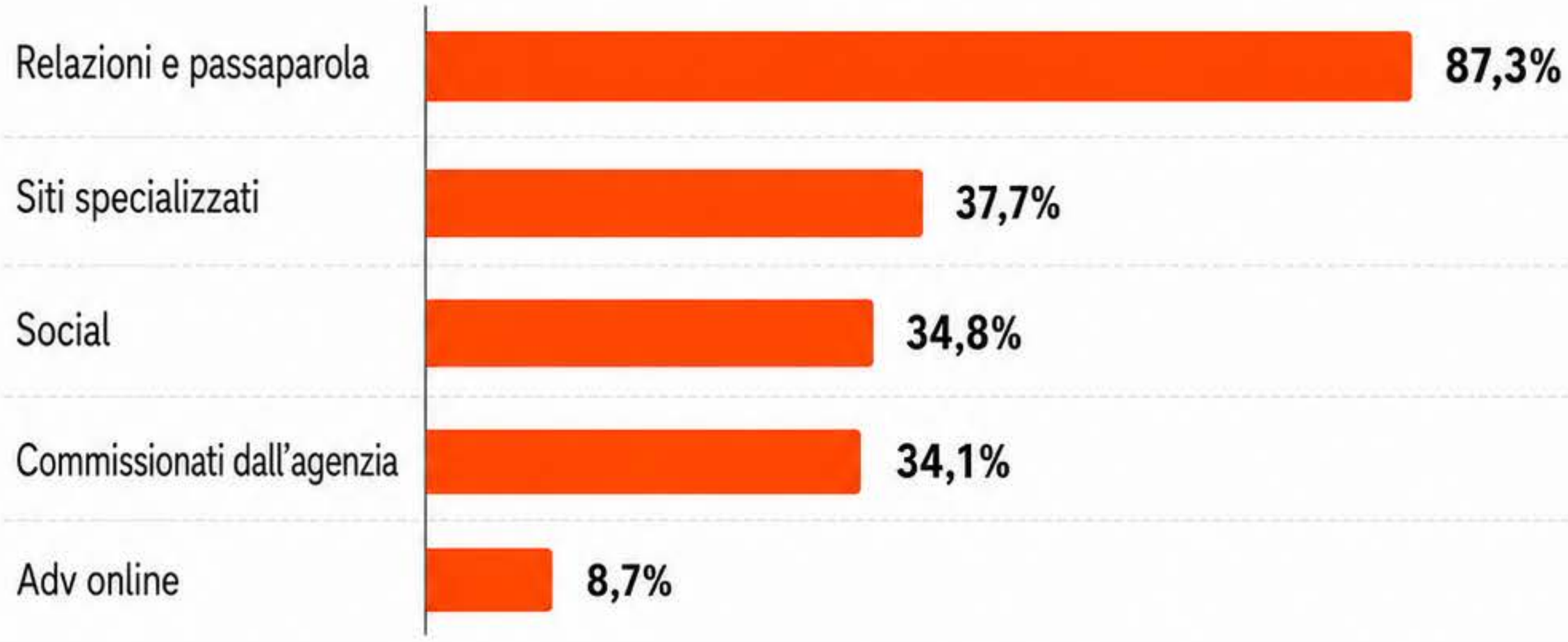
87,3%
trova clienti tramite relazioni e passaparola

37,7%
usa siti specializzati

34,8%
usa i social

34,1%
riceve lavori commissionati dall'agenzia

Canali di acquisizione



Lettura
Il passaparola domina nettamente rispetto a tutti gli altri canali.
Le modalità più strutturate o a pagamento hanno ancora un peso molto più basso.

LCcollab
lavoricreativi

I clienti di oggi

Il portafoglio attuale è guidato soprattutto da PMI e agenzie

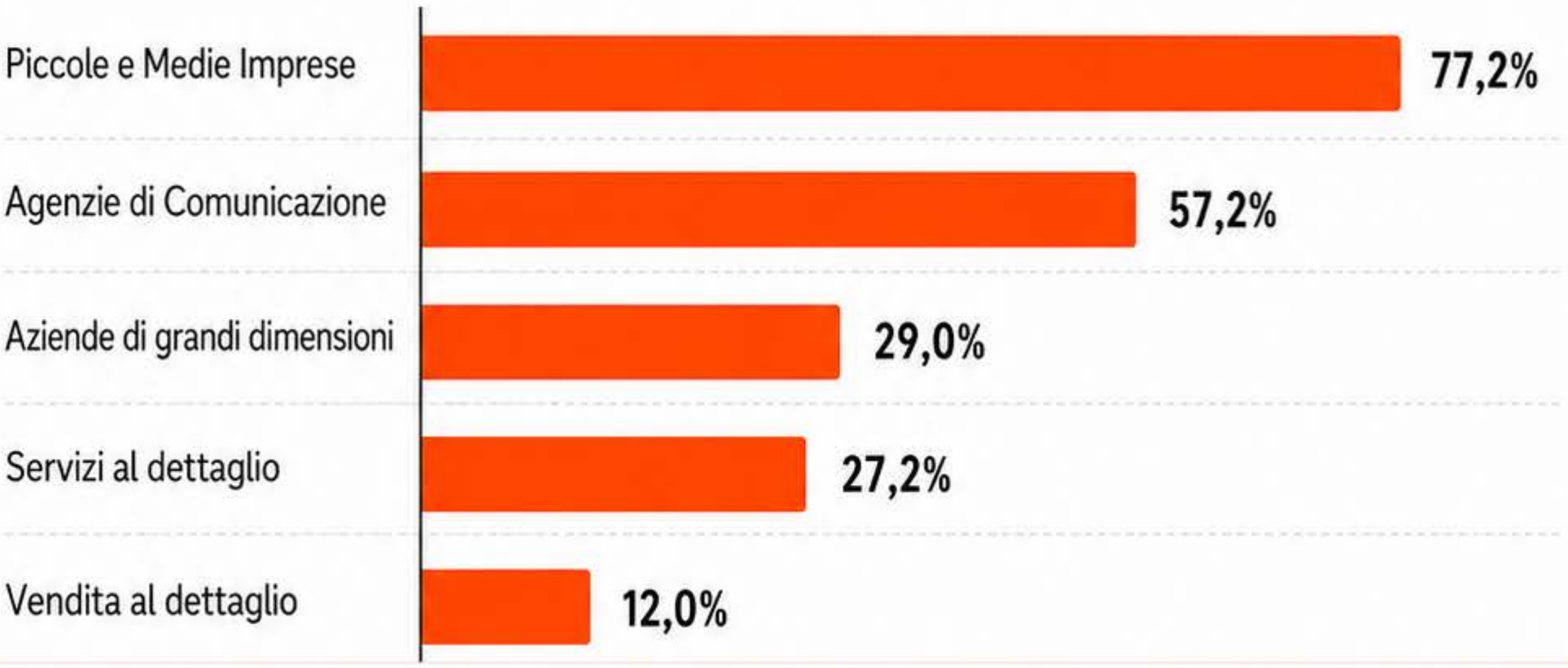
77,2%
lavora con Piccole e Medie Imprese

57,2%
lavora con Agenzie di Comunicazione

29,0%
lavora con Aziende di grandi dimensioni

27,2%
lavora con servizi al dettaglio

Quali sono i clienti attuali



Messaggio
Il mix clienti è piuttosto ampio, ma la base del lavoro freelance si concentra soprattutto su PMI e agenzie.
Le grandi aziende hanno un peso decisamente più contenuto.

LCcollab
lavoricreativi

Con chi vorrebbero lavorare

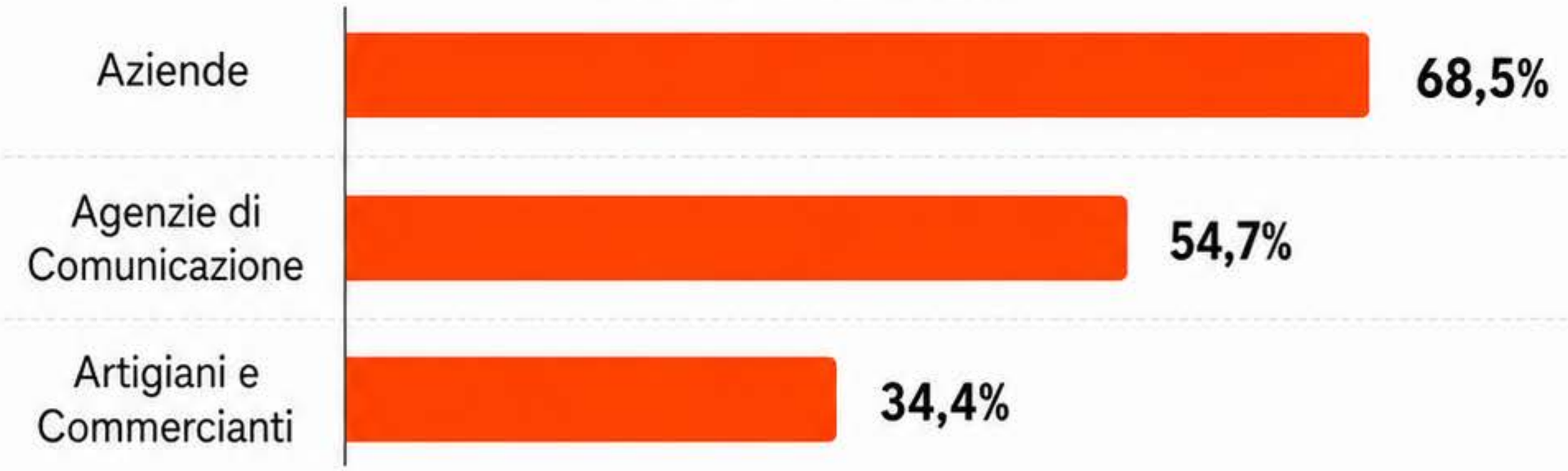
Le aziende sono il target più desiderato

68,5%
preferirebbe lavorare con aziende

54,7%
preferirebbe lavorare con agenzie di comunicazione

34,4%
preferirebbe lavorare con artigiani e commercianti

Clienti desiderati



13,8 pt
la distanza tra Aziende e Agenzie come preferenza

Interpretazione

Il desiderio di lavorare con aziende è molto forte, ma le agenzie restano un interlocutore centrale. Emergono anche opportunità verso clienti più piccoli e diretti.

LCcollab
lavoricreativi

Acquisizione ancora fragile

Trovare clienti resta una delle criticità più forti

86,3%
vive come problematica la difficoltà nel trovare clienti

67,1%
vive come problematica la dipendenza da pochi clienti

71,4%
considera fondamentale scegliere clienti e lavori

54,0%
si valuta alto nell'orientamento al cliente

Tra autonomia e fragilità



Sintesi

I freelance vogliono scegliere con chi lavorare,
ma l'acquisizione commerciale resta instabile.
Il tema non è solo trovare clienti,
ma ridurre la dipendenza da pochi rapporti.

LCcollab
lavoricreativi

Mercato relazionale, domanda selettiva

La sintesi del rapporto tra canali, clienti attuali e clienti desiderati

Dove arrivano i clienti

Relazioni e passaparola	87,3%
Siti specializzati	37,7%
Social	34,8%

Chi sono oggi

PMI	77,2%
Agenzie	57,2%
Grandi aziende	29,0%

Chi vorrebbero domani

Aziende	68,5%
Agenzie	54,7%
Artigiani e Commercianti	34,4%

87,3%
il mercato passa ancora dal passaparola

68,5%
le aziende sono il cliente più desiderato

86,3%
trovare clienti resta una criticità forte

Conclusioni

- L'acquisizione è ancora fortemente relazionale.
- PMI e agenzie sostengono il lavoro attuale.
- Il desiderio di clienti più strutturati resta molto alto.