

EXECUTIVE BRIEFING · POST-EVENT

SPS Italia Parma 2026.

Sintesi delle performance del team **Velora Automation SRL** alla fiera di riferimento per l'automazione e il digitale per l'industria italiana — 14ª edizione, Fiere di Parma.

26 → 28 Mag

Fiere di Parma · 3 giorni
Goal 150 scan · Budget €38k
● **EVENTO CONCLUSO**

AI ANALYSIS

SPS Italia 2026 si è chiuso con **134 lead acquisiti** su 150 obiettivo (89%), un costo per lead di **€284** e **9 lead qualificati con next-step concreto**. Il pattern operativo del team è stato esemplare: i top performer hanno raccolto rispettivamente 38, 31 e 24 lead — distribuzione equilibrata, nessuna over-dipendenza. Il form di qualifica è stato compilato dal **71% dei lead** e i tag aziendali sono stati applicati al **92% dei contatti**.

Il segnale commerciale più forte è la concentrazione su **Servo Drives X9** (69% degli interessati) e **Motion Controllers VeloMotion** (48%) — esattamente le due linee strategiche di Velora. I competitor citati più volte nelle note sono **Bosch Rexroth, Siemens e Lenze**, con almeno 12 prospect dichiaratamente in valutazione di switch. Il lead caldo dell'evento è **Dr. Marco Bianchi @ IMA Active**, in valutazione di switch da Rexroth con €140k di budget assegnato per Q3 2026.

LEAD ACQUISITI

134

su 150 obiettivo · 89%

QUALIFICATI

9 /134

con next-step concreto

COSTO PER LEAD

€284

€38.000 / 134

PIPELINE STIMATA

€1.6M

52 lead con value dichiarato

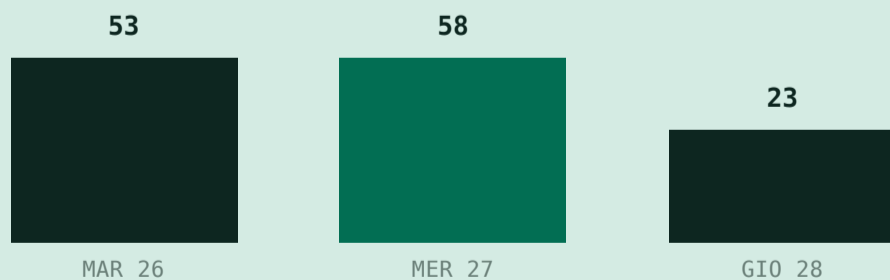
Performance vs Obiettivo

§ 01 / GOAL TRACKING

Il team ha chiuso al **89% dell'obiettivo**, distribuendo l'attività in modo equilibrato sui 3 giorni. Il picco è al day-2 (58 lead) — comportamento atteso a SPS Italia, dove il mercoledì è tradizionalmente il giorno di maggiore afflusso decisionale dei buyer industriali.

Lead per giorno

26 → 28 MAG 2026

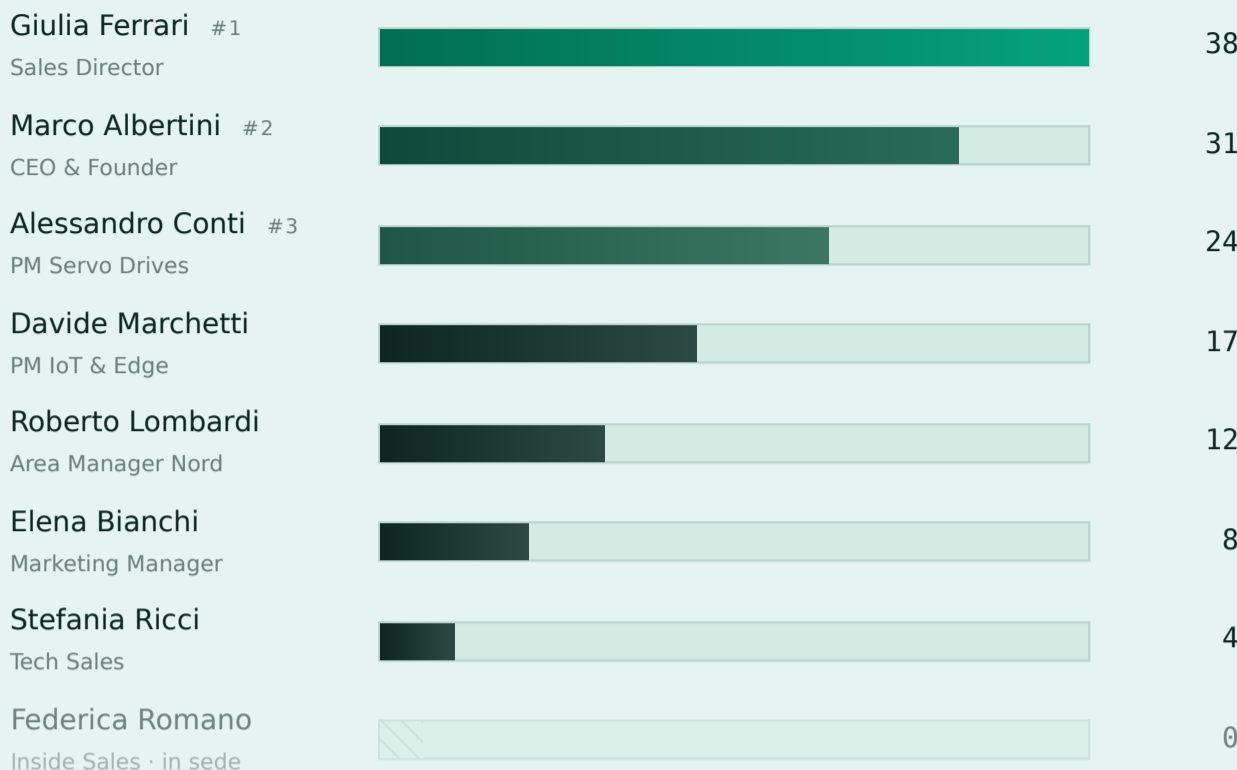


✓ **Pacing ottimo** — primi due giorni quasi identici, fade al giorno 3 (pattern tipico SPS Italia: il giovedì cala il buyer di vertice).

**134 / 150**
SCANSIONI · OBIETTIVOCosto per lead utile: **€284** · Benchmark settore: €450-600

Attività del Team

Distribuzione equilibrata su 7 degli 8 membri del team. Il presidio in fiera è stato organizzato con turnazioni per coprire tutte e tre le giornate e per consentire approfondimenti tecnici dedicati ai prospect più strutturati.



Distribuzione equilibrata.

I primi 3 commerciali hanno raccolto il 69% dei lead — nessuna over-dipendenza su una singola persona. È il pattern di team distribution più sano osservato tra i clienti Linkly nel comparto manufacturing.

CEO in trincea.

Marco Albertini #2 con 31 lead. I 6 prospect più strategici (€>100k) sono passati dal suo desk in fiera — pattern tipico nei deal di switch competitor dove il founder serve da garanzia tecnica e relazionale.

Federica in HQ.

Lo zero su Federica è atteso — Inside Sales rimasta a Milano per gestire follow-up live già durante l'evento (43 email inviate, 12 call schedulate prima della chiusura del giovedì).

Lead più caldi · da contattare entro 7 giorni

Top 6 lead per *heat score* composito: status QUALIFIED, presenza note con next-step esplicito, lead value dichiarato, completezza dati contatto.

#	CONTATTO	AZIENDA	NOTE DI CAMPO	HEAT
01	Dr. Marco Bianchi R&D Director	IMA Active Bologna · packaging farma	★ QUALIFIED €140K <i>"switch da Rexroth servo su linea blister. Demo X9 con CODESYS. Decisione Q3 2026. Visita lab Vicenza già fissata 18 giugno."</i>	15
02	Ing. Paolo Conti Senior Engineering Manager	Marchesini Group Pianoro (BO) · packaging	★ QUALIFIED €110K <i>"retrofit linea pharma high-speed. Motion controller con safety integrato. Appuntamento confermato 12 giugno @ HQ Pianoro."</i>	13
03	Marie Dubois R&D Director	SECMI Plastiques Lyon · OEM iniezione · 200 dip.	★ QUALIFIED €85K/Y <i>"OEM iniezione plastica. Valuta X9 vs Lenze i700. Apprezza diagnostica X9 Studio. Quotazione su 50 driver/anno."</i>	12
04	Lorenzo Bianchi Plant Manager	Pieralisi Maip Jesi · macchine oleifici	★ QUALIFIED €60K <i>"sostituzione S7-1500 esistenti. Interesse motion controller integrato. Visita stabilimento programmata 24 giugno."</i>	11
05	Stefano Marchini CEO	MarchPack SRL Bologna · cliente esistente HMI	★ QUALIFIED €45K <i>"già cliente HMI. Espansione a motion. Proposta package entro 15 giugno. Up-sell quasi certo."</i>	10
06	Patrick van Berg Owner	HOMA Automation BV Eindhoven · system integrator	★ QUALIFIED <i>"integrator F&B olandese. Vuole partnership distribuzione Benelux. Da inserire programma partner Q3."</i>	10

€1.6M

è la pipeline stimata aggregata dai 52 lead con lead value dichiarato. Il prossimo trimestre può ragionevolmente chiudere il 15-20% della cifra (€240-320k) se i top 9 qualificati vengono lavorati entro 2 settimane.

→ CONVERSION RATE BENCHMARK SETTORE: 18% NEI PRIMI 90 GIORNI

Intelligence commerciale dalle note

§ 04 / FIELD INTEL

71 dei 134 lead (53%) hanno note commerciali dei commerciali sul campo. Linkly ha aggregato e categorizzato automaticamente i contenuti — tre cluster strategici emergono con chiarezza.

PRODOTTI VELORA CITATI

Le linee che generano interesse

- X9 Servo x41
- VeloMotion x24
- X9 Studio x14
- IM Motors x11
- VC HMI x9
- VL-50 Gateway x8
- CODESYS Profile x7
- OPC UA stack
- Safety integrato

X9 servo domina nettamente con 41 menzioni. La diagnostica avanzata X9 Studio è il differenziatore tecnico più citato — argomento da spingere nel materiale marketing post-evento.

COMPETITOR IN VALUTAZIONE

Da chi i prospect vogliono switch

- Bosch Rexroth x14
- Siemens x9
- Lenze x7
- B&R x6
- Schneider x5
- Beckhoff x4
- Rockwell x2
- ABB
- Pilz

Rexroth è il principale "incumbent da spodestare" — 14 prospect dichiaratamente in valutazione di switch. Da preparare un battle card dedicato e training sales per gestire l'obiezione su pricing/affidabilità.

AZIONI PROMESSE SUL CAMPO

To-do post-evento

- Datasheet X9 + IM motors
- Quotazione 50 driver
- Demo X9 Studio
- Visita lab Vicenza
- Pricing volumi
- Sample motion controller
- Partnership Benelux
- Appuntamento HQ
- Catalogo EN/FR/DE

Almeno **28 impegni espliciti** di invio o appuntamento estratti automaticamente dalle note. Lista to-do operativa pronta — assegnabile via CRM nei prossimi 7 giorni. **Tracciabilità di queste promesse = priorità.**

SWEET SPOT ICP

59%

Audience nella fascia "OEM mid-volume" 50-1.000 macchine/anno — il target perfetto di Velora.

BUNDLE NATURALE

40%

52 lead su 134 interessati a X9 + VeloMotion in coppia. Da proporre come pacchetto unico.

TIMING CALDO

36

Lead in valutazione attiva o pianificazione H2 2026. Da attivare nelle prossime 4 settimane.

REACH GEOGRAFICO

12

Paesi rappresentati. 78% Italia, 22% EU (FR, DE, NL, CH, ES, AT in testa).

Raccomandazioni operative

Quattro azioni urgenti sul follow-up immediato e quattro azioni strategiche per il ciclo H2 2026.

– FOLLOW-UP · PROSSIME 2 SETTIMANE

ENTRO 48H · TOP LEAD

01

Email + demo per Dr. Marco Bianchi (IMA Active)

€140k in valutazione, switch da Rexroth. Mandare datasheet X9 + IM motors + conferma demo X9 Studio entro venerdì. Battle card Rexroth → X9 da preparare prima della visita del 18 giugno.

ENTRO 7 GIORNI · 9 QUALIFIED

02

Sequenza dedicata sui 9 lead qualificati

Pipeline stimata €620k aggregata. Assegnare 1 commerciale referente per lead, calendarizzare touchpoint specifico (no batch email). Conversion target 18-22% in 90 giorni.

ENTRO 14 GIORNI · 28 PROMESSE

03

Eeguire le promesse di invio dalle note

28 impegni espliciti estratti automaticamente da Linkly: quotazioni, datasheet, campioni. Esportare to-do dal database → assegnare ai 2 commerciali Inside con scadenza tracciata in CRM.

PARTNERSHIP · BENELUX

04

Apertura partner program · HOMA Automation

HOMA Automation (NL) chiede partnership distribuzione Benelux. Patrick van Berg ha già una pipeline F&B di €400k stimati. Preparare termini partner program e proposta entro 30 giugno.

– STRATEGIA · H2 2026

MARKETING

05

Battle card Rexroth → X9

14 prospect in valutazione di switch da Rexroth. Materiale comparativo dettagliato (specs, pricing, TCO, supporto) in IT/EN. Distribuire al team sales entro 30 giorni.

SALES ENABLEMENT

06

Bundle X9 + VeloMotion come default

52 lead (40%) hanno espresso interesse a entrambi — è il pacchetto naturale. Creare un'offerta bundled con pricing combinato per facilitare proposte commerciali standard.

EVENT ROI

07

Lead value obbligatorio al prossimo evento

61% dei lead senza stima pipeline. Configurare campo "Potenziale annuo" come obbligatorio post-scan (range <25k / 25-100k / 100-500k / >500k). ROI evento misurabile end-to-end.

CALENDAR

08

Conferma presenza SPS Italia 2027

SPS Parma ha confermato che il pubblico OEM 50-1.000 macchine è ICP perfetto e che il cost-per-lead (€284) è 40% sotto benchmark settore. Riconfermare slot stand entro settembre.

SPS Italia 2026 è stato un evento **commercialmente solido e operativamente disciplinato**. La combinazione di team distribuito, form al 71%, tag al 92% e cost-per-lead a €284 rappresenta il pattern d'uso ottimale di Linkly — questo report è un esempio concreto di come l'AI estrae valore commerciale da dati strutturati bene sul campo, in meno di 5 giorni dalla chiusura dell'evento.

Dr. Marco Bianchi va contattato entro 48h. I prossimi 90 giorni decideranno se i €1.6M di pipeline stimata si trasformeranno nei €240-320k di revenue chiusa che il benchmark di settore suggerisce.