

Marketing automation





Benvenuti!

Il Focus Group di oggi riprende una parte delle attività che abbiamo visto insieme nel Focus Group di Dicembre.

L'argomento di oggi sarà la Marketing Automation, uno strumento importante per automatizzare il nostro lavoro e mantenere un contatto costante con il consumatore.



Chi Sono

Mi chiamo Luca Percuoco e lavoro nell'ambito del Digital Marketing da oltre 15 anni. Ho lavorato in molti settori, editoria, lusso, sportware e pharma.

È alla fine un
piccolo quiz
con...

Kahoot!



oppure collegati a
kahoot.it

... • Cosa vedremo oggi

1

INTRODUZIONE

- A che punto ci siamo lasciati la scorsa volta
- Perchè parlare di Marketing automation?
- Cosa è la Marketing automation
- Concetto di Customer Centricity
- Perchè farla? (creare una relazione ed un dialogo (Loyalty))

2

BEST CASE

- Peuterey e la marketing automation
- Gruppo Bossoni Automobili
- Raja

3

MARKETING AUTOMATION NON È SOLO NEWSLETTER, COME APPLICARLO, LE PIATTAFORME E LE ATTIVITÀ:

- Remarketing
- Paid Search
- Newsletter
- Customer Service
- Artificial Intelligence
- Website
 - Contents
 - UX



Perchè ho scelto di parlare oggi
di Marketing automation?



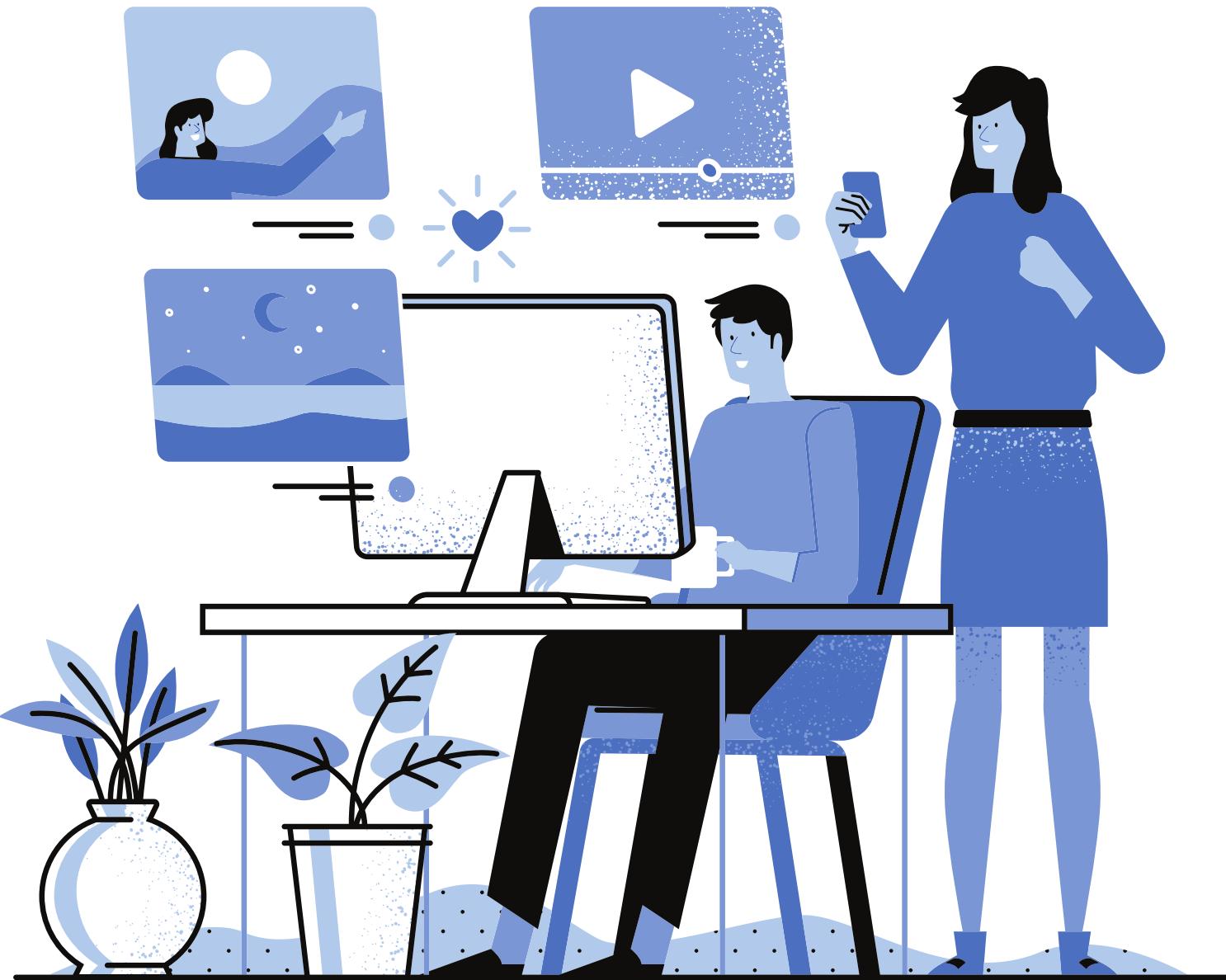
Introduzione



Cosa è la Marketing automation?

Marketing automation is software that assists marketers with customer segmentation, customer data management and campaign management. It provides marketers with the ability to offer real-time, targeted, data-driven campaigns along with enhanced efficiency and productivity.

Definizione Gartner



Concetto di Customer Centricity

Customer-centric organizations understand the unique problems and expectations of their customers as well as the context of those needs. They then consistently deliver products and services that meet those expectations.

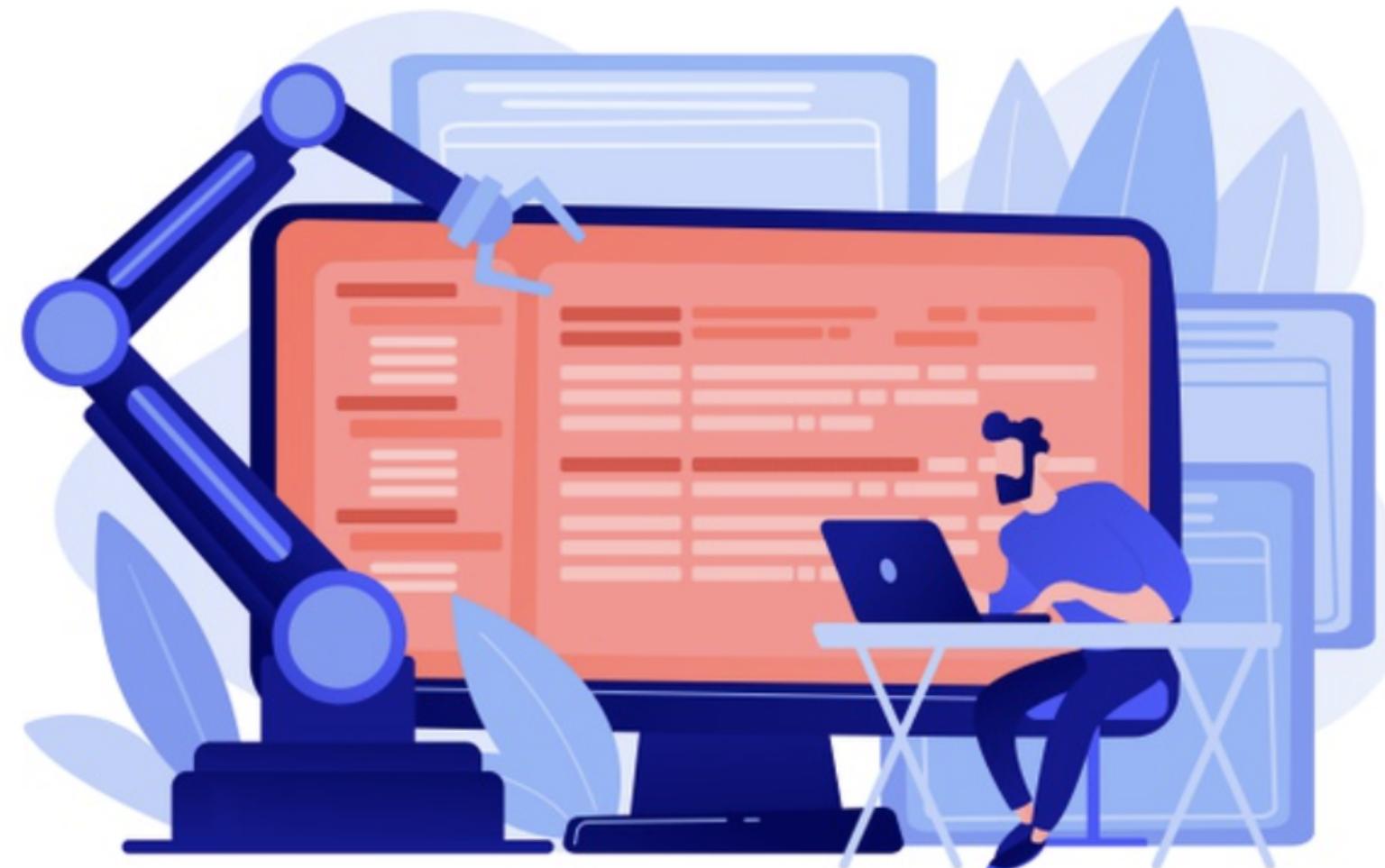
Definizione Gartner



Perché usare la Marketing Automation?

L'adozione di strumenti che compongono le basi per la marketing automation, come il CRM, strumenti di newsletter, tool di analisi, ci consentono di aprire canali di comunicazione personalizzati che rimangono costanti nel tempo, permettendo diverse azioni di marketing, come:

1. Analisi dei nostri clienti e delle loro abitudini di acquisto
2. Creazione di target più definiti che possono essere "allargati" utilizzando campagne di marketing
3. Vendere servizi di assistenza o prodotti correlati





Alcuni casi studio

Peuterey e la marketing automation



GRUPPO BOSSONI AUTOMOBILI

L'azienda ha automatizzato tutto il processo di acquisizione dell'utente e la comunicazione con lui, attraverso l'analisi delle persone che prenoteranno un appuntamento, inoltre, ha reso il processo di vendita più efficace.

La percentuale di lead che si trasformano in appuntamenti in sede è salita dal 31% al 45%, ed è in costante crescita.



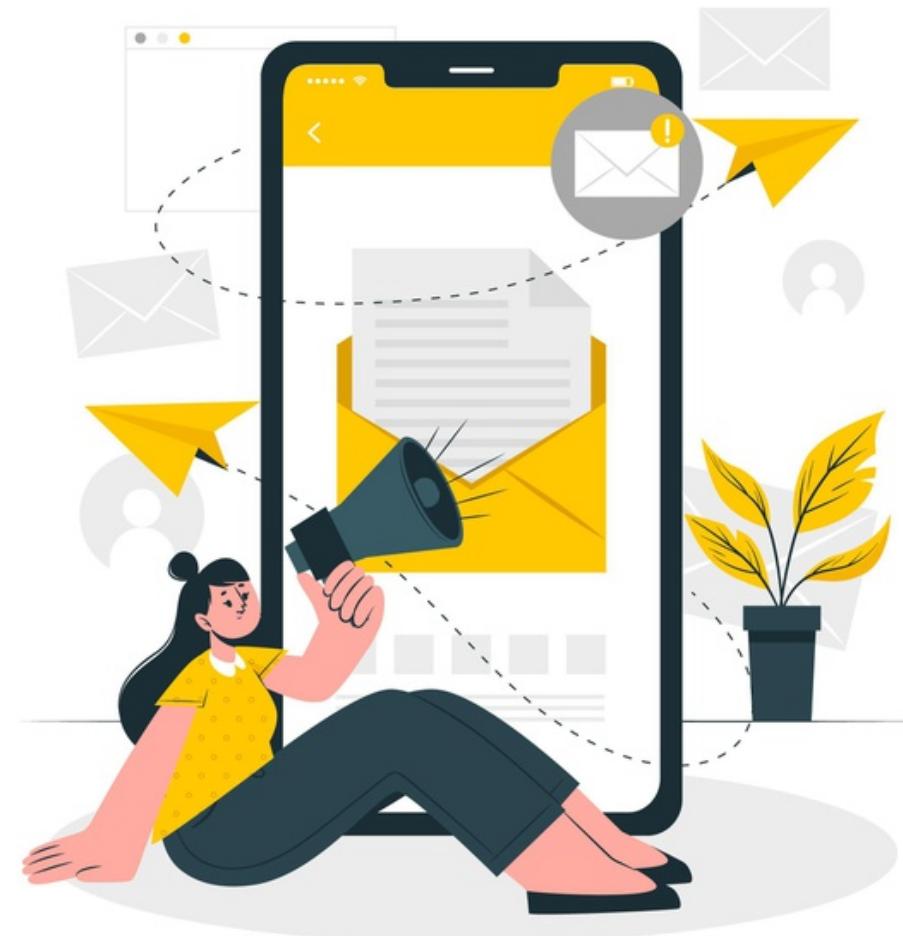
RAJA | Rajapack: scatole, imballaggi, buste, nastri adesivi

Avendo una customer base ampia ed eterogenea, RAJA ha sentito la necessità di attuare soluzioni che permettessero un'efficace gestione delle informazioni sui clienti e sulle loro interazioni con l'azienda, in un'ottica di stretto contatto con il cliente e di semplificazione dei processi.

Risultati:

- Gestione efficace e conseguente valorizzazione dei dati e delle informazioni dei clienti
- Ottimizzazione delle principali attività di marketing
- Parziale automatizzazione dell'assistenza al cliente





Marketing automation non è solo newsletter

Attività e Piattaforme

Marketing Automation + Remarketing

Creare campagne pubblicitarie che hanno come target:

- Utenti che già ci conoscono
- Utenti simili ad i nostri

Ci porta ad avere campagne:

- Ottimizzate nel costo
- Più efficienti
- Che generano più conversioni



Marketing Automation + Remarketing

Le campagne di remarketing possono essere effettuate con le più diverse piattaforme, quelle più conosciute sono:



PROGRAMMATIC
|||||



Marketing Automation + Remarketing



Marketing Automation + Paid Search

Attraverso la creazione di Audiences si possono creare campagne ottimizzate utilizzando:

- Azioni che hanno compiuto
- Gestione del costo del click (Click adjustment)
- Timing e tipologia
- Altro

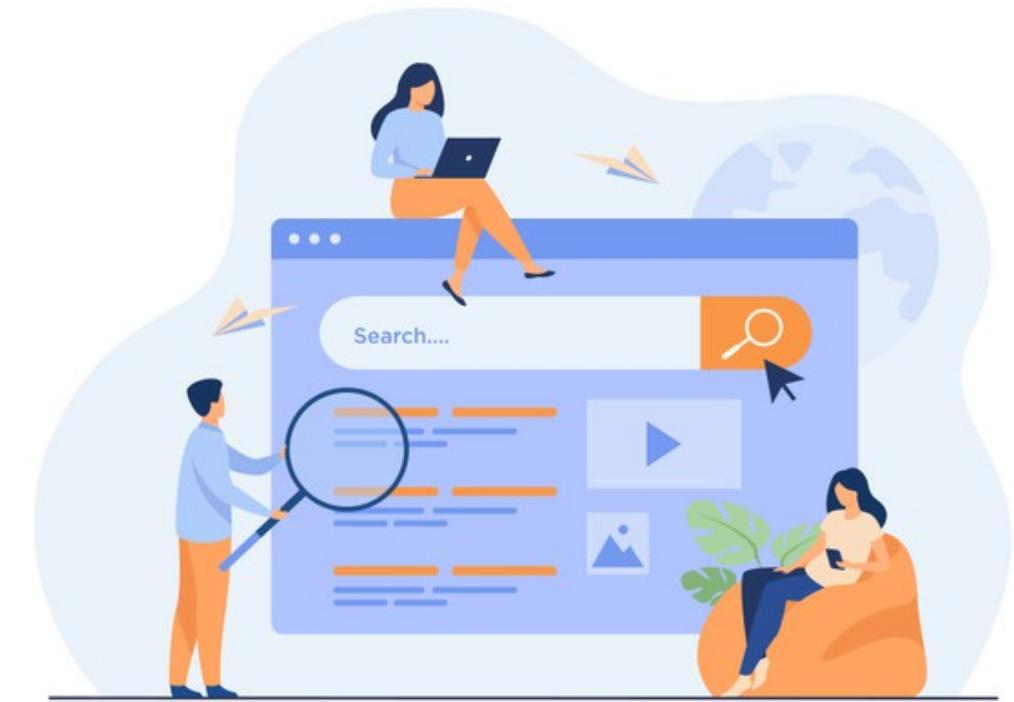


Marketing Automation + Paid Search

Le piattaforme sono i Motori di Ricerca che usiamo tutti i giorni:

Google
bing

Baidu 百度
Yandex





Condividere un'audience tra Google Analytics e Google Ads

Marketing Automation + Newsletter

L'utilizzo della Marketing Automation attraverso l'invio di email è sicuramente la cosa più semplice e più veloce da fare, le attività che si possono fare:

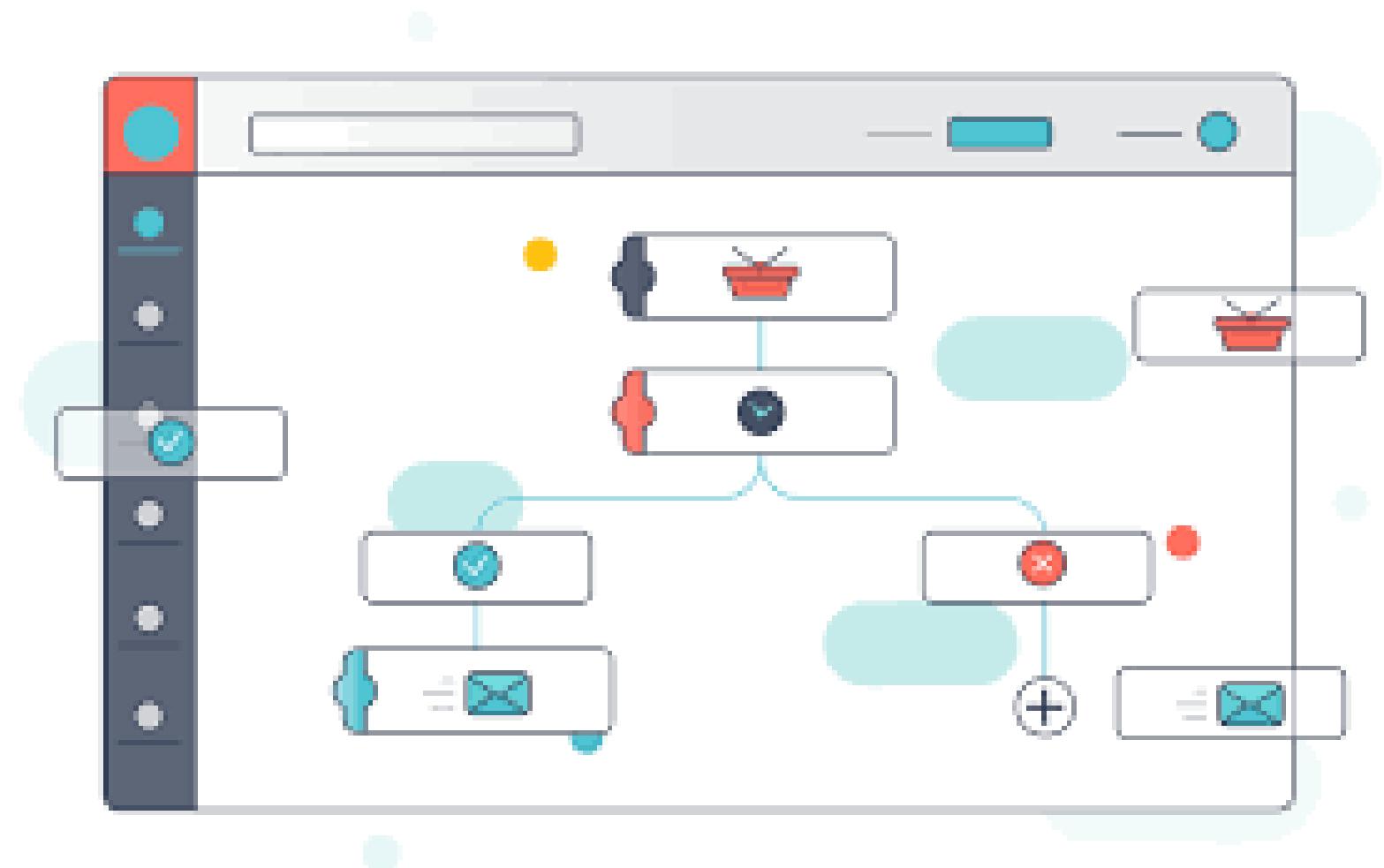
- Carrelli abbandonati
- Eventi (Compleanno, festività, etc.)
- Guide per i prodotti acquistati
- Informazioni su prodotti correlati
- Notizie su nuovi prodotti e servizi
- etc



Marketing Automation + Newsletter

Come Creare un flusso transazionale?

- Identificare l'obiettivo a cui si vuol far arrivare l'utente
- Creare un flusso di comunicazione che tocchi i diversi aspetti dell'obiettivo da raggiungere
- Personalizzare il flusso di email, utilizzando le azioni fatte dall'utente (Apertura delle email, click dei link, etc)
- Analizzare ed ottimizzare il percorso



Marketing Automation + Creare una Newsletter

Marketing Automation + Newsletter

Negli anni sono nate tantissime piattaforme per l'invio di Newsletter, molte di queste hanno anche piani base anche gratuiti e permettono di realizzare anche attività abbastanza complesse



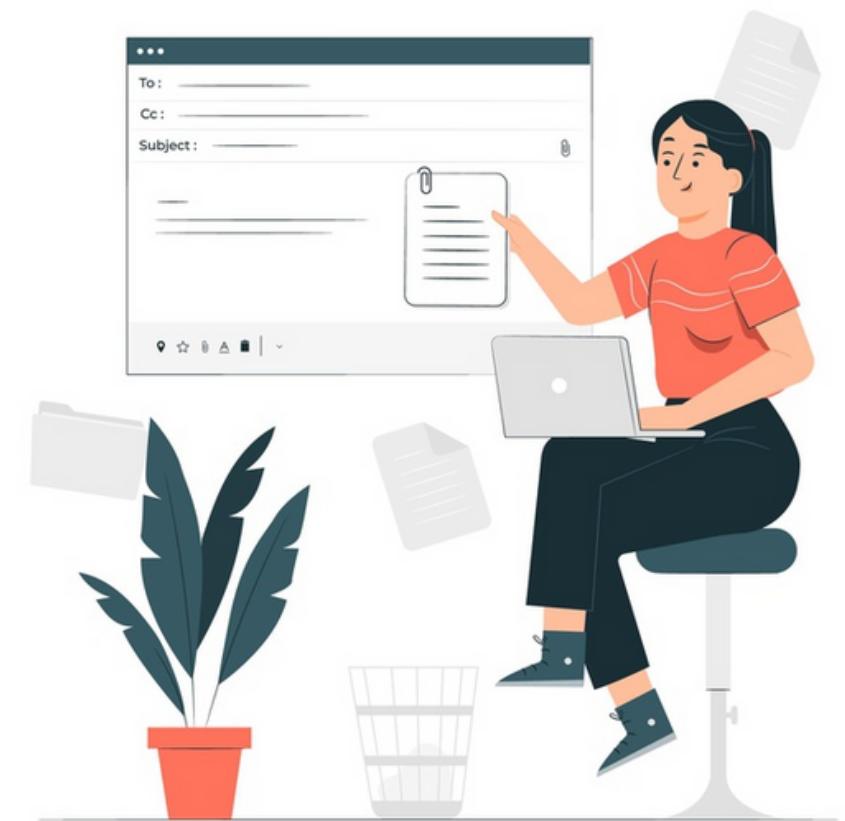
Marketing Automation + Customer Service

Un customer service efficiente è alla base del successo di moltissime aziende, perchè facilita la relazione tra azienda e cliente.

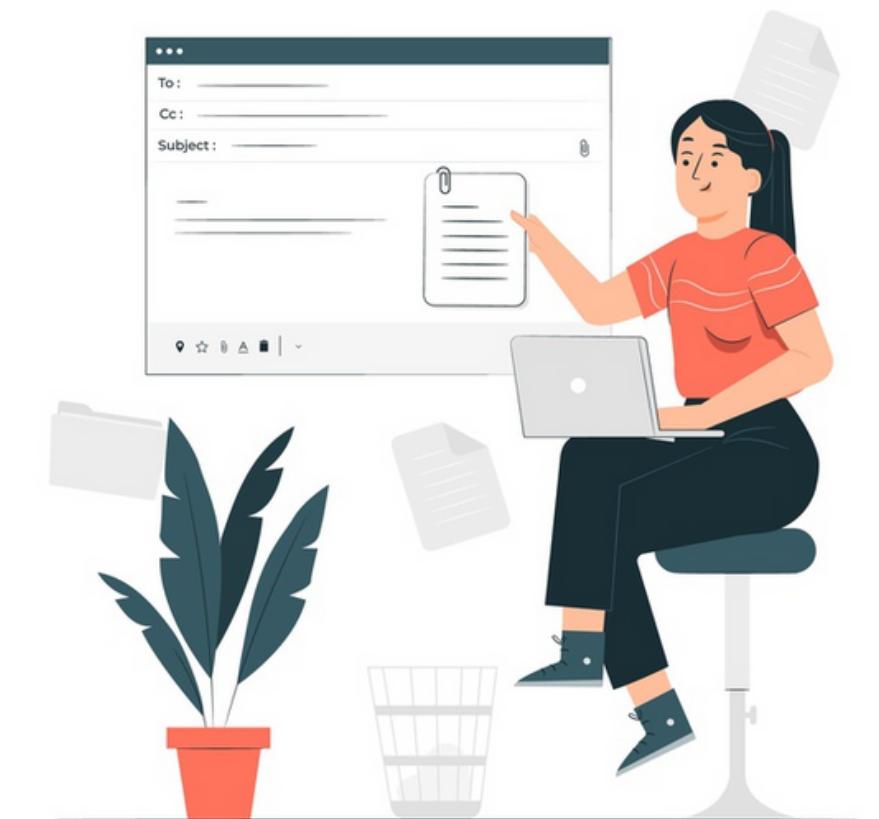
Questo genere di attività crea fiducia e aiuta a instaurare una relazione più consolidata, facendo in modo che, ad esempio, al momento della scelta, a parità di costo, l'utente scelga l'azienda nella quale ripone più fiducia.

Per una maggiore efficienza si può:

- Creare schede clienti che permettano di ricostruire tutte le informazioni e non dover far in modo che l'utente racconti ogni volta della sua esigenza
- Avere le informazioni su precedenti acquisti o richieste
- Avere i canali che più si adattano ad i nostri clienti (Chat, numero verde, email, etc)



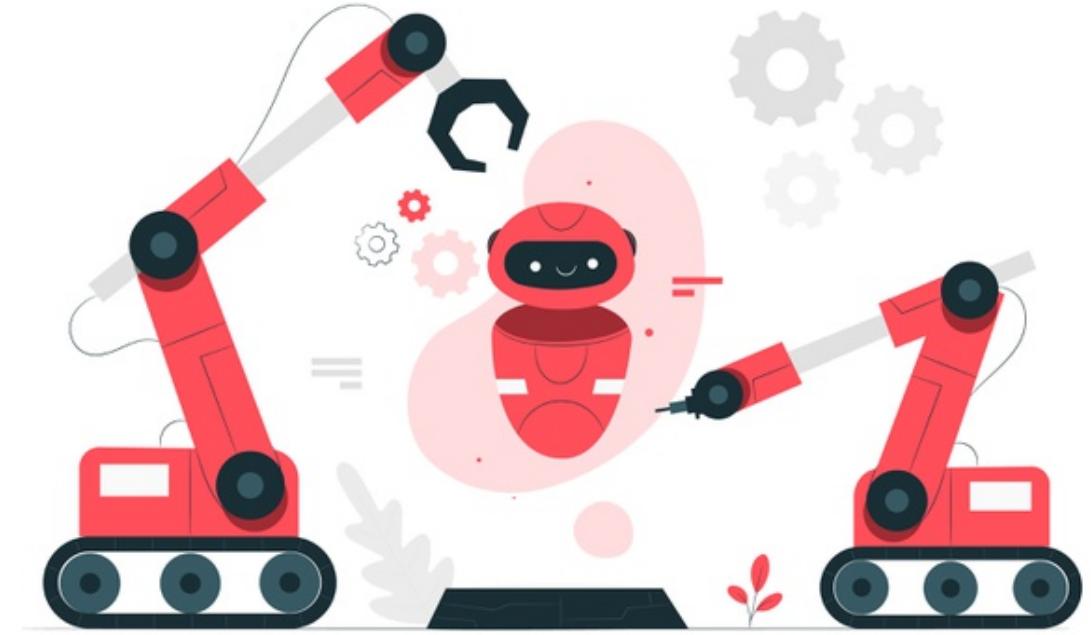
Marketing Automation + Customer Service



Marketing Automation + Artificial Intelligence

L'intelligenza artificiale può essere utilizzata in molti modi, tra i quali troviamo

- Chatbot
- Segmentazione e profilazione
- Personalizzazione dei messaggi
- Ottimizzazione degli obiettivi



Marketing Automation + Artificial Intelligence

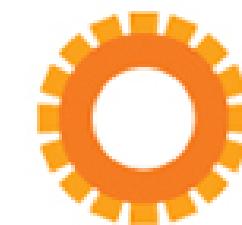
Landbot



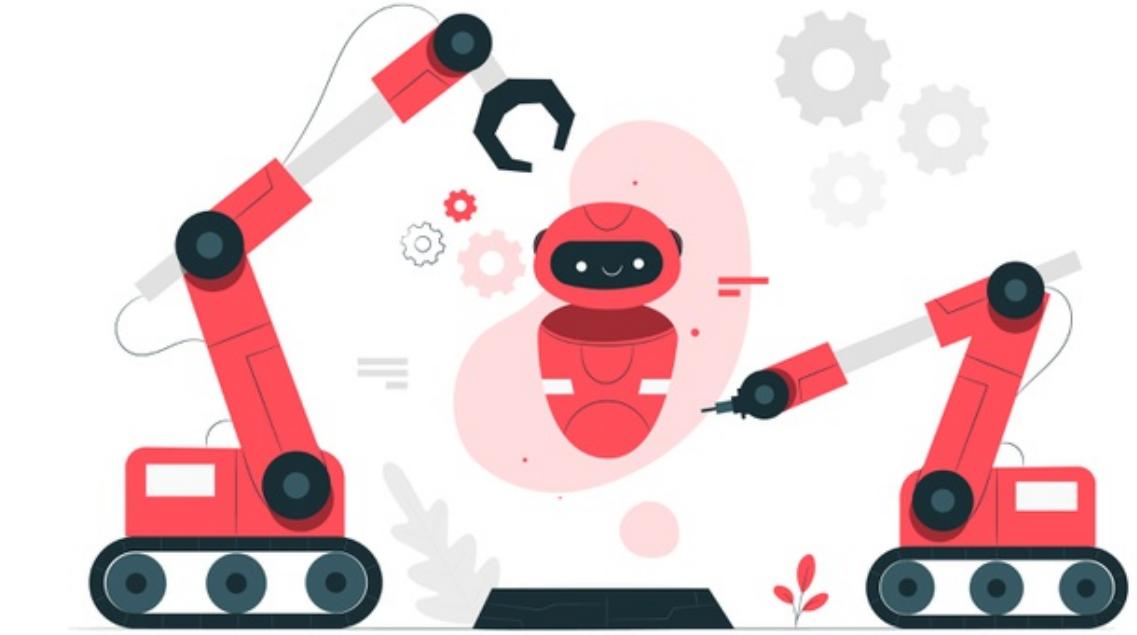
OpenAI



optimove



LIVE PERSON



Marketing Automation + Website

Grazie alle informazioni che si hanno dei propri utenti si possono fare tante attività sul sito, come:

- Modifica dei contenuti e dei prodotti, proponendo quelli più adatti
- Percorsi di navigazione personalizzati
- Messaggi e CTA (Call To Action) ottimizzate
- Gestione dei prezzi (Dynamic pricing)



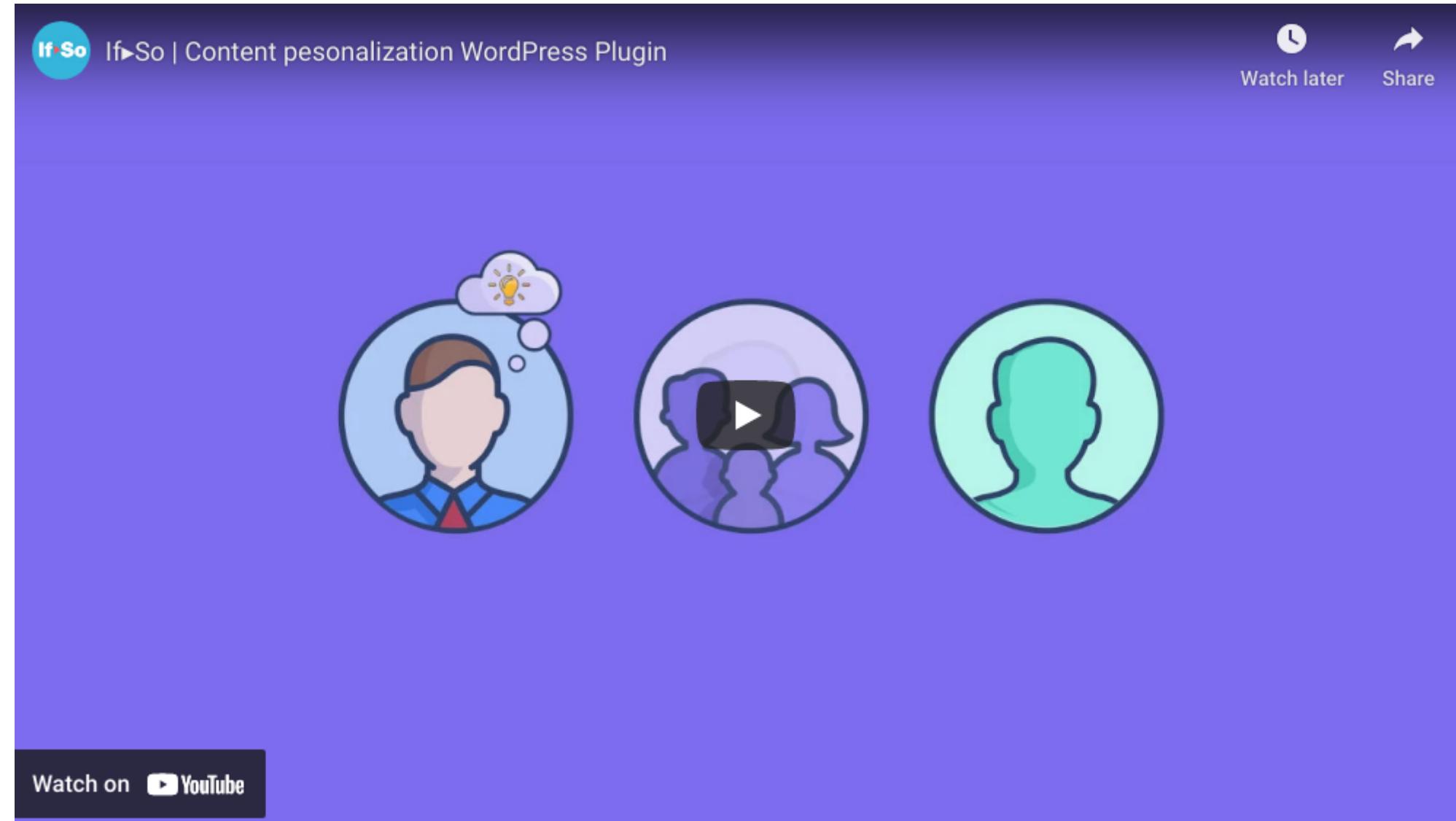
Marketing Automation + Website



Qubit.



Marketing Automation + Website





Luca Percuoco

PID Mentor presso Camera di Commercio
di Verona



Grazie

Luca Percuoco

eMail me: luca.percuoco@gmail.com

Call me: +39.3929149907

