

Trasforma i tuoi Lead in Clienti

... e falli comprare per sempre!

Workshop Operativo di
Samuel Cadelano
Giulia Verzeletti

Marketing Automation

1. Automatizzare i processi di Marketing
2. Comunicazione personalizzata con clienti acquisiti e potenziali
3. Educazione costante di clienti e lead



Le Automation Rules

Sono uno strumento che permette di eseguire delle azioni in modo automatico, in reazione a un particolare evento e alla presenza di determinate condizioni.

Si basano su:

- **Eventi**
- **Condizioni**
- **Azioni**

Categories

+ Add events

+ Add conditions

+ Add actions

Events

Conditions

Actions



CONTENUTI DINAMICI

Il Digital Body Language

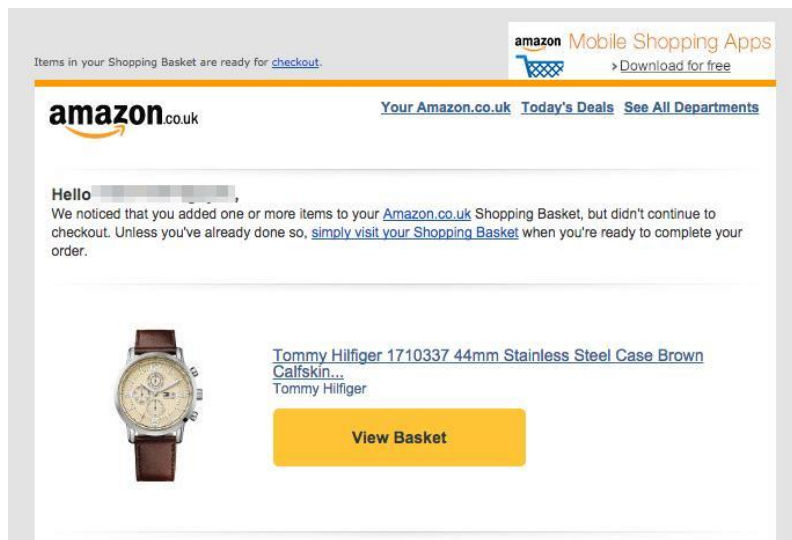
È l'aggregazione di tutte le attività digitali che un utente svolge e che possiamo monitorare. Il monitoraggio basato sul **Digital Body Language** è il meccanismo che sta alla base delle Email Dinamiche.

Alcuni esempi di azioni che possono essere compiute dall'utente :

- Cerca Prodotti
- Visualizza Prodotti cliccandoli
- Ferma il cursore su alcuni Prodotti senza cliccarli

Email Dinamiche

Le Email dinamiche possono adattare il loro contenuto sulla base delle attività dell'Utente. Per fare un esempio:



Recommendation Frames

Banner che mostrano dei prodotti specifici sulla base delle attività dell'Utente. Per fare un esempio:

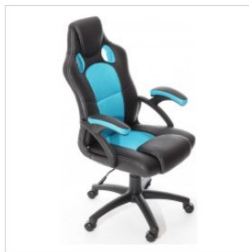
Recommendations based on your interests:



Table CHLS White

£ 799,5

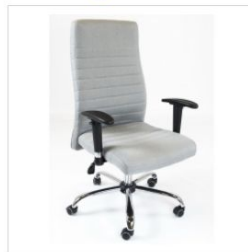
In Stock



Chair NV9157A Blue

£ 492

In Stock



Chair NF6622 Grey

£ 430,5

In Stock



Chair SDM101

£ 553,5

In Stock

STRUMENTI D'ANALISI

Il Modulo RFM

Il modulo RFM permette la creazione di Matrici basandosi su tre principali Parametri di Misurazione:

- **Recency** → indica quanto tempo è passato dall'ultimo acquisto effettuato da un determinato Cliente
- **Frequency** → indica quanto spesso un Cliente effettua una determinata Transazione
- **Monetary** → indica il Valore Monetario delle Transazioni effettuate dai clienti

Il monitoraggio offerto dal Software permette di avere questi dati a disposizione in maniera automatica.

Time since last purchase counted in ?

Months

The time period from the last purchase



Short less than

3

Medium greater or equal

3

less than

9

Long greater or equal

9

Maximum number of purchases (one contact) ?

12

Time range



Last 3 months



Last 12 months

Frequency range



Casual less than

3

Regular greater or equal

3

less than

9

Common greater or equal

9

Client purchase value ?

400

Time range



Last 3 months



Last 12 months

Customer spend range



Saver less than

100

Medium greater or equal

100

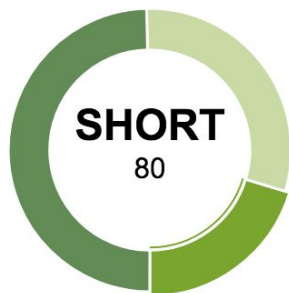
less than

300

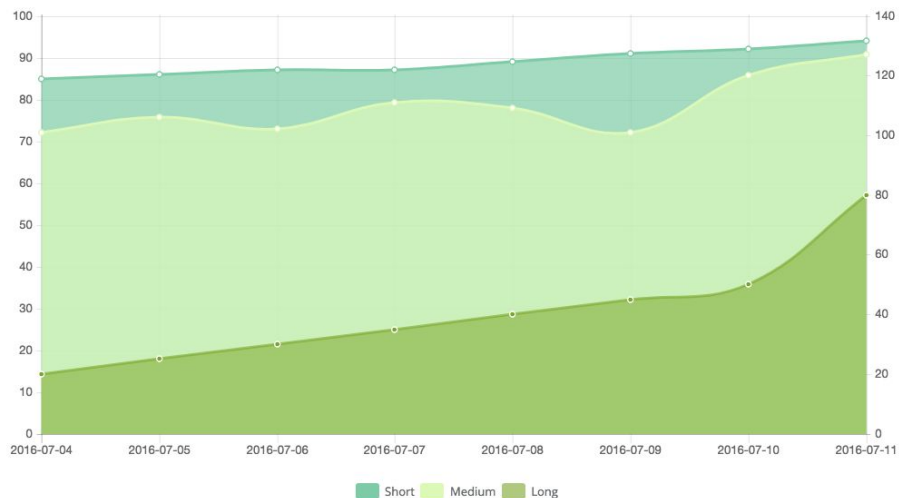
Spender greater or equal

300

Users by recency



Users in segments in time



Segment statistics

Short

80

Contacts in segment

Transactions	123
Average value	365.95 USD
Total income	45 012 USD

Segment statistics

Medium

120

Contacts in segment

Transactions	424
Average value	290.12 USD
Total income	123 012 USD

Segment statistics

Long

200

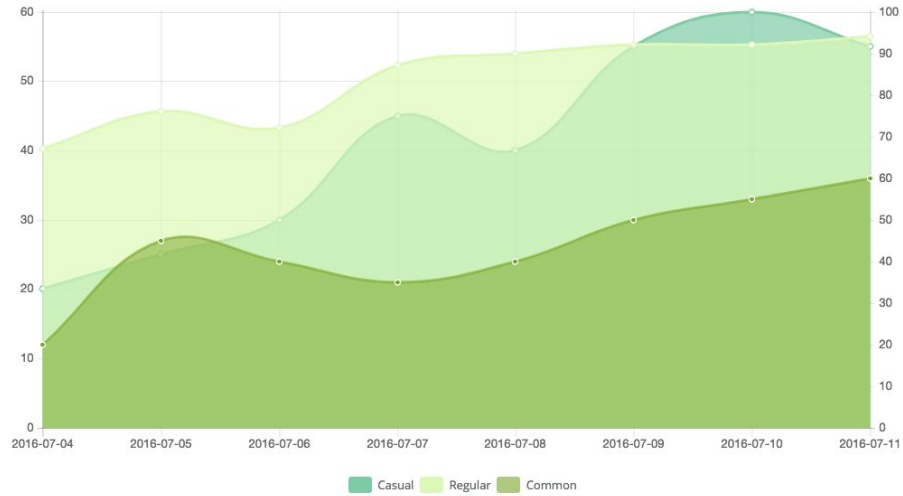
Contacts in segment

Transactions	345
Average value	188.44 USD
Total income	65 012 USD

Users by frequency



Users in segments in time



Segment statistics

Casual

75

Contacts in segment

Transactions	473
Average value	129.22 USD
Total income	61 123 USD

Segment statistics

Regular

245

Contacts in segment

Transactions	345
Average value	222.64 USD
Total income	76 812 USD

Segment statistics

Common

80

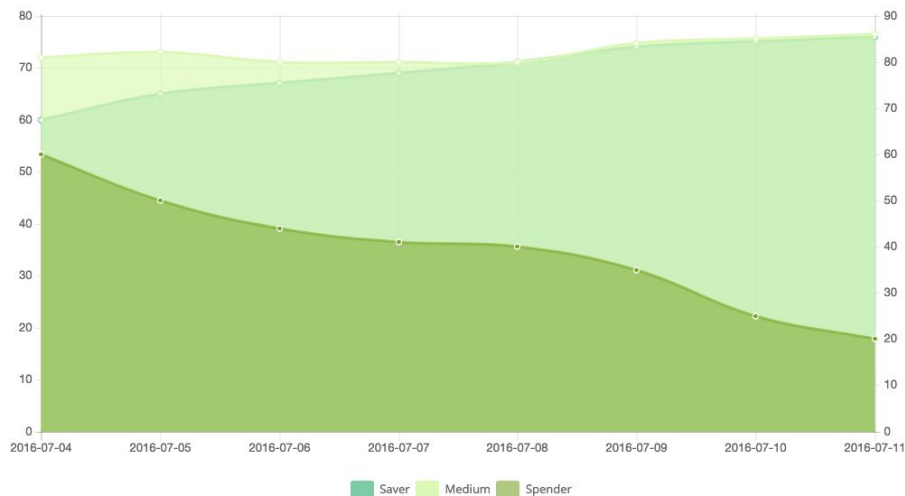
Contacts in segment

Transactions	125
Average value	996.45 USD
Total income	124 556 USD

Users by monetary



Users in segments in time



Segment statistics

Saver

200

Contacts in segment

Transactions	312
Average value	208.33 USD
Total income	65 000 USD

Segment statistics

Medium

100

Contacts in segment

Transactions	240
Average value	342.25 USD
Total income	82 141 USD

Segment statistics

Spender

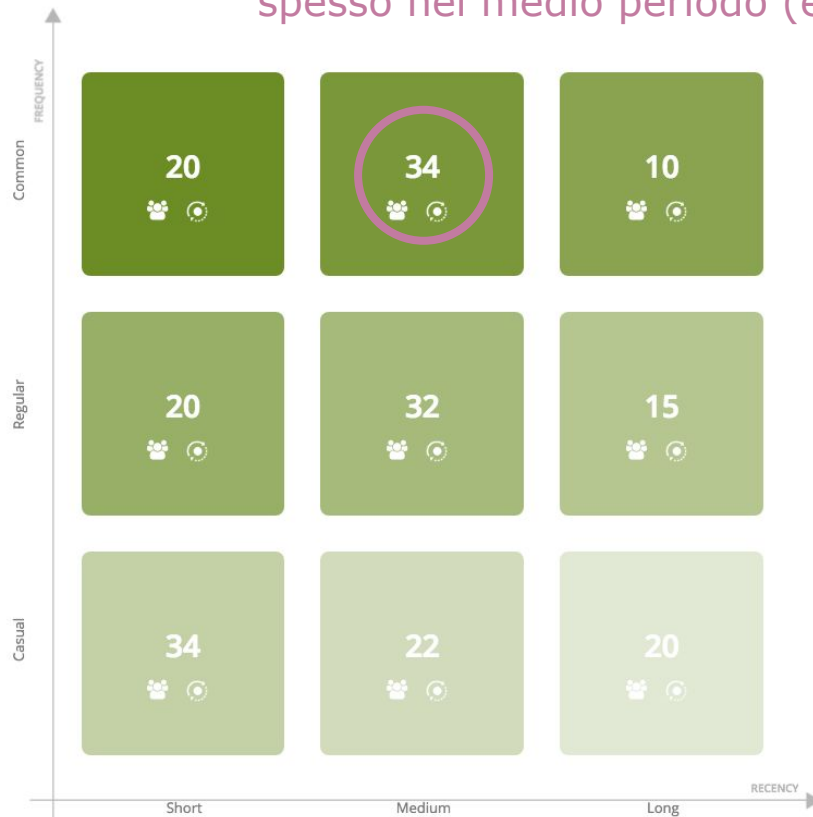
100

Contacts in segment

Transactions	120
Average value	743.34 USD
Total income	89 201 USD

RECENCY | FREQUENCY

La maggior parte dei clienti acquista più spesso nel medio periodo (es. stagionalità)



Puoi premiare chi ha effettuato un acquisto costoso nell'ultimo periodo



FREQUENCY | MONETARY



Genera coupon per
coloro che acquistano
poco spesso e spendono
poco

ALTRE FEATURES

Messaggi di Compleanno



Qualora si disponga delle date di compleanno degli Utenti, il sistema permette di inviare Messaggi di Compleanno sotto forma di SMS o Email.

Questa funzionalità è utile per automatizzare i processi legati ai Loyalty Programs e per fidelizzare ulteriormente i Clienti preparando offerte personalizzate.

Notifiche Push

Permettono di contattare gli utenti anche se non disponiamo dell'indirizzo email.

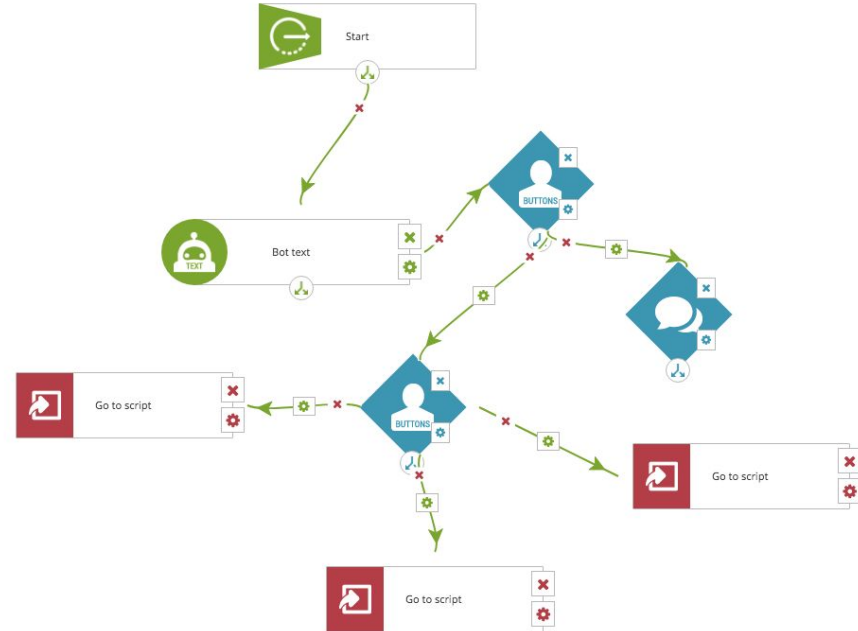
È sufficiente che l'utente stia utilizzando il browser per ricevere la notifica (anche se non è sul nostro sito).



Chat Bot

La funzionalità Chat Bot permette di creare un Bot su Facebook pronto a rispondere alle domande degli Utenti sulla base di scenari preimpostati.

La creazione di un Bot nella piattaforma SALESmanago avviene tramite un Workflow.



- **Contenuti dinamici**
 - Email dinamiche
 - Recommendation Frames
- **Strumenti di Analisi**
 - Modulo RFM
- **Altri Strumenti**
 - SMS/Email di Compleanno
 - Notifiche Push
 - ChatBot

E per l'Ecommerce?

SALESmanago mette a disposizione delle integrazioni già pronte per le seguenti piattaforme:



Inoltre, per tutte le altre (anche proprietarie), SALESmanago mette a disposizione delle API per l'integrazione.

Grazie!

Approfondisci le tematiche su:

- giuliverzeletti.it
- <https://salesmanago.7hype.it/>

e nel Manuale "Inbound Marketing Automation"
disponibile su libroima.it