

Marketing Automation: come può aiutare le aziende?



Giulia Verzeletti

Marketing Automation Consultant

Sito web: giuliaverzeletti.it

Instagram: [inboundmarketingautomation](https://www.instagram.com/inboundmarketingautomation)

Di cosa parleremo:

- Che cos'è la **Marketing Automation**
- Il ruolo della Marketing Automation in una **strategia Inbound**
- **Strumenti** della Marketing Automation
- Marketing Automation per il **b2b**
- Marketing Automation per **E-Commerce**
- **Cosa serve per partire** con la Marketing Automation



Che cos'è la Marketing Automation?

**Supporto
al Marketing**

**Posizionamento
Pubblico
Comunicazione**



Strumento

Partiamo da una prima definizione:

La Marketing Automation è composta da **strumenti** che permettono di comunicare con il proprio **pubblico** in maniera **personalizzata**, facendo arrivare il **messaggio giusto** al **momento giusto**.



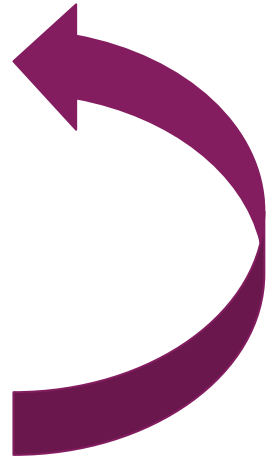
Il ruolo della Marketing Automation in una strategia di Inbound Marketing

**Inbound
Approccio**

**Automation
Strumento**

Il Percorso dell'Inbound

Attrai
Converti
Chiudi
Delizia



Con contenuti rilevanti e di valore

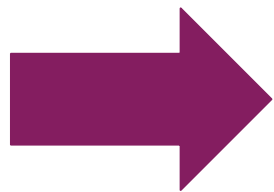
**Prima dello
strumento**

**Personas
Problemi Canali
Buyer Journey
Lead Magnet
Flusso di vendita**

Strategia

**Avvia
Conversazioni**

**Cura le
Relazioni**



**Parte dallo
Studio del
Pubblico
e continua
l'analisi**

**Quali Strumenti
mette a disposizione
delle aziende?**

Processo in 3 fasi

Monitoraggio

i cui dati vengono utilizzati a scopi di

Segmentazione

che permette la personalizzazione a suon di

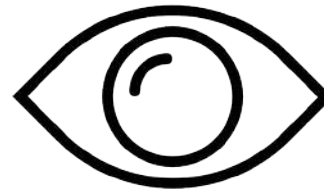
Automazione

Monitorare il
Linguaggio
del Corpo
Digitale

Pagine del sito
Articoli blog
Visualizzazione video
Prodotti preferiti
Percorsi online

Segmentare il
Database
in base ai
Dati
raccolti

**Profilazione
Esplicita**



**Profilazione
Implicita**

**Lead
Tagging:**
attaccare
Etichette
ai contatti

AZIONI SVOLTE
PREFERENZE
CARATTERISTICHE RILEVANTI
ABITUDINI
D'ACQUISTO

**Lead
Scoring:**
assegnare
Punteggi
ai contatti

ENGAGEMENT
PROMOZIONI
PREMIARE LA FEDELTÀ
STRUTTURARE
LOYALTY
BLOCCARE L'ABBANDONO

Rendere Automatica e Personalizzata la Comunicazione



Quali Vantaggi per le aziende?

Marketing Automation B2B Offline

- **Lead Generation offline** durante fiera o evento
- **Profilazione** svolta dal commerciale di riferimento
- Inserimento dati in **form di contatto con flag per profilazione** (previo ottenimento consenso firmato al trattamento dati e profilazione)
- **Invio email personalizzate in base all'interesse tracciato**



**Marketing
Automation
B2B Offline**

**Contatto immediato
Personalizzazione
Risparmio di tempo
Relazione umana**

Fondamentale l'apporto del CRM!



Marketing Automation B2C E-Commerce

- Banner diversi per utenti anonimi o già in database
- Chatbot per guida alla scelta del prodotto
- Nurturing in base ai prodotti maggiormente visti
- Recupero carrello abbandonato
- Richiesta recensione e calcolo NPS
- Modulo RFM per analisi dei comportamenti

Focus sulla Fase di Delight

Net Promoter Score

Promotori → referral
Passivi → recupero
Detrattori → rimedio



Focus sulla
**Fase di
Delight**

Net Promoter
Score

**Invio sondaggio
Segmentazione
Attivazione flussi**



Focus sulla
**Fase di
Delight**

**Recency,
Frequency,
Monetary**

**Risveglio database
Premio alto-spendenti
Aumento valore carrello**

**TMB ma...
da dove si
comincia?**

Processo Strategico e Pratico

1. **Studio del pubblico** (problemi che affronta, caratteristiche rilevanti, percorso decisionale)
2. Mappa del **processo di vendita**
3. Produzione di **contenuti per attrarre e convertire**
4. Creazione di una **prima roadmap da seguire per nutrire gli utenti**
5. **Automazione del processo** utilizzando **tag** per caratteristiche rilevanti, **scoring** per l'engagement e **automazioni** per attivare percorsi di educazione diversi
6. **Misurare e aggiustare!**



Facciamo una
Sintesi!

- La Marketing Automation è uno **strumento** e si inserisce in una **strategia di Marketing (meglio se Inbound)**
- Ha un'ottima resa nella **gestione delle relazioni** perché personalizza il dialogo man mano che raccoglie dati
- Non funziona solo online ma anche **con processi di vendita ibridi con una parte offline**
- Ha grande **efficacia anche nel post acquisto** per favorire la raccolta di testimonianze e il passaparola, oltre al referral

Grazie per l'attenzione!



Giulia Verzeletti

Marketing Automation Consultant

Sito web: giuliaverzeletti.it

Instagram: [inboundmarketingautomation](https://www.instagram.com/inboundmarketingautomation)

#WMF2020