

Guido Di Fraia

# FARE MARKETING CON L'AI

*Aumentata*

**Intelligenza ~~Artificiale~~  
per comunicare brand,  
prodotti e idee**

BIG DATA

NLP

MACHINE  
LEARNING

DEEP  
LEARNING

ALGORITMI

*Analyst  
prescrittiva*

*Targetizzazione  
predittiva*

*Virtual  
Assistant*

*Virtua  
Agent*

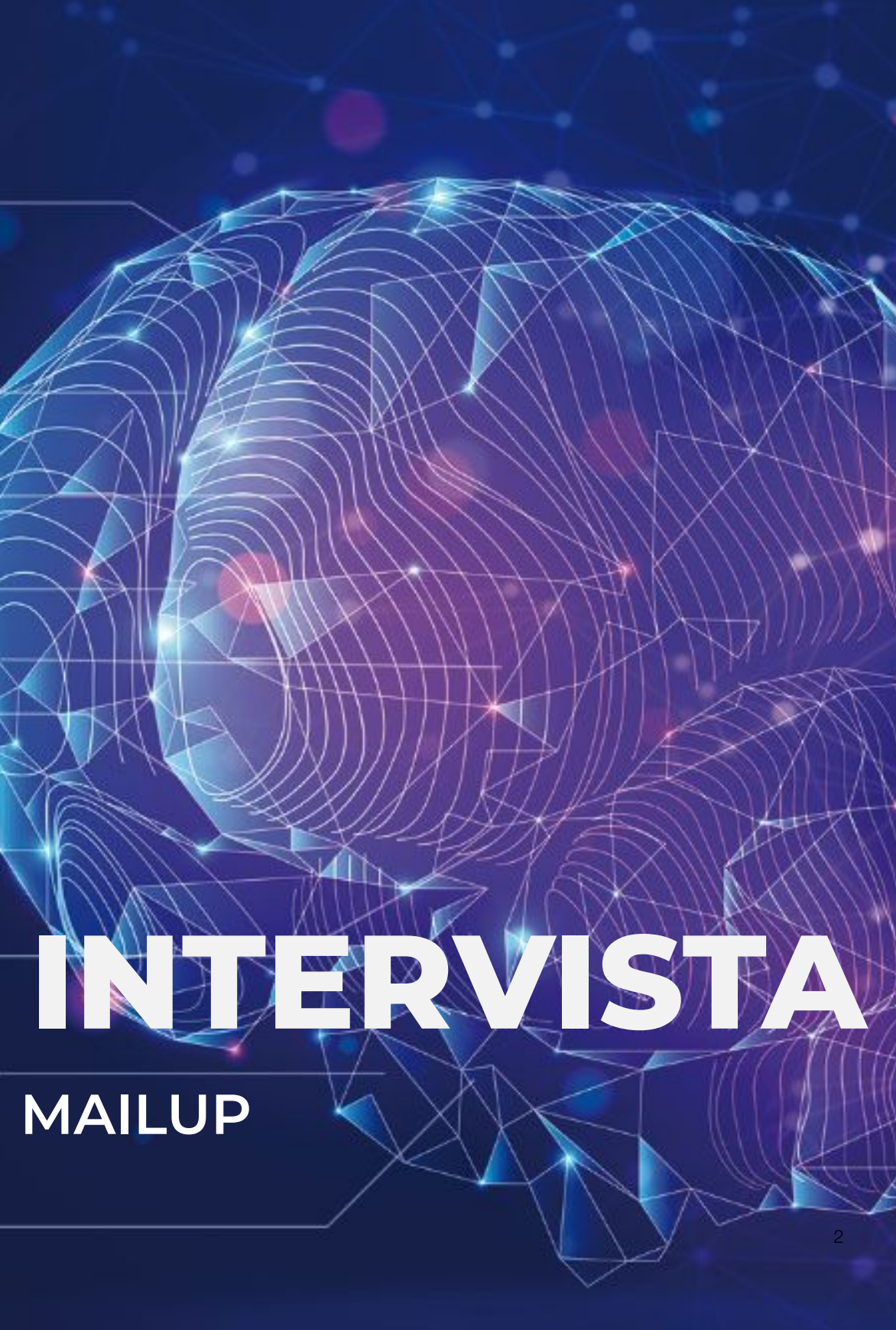
## CAPITOLO 12 E-mail Marketing



---

## LE 10 REGOLE PER UN BUON FORM DI ISCRIZIONE A UNA NEWSLETTER SECONDO NAZZARENO GORNI, FONDATORE E CEO MAILUP GROUP

1. Inserire il form di iscrizione in tutte le pagine del sito o in pop-up che si attivano dopo un determinato tempo.
  2. I campi di inserimento dei propri dati devono essere ampi e ben visibili.
  3. I nomi dei campi devono essere standard e immediatamente comprensibili.
  4. Prevedere una validazione in linea, meglio se con check degli indirizzi sbagliati.
  5. Preferire l'iscrizione in due step se si necessita della compilazione di molti campi.
  6. Mostrare la miniatura della newsletter che sarà inviata e, possibilmente, un link all'archivio.
  7. Indicare con precisione che cosa la persona riceverà e con quale frequenza.
  8. Immediatamente dopo l'iscrizione, inviare all'utente l'ultima newsletter disponibile.
  9. Prevedere la necessità che l'interessato metta direttamente il flag sulla privacy (che non deve essere quindi pre-inserito) e sul link relativo all'informativa, prima di poter cliccare sul bottone di invio dei propri dati.
  10. Prevedere una pagina di ringraziamento per l'avvenuta iscrizione al servizio: ripetere l'indirizzo e-mail inserito e avvisare l'utente che è necessario che lui lo confermi andando ad aprire la relativa e-mail. Indicare che cosa fare nel caso la persona non l'abbia ricevuta, o non riesca a vederla perché magari finita in spam.
-



# INTERVISTA

MAILUP

# SCHEDA AZIENDA

## MAILUP

**NOME AZIENDA:** MAILUP GROUP

**NUMERO DIPENDENTI:** 253

**ANNO FONDAZIONE:** 2002

**CEO:** NAZZARENO GORNI

**EXPERTISE AMBITO AI:** DATATRICS

**PRINCIPALI CLIENTI (AI):** Karcher, British Petroleum, Brosway, Desivero, Iperbimbo

# SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

**Quali sono le vostre maggiori competenze nell'ambito delle soluzioni di AI? Qual è la soluzione di maggior spicco tra quelle presenti il vostro catalogo di prodotti?**

Datatrix è una CDP specializzata per il marketing delle aziende, che consente di collegare e integrare dati di tutte le fonti interne. Datatrix aggiunge anche collegamenti con fonti esterne e unisce questi dati per creare profili di clienti a 360 gradi. Sulla base di questi profili, l'azienda può veicolare contenuti personalizzati e pertinenti ai singoli clienti lungo tutto il customer journey. Datatrix consente inoltre di utilizzare agevolmente contenuti dinamici e personalizzati sul sito internet, nelle email e nell'advertising. Utilizzando Datatrix l'azienda riesce ad essere molto più rilevante lungo tutto il customer journey dei clienti, e raggiunge l'obiettivo di incrementare la reach, le conversioni, l'engagement e la fedeltà dei propri clienti.

**Tale soluzione è adatta a tutti i modelli di business (B2B/B2C)?  
Anche ad una PMI?**

Si.

# SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

**Quali sono i benefici concreti che questa soluzione offre rispetto a quelle tradizionali, non AI-Powered?**

Migliorare la segmentazione dei clienti e quindi l'efficacia delle attività di advertising e personalizzazione dei contenuti, del sito web e delle email (CTR, Open rate, conversioni, etc.); Poter lavorare direttamente su ogni fase del Customer Journey, in quanto Datatrics riesce a individuare la fase del funnel in cui si trova il cliente; Fare attività di deduplica del cliente ; Impostare marketing automation con regole predittive e non solo manuali; Ottenere insight dettagliati (a che tipo di prodotto il cliente è interessato, potenziale LTV, potenziale di spesa a breve, probabilità di acquisto, tipo di cliente, urgency, scarcity, price, reciprocità, autorevolezza della fonte).

**Vi sono risultati che avete ottenuto con un cliente particolarmente significativi e che possono essere divulgati?**

La soluzione messa in campo per Desivero, realtà innovativa del settore idrotermosanitario. Desivero desiderava perfezionare il sito web, ottimizzando il customer journey, perfezionando i touch point con l'utente e personalizzando le comunicazioni fino a raggiungere un rapporto 1 a 1.



# SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

Per incrementare l'engagement degli utenti onsite, le conversioni e lo scontrino medio, è stata messa in campo la Smart CDP di Datatrics, dotata di tecnologia di Marketing predittivo. L'utilizzo di Datatrics ha aiutato Desivero: ad abbattere i costi di acquisizione utenti delle campagne digitali, grazie all'iper-profilazione e alle campagne di cross-selling multi-canale (ADV, attività sul sito e Email); ad aumentare l'engagement degli utenti onsite; ad aumentare la conversioni (+35% tasso di conversione dopo qualche mese dall'utilizzo).

# ISTRUZIONI PER L'USO

**Qual è il processo attraverso cui tale soluzione viene progettata/sviluppata/personalizzata per il cliente?**

Azienda medio-grande: Analisi Bisogni; Collaborazione con Agenzia (eventuale); Personalizzazioni / configurazione e caricamento contenuti; Integrazioni tramite i circa 200 connettori o ad hoc; Analisi risultati e fine tuning

PMI: Datatrics è pensata per essere usata in self-provisioning. Tutte le funzionalità sono attive, è presente documentazione online e training di base (2h).

**Che cosa deve fare l'azienda cliente per potervi mettere in condizione di realizzare al meglio la vostra soluzione per loro?**

Azienda medio-grande: rendere disponibili risorse e strumenti per acquisire i dati in modo automatico.

PMI: avere a propria disposizione un'agenzia digital o almeno uno sviluppatore in grado di integrare Datatrics velocemente all'interno sito o dell'e-commerce. L'azienda dovrebbe inoltre dotarsi di una risorsa dedicata allo strumento (integrazioni, configurazione, caricamento contenuti e monitoraggio risultati) che dedichi 2-3 giorni all'avviamento, almeno 30 minuti al giorno al monitoraggio e all'identificazione dei potenziali miglioramenti e qualche ora al mese per la creazione di nuovi touchpoint.



# ISTRUZIONI PER L'USO

**Quali sono i principali motivi di insuccesso o di generazione di problemi (allungamento tempi, costi, ecc.) riconducibili all'azienda cliente?**

Mancanza di risorse o competenze tecniche del cliente che porta a: allungamento tempo di setup iniziale (inserimento tag sui siti) e di collegamento canali (es. Contenuto e/o profili utenti); impossibilità di poter gestire la piattaforma Datatrics: non si utilizza.

Pensare che l'AI faccia tutto da sola in automatico: l'AI aiuta l'umano ma non può sostituire al 100% la strategia e le attività dell'uomo. E' necessario che ci sia almeno una risorsa interna in azienda che monitori costantemente le attività fatte con Datatrics.

Mancanza di una reale strategia di marketing

# RISORSE NECESSARIE E METRICHE

**Quali sono le figure che il cliente deve coinvolgere nel processo?**

Team IT / Developers, agenzie tecniche che lavorano sul sito e Team Marketing (CRM e/o E-commerce manager e/o marketing manager).

**Quanto ci vuole, in termini di tempo, per passare dalla progettazione alle soluzioni finite?**

Azienda medio-grande: 2-3 mesi. Dipende dalla disponibilità delle risorse dell'azienda cliente, e dalla numerosità delle richieste fuori standard da gestire (es. Introduzione di un connettore non disponibile, etc.)

PMI: 2-4 settimane. Dipende dalla velocità dell'azienda cliente nell'inserimento degli script, nel collegamento dei canali e nell'inserimento del contenuto. Con sistemi e-commerce più comuni (es. Shopify) il tempo si riduce anche a pochi giorni.

# RISORSE NECESSARIE E METRICHE

## Qual è l'investimento richiesto da parte dell'azienda?

L'investimento è composto da una spesa interna all'azienda per svolgere le attività di setup di Datatrics e dal costo della licenza mensile della piattaforma stessa, che varia in base al numero di sessioni del sito web.

Costo setup Datatrics: Se l'azienda possiede tecnici (sviluppatori, team IT) interni, il costo è nullo (solo 1-2 giorni uomo delle risorse interne). Se l'azienda affida ad un'agenzia esterna la gestione del sito internet, in genere il costo è variabile: da 200-300 € a 2.000€ una tantum in base alla complessità del setup richiesto.

Costo licenza mensile Datatrics: Si va da un prezzo base di 550 €/mese ai 3.000 €/mese (con 1 Milione di sessioni/mese sul sito) oppure ai 6.500 €/mese (con 4 Milioni di sessioni/mese sul sito).

# RISORSE NECESSARIE E METRICHE

**Quali sono le metriche che consentono di stabilire i risultati del progetto?**

Aumento tasso di conversione del sito web, Aumento ricavi canale web, Riduzione costi campagne Adv (CPC, CPA, CPL), Aumento frequenza di riacquisto degli utenti (maggiore loyalty) (LTV).

Altri KPi indiretti possono essere legati al canale: Web (tempo speso, tasso di returning visitors, pagine medie visitate, bounce rate); Email (OR, CTR, unsubscription rate, CTOR); Adv (CPC, CPA, CPL).

# SUGGERIMENTI DA SEGUIRE

**In sintesi: tre consigli che dareste ad un imprenditore che volesse avviare una sperimentazione della soluzione in oggetto.**

Avere una strategia chiara del perché voler implementare uno strumento di marketing predittivo e automatizzato in azienda (obiettivi, KPI, risorse, timing).

Essere sicuro che i team/i riferimenti dell'area tecnica e marketing siano realmente ingaggiati per portare avanti e seguire le attività.

Saper aspettare e non valutare solo in ottica di ROI. Occorre pensare a 360 gradi (es. Efficientamento delle attività, impatto sui vari KPI, analisi della base clienti, soddisfazione cliente) e fare valutazioni su un periodo di almeno 6 mesi.

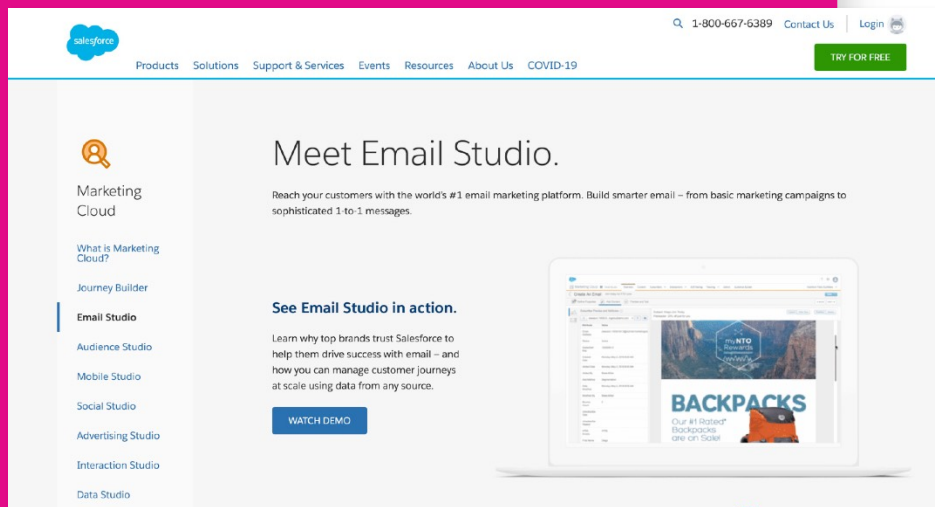


**MAILUP**

<https://www.mailup.com>

# **Piattaforme E-mail Marketing**

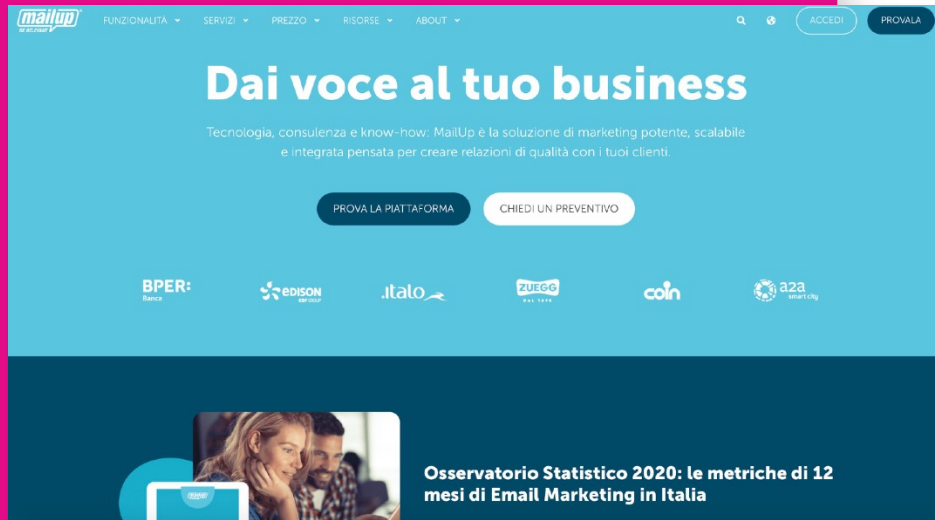




## Email Studio

**Email Studio** è una piattaforma di **e-mail marketing automation** che aiuta i professionisti nella creazione e invio di **messaggi personalizzati**.

La piattaforma è in grado di creare e-mail profilate seguendo formati e strutture che vanno dalle newsletter più semplici a quelle di grande complessità; è possibile recapitare messaggi promozionali e attivare la modalità **A/B test**, tracciare l'andamento delle campagne ed ottimizzare le performance per ottenere risultati qualitativamente elevati.



## MailUp

**MailUp** è la piattaforma leader di cloud computing che attualmente offre le sue soluzioni a oltre 20.700 clienti in tutto il mondo.

È una piattaforma di **marketing SaaS** che offre alle PMI e grandi aziende funzioni e strumenti per la creazione, l'invio, **marketing automation** e il tracciamento di newsletter, e-mail e SMS, integrabile tramite API con sistemi di e-commerce, CMS e CRM.





## MDirector

**MDirector** è una piattaforma di e-mail marketing tramite cui è possibile fidelizzare gli utenti, comunicando le novità aziendali in modo personalizzato grazie ad una strategia integrata di **Cross-Channel Marketing**.

MDirector rende disponibili numerosi **template tematici** per la costruzione di email personalizzate, **A/B Test** tramite cui ottimizzare tutte le campagne attive e analisi delle performance in tempo reale.



Artificial Intelligence for  
Business & Humanity

[www.iulmailab.it](http://www.iulmailab.it)

NB: L'elenco delle piattaforme qui riportato non pretende di essere esaustivo, ma solo di fornire alcuni esempi della potenzialità delle soluzioni presentate. Anche il loro inserimento nelle relative categorie può risultare arbitrario dato che molte delle stesse possono assolvere a più funzioni