



marketingcolcuore



CONSULENZA STRATEGICA  
E PIANIFICAZIONE MARKETING  
PER LA TUA AZIENDA

Numero Verde  
**800 974 205**

[www.marketingcolcuore.com](http://www.marketingcolcuore.com)  
[info@marketingcolcuore.it](mailto:info@marketingcolcuore.it)

## **IL MARKETING COMPORTAMENTALE**

**Cos'è cambiato con l'era digitale?**

**Quali sono le nuove tecniche di marketing?**

**Visita il nostro sito web:**

**[www.marketingcolcuore.com](http://www.marketingcolcuore.com)**



marketingcolcuore

## L'AVVENTO DELL'ERA DIGITALE

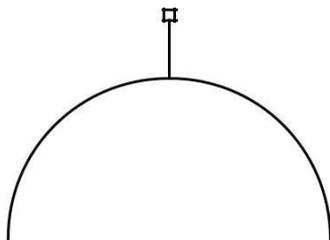
Qual è l'obiettivo di ogni azienda sul mercato? Acquisire rapidamente clienti, far crescere il loro valore nel tempo e convertirli in clienti affezionati che, a loro volta, influenzeranno quelli nuovi dando il via a un circolo virtuoso.

L'avvento dell'era digitale ha cambiato però il comportamento dei consumatori nella scelta e nell'acquisto di un prodotto/servizio, rendendo estremamente difficile tenere vivo e attivo quel circolo. Oggi i consumatori hanno più potere che mai. I canali digitali offrono una via semplice ed efficace per raccogliere tutte le informazioni possibili su un prodotto/servizio prima dell'acquisto.

l'accesso a quelle informazioni, democratico e inarrestabile, permette ai consumatori di crearsi le [proprie opinioni](#) e trarre conclusioni ben prima di arrivare a interagire con una particolare azienda. Nel web si discute della validità di un prodotto, si condividono esperienze di acquisto positive o negative, si cercano offerte e si comparano i prezzi.

Proprio qui entrano in gioco alcune delle novità che il marketing team della tua azienda deve conoscere e saper utilizzare al meglio:

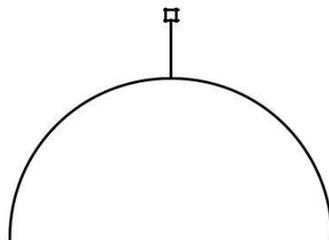
Di cosa si tratta? Vediamolo insieme.



1°

MARKETING

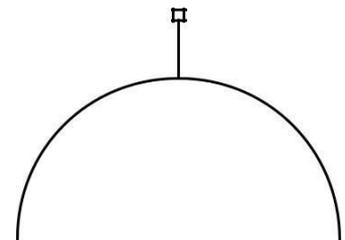
COMPORIMENTALE



2°

LEAD

NURTURING



3°

CONTENT

MARKETING



marketingcolcuore

## MARKETING COMPORTAMENTALE

Sapevi che 97 email pubblicitarie su 100 vengono sistematicamente cestinate? In media, infatti, soltanto il 2,8% delle mail inviate dalle aziende viene letto dai destinatari. Negli uffici marketing ci si sforza di creare contenuti il più possibile specifici per ogni singolo destinatario, per coinvolgerlo e portarlo a interagire. Ma si tratta di un'attività molto complessa.

Per farlo è necessario conoscere bene il profilo di ciascun potenziale utente. I suoi dati anagrafici sono di certo [informazioni fondamentali](#), ma ci aiutano solo a comunicare correttamente in base al nome, al sesso e al luogo in cui vive. Non sono sufficienti, perché l'utente è interessato a leggere solo contenuti che riguardano strettamente quello che sta cercando in quel determinato momento.

La comunicazione oggi deve tenere conto dei comportamenti di ogni singolo utente e lavorare appoggiandosi a una segmentazione funzionale del target. Tutto questo diventa più facile ed efficace grazie al Marketing Comportamentale, che permette di implementare flussi automatizzati che rispondono ai comportamenti di ogni singolo utente. Continuando a leggere tutto ti sembrerà più chiaro.





marketingcolcuore

## LEAD NURTURING

Mettiamo che un'azienda riesca a portare un utente a un passo dall'acquisto: è molto probabile però che l'utente in questione, pur essendo interessato, non abbia intenzione di effettuare l'acquisto in quel momento. L'utente allora abbandona la navigazione pensando di portare a termine l'acquisto nel prossimo futuro, ma successivamente, distratto da altre offerte sul web, se ne dimentica e magari completa l'acquisto presso un competitor.

Per evitare che ciò accada, è necessario mantenere alta l'attenzione dell'utente, creare delle strategie per ricordargli di portare a termine l'acquisto. Svolgere questa attività manualmente su volumi di contatti medio-alti è impensabile. Le nuove tecniche di marketing oggi permettono di implementare strategie molto efficaci per convertire un lead in vendita. Un programma di [Lead Nurturing](#):

- Interagisce con le azioni effettuate dall'utente durante la fase di acquisto
- Avvia un dialogo personalizzato e automatizzato
- Incoraggia il lead all'acquisto

Anche in questo caso si tratta di un'attività complessa, ma che consente di ottenere nel medio-lungo termine elevati [conversion rate](#) e redemption rate. L'utente, infatti, sarà sempre più motivato a scegliere un'azienda che nel tempo ha saputo comunicare e interagire tenendo conto delle sue azioni e delle sue necessità.



marketingcolcuore

## INTERAZIONE COL CLIENTE

INTERAZIONE

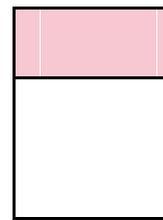
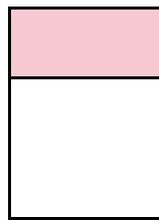
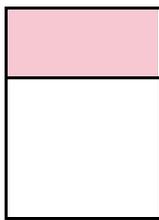
DIALOGO

INCORAGGIA

AZIONI UTENTE

PERSONALIZZATO

L'ACQUISTO





marketingcolcuore

## CONTENT MARKETING

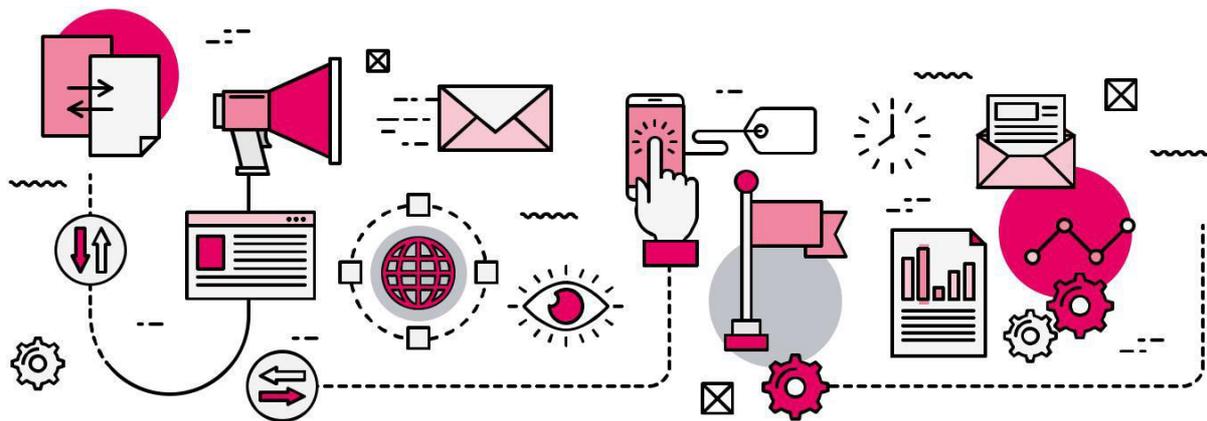
Tra le strategie di lead generation il [Content Marketing](#) occupa sicuramente il primo posto.

L'attività consiste nel [generare contenuti](#) non promozionali e di valore per l'utente finale. Grazie a questi contenuti l'azienda riesce a stabilire un contatto genuino con l'utente, ad attirare la sua attenzione e a sfruttarla per informarlo sulla sua offerta. In sostanza, il Content Marketing serve a "educare" i potenziali clienti e a far scattare in loro quella curiosità che li porterà a richiedere un contatto con l'azienda.

Attuare una buona strategia di Content Marketing richiede un notevole investimento

nella creazione di contenuti sempre nuovi e di qualità e nella loro diffusione presso il target selezionato. Nel corso di un progetto del genere, di fondamentale importanza per l'azienda è tenere traccia dello storico di tutte le interazioni con l'utente che manifesta interesse.

Con l'aiuto delle [nuove tecnologie](#) applicate al marketing, è possibile conoscere e registrare, azione dopo azione, i contenuti che hanno suscitato l'interesse degli utenti, permettendo così al marketing dell'azienda di pianificare una più efficace strategia di conversione da lead a sale.





marketingcolcuore

## IL NUOVO MARKETING

Ma quali sono le tecnologie che permettono oggi alle aziende di conoscere i comportamenti di ciascun utente, avviare con lui un dialogo personalizzato e automatizzato e portarlo all'acquisto? Tutto questo si chiama

### MARKETING AUTOMATION.

**Marketing col Cuore** ha acquisito le competenze necessarie per utilizzare la piattaforma dedicata che permette di creare flussi di comunicazione personalizzati e automatici in base alle informazioni rilevate dai comportamenti degli utenti sui canali digitali.

Le sole conoscenze tecnologiche non sono però sufficienti per poter utilizzare la

piattaforma. La comunicazione digitale, come quella tradizionale, non si improvvisa e saper comunicare con il proprio target di riferimento è un mestiere che richiede esperienza e professionalità. Utilizzare una piattaforma di marketing automation senza possedere un know-how nella creazione di contenuti attrattivi sarebbe come conoscere perfettamente il motore di un'automobile, sapere cosa bisogna fare per guidarla ma non averlo mai fatto.

Per essere efficaci i programmi di Marketing Automation hanno bisogno dei giusti contenuti e del giusto linguaggio comunicativo. Questo è il nostro pane quotidiano.







marketingcolcuore

## MA COSA C'È DI AUTOMATICO IN QUESTE OPERAZIONI?

Lo strumento principe di una piattaforma di Marketing Automation sono i flussi di email. In sostanza, si tratta di una serie di email automatiche inviate (o non inviate) in base al comportamento online di un utente o alle sue informazioni di contatto. Il flusso attiva delle azioni in base alle informazioni in possesso sui contatti con cui l'azienda vuole comunicare, che consentono di programmare l'invio del giusto contenuto al giusto contatto nel momento migliore.

L'obiettivo dei flussi è spingere l'utente a fornire sempre maggiori informazioni su di sé, e tramite queste riuscire a realizzare contenuti sempre più pertinenti che lo convincano a tornare sul sito e a effettuare la conversione. Le email costruite sulla base di queste informazioni sono molto più interessanti, per chi le invia e per chi le riceve, perché coerenti con una specifica esigenza o comportamento.

I flussi di email hanno due vantaggi: da un lato impiegano meglio i dati a disposizione per produrre contenuti rilevanti per gli utenti e trasformarli in clienti, dall'altro permettono di risparmiare tempo automatizzando l'intero processo. La strategia di Marketing Automation sfrutta principalmente il canale e-mail, ma agisce poi contemporaneamente su più livelli, utilizzando anche i canali mobile, web, blog, display adv e social network.

Da tutti è possibile acquisire costantemente informazioni precise e dettagliate dal [target di riferimento](#). La strategia adottata fa riferimento a orizzonti temporali calibrati sul breve termine oppure sul medio-lungo termine, a seconda dell'obiettivo della campagna. Facciamo un esempio: dal momento della visita di un potenziale cliente sul tuo sito web, nell'arco di 15 giorni, la tua azienda può raggiungere tre importanti obiettivi:

- Disporre dei dati del buyer di un potenziale cliente
- Conoscere l'offerta alla quale è interessato
- Conoscere la dimensione aziendale del cliente

Queste nuove conoscenze a disposizione si traducono successivamente in azioni efficienti ed efficaci per aumentare le vendite. Si riesce infatti a tracciare i comportamenti dei singoli contatti in base ai loro interessi e alle loro azioni sui canali digitali.

Tale meccanismo consente al reparto marketing di conoscere la fase di interessamento di ognuno e, di conseguenza, focalizzare l'attività sui cosiddetti clienti "caldi", per poi condurli all'acquisto.



marketingcolcuore

## LE NUOVE PERFORMANCE

Le procedure brevemente descritte portano [risultati misurabili e documentabili](#) che si traducono in:

- Maggiori vendite
- Forza vendita più veloce ed efficiente
- Risparmio di tempo
- Generazione di nuova domanda
- Aumento dell'engagement dei clienti
- Comunicazioni più tempestive
- Maggiori opportunità, incluso l'up-selling\*

Il cambiamento apportato dalla Marketing Automation è evidente almeno su due livelli:

- Esterno: risultati delle performance aziendali
- Interno: maggior coordinamento tra reparto marketing & sales.

Negli Stati Uniti, in Australia e in Gran Bretagna, dove questo approccio innovativo al marketing si è consolidato ormai da qualche anno, le aziende hanno visto un incremento esponenziale dei leads qualificati, ovvero di quei contatti che da pedine di un audience di massa sono diventate persone riconoscibili e interessate a fruire dei prodotti o servizi offerti, e dunque possibili acquirenti.

Oltre a ottimizzare le performance delle campagne online delle aziende, la rivoluzione si attua anche a livello di organizzazione interna: i reparti marketing & sales finalmente cominciano a supportarsi reciprocamente. I due comparti riescono infatti a collaborare, dando vita a un vero e proprio asset interno che genera nuovi ricavi, e dove l'attività dell'uno si avvale della buona riuscita dell'altra.



**Automatizzare**  
la comunicazione



**Incrementare il livello**  
di engagement



**Preparare i clienti**  
all'acquisto



**Fidelizzare**  
i tuoi clienti

\* l'upselling è una strategia di marketing che punta a indirizzare il cliente verso un prodotto diverso da quello prefissato, qualitativamente più alto, con le stesse funzionalità di base ma con un margine maggiore di spesa.



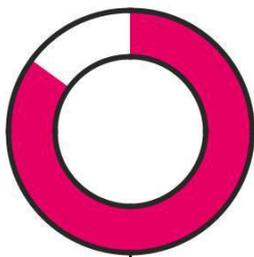
marketingcolcuore

Con la Marketing Automation, la tua azienda studia, analizza e conosce gli interessi dell'utente in base ai suoi comportamenti, prevede i comportamenti futuri e accontenta le richieste anche quando non sono ancora espressamente evidenti. Le statistiche dimostrano come questo approccio stia via via cambiando il modo di fare business nel mondo:

**85%** aziende che utilizzano o hanno pianificato di utilizzare la tecnologia tra il 2012 e il 2015 (Gleanster);

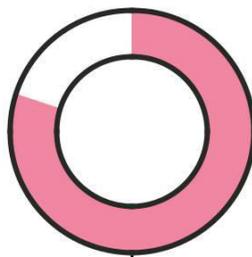
**80%** aziende che hanno aumentato il numero dei leads; 77% quelle che hanno aumentato le conversioni (VB Insight, 2015);

**+14,5%** produttività delle vendite; -12,2% di spese generali di marketing (Nucleus Research, 2014).



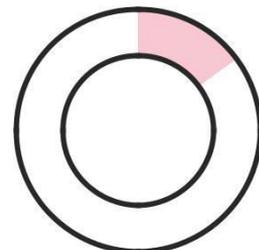
85%

Aziende che utilizzano  
la tecnologia



80%

Aumento del numero  
dei leads



14,5%

Produttività delle  
vendite in più

Ti stai chiedendo come si fa a implementare un programma di Marketing Automation per la tua azienda? A questo ci deve pensare uno [Specialista marketing](#).



marketingcolcuore

## LA NOSTRA STORIA PARLA DI FUTURO

**Marketing Col Cuore** dal 1995 è un driver di relazioni, leader nella comunicazione multicanale e nella facilitazione del dialogo tra consumatore e marca. Offriamo consulenza operativa e strategica, formazione specialistica (con Master e Corsi Specialistici), e-book didattici ed operativi e servizi gestionali da remoto. (anche attraverso servizi di qualità a basso costo), sia in ambito tradizionale che digital, in tutti i settori di mercato. Due generazioni di **Consulenti Marketing** e **Comunicatori**, questa è la nostra è una storia, iniziata oltre 20 anni fa, e portata avanti fino ad oggi. Sinergia e collaborazione in una crescita continua che attinge dall'eredità della vecchia scuola, ma percorre le strade del futuro.

**Marketing col cuore** è un'**azienda 2.0** perché capace di offrire prodotti e servizi evoluti in modalità remota.

La nostra identità aziendale è basata sulla **centralità della persona**: siamo capaci di **conoscere il cliente**, questo è per noi essenziale, rappresenta la priorità di un **marketing etico** dove **vendere sul web** significa mettere anzitutto a disposizione un **consulente in marketing strategico** totalmente gratuito, a **disposizione di privati, imprenditori, start up, ed organizzazioni aziendali, più o meno complesse**.

Grazie ad una **consulenza marketing strategico** saremo in grado di impostare

un **programma gestionale e formativo** totalmente **personalizzato**: si tratta di un **sistema lavoro integrato ed interattivo** dove attraverso un software di ultima generazione il cliente può interagire con un operatore ed **impostare, monitorare e gestire** ogni singola fase di sviluppo.

Il **marketing esperienziale** tratta un **nuovo approccio lavorativo** ancorato alle concrete necessità ed esperienze commerciali del cliente. Esse abbracciano diversi ambiti di intervento: da quelli pianificabili sul **modello business plan** a quelli riguardanti la comunicazione **servizio di content marketing**, passando attraverso attività di **temporary management** che attengono alla gestione degli assetti organizzativi e funzionali interni all'impresa.

Ogni **attività gestionale** è da noi condotta previa costante e mirata acquisizione di una necessaria autonomia operativa del cliente che garantisca il raggiungimento di **performance commerciali e personali** in costante **crescita**.

Con queste consapevolezza vogliamo assisterti in ogni fase di crescita del tuo business: una **consulenza gratuita** che può davvero aiutarti a realizzare tutto ciò che hai da sempre voluto per migliorare il fatturato, aumentare i tuoi clienti ed accrescere le conoscenze nel settore del **marketing strategico**.



marketingcolcuore

**ECCO TUTTI I NOSTRI RECAPITI:**

<b>RESPONSABILE:</b>	<b>SITO/SEDE OPERATIVA:</b>	<b>CONTATTI:</b>
<p><b>Amm. Unica:</b> <b>Dorota Mieczyslawa Grannonio</b> <b>C.F. GRNDTM71A41Z127S</b> <b>P.IVA 09100860965</b> <b>REA CCIAA di Pescara PE-155569IAA di Pescara PE-155569</b></p>	<p><a href="http://www.marketingcolcuore.com">www.marketingcolcuore.com</a> via Aterno, 52 - 65127 Pescara -</p>	<p>Numero verde <b>800</b> <b>974 205</b> Tel. <b>+39 085</b> <b>8626097</b> Fax. <b>+39 085</b> <b>8670800</b> E-mail. <a href="mailto:info@marketingcolcuore.it">info@marketingcolcuore.it</a> Skype <a href="https://www.marketingcolcuore.com">marketingcolcuore</a></p>
<p><b>SEGUICI SU:</b></p> <p><a href="#">Facebook</a> <a href="#">Google+</a> <a href="#">Twitter</a> <a href="#">YouTube</a> <a href="#">LinkedIn</a></p>	<p><b>ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER:</b></p> <p><a href="#">Iscriviti alla newsletter</a></p>	<p><b>VISIONA:</b></p> <p><a href="#">Informativ</a> <a href="#">a sulla</a> <a href="#">Privacy</a> <a href="#">Referenze</a> <a href="#">Assistenza</a> <a href="#">Registrazi</a> <a href="#">one</a> <a href="#">Prezzi</a></p>
<p> <b>marketingcolcuore</b> di Dorota Mieczyslawa Grannonio</p> <hr/> <p>Tel. 0858626097      Cod. Fisc.:      Sito web: Fax 0858670800      GRNDTM71A41Z12      <a href="http://www.marketingcolcuore.com">www.marketingcolcuore.com</a> N. Verde      7S <b>800974205</b>      P.IVA:      Mail: Help Desk (24h):      09100860965      <a href="mailto:info@marketingcolcuore.it">info@marketingcolcuore.it</a> 3466396807      REA CCIAA di      <a href="http://www.marketingcolcuore.it">www.marketingcolcuore.it</a> Social:      Pescara PE-155569      Pec.: <a href="#">Facebook-</a>      Sede      <a href="mailto:dorotamieczyslawa.grannonio@pcert.it">dorotamieczyslawa</a> <a href="#">Google+-</a>      legale/Operativa:      <a href="mailto:dorotamieczyslawa.grannonio@pcert.it">.grannonio@pcert.i</a> <a href="#">Twitter-</a>      Via Aterno n. 52      t <a href="#">YouTube-</a>      65127 Pescara <a href="#">LinkedIn</a></p>		
<p><b>NON ESITARE A CONTATTARCI PER FAR CRESCERE IL TUO BUSINESS!</b></p>	<p><a href="https://www.marketingcolcuore.com/contact">https://www.marketingcolcuore.com/contact</a></p>	<p><b>SAREMO SEMPRE AL TUO FIANCO!</b></p>