

Documento di presentazione della strategia di automazione per l'esame del Modulo 6

Come attività di riferimento e' stato usato il materiale del modulo precedente, una azienda che vende corsi di guida in fuoristrada per motociclisti.

Il progetto di automazione e' stato focalizzato nell'uso di **Brevo**, ma una idea iniziale prevedeva di utilizzare Brevo in sinergia con **Manychat**.

Purtroppo la mancanza di tempo ha impedito un buon approfondimento dell'uso di **Zapier** per connettere le due applicazioni e in ogni caso e' anche molto probabile che le limitazioni di Manychat nella sua versione di prova avrebbero impedito il corretto svolgimento della strategia.

Manychat, nella sua versione gratuita non permette nemmeno un collegamento a **Instagram** e anche se avevo preparato un account di test ho dovuto ripiegare su Facebook con una semplice automazione di benvenuto per i nuovi Lead (vedi **Foto Manychat**).

Vado ora a esporre come e' stato eseguito il lavoro su Brevo.

La lista di contatti e' stata correttamente importata. (**Foto 1**)

In seguito i contatti sono stati clusterizzati in 3 liste differenti:

- new lead
- Active
- Inactive

Vedi (**Foto 2**)

A questo punto ho pensato di andare leggermente oltre le richieste dell'esercizio e ho preferito sviluppare un workflow completo per ogni segmento precedentemente creato. (**Foto 3**)

Sono state create una serie di e-mail ad hoc da inserire nel workflow, tutte personalizzate con il Logo aziendale e con immagini coerenti oltre che ovviamente con i testi consoni alle varie fasi del workflow, e' possibile farsi una idea delle email create con le **Foto 4a/4b/4c**.

I Workflows

Analizziamo adesso i differenti workflows partendo dai **nuovi leads**, vedi **Foto 5a/5b**.

Il **trigger** che attiva l'automazione e' la richiesta di informazioni proveniente dalla compilazione di un form sul sito.

L'utente riceve una e-mail di benvenuto **Foto 5c/5d**

Dopo 10 giorni una condizione analizza se e' avvenuto un acquisto o meno, in caso positivo attiva una email transazionale che fornisce al cliente dettagli sul corso vedi **Foto 5e/5f/5g**.

Nel caso in cui dopo 10 giorni non sia ancora avvenuto un acquisto l'utente riceverà una email di marketing che lo invoglierà a chiudere un ordine con la offerta di uno sconto e la lettura di alcune recensioni di altri utenti, potrà inoltre vedere un video registrato durante una delle lezioni.

Vedi **Foto 5h/5i**

Analizziamo ora il Workflow dedicato agli **utenti attivi**, mi limiterò a spiegare il workflow e mostrare le immagini del grafico a blocchi, per motivi di tempo evito di mostrare anche tutte le

email, posso comunque inviarle in qualsiasi momento qualora venga richiesto...

Il **trigger** di attivazione dell'automazione e' l'acquisto di un nuovo prodotto da parte di un cliente (non un lead ma un cliente che ha già acquistato in passato).

Il cliente riceverà una prima email con le felicitazioni e il ringraziamento per un nuovo acquisto e tutte le informazioni sul nuovo corso. **Foto 6a**

Dopo 3 giorni riceverà una email che funge da reminder con disponibilità della azienda a fornire informazioni aggiuntive qualora venissero richieste...

Dopo 10 giorni lo svolgimento del corso il cliente riceverà una richiesta di feedback e dopo altri 7 giorni una offerta speciale per un nuovo corso con uno sconto dedicato. **Foto 6b/6c**

Passiamo ora al workflow dedicato agli **utenti inattivi**

Il trigger che attiva l'automazione e' una visita sul sito web della azienda. **Foto 7^a**

L'utente riceve una email di benvenuto che contiene una offerta speciale con uno sconto per invogliarlo a comprare.

Dopo 7 giorni una condizione verifica se sia avvenuto un acquisto o no, in caso positivo il cliente riceve una conferma di iscrizione al corso, in caso negativo una email di reminder che ricorda che lo sconto e' ancora valido. **Foto 7b**

Dopo ulteriori 14 giorni il cliente riceve una richiesta di feedback e gli si chiede di dare alcuni consigli su come sia possibile migliorare i servizi della azienda e in cambio del feedback riceve un ulteriore sconto. **Foto 7c**

