

## Marketing Automation

#### Scenario:

Incrementare le vendite di **prodotti estivi** (come creme solari) attraverso una **campagna** di **Marketing Automation**.

L'azienda vuole raggiungere **nuovi** clienti, **stimolare** i clienti esistenti a ripetere gli acquisti (o ad acquistare prodotti correlati) e recuperare le vendite perse a causa di carrelli abbandonati.

# Obiettivi della Campagna

- Incrementare le vendite: Aumentare le conversioni e le vendite dei prodotti.
- Aumentare la consapevolezza del brand: Far conoscere il brand a un pubblico più ampio (fare una buona prima impressione, introdurre il brand e incentivare il primo acquisto).
- Fidelizzare i clienti: Creare relazioni durature con i clienti attuali.
- Raccogliere dati per future campagne: Ottenere informazioni sui comportamenti e le preferenze dei clienti.
- Generare una campagna sui prodotti estivi: Dedicarsi alla vendita di prodotti stagionali.



# Creazione del Workflow

- Un messaggio di benvenuto personalizzato.
- Introduzione ai prodotti estivi di punta.
- Un codice sconto di benvenuto (ad esempio, 10% di sconto sul primo acquisto).
- Link ai canali social per seguire l'azienda.

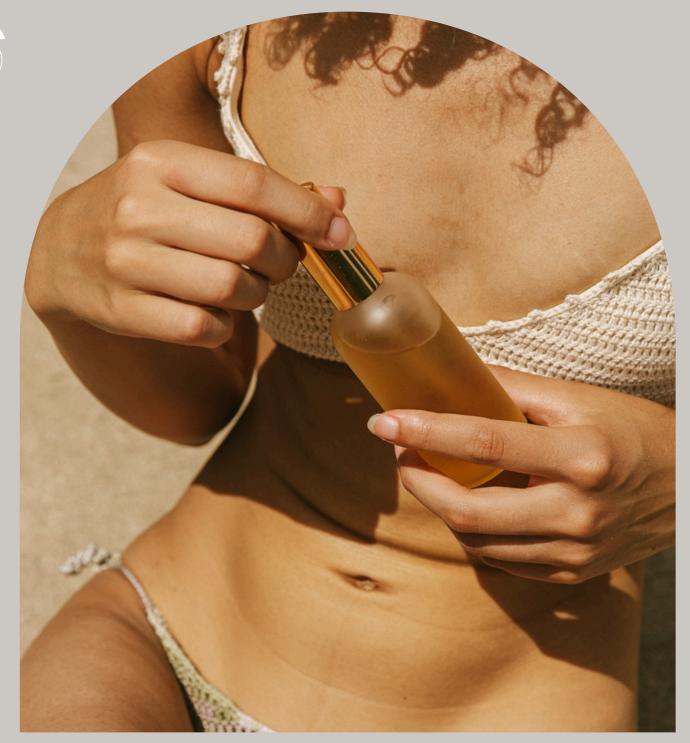






### Segmentazione del Pubblico

- Clienti attuali: Chi ha già acquistato prodotti del tuo brand.
- Clienti potenziali: Iscritti alla newsletter che non hanno ancora effettuato un acquisto.
- Clienti inattivi: Chi non ha effettuato acquisti recenti.
- Nuovi iscritti: Nuovi iscritti alla newsletter che non hanno ancora acquistato.



#### Creazione dei Contenuti

- Email di benvenuto: Per i nuovi iscritti alla newsletter, con un'introduzione al brand e uno sconto per il primo acquisto.
- Serie di email educative: Contenuti su come utilizzare i prodotti di skin care, benefici degli ingredienti naturali, routine di bellezza consigliate, ecc.
- Email promozionali: Offerte stagionali, sconti esclusivi, lancio di nuovi prodotti.
- Email di follow-up per carrelli abbandonati: Ricordare ai clienti i prodotti lasciati nel carrello e offrire un incentivo per completare l'acquisto.
- Email di fidelizzazione: Offerte speciali e contenuti esclusivi per i clienti che hanno effettuato almeno un acquisto.
- Newsletter periodica: Aggiornamenti regolari su nuovi prodotti, eventi speciali, e consigli di bellezza.





### Implementazione della Campagna

Strumenti di Marketing Automation:

- Piattaforme di email marketing: Brevo, ManyChat, Spoki.
- CRM (Customer Relationship Management)

#### Profilazione e segmentazione dei dati

- **Profilazione:** Raccolta e analisi dei dati dei clienti per creare profili dettagliati (ad esempio, età, genere, comportamenti di acquisto).
- Segmentazione: Suddivisione dei clienti in gruppi omogenei per personalizzare le comunicazioni (ad esempio, nuovi clienti vs clienti fedeli, clienti che hanno acquistato prodotti specifici).

