

# 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.



STEP 1

---

New

# 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.

Product Skincare



STEP 2



# 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).

STEP 6

---

