

# CREAZIONE DI UN WORKFLOW DI AUTOMAZIONE PIATTAFORME A SCELTA PER IL WORKFLOW DIRECT MARKETING

AGGIUNGI UNA BREVE DESCRIZIONE

## SEGMENTI (COLONNA G)

- . Attivi: clienti che attualmente seguono la mia consulenza
- . Inattivi: clienti che nel passato hanno usufruito dei miei servizi ma attualmente non usufruiscono più
- . Nuovi Lead: Alcuni clienti che hanno dimostrato interesse alle mie comunicazioni non sono ancora clienti di uno dei miei sotto-segmenti
  - 1) nuovi lead che mi conoscono grazie ad (una consulenza gratuita)
  - 2) nuovi lead che non hanno interagito con me con una call

## STRATEGIA E CANALE

Obiettivo: webinar sulle nuove tendenze per la creazione contenuti per il settore dell'abbigliamento

### Strategia

- . per i clienti attivi il webinar sarà gratuito
- . per i clienti inattivi ci sarà uno sconto
- . per i nuovi lead uno sconto+bonus strategia gratuita

### CANALI

Clienti attivi: email marketing

clienti inattivi: chatbot

Nuovi lead:email marketing

## WORKFLOW

### clienti attivi

1)contatto diretto ( ho informato il cliente del webinar attraverso una mail personale ci saranno i dettagli che per lui solamente i biglietti saranno gratuiti) la mail avra un link che ci porterà sulla landing page webinar con le info e costo

2)sponsorizzate

3)storie dov'è presenterò i nuovi trends nel marketing digitale nel settore clothing, dopodiché call to action per spingere alla partecipazione di alcuni ospiti vuoi saperne di più

# PICCOLA AZIENDA NEL CLOTHING



## WORKFLOW

### Funnel acquista biglietto

- 1) se acquista arriverà la prima email di ringraziamento con tutte le informazioni per partecipare
- 2) invio della seconda email quando mancano 15 gg all'avvento, ricordo l'evento e fornisce come verrà strutturato
- 3) Invio della terza email quando mancano 7 gg all'avvento maggiori info su come connettersi all'avvento
- 4) invio della quarta email quando mancano 3 gg dell'avvento
- 5) invio della quinta email giorno stesso dell'avvento
- 6) invio della stessa email ad 1 ora prima dell'avvento

## workflow

- funnel non acquista biglietto
  - 1) prima email dopo 3 gg della visita della landing page
  - 2) seconda email dopo 7gg in cui puntiamo a divulgare il valore del webinar
  - 3) terza email quando mancano 6gg dall' avvento ancora acquistato il biglietto

## Segmentazione demografica

- Età
- Genere
- Stato civile
- Istruzione
- Reddito
- Professione
- ...

## Segmentazione geografica

- Area geografica
- Lingua
- Urbano/rurale
- ...

## Segmentazione comportamentale

- Occasioni d'acquisto e di utilizzo
- Benefici ricercati
- Competenza
- Modalità ed intensità di utilizzo
- Fedeltà al prodotto o alla marca
- Tipo di coinvolgimento emotivo

## Segmentazione psicografica

- Personalità
- Attitudini
- Valori
- Interessi
- Stili di vita
- ...







