



# PROGETTO FINE MODULO VI - CREAZIONE DI UN WORKFLOW DI AUTOMAZIONE PER IL DIRECT MARKETING

Richiesta:

Utilizza una piattaforma a scelta tra: 1. ESERCIZIO Direct Email Marketing - Traccia 1 Email Marketing (Brevo, Hubspot, Bitrix24), Instant Messaging Marketing (Spoki) o Chatbot (Manychat). Accedi a un set di dati demo che include informazioni sui clienti, come età, località, comportamento di acquisto e cronologia di interazione. 2. Segmenta questi clienti in almeno tre gruppi distinti basati su criteri specifici (es. nuovi lead, clienti attivi, clienti inattivi). Crea un Workflow (welcome, marketing, transactional) a scelta per ogni gruppo di utenti da inviare in automazione dopo che l'utente ha compiuto un certo tipo di azione

Brevo



Manychat



## PROGETTO FINALE VI



# BRAND CHOICE HORSE CAMP

Per rendere più concreta l'applicazione delle teorie e degli strumenti appresi durante il corso,

ho deciso di analizzare un caso studio reale. Ho scelto l'azienda

'Horse Camp' in quanto rappresenta un esempio calzante di come una piccola impresa nel settore equestre possa sfruttare le potenzialità del marketing digitale per raggiungere un pubblico più ampio e fidelizzare i propri clienti. Questo caso studio ci permetterà di osservare in modo pratico come le strategie di marketing possano essere adattate alle esigenze di un'attività specifica.



# LA MIA STRATEGIA E LA SCELTA DEI CLUSTER E DELLE PIATTAFORME

Il presente lavoro ha l'obiettivo di presentare l'implementazione di un workflow di automazione marketing su Brevo, finalizzato alla segmentazione e alla personalizzazione delle comunicazioni con i clienti. Attraverso l'analisi dei dati demografici a disposizione, sono stati definiti quattro segmenti di utenti: (new lead, active, active VIP e inactive) ai quali sono stati associati specifici workflow automatizzati.

Nella prossima illustrazione verrà semplificata la strategia mediante l'utilizzo di una mappa concettuale sviluppata su Mindnode e successivamente la presentazione illustrerà in dettaglio la configurazione dei workflow, le azioni intraprese e i risultati ottenuti.

Brevo

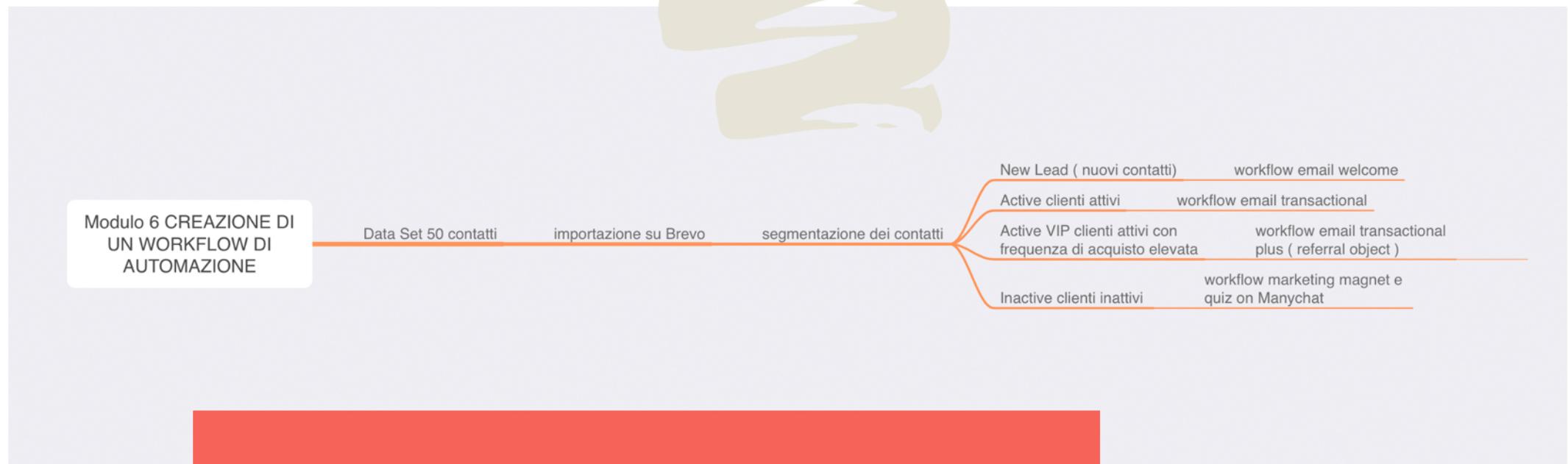


Manychat



# UTILIZZO DI MINDNODE PER LA DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA

Per avere una visione d'insieme più chiara della mia strategia, ho utilizzato MindNode per creare una mappa concettuale che rappresenta l'intero processo di automazione. Questa mappa mi ha permesso di visualizzare le connessioni tra i diversi elementi del workflow e di identificare eventuali aree di miglioramento.





# Importazione contatti e segmentazione su Brevo

Per avviare il mio progetto di automazione marketing, il primo passo è stato quello di importare il database dei contatti su Brevo. Ho utilizzato un file CSV contenente le informazioni dei clienti, tra cui nome, cognome, email, data di nascita e storico acquisti.

Una volta importati i contatti, ho proceduto alla loro segmentazione in quattro cluster distinti, basati su criteri specifici:

New Lead: Nuovi iscritti alla newsletter o contatti acquisiti tramite landing page.

Active: Clienti che risultano clienti attivi.

Active VIP: Clienti che risultano attivi e che acquistano frequentemente.

Inactive: Clienti inattivi che non hanno effettuato acquisti da diverso tempo.

The screenshot shows the Brevo interface with the 'Contatti' tab selected. On the left, a sidebar lists various marketing tools like Home, Segmenti, Aziende, Landing page, Moduli, Importazioni, Campagne, Automazioni, Transazionale, Conversazioni, Trattative, and Meetings. The main area displays a table of contacts with columns: CONTATTO, ISCRITTO, EMAIL, DATA AGGI..., and BLOCCI. Each contact entry includes an email icon and a WhatsApp icon. The contacts listed are: ivy.walker@email.com, xander.lewis@email.com, wendy.nguyen@email.c..., tina.nguyen@email.c..., sam.lewis@email.com, rachel.carter@email.com, quincy.young@email.co..., paul.walker@email.com, oscar.lewis@email.com, nina.nguyen@email.com, mike.harris@email.com, and laura.lee@email.com. All contacts were added on 24/07/2024.

The screenshot shows the Brevo interface with the 'Segmenti' tab selected. The sidebar remains the same as the contacts view. The main area is titled 'Segmenti' and contains a table with four rows: 'Inactive interaction Social media' (ID #6), 'Active VIP' (ID #4), 'Active' (ID #3), and 'New Lead' (ID #2). Each row has a 'Cartella' column showing 'My segments' and a 'Ultima modifica' column showing '25 lug 2024, 23:40', '25 lug 2024, 23:24', '25 lug 2024, 23:22', and '25 lug 2024, 23:20' respectively. There are also 'Azioni' columns with three horizontal dots for each row. At the bottom, there are buttons for 'Righe per pagina' (20) and '1-4 of 4'.

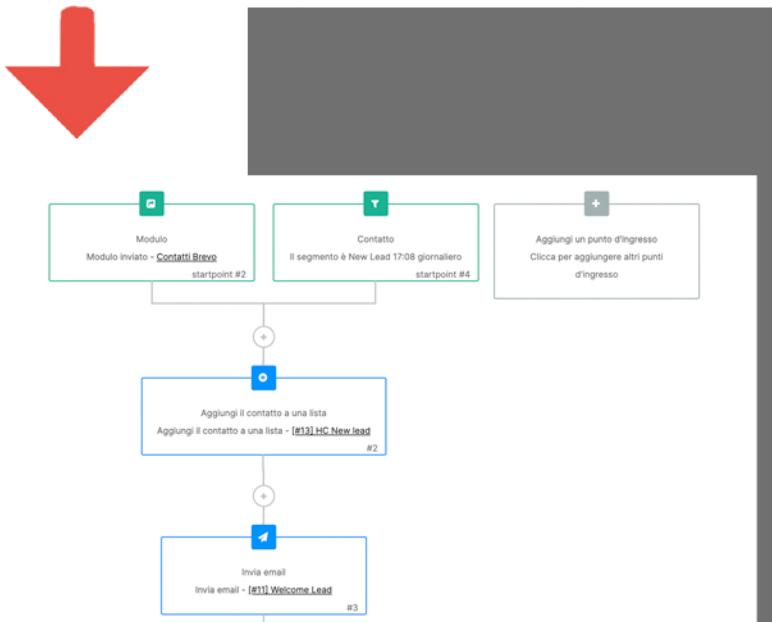


## PROGETTO FINALE VI

# AVVIO AUTOMAZIONE E MODELLI EMAIL

Per dare il benvenuto ai nuovi iscritti nel modo più efficace possibile, ho scelto un modello email con un design accattivante e un layout chiaro. L'illustrazione personalizzata crea un'atmosfera accogliente e amichevole, mentre il testo, redatto con un tono amichevole e coinvolgente, presenta i principali vantaggi dell'iscrizione. Ma non solo: i pulsanti presenti nell'email non sono semplici collegamenti, bensì trigger per avviare specifici flussi di automazione, personalizzando ulteriormente l'esperienza dell'utente.

Nota: In questo specifico caso ho realizzato due punti di ingresso poiché è stato precedentemente configurato un modulo di acquisizione contatti



**Visualizza l'anteprima come destinatario**

Visualizza l'anteprima come destinatario selezionando uno dei tuoi contatti qui sotto. Se la tua email contiene dati dinamici (come ad esempio parametri transazionali), inserisci un esempio di dati JSON da visualizzare in anteprima.

Dati del contatto Dati dinamici

Inserisci l'indirizzo del destinatario:  Crea anteprima

Esempio: Horse Camp team <nicola.giammona@me.com>  
Oggetto della campagna: Benvenuto nel mondo di Horse Camp! Il tuo regalo ti aspetta!

Invia anteprima

**Benvenuto nel mondo di Horse Camp!**

Siamo entusiasti di avervi nella nostra comunità di amatori dei cavalli e della natura! Benvenuti nel mondo di Horse Camp San Vito Lo Capo!

**Chi siamo**

Horse Camp San Vito Lo Capo è un luogo magico dove potrete vivere esperienze indimenticabili in sella a un cavallo. Offriamo lezioni, passeggiate ed escursioni per tutti i livelli di esperienza, da principianti ai cavalieri più esperti. I nostri istruttori si dedicano a trasmettere la passione per il Cavallo e l'ambiente. Con il nostro staff esperto e professionale, vi assicuriamo che ogni momento trascorso con noi sarà un'avventura indimenticabile.

**I nostri cavalli**

I nostri cavalli sono addestrati e ben adattati, perfetti per accompagnare alle scoperte delle bellezze del nostro territorio. Il nostro staff esperto vi provvederà cura di sé e del vostro cavallo, assicurando un'esperienza sicura e divertente.

**Il tuo regalo di benvenuto**

Per riceverne un esclusivo codice sconto alla nostra newsletter, vogliate registrare un codice sconto per un Book fotografico gratuito da spendere in una delle nostre passeggiate!

**Come utilizzare il codice sconto in 3 step**

**Step 1 : Scegli la passeggiata che preferisci**

**Step 2 : Seleziona la data e l'ora desiderata**

**Step 3 : Inserisci il codice sconto nel check-out**

Ricorda: puoi usare solo un codice sconto per una singola prenotazione. Il seguente codice sconto è valido prima [Data di scadenza].  
**WELCOMEHC2024**

**Cosa aspetti?**

Prenota subito la tua avventura e vivilo un'esperienza indimenticabile con Horse Camp San Vito Lo Capo!

**Non perderti questa occasione!**

Il codice sconto è valido fino al [Data di scadenza].

Continua a seguire! Resta aggiornato sulle nostre novità e sulle prossime passeggiate speciali seguenti sul social media.

Un saluto dal team di Horse Camp San Vito Lo Capo

Horse Camp  
Città Madonie S.P. 36,  
95108, San Vito Lo Capo  
nicola.giammona@me.com  
www.horsecamp.it

**Visualizza l'anteprima come destinatario**

Visualizza l'anteprima come destinatario selezionando uno dei tuoi contatti qui sotto. Se la tua email contiene dati dinamici (come ad esempio parametri transazionali), inserisci un esempio di dati JSON da visualizzare in anteprima.

Dati del contatto Dati dinamici

Seleziona un contatto:  Crea anteprima

Per visualizzare l'anteprima con un contatto specifico, esegui con un contatto recente della tua lista o visualizza l'opzione "Inserisci un indirizzo email".

Da: Nicola, Horse Camp team <nicola.giammona@me.com>  
Oggetto della campagna: Il tuo sconto per un'avventura a cavallo sta per scadere!

Invia anteprima

**Ivan, non perdere il tuo Book fotografico!**

Il tuo sconto per un'avventura a cavallo sta per scadere!

**Restano solo 4 giorni per riscattare il tuo regalo**

Ciao [Nome],

Ricordi il fantastico regalo che ti abbiamo fatto iscrivendoti alla nostra newsletter? Il codice sconto per un Book fotografico gratuito per una delle nostre passeggiate a cavallo?

Sappiamo che hai ricevuto la nostra email di benvenuto, ma sembra che non l'abbia ancora utilizzata. Non farti sfuggire questa fantastica opportunità!



**Completa il processo di prenotazione per ottenere il tuo Book fotografico. Ecco come:**

1. Scegli la passeggiata che più ti piace
2. Scegli il giorno e l'ora che più desideri
3. Inserisci il codice sconto **SUMMERHC2024** in fase di check-out nel campo "codice sconto".
4. Completa la prenotazione con i tuoi dati e attendi la nostra mail di conferma.

**Perché prenotare ora?**

1. Il tuo codice sconto scade il [data]! Dopo questa data, non potrai più usufruirne.
2. I posti per le nostre passeggiate sono limitati. Non aspettare l'ultimo momento per prenotare la tua avventura.
3. Un'esperienza indimenticabile ti aspetta. Scopri la bellezza della natura a cavallo, accompagnato dai nostri esperti istruttori.

**Prenota adesso**

Nico's Projects  
Città Madonie S.P. 36,  
95108, San Vito Lo Capo  
nicola.giammona@me.com  
www.horsecamp.it

Dettagli  
Accedi alla versione mobile



## LOREM IPSUM DOLOR

Questa automazione è progettata per accogliere i nuovi iscritti alla newsletter o i nuovi contatti e guiderli verso il primo acquisto. Ecco come funziona:

**Trigger:** Un nuovo contatto si iscrive alla newsletter o compila un form.

**Email di Benvenuto:** Viene inviata immediatamente un'email di benvenuto contenente un codice sconto e un invito ad esplorare il sito.

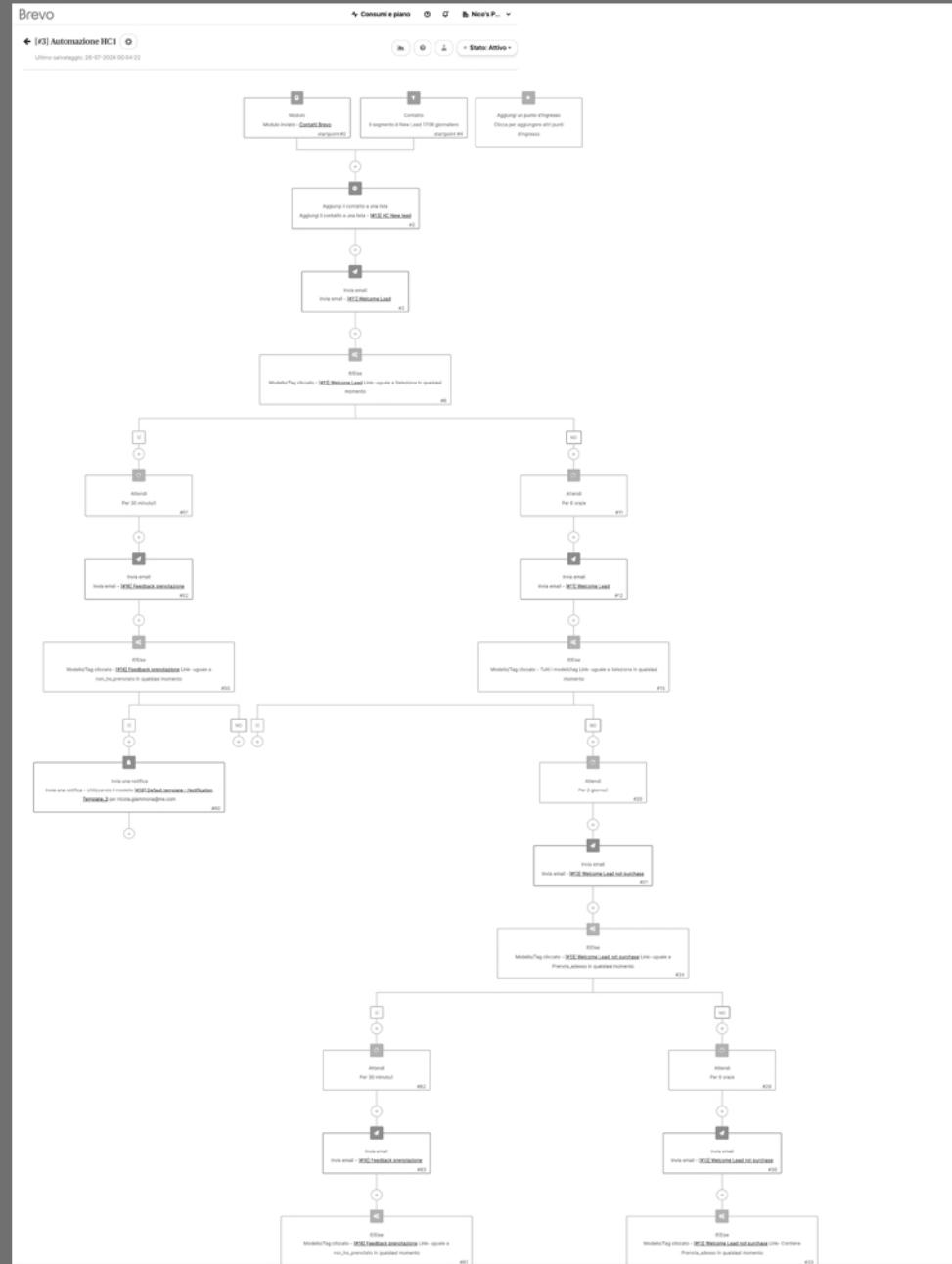
**Attribuzione del Tag:** Il contatto viene inserito in una lista apposita come "Nuovo Lead" per future segmentazioni.

**Condizione e Rami:** A questo punto, si crea una biforcazione:

Se il contatto clicca sulla CTA "Attiva il tuo codice sconto": Viene reindirizzato alla pagina dedicata all'inserimento del codice e potrebbe ricevere un'email di ringraziamento per l'acquisto (se l'acquisto viene effettuato).

Se il contatto NON clicca sulla CTA: Viene impostato un ritardo (ad esempio, 2 giorni) e successivamente viene inviata una seconda email di reminder, con un tono più insistente, per ricordare al cliente di utilizzare il codice sconto.

**Segmentazione:** Indipendentemente dal percorso seguito, il contatto viene aggiunto a un segmento specifico (es. "Clienti Potenziali") per future campagne di remarketing.



# AUTOMAZIONE PERSONALIZZATA PER NUOVI LEAD: DAL BENVENUTO MIRATO AL PRIMO ACQUISTO DI SUCCESSO

L'automazione crea un percorso personalizzato per ogni nuovo contatto, incoraggiandoli a effettuare il primo acquisto.

Grazie alle condizioni e ai ritardi, è possibile inviare email mirate e tempestive, aumentando le probabilità di conversione.

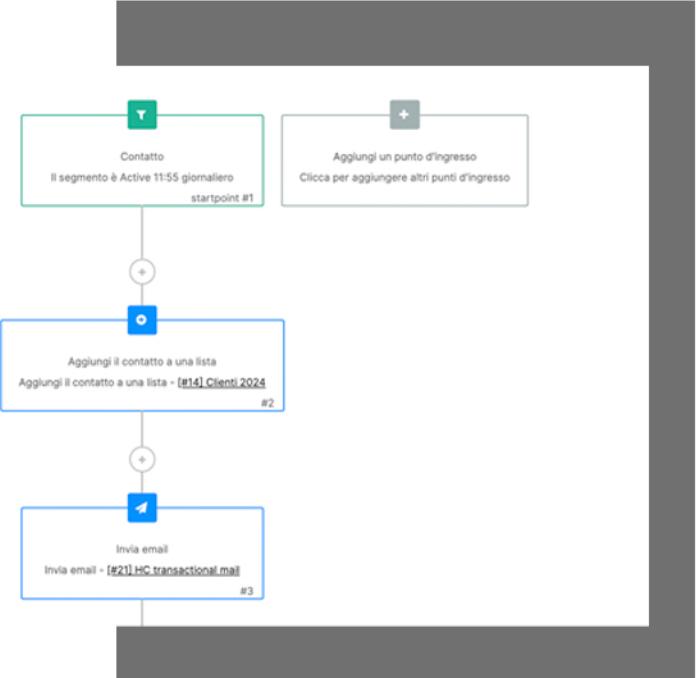


## PROGETTO FINALE VI

# AVVIO AUTOMAZIONE E MODELLI EMAIL - CLUSTER "ACTIVE".

Per i nostri clienti più attivi, abbiamo voluto creare un'esperienza ancora più personalizzata e coinvolgente. La parte transazionale delle nostre email non è più un semplice promemoria, ma un'opportunità per offrire un valore aggiunto. Ad esempio, dopo ogni acquisto, inviamo un'email di conferma che include suggerimenti di prodotti correlati, basati sulla loro storia d'acquisto. In questo modo, non solo ringraziamo il cliente per il suo acquisto, ma lo invitiamo a scoprire nuovi prodotti che potrebbero piacergli.

Un obiettivo dell'automazione è portare l'utente ad una spesa maggiore mediante delle tecniche di up-sell.



**Visualizza l'anteprima come destinatario**  
Visualizza l'anteprima come destinatario selezionando uno dei tuoi contatti qui sotto. Se la tua email contiene dati dinamici (come ad esempio parametri transazionali), inserisci un esempio di dati JSON da visualizzare in anteprima.

Dati del contatto Dati dinamici

Seleziona un contatto user09@test.com Crea anteprima

Per visualizzare l'anteprima con un contatto specifico, esegui con un contatto recente della tua lista o visualizza l'elenco. Inserisci un indirizzo email:

Da: Nicola, Horse Camp team <nicola.giammona@me.com>  
Oggetto della campagna: La tua avventura a cavallo ti aspetta!

**HORSE CAMP**

Grazie Ivan,  
Siamo felicissimi di averti tra i nostri ospiti! Preparati a un'avventura indimenticabile tra natura e cavalli. A presto!

Prenotazione N° 007345142  
Data ordine: 21 Agosto 2024  
Data prenotazione: 22 Agosto 2024



**Area riservata**  
**Acquista Extra**

Dove siamo:  
Horse Camp  
Città Macar S.P. 16  
San Vito Lo Capo  
91010 IP Italia

Non dimenticare:  
Arrivare con 15 minuti di anticipo per preparare tutto insieme!  
Indossare pantaloni lunghi e scarpe chiuse

Product name	Category here	x2	50€
Book fotografico digitale	Extra	x1	0€
	Article No.: 1234567890		Incluso 22% IVA
Discount	-0€		
Subtotal	100€		
Tax	22€		
<b>TOTALE</b>	<b>122,00€</b>		

Hai bisogno di aiuto?  
Contattaci al 3333333333 o scrivici a info@horsecamp.it.  
**Contattaci**



Il nostro maneggiò è un punto di riferimento per tutti gli amanti dei cavalli e della natura. Offriamo un'ampia gamma di attività equestri, dal battesimo a cavallo alle escursioni più impegnative. Le nostre guide esperte ti accompagneranno in un viaggio indimenticabile alla scoperta dei paesaggi mozzafiato di San Vito Lo Capo.

Data privacy | Imprint | Unsubscribe

**Visualizza l'anteprima come destinatario**  
Visualizza l'anteprima come destinatario selezionando uno dei tuoi contatti qui sotto. Se la tua email contiene dati dinamici (come ad esempio parametri transazionali), inserisci un esempio di dati JSON da visualizzare in anteprima.

Dati del contatto Dati dinamici

Seleziona un contatto user09@test.com Crea anteprima

Per visualizzare l'anteprima con un contatto specifico, esegui con un contatto recente della tua lista o visualizza l'elenco. Inserisci un indirizzo email:

Da: Nicola, Horse Camp team <nicola.giammona@me.com>  
Oggetto della campagna: Ivan Vuol rendere la tua esperienza ancora più speciale?

**HORSE CAMP**



**Vuoi rendere la tua esperienza ancora più speciale?**  
Vuoi rendere la tua esperienza ancora più indimenticabile? Abbiamo pensato a tutto! Scopri i nostri servizi extra e personalizza la tua avventura a cavallo.

**Acquista Extra**

**Rendi la tua esperienza ancora più indimenticabile con i servizi extra Horse Camp**  
Arricchisci la tua avventura con i nostri servizi extra! Dal book fotografico all'aperitivo in scuderia, abbiamo pensato a tutto per farti vivere un'esperienza completa e rilassante.

**Book fotografico digitale**  
Riassassi in un ambiente unico, circondato dai cavalli, e gusta un delizioso aperitivo preparato con prodotti locali  
**Aggiungi**

**Aperitivo in scuderia**  
Ricorda per sempre la tua avventura con un book fotografico professionale. Un nostro fotografo ti seguirà durante la passeggiata catturando i tuoi momenti più emozionanti!  
**Aggiungi**

**Gambali in cuoio**  
Assicurati il massimo confort e proteggiti le tue gambe con i nostri gambali in cuoio, ideali per chi si avvicina all'equeggiatura per la prima volta  
**Aggiungi**

**Hai domande sui servizi extra?**  
Contattaci al numero: 3333333333 o scrivici una mail a info@horsecamp.it

**Seguici sui nostri canali social**  


**Horse Camp**  
Città Macar S.P. 16,  
91010, San Vito Lo Capo  
nicola.giammona@me.com  
91010

**Scopri di più**  
**Acquista subito**



## PROGETTO FINALE VI

Questa automazione è progettata per incrementare il valore medio dell'ordine, proponendo ai clienti servizi o prodotti aggiuntivi dopo un acquisto.

Trigger: Un cliente completa un acquisto.

Email Transazionale di Conferma:

Immediatamente dopo l'acquisto, il cliente riceve un'email di conferma contenente i dettagli dell'ordine. All'interno di questa email, vengono proposte offerte personalizzate di prodotti o servizi complementari all'acquisto effettuato (es: accessori, pacchetti aggiuntivi, upgrade).

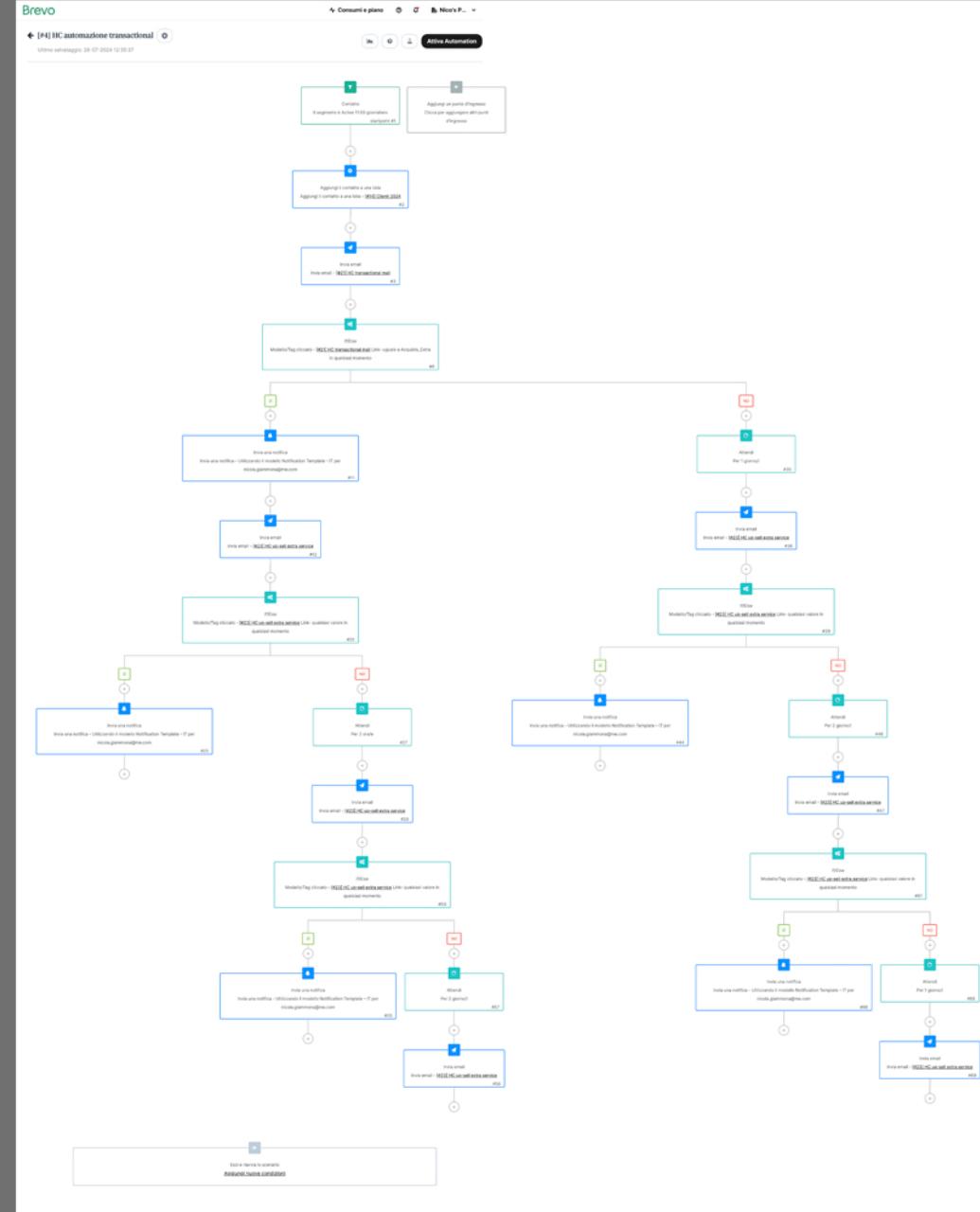
Condizione e Rami:

Acquisto di Prodotti Complementari: Se il cliente clicca su una delle offerte proposte e procede all'acquisto, viene inserito in un segmento di "Clienti a Valore Aggiunto" e potrebbe ricevere un'email di ringraziamento con un'offerta esclusiva.

Nessun Acquisto Immediato: Se il cliente non effettua subito l'acquisto aggiuntivo, viene impostato un ritardo di qualche giorno (es: 3 giorni). Successivamente, riceve una seconda email di reminder con un'offerta aggiornata o un incentivo aggiuntivo (es: spedizione gratuita).

o per ricevere offerte esclusive e comunicazioni più personalizzate.

Clienti Potenziali per Upselling: I clienti che non hanno effettuato l'acquisto aggiuntivo, ma hanno mostrato interesse (es: cliccando sull'offerta), vengono inseriti in un segmento specifico per future campagne di retargeting.



# AUTOMAZIONE PERSONALIZZATA PER CLIENTI ATTIVI: TRANSACTIONAL EMAIL E UP-SELLING

Utilizzando strumenti di marketing automation, è possibile personalizzare ogni email transazionale in base alle preferenze e alla cronologia di acquisto dei nostri clienti.

Questo approccio ci permette di proporre upselling pertinenti e aumentare le probabilità di aumentare lo scontrino medio.

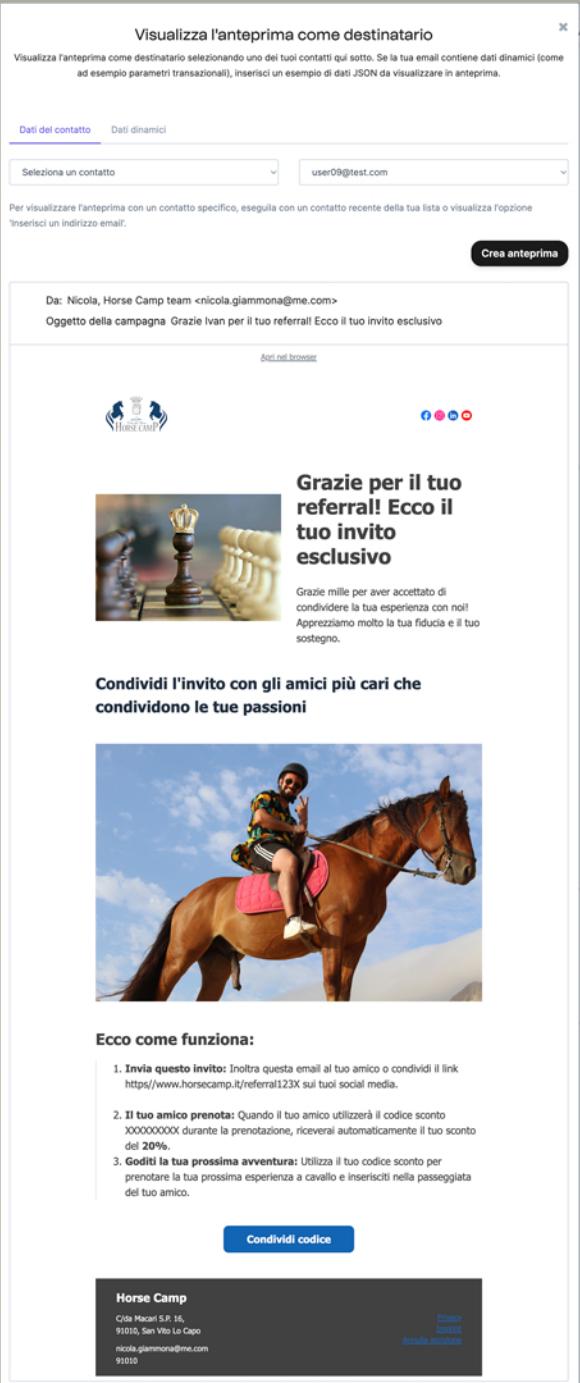
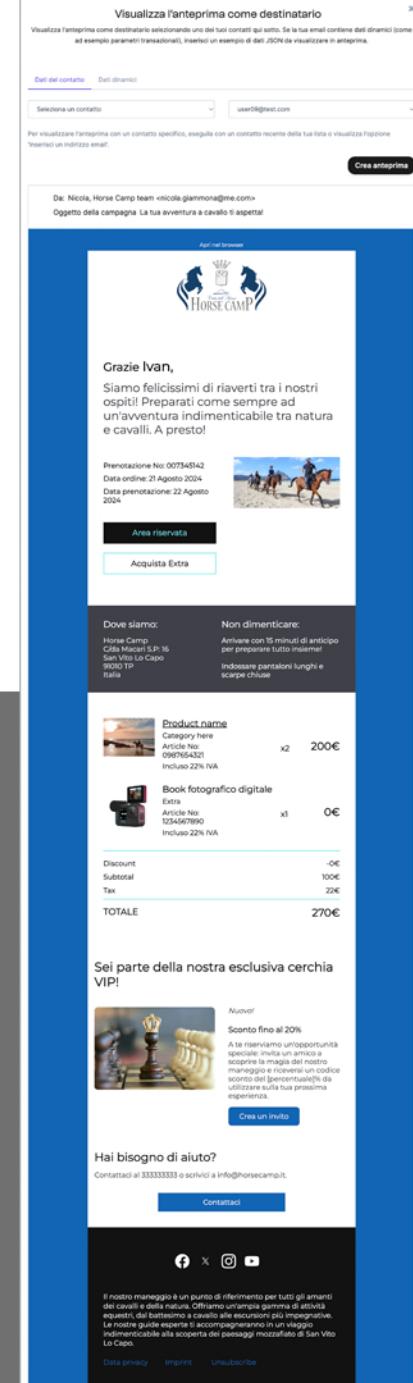
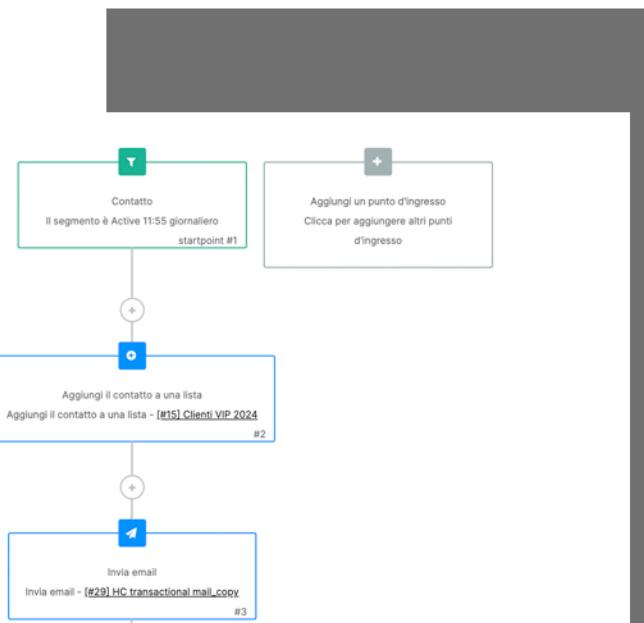


## PROGETTO FINALE VI

# AVVIO AUTOMAZIONE E MODELLI EMAIL - CLUSTER "ACTIVE VIP".

Abbiamo sviluppato una strategia di email marketing mirata ai nostri clienti VIP, con l'obiettivo di rafforzare il loro legame con il brand e incentivarli a diventare nostri ambasciatori.

Attraverso email transazionali personalizzate, proponiamo un programma referral esclusivo, offrendo vantaggi tangibili sia al cliente che al suo amico invitato.





## PROGETTO FINALE VI

Automazione Post-Acquisto VIP: Upselling e Referral

Trigger: Acquisto completato da cliente VIP.

Email di Conferma:

Offerte personalizzate: Prodotti/servizi complementari per aumentare il valore medio dell'ordine.

Introduzione al programma referral: Incentiva i clienti a invitare amici e ricevere vantaggi esclusivi.

Rami:

Acquisto + Referral: Entra nel segmento "Ambasciatori", riceve offerte esclusive e codici sconto.

Acquisto senza Referral: Riceve offerta esclusiva e invito a partecipare al programma.

Nessun Acquisto Immediato + Interesse a Referral: Riceve reminder con offerta aggiornata e incentivo extra per il referral.

Nessun Acquisto e Nessun Interesse: Entra in segmento di retargeting per future campagne.

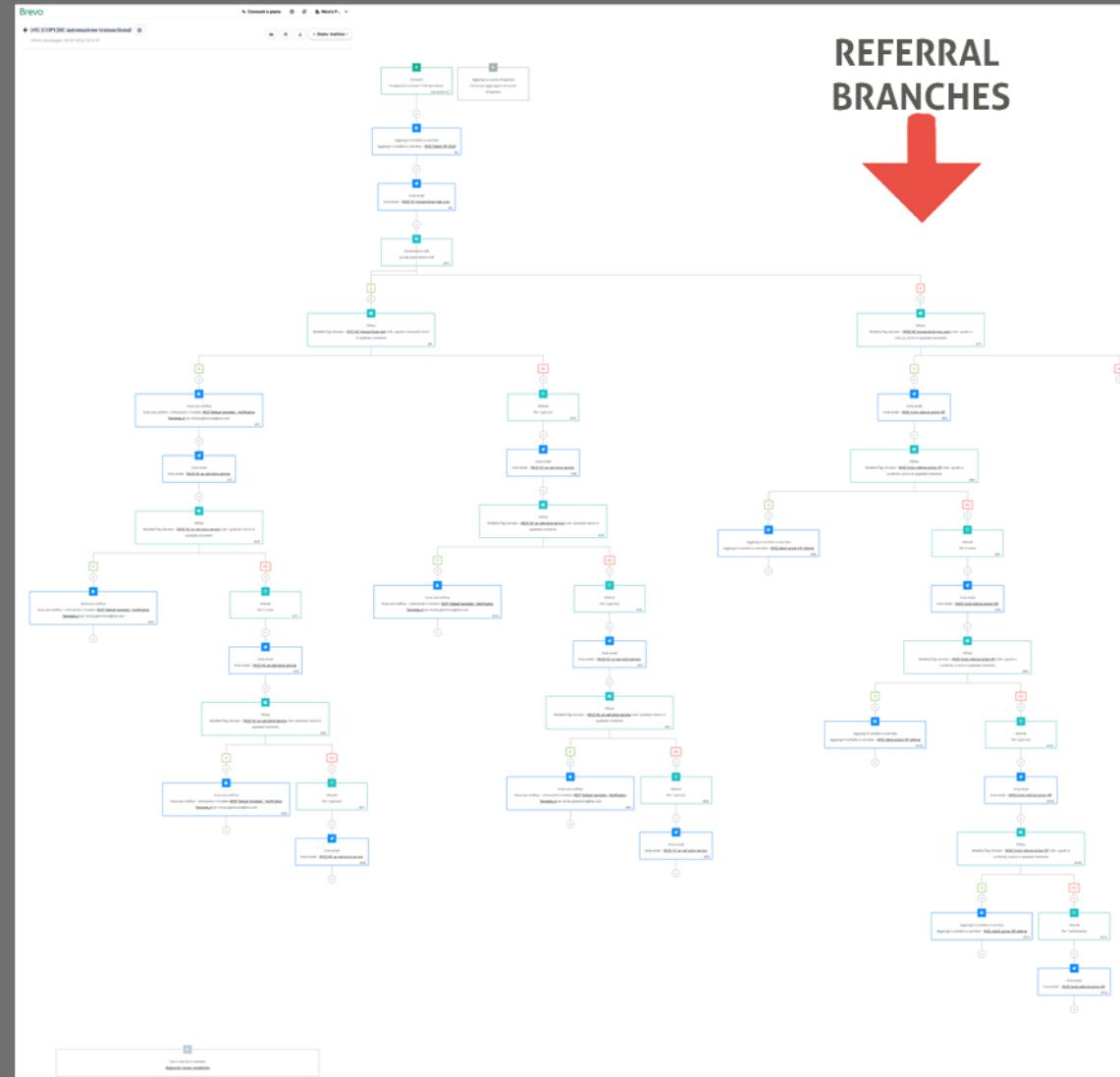
Segmentazione:

Ambasciatori del Brand: Clienti che acquistano prodotti complementari e partecipano al programma referral.

Potenziali Ambasciatori: Clienti interessati al referral o all'upselling.

Obiettivo: Aumentare il valore medio dell'ordine, fidelizzare i clienti VIP e stimolare il passaparola.

Questa versione sintetizza i punti chiave e offre una panoramica chiara del flusso di automazione.



# AUTOMAZIONE PERSONALIZZATA PER CLIENTI ATTIVI VIP: TRANSACTIONAL EMAIL E REFERRAL STRATEGY

Automatizzando il processo, ogni email transazionale si trasforma in un invito personalizzato a far parte della nostra community.

Grazie a un'attenta segmentazione dei clienti e a contenuti altamente pertinenti, incoraggiamo i nostri utenti a diventare veri e propri ambasciatori del brand, condividendo la loro esperienza positiva e invitando i loro contatti a scoprire i nostri prodotti o servizi.



## PROGETTO FINALE VI

Strategia di Riattivazione Clienti Inattivi tramite Automazione e Gamification

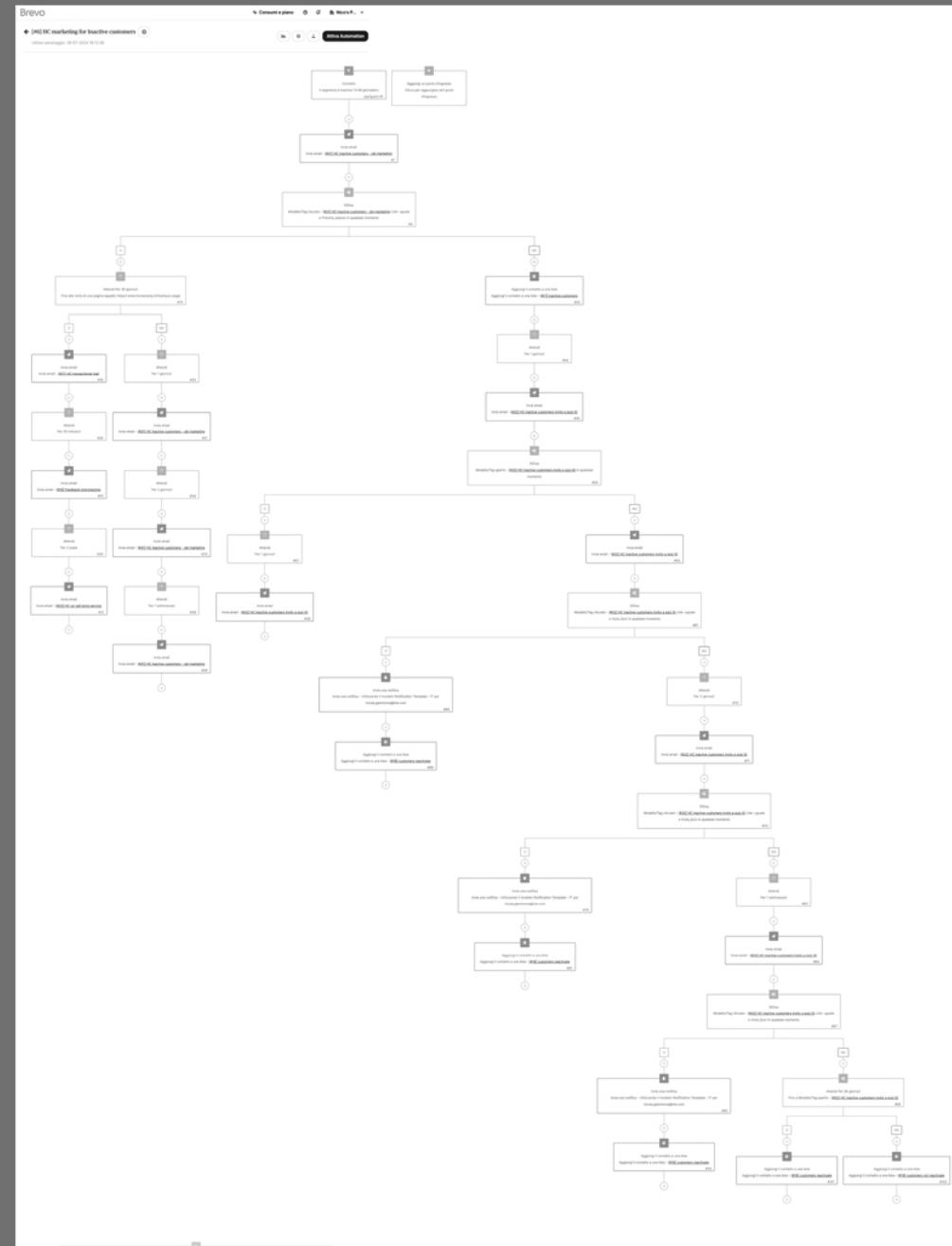
In questa automazione è implementata una strategia di nurturing automatizzato focalizzata su un segmento di clienti inattivi precedentemente identificato attraverso analisi dei dati. Tramite email triggerate altamente personalizzate, abbiamo inviato offerte mirate e CTA che invitavano gli utenti a riprendere l'interazione con il brand. L'integrazione di meccaniche di gamification, come un quiz di 12 domande interattivo con premi, ha permesso di spostare l'attenzione su un ecosistema divertente e ricco di contenuti di valore come Instagram.

Raccolta di dati: Il quiz permette di raccogliere informazioni sulle preferenze dei clienti, utili per future campagne di marketing.

Fidelizzazione: I clienti riattivati hanno maggiori probabilità di diventare clienti fedeli e di effettuare acquisti ripetuti. Stimolare il passaparola.

Questa versione sintetizza i punti chiave e offre una panoramica chiara del flusso di automazione.

Il Quiz viene svolto interamente su Instagram ed è stato realizzato mediante la piattaforma manychat.



# STRATEGIE DI RIATTIVAZIONE CLIENTI: L'INTEGRAZIONE TRA EMAIL MARKETING E SOCIAL MEDIA

L'integrazione tra email marketing e social media rappresenta una strategia efficace per riattivare i clienti inattivi e riaccendere il loro interesse verso un brand. Attraverso campagne email personalizzate e coinvolgenti iniziative sui social, è possibile ristabilire un contatto significativo con i consumatori che si sono allontanati, offrendo loro un'esperienza coerente e coinvolgente. Questa sinergia tra i due canali permette di inviare messaggi mirati e tempestivi, adattandosi alle preferenze individuali di ciascun cliente e stimolando la loro partecipazione attiva.



# UTILIZZO DI MANYCHAT PER LA CREAZIONE DI UN QUIZ STRATEGIA GAMIFICATION

La gamification, trasformando semplici interazioni in esperienze ludiche, cattura l'attenzione dei clienti dormienti e li stimola a riprendere il rapporto con il brand. I dati raccolti attraverso i giochi, inoltre, consentono di personalizzare le comunicazioni e offrire esperienze su misura, rafforzando il legame emotivo con il cliente e aumentando la fidelizzazione.

