

WORKFLOW DI AUTOMAZIONE

PROGETTO MODULO 6

SACCONE GIORGIO

PIATTAFORMA UTILIZZATA

BREVO

per importare e clusterizzare i contatti e per
creare le automazioni

Fonte: aggiungi i riferimenti.

LISTA CONTATTI

AZIONI

The screenshot shows the Brevo platform's contact management section. The left sidebar includes links for Home, Contatti (which is selected and highlighted in green), Liste, Segmenti, Aziende, Landing page, Moduli, Impostazioni, Campagne, Automazioni, Transazionale, Conversations, Trattative, and Meetings. The main area is titled 'Contatti' and displays a list of 50 contacts. The columns are labeled 'CONTATTO', 'ISCRITTO', 'BLOCCATO', 'EMAIL', and 'WHATSAPP'. Each contact entry includes a checkbox, an email icon, and an email address. A modal window titled 'Membro di una lista' is open, showing a dropdown menu set to 'È membro di' with 'Contatti_ #5' selected. Below the dropdown are two buttons: '+ E' and '+ O'.

CONTATTO	ISCRITTO	BLOCCATO	EMAIL	WHATSAPP
Zoe			user50@test.com	
Will			user49@mail.com	
Vince			user48@test.com	
Ursula			user47@example.com	
Tracy			user46@test.com	
Steve			user45@demo.com	
Rita			user44@example.com	
Quinn			user43@example.com	
Peter			user42@test.com	
Olivia			user41@mail.com	
Nick			user40@mail.com	
Mia			user39@demo.com	
Leo			user38@test.com	
Kara			user37@example.com	
Jack			user36@mail.com	
Ivy			user35@example.com	
Henry			user34@example.com	
Gina			user33@example.com	
Fred			user32@demo.com	
Elena			user31@example.com	

Righe per pagina: 20 | 1-20 of 50 | 1 2 3

- Creazione della lista contatti su Brevo
- Importazione del file CSV
- Adeguamento attributi

DIVIDERE IL PUBBLICO IN SEGMENTI

Segmenti

È qui che organizzi i tuoi segmenti. Crea, modifica e gestisci i segmenti per interazioni mirate e conserva le liste di contatti.

[Comprensione dei filtri e della segmentazione](#) [Differenze tra liste e segmenti](#)

Tutte le cartelle (4 segmenti)

Segmento	ID	Cartella
Clienti_Fedeli	#4	My segments
Nuovi_Lead	#1	My segments
Clienti_Attivi	#2	My segments
Clientii_Inattivi	#3	My segments

A SECONDA DI

- **FREQUENZA DI ACQUISTO**
LISTA: **CLIENTI FEDELI**
- **STATO DEL CLIENTE**
LISTA1: **CLIENTI ATTIVI** (quando l'attributo stato del cliente era uguale ad **active**)
LISTA2: **CLIENTI INATTIVI**(quando l'attributo stato del cliente era uguale a **inactive**)
LISTA3: **NEW LEAD**(quando l'attributo stato del cliente è uguale a **new lead**)

CREAZIONE AUTOMAZIONI: creiamo un'automazione per ogni segmento di pubblico

Il nostro focus sarà su:

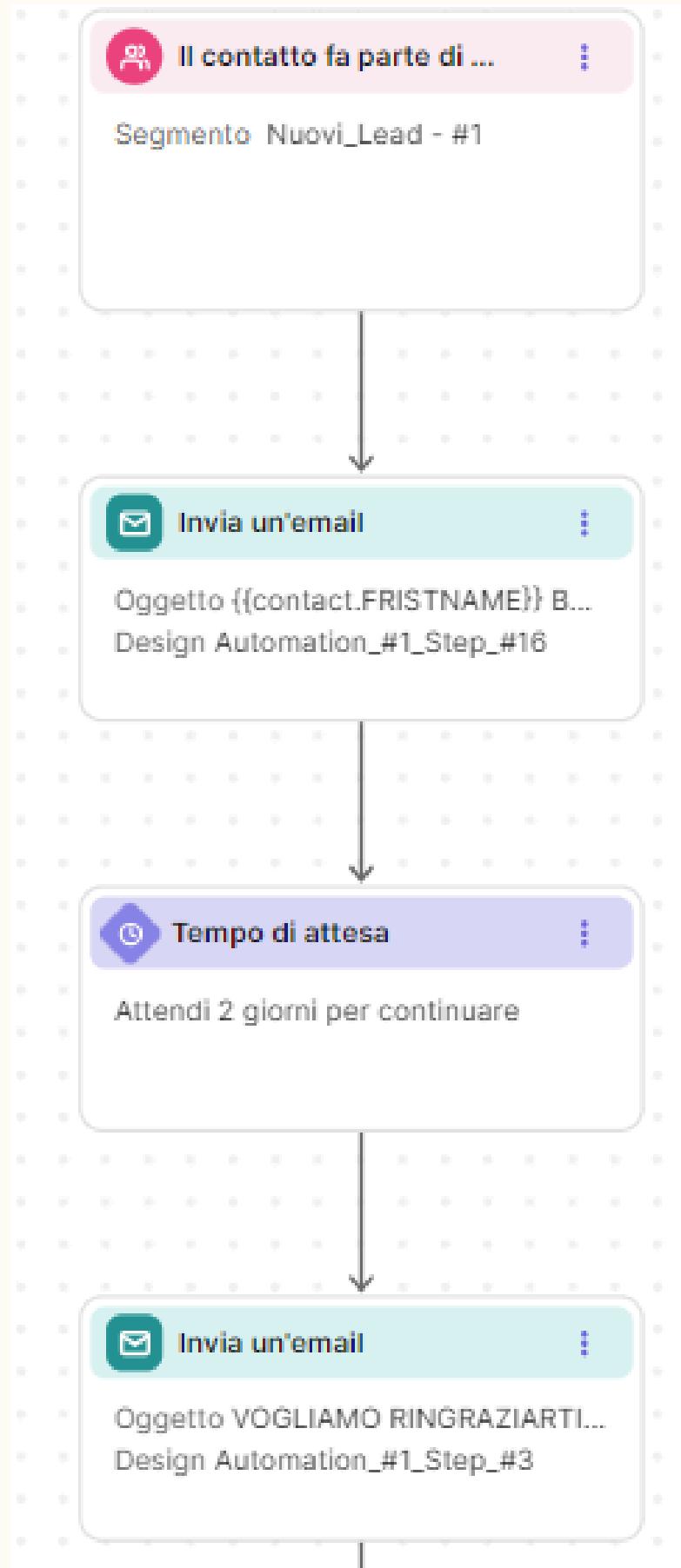
- NEW LEAD
- CLIENTI ATTIVI che hanno abbandonato il carrello

The screenshot shows a list of four automation workflows:

- TRANSAZIONALE_ClientiAttivi**: Last modified 25-07-2024 19:43. Status: Non attivo. Editor: Nuovo editor. Metrics: 0/0/0/0 (0%/0%/0%/0%). Actions: ▶, ⋮.
- Clienti_VIP**: Last modified 23-07-2024 19:52. Status: Non attivo. Editor: Editor classico. Metrics: 0/0/0/0 (0%/0%/0%/0%). Actions: ▶, ⋮.
- Clienti_Inattivi**: Last modified 25-07-2024 19:23. Status: Non attivo. Editor: Editor classico. Metrics: 0/0/0/0 (0%/0%/0%/0%). Actions: ▶, ⋮.
- WELCOME_NewLead**: Last modified 22-07-2024 19:55. Status: Non attivo. Editor: Nuovo editor. Metrics: 0/0/0/0 (0%/0%/0%/0%). Actions: ▶, ⋮.

Filter options at the top: Tutti 4, Attivo, In pausa, Non attivo 4. Search bar: Cerca un'automazione. Pagination: 1-4 of 4.

AUTOMAZIONE 1: NEW LEAD

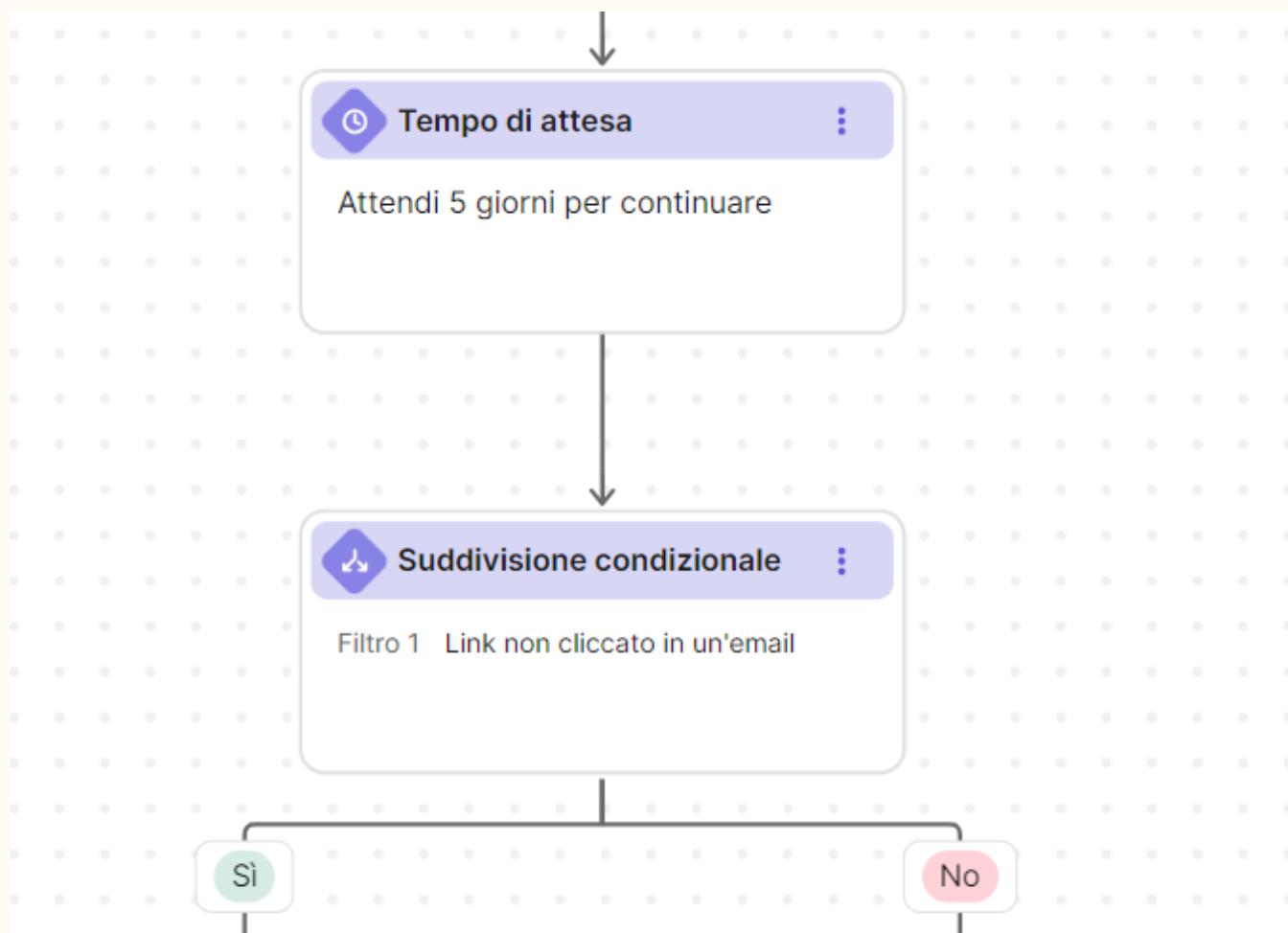


AZIONI

1. Il trigger che attiva il flusso è il contatto che fa parte di un determinato segmento, in questo caso **new lead**
2. Andiamo ad inviare una mail di benvenuto appena il cliente si iscrive al nostro sito
3. Inseriamo un tempo di attesa di 2 giorni
4. Ipotizzando di agire su un e-commerce di vestiti.
Dopo il tempo di attesa facciamo partire una mail in cui offriamo al cliente, per spingerlo alla conversione, un buono sconto del 20% su tutto il catalogo con una scadenza di 10 giorni

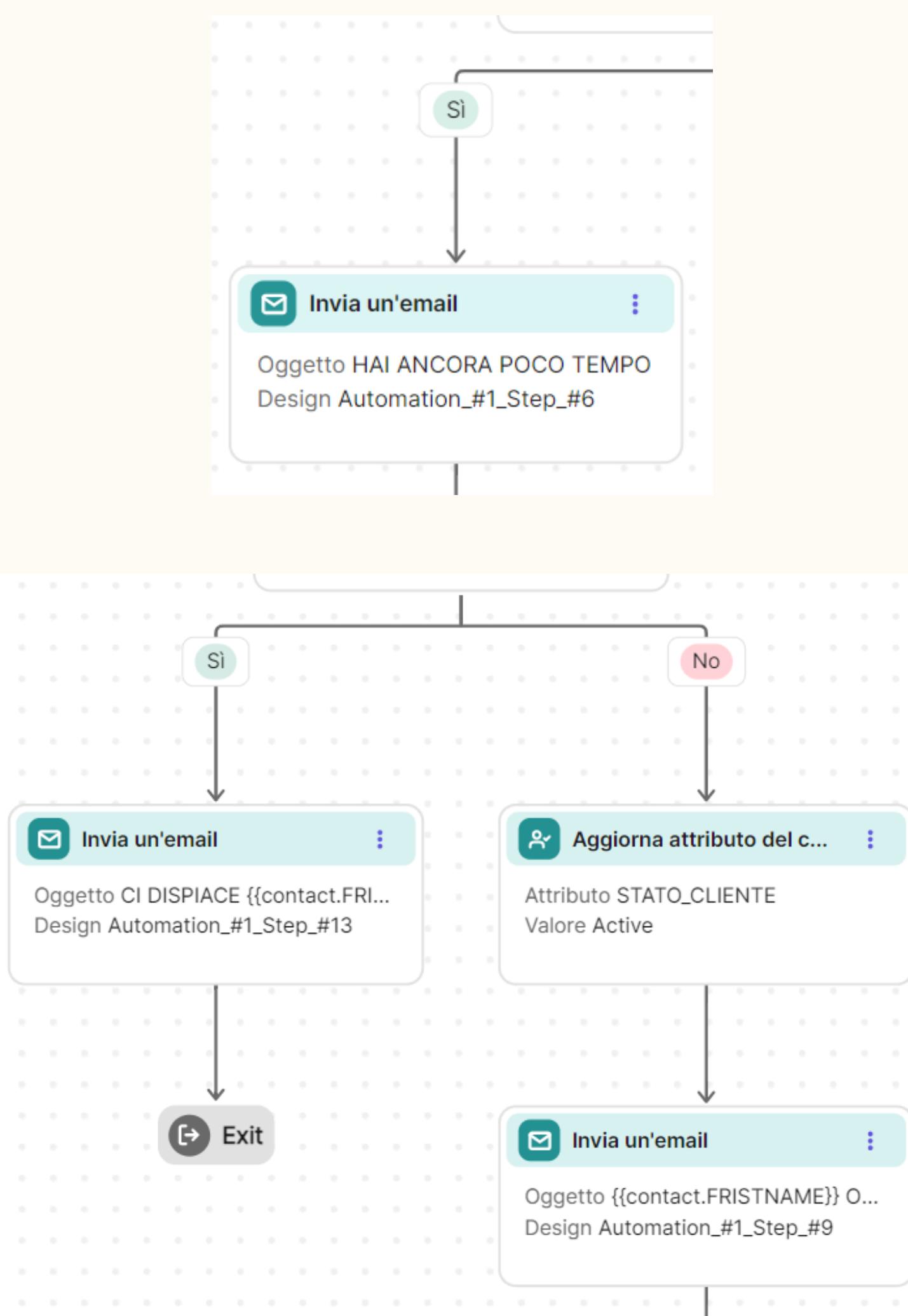
AUTOMAZIONE 1: NEW LEAD

AZIONI



5. Dopo un tempo di attesa di 5 giorni inseriamo una suddivisione che ha come condizione: **conversione non effettuata**

AUTOMAZIONE 1: NEW LEAD>CONTATTO CHE NON CONVERTE AZIONI



6. Se il contatto non ha effettuato la conversione, partirà un'altra mail in cui spingiamo il contatto all'acquisto offrendo una spedizione gratuita.
7. Dopo un'attesa di 5 giorni e un'altra suddivisione in cui abbiamo sempre la condizione: il cliente non converte.
8. Se il cliente non converte (ramo: SI), il contatto uscirà dall'automazione
9. Se il contatto converte (ramo: NO), il contatto entrerà nel segmento Clienti Attivi, andremo infatti a cambiare il suo attributo nella lista e invieremo una mail di ringraziamento e conferma dell'ordine

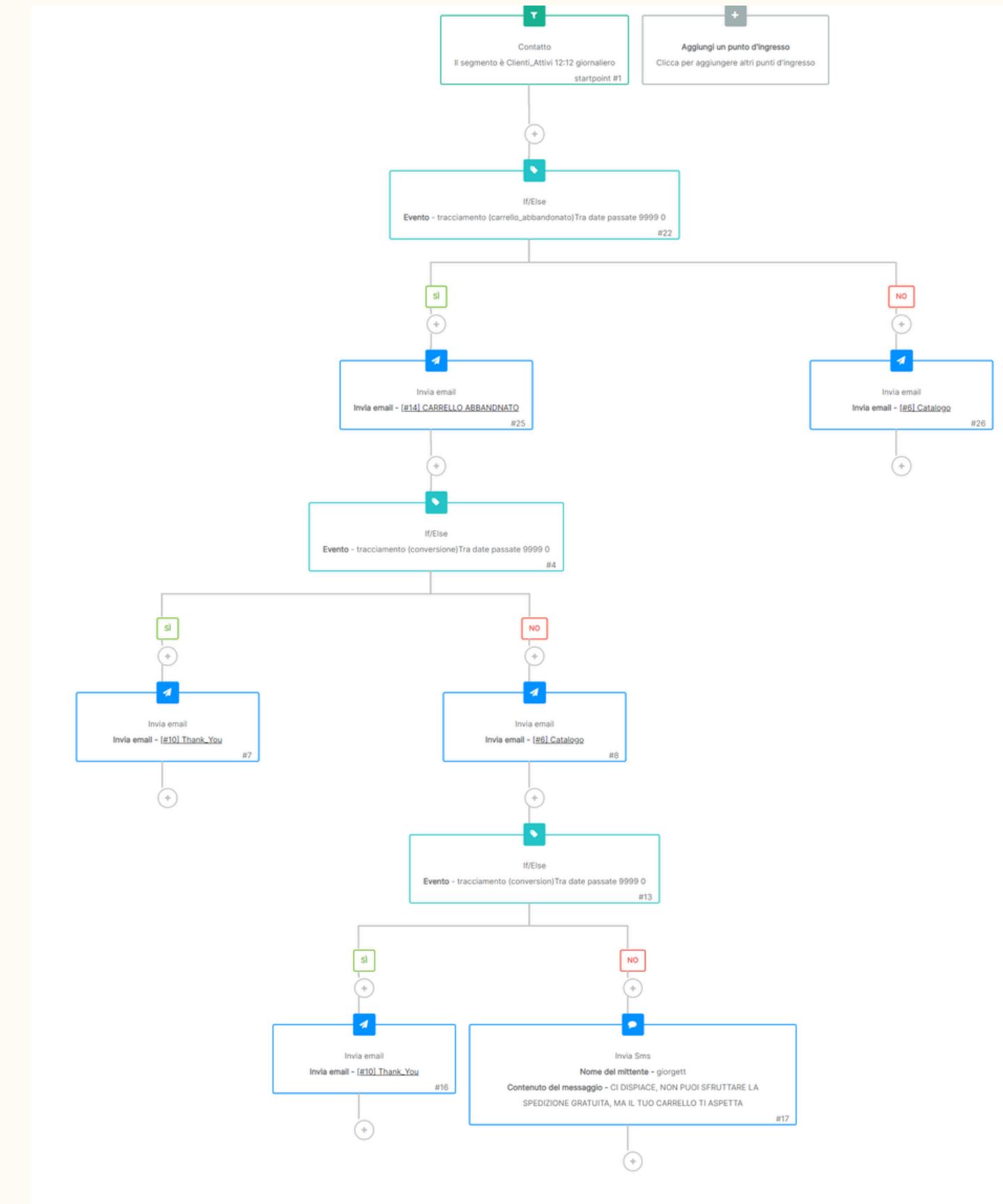


AUTOMAZIONE 1: NEW LEAD>CONTATTO CHE CONVERTE

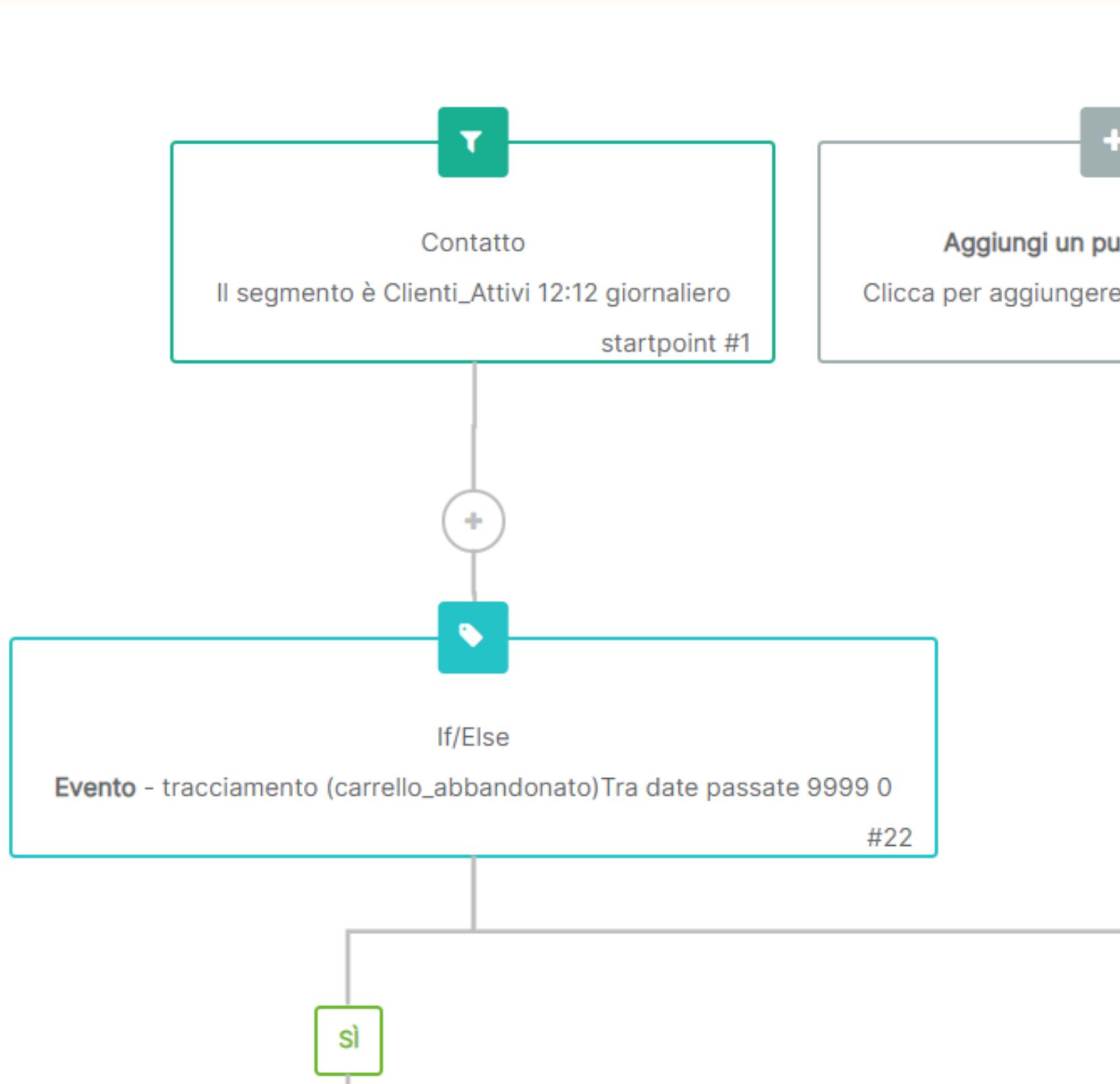
AZIONI

6. Il contatto entra nella lista clienti attivi, cambiamo l'attributo stato del cliente in Active
7. Inviamo una mail di ringraziamento e di conferma dell'ordine

AUTOMAZIONE 2: CLIENTI ATTIVI



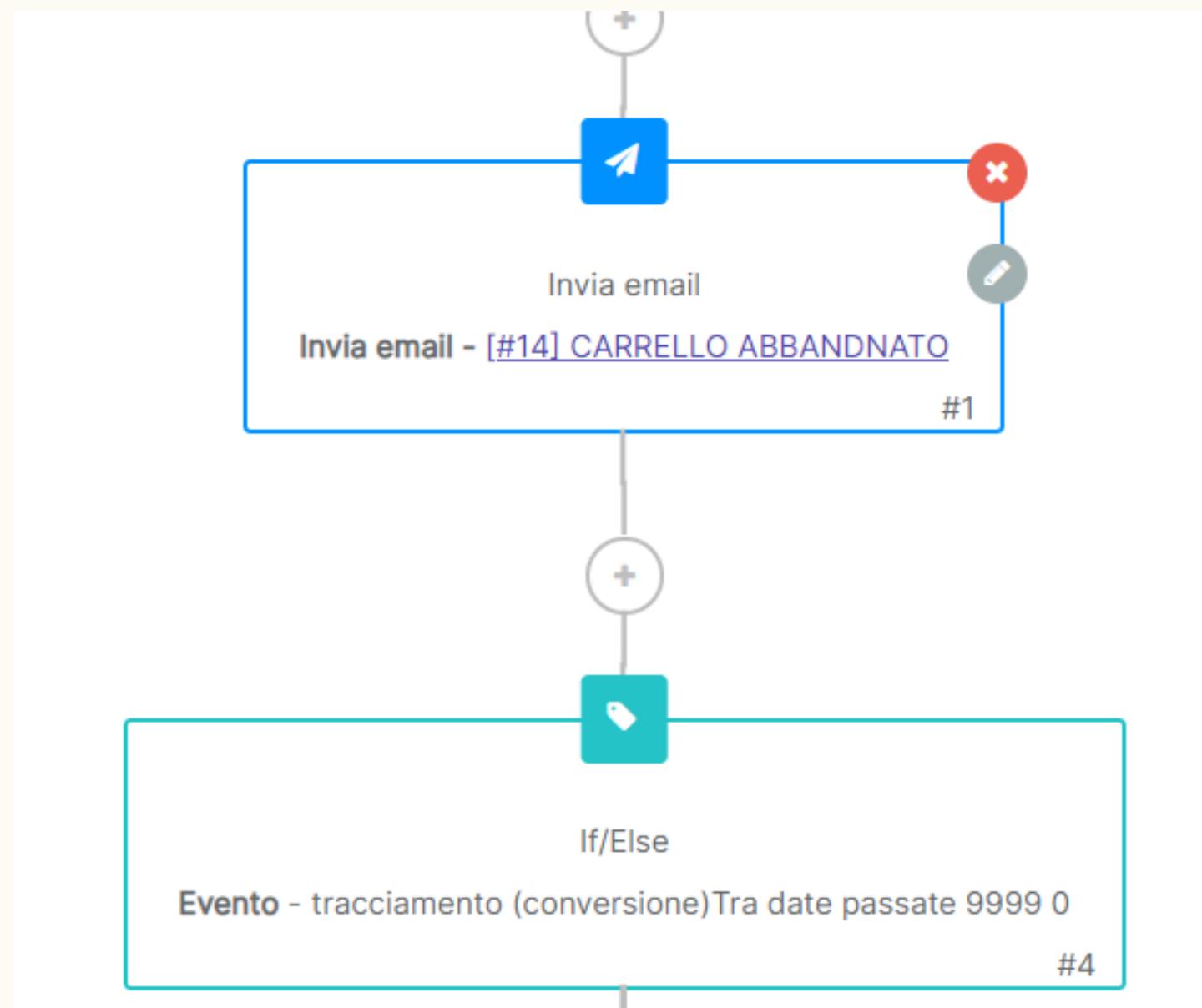
AUTOMAZIONE 2: CLIENTI ATTIVI



AZIONI

1. Dividiamo ulteriormente la lista dei contatti attivi con una suddivisione condizionale, con la seguente condizione: utente che ha abbandonato il carrello.

AUTOMAZIONE 2: CONTATTI ATTIVI>CHE HANNO ABBANDONATO IL CARRELLO



AZIONI

2. Per tutti i contatti che hanno abbandonato il carrello (RAMO SI) Inviamo una mail in cui offriamo la spedizione gratuita su tutto il carrello.

AUTOMAZIONE 2: CONTATTI ATTIVI>CHE HANNO ABBANDONATO IL CARRELLO



AZIONI

2. Per tutti i contatti che hanno abbandonato il carrello (RAMO SI) Inviamo una mail in cui offriamo la spedizione gratuita su tutto il carrello.

3. Tracciamo l'eventuale conversione. Quindi il raggiungimento del nostro obiettivo

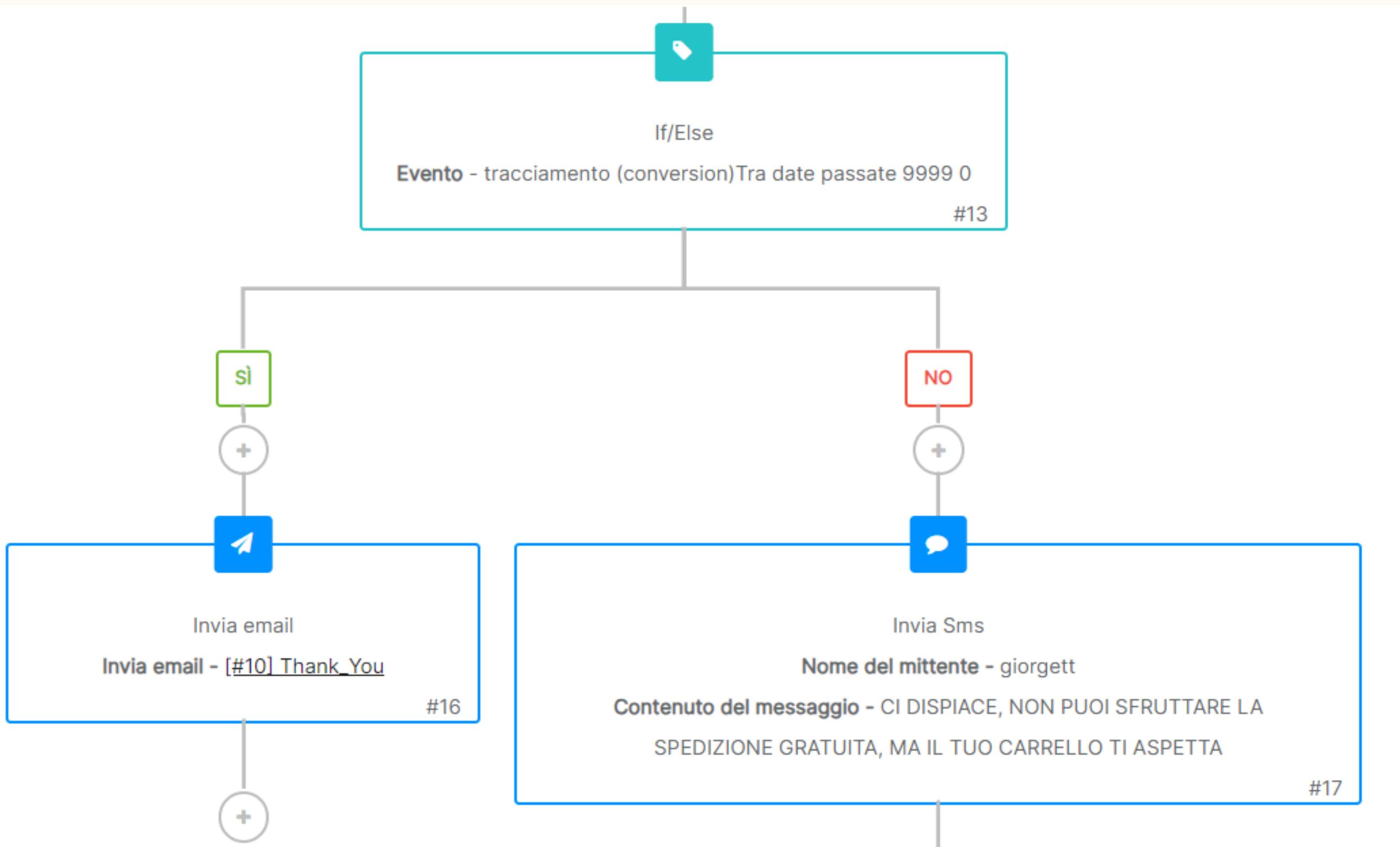
AUTOMAZIONE 2: CONTATTI ATTIVI>CHE HANNO ABBANDONATO IL CARRELLO



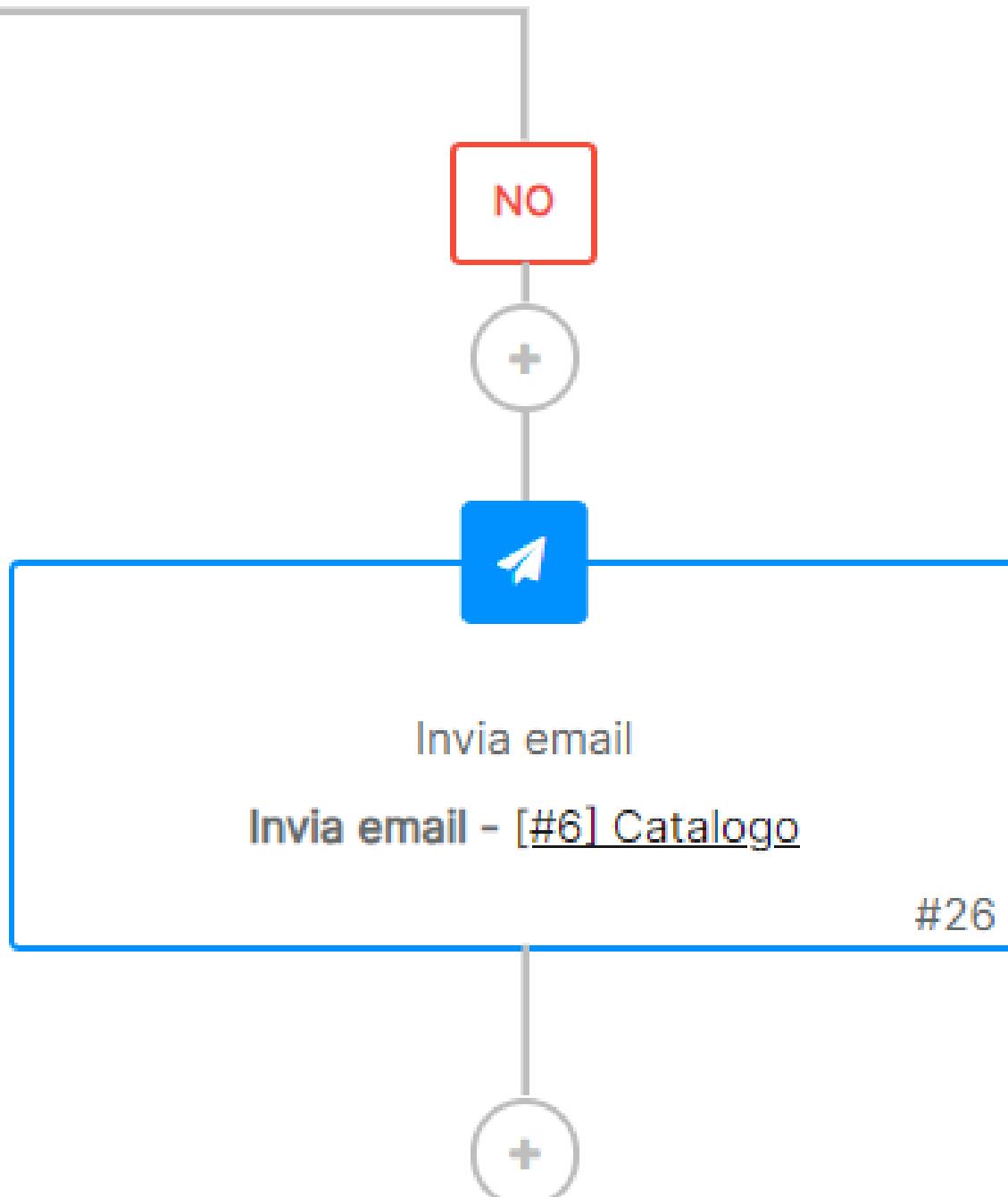
4.Se avviene la conversione inviamo una mail di ringraziamento e conferma dell'ordine (RAMO SI)

3.Se la conversione non avviene facciamo ripartire la stessa automazione, aggiungendo come trigger nella mail un ulteriore 10% di sconto

AUTOMAZIONE 2: CONTATTI ATTIVI>CHE HANNO ABBANDONATO IL CARRELLO

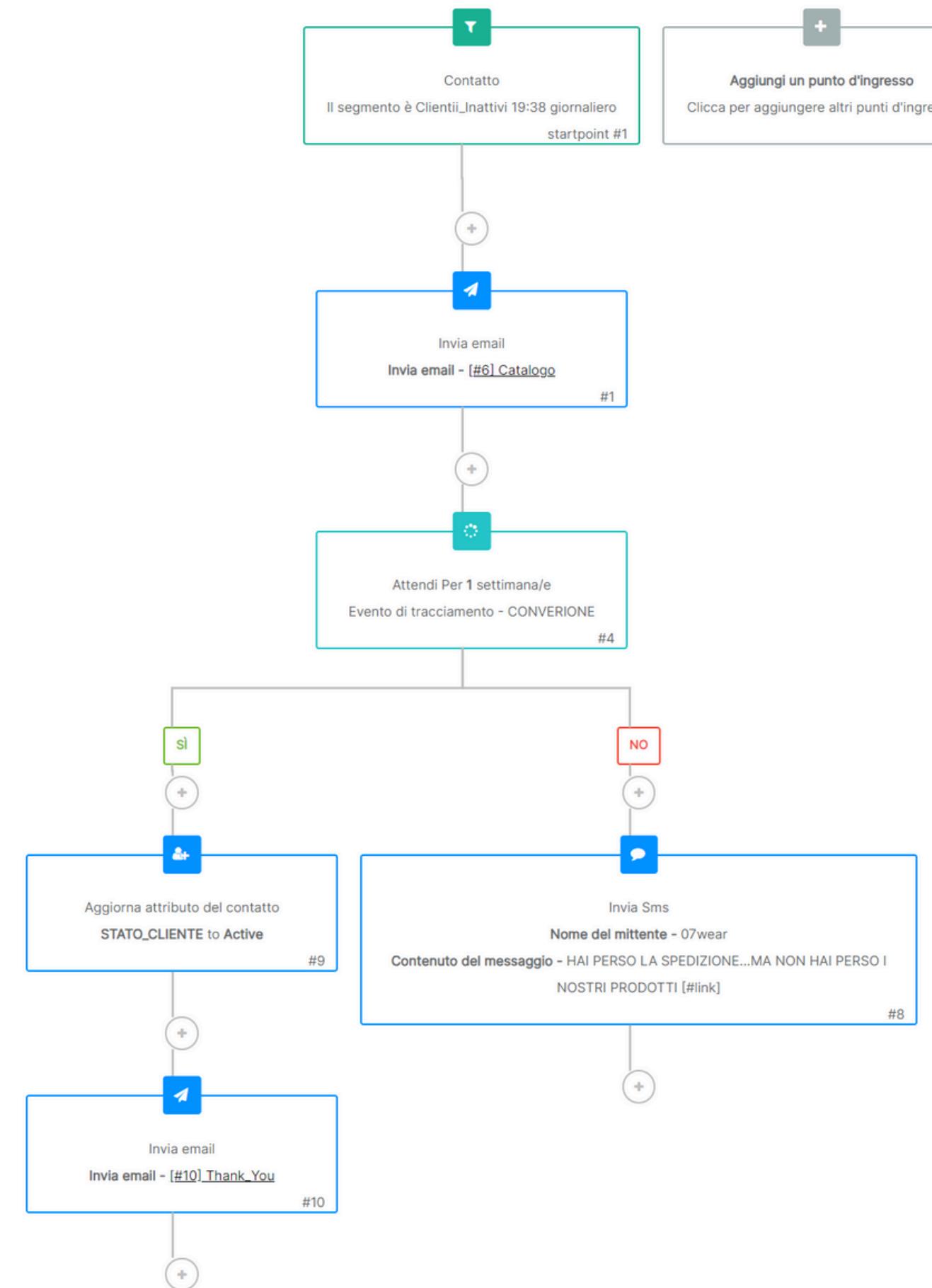


AUTOMAZIONE 2: CONTATTI ATTIVI > CHE NON HANNO UN CARRELLO ATTIVO

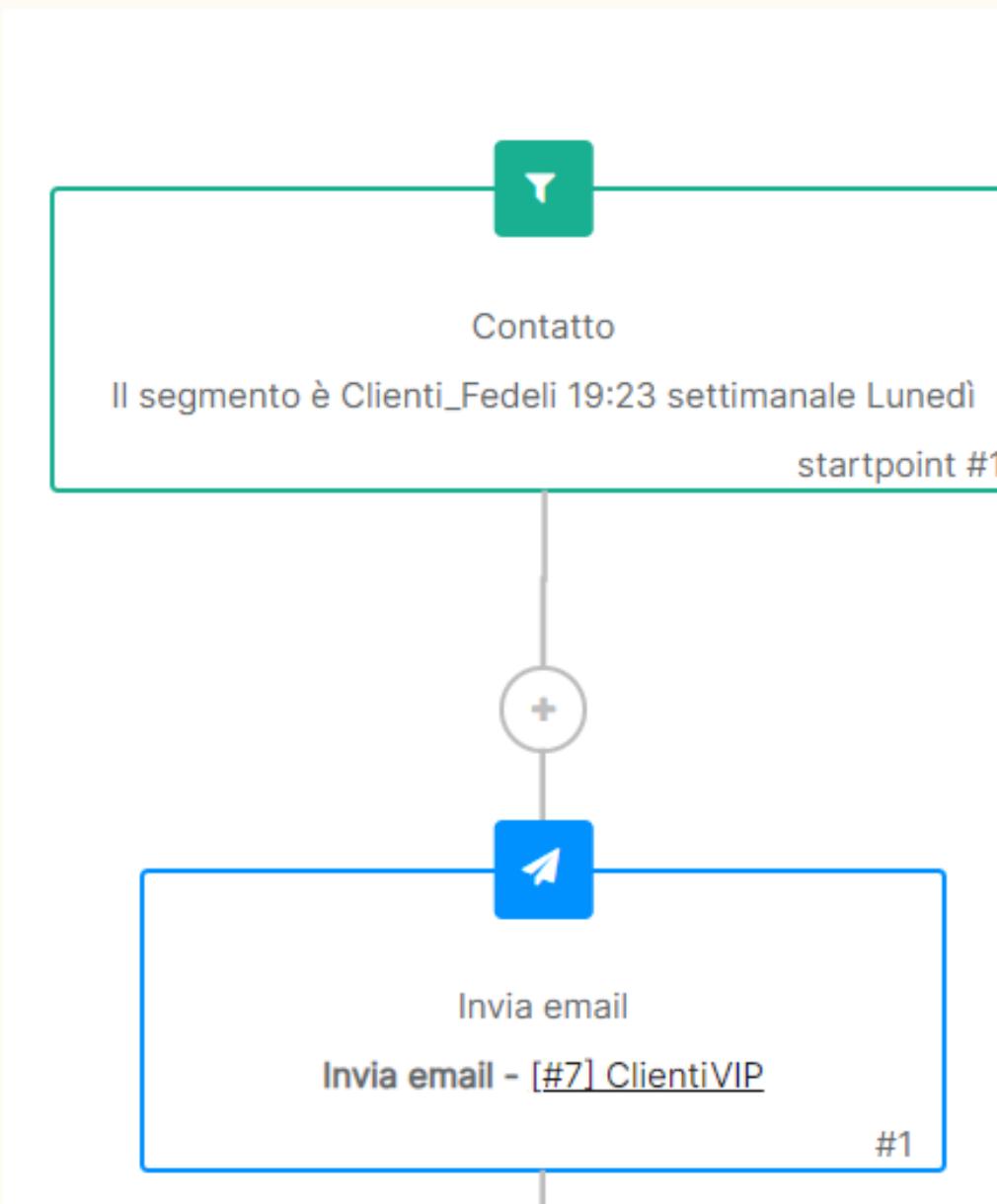


Se il contatto non ha un carrello attivo, inviamo una promo che comprende spedizione gratuita e promo di 10% di sconto con una spesa minima di 80€

AUTOMAZIONE 3: CLIENTI VIP

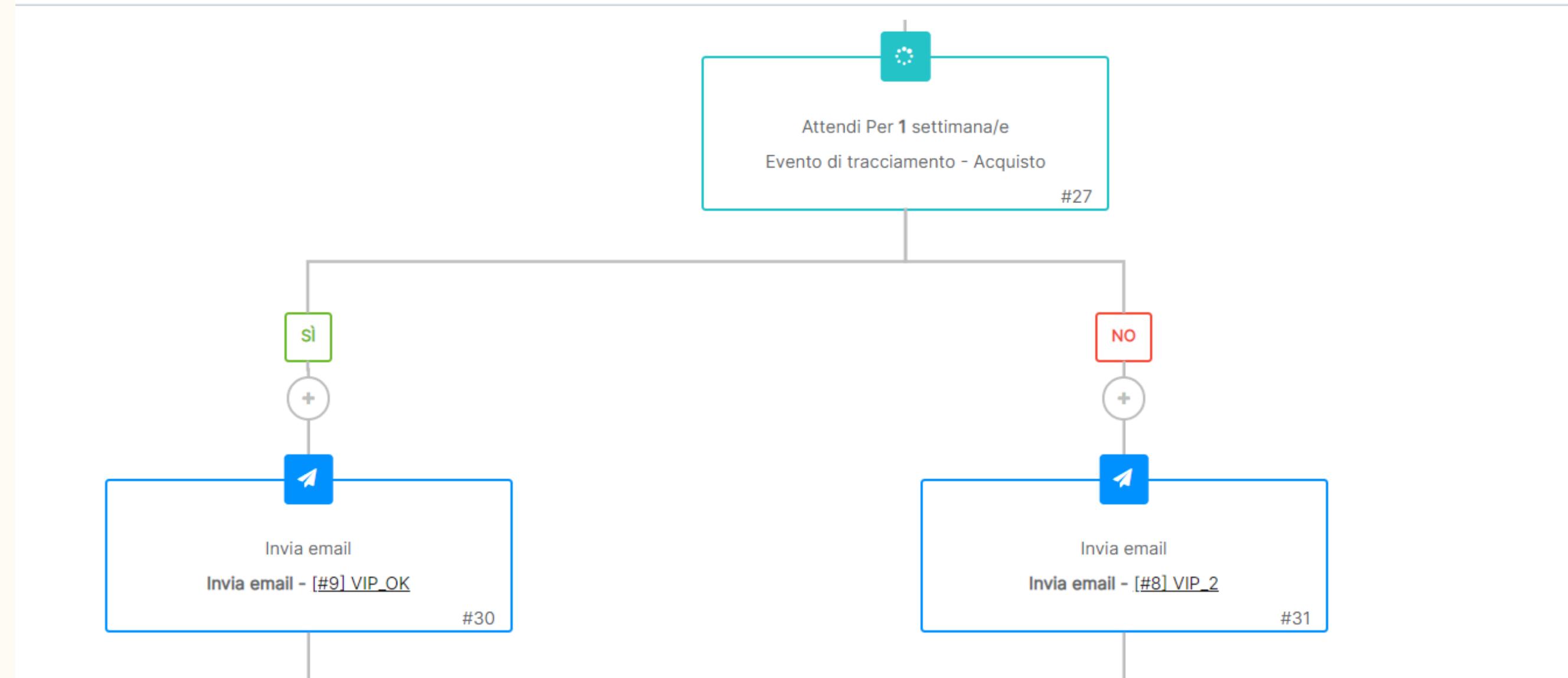


AUTOMAZIONE 3: CLIENTI VIP



Se il nostro contatto fa parte della lista clienti VIP invieremo una mail in cui diamo accesso ad un catalogo esclusivo oltre ad un codice sconto del 10%.

AUTOMAZIONE 3: CLIENTI VIP



Dopo una settimana dalla ricezione della mail, tracciamo l'eventuale conversione.

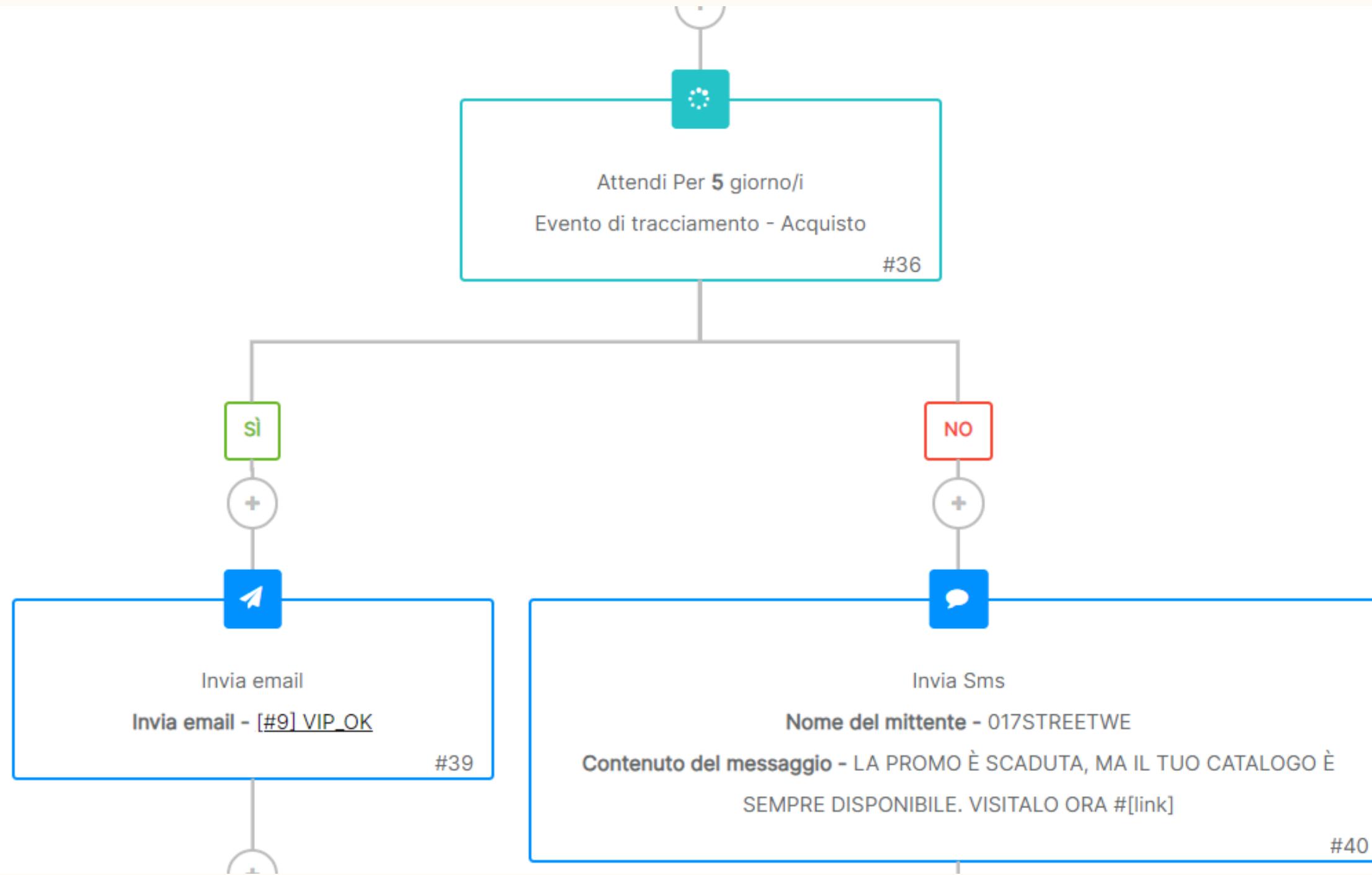
CONVERSIONE EFFETUATA(RAMO SI)

Mail di ringraziamento e conferma dell'ordine

CONVERSIONE NON EFFETUATA(RAMO NO)

Implementiamo la promo con la spedizione gratuita.

AUTOMAZIONE 3: CLIENTI VIP



Tracciamento della conversione sulla seconda mail con promo 10%.

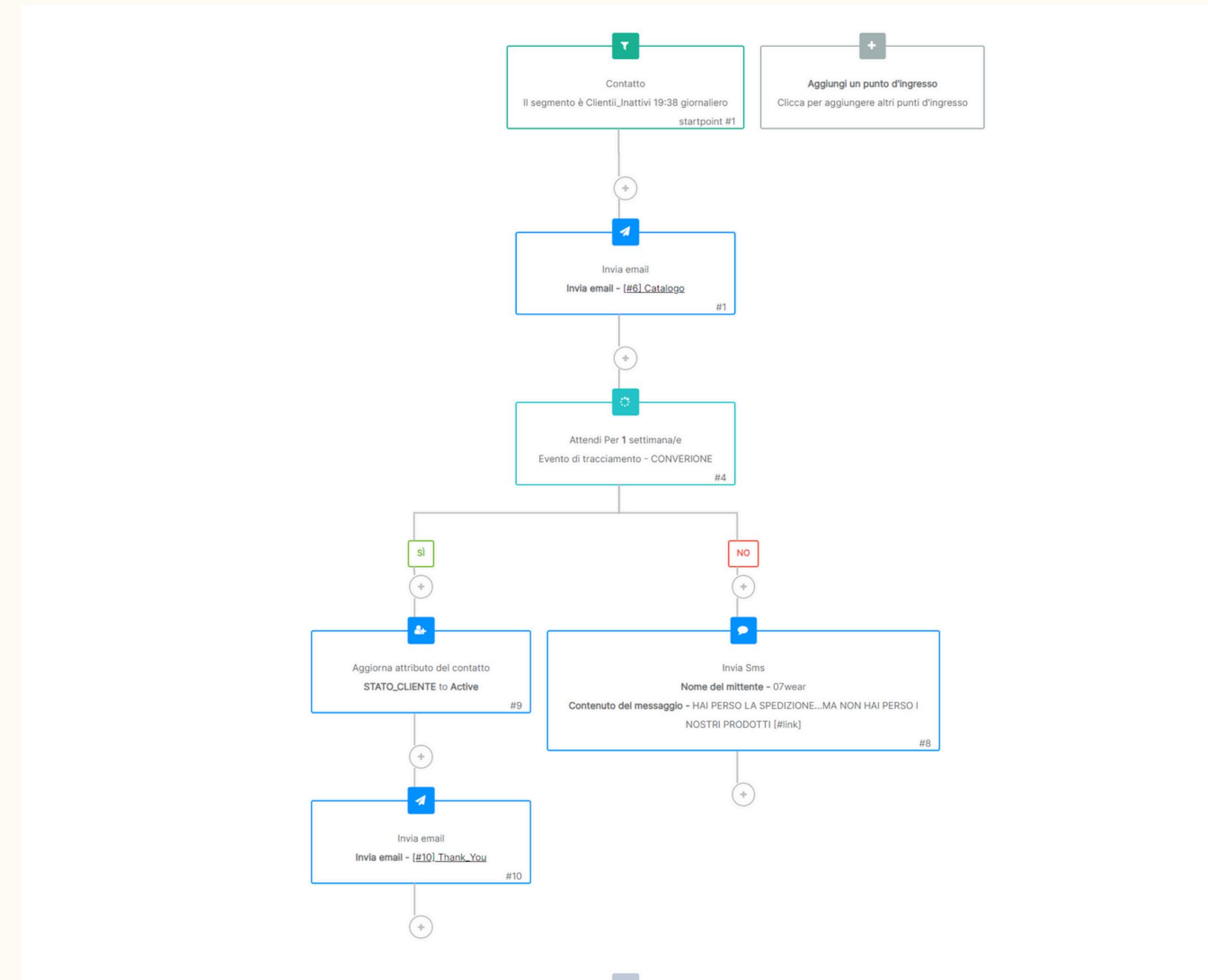
CONVERSIONE EFFETUATA(RAMO SI)

Mail di ringraziamento e conferma dell'ordine

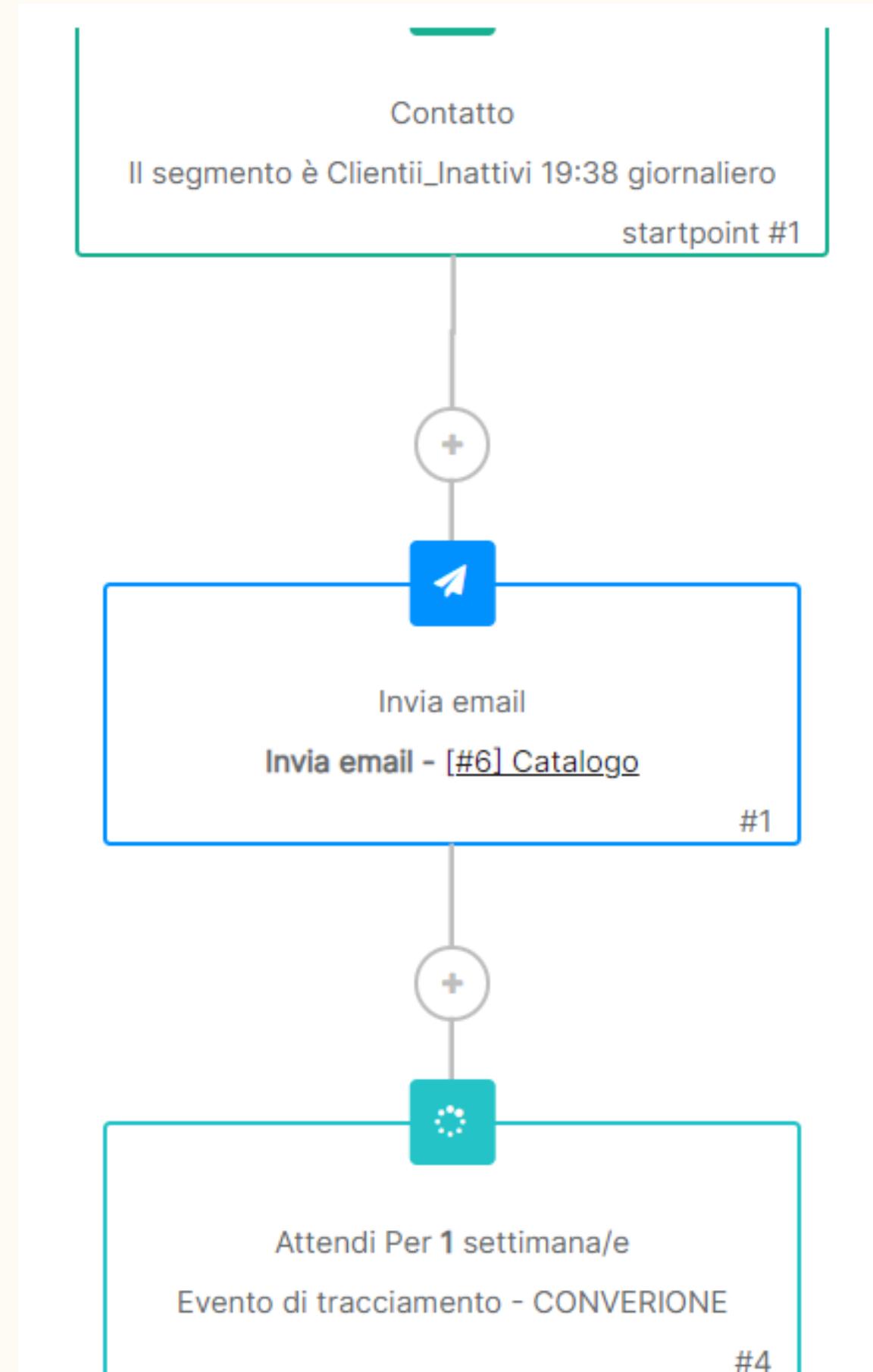
CONVERSIONE NON EFFETUATA(RAMO NO)

La promo scade e riparte l'automazione

AUTOMAZIONE 4: CLIENTI INATTIVI

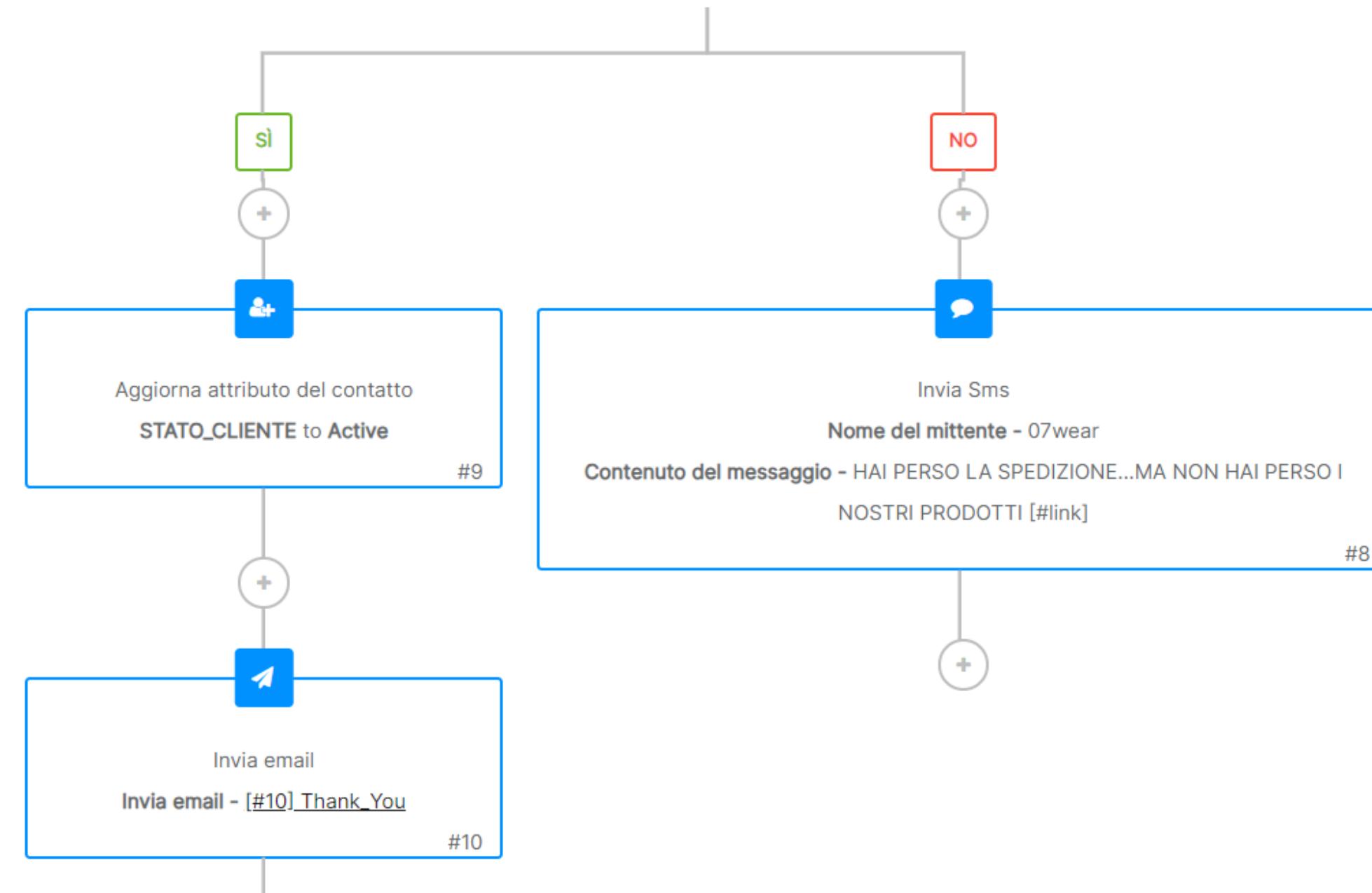


AUTOMAZIONE 4: CLIENTI INATTIVI



Se il nostro contatto fa parte della lista clienti inattivi invieremo una mail in cui lo invitiamo a visualizzare il nostro catalogo ed offriamo la spedizione gratuita

AUTOMAZIONE 4: CLIENTI INATTIVI



CONVERSIONE EFFETUATA(RAMO SI)

Cambiamento stato del cliente in attivo. Mail di ringraziamento e conferma dell'ordine

CONVERSIONE NON EFFETTUATA(RAMO NO)

La promo scade e riparte l'automazione

GRAZIE DELLA VISUALIZZAZIONE

PROGETTO MODULO 6

SACCONE GIORGIO