ECOMMERCE GROWTH
ACADEMY

E-COMMERCE
CDP/CDXP
MARKETING AUTOMATION

23 Giugno 2022

12:00/13:00

LinkedIn

GTAVIANI
digital commerce growth

CDP (Customer Data), CDXP (Customer Data Experience), MA (Marketing Automation). Quali le differenze e quali usare per incrementare le Performance Marketing degli E-Commerce

Gabriele Taviani

Gabriele Taviani

CEO - Co Founder Slymetrix Srl
Consultant - GTaviani Consulting

Oltre venti anni di esperienza nel digital marketing in Italia, UK e Brasile, ha realizzato piattaforme di Advertising Trading Desk, Behavioral Tracking e di Retargeting per l'e-commerce. Stato E-commerce Director di Emozione3 (SmartBox Group) e Digital Officer di Bottega Verde. Autore di «Retargeting Management», Hoepli 2017 e Docente principale della MasterClass «Digital Marketing per l'E-commerce e il New Retail» di Netcomm Academy.

Oggi parliamo di:

Oggi vendere online diventato molto complesso. **Attirare** e **Convincere** i clienti ha costi sempre più alti e competizione sempre più aggressiva.

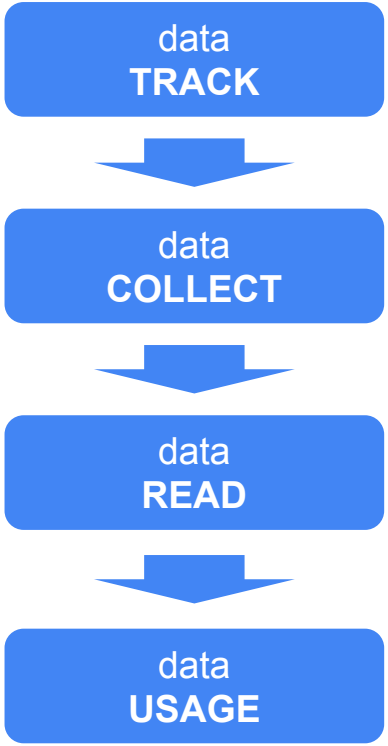
Il successo del E-Commerce per il futuro dipende dalla **capacità di fidelizzare utenti/clienti** come in una sorta di Club.

La **Marketing Automation** per un e-commerce, rappresenta una **strategia di marketing digitale** che usa le tecnologie come strumenti per analizzare e ottimizzare le performance tramite l'analisi comportamentale degli utenti fidelizzandoli al club di vendita online.

E-Commerce Marketing
Data Driven

Data Driven

- ***TROVARE & TRACCIARE*** - I dati, prima di tutto, devono essere identificati e tracciati;
- ***RACCOGLIERE & ORGANIZZARE*** - I dati devono essere portati in un archivio (DataBase) accessibile e gestibile;
- ***LETTI & INTERPRETATI*** - I dati archiviati devono essere letti e interpretati in termine di informazioni e tendenze;
- ***USATI per le OTTIMIZZAZIONI*** - La comprensione dei dati deve consentire l'ottimizzazione delle strategie al fine di ottimizzare e migliorare le performance.



Data Analytics e/o Management

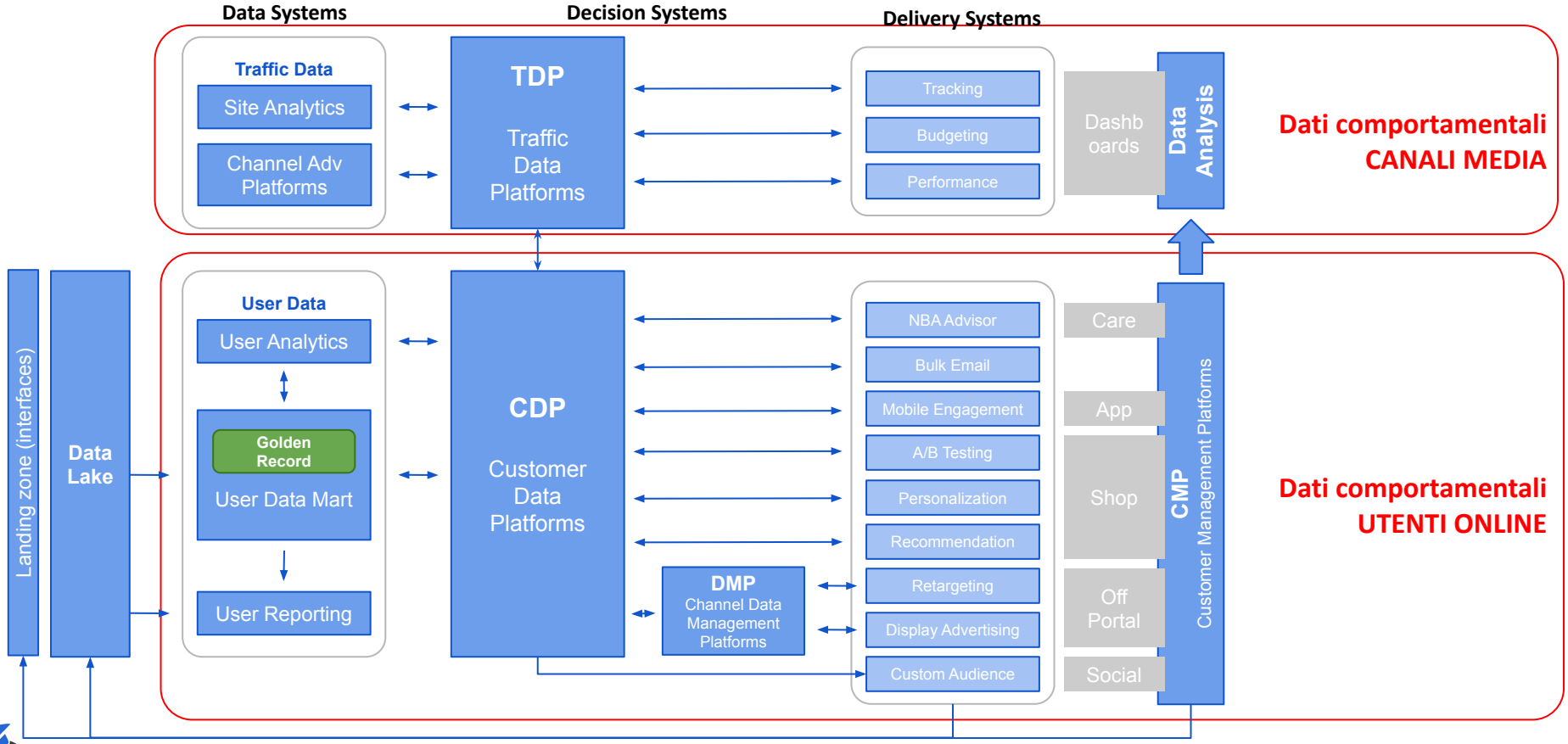
DATA ANALYTICS

Analisi di dati caricati in speciali dashboard & reports in sola lettura. Possibilità di applicare filtri di lettura dei dati.

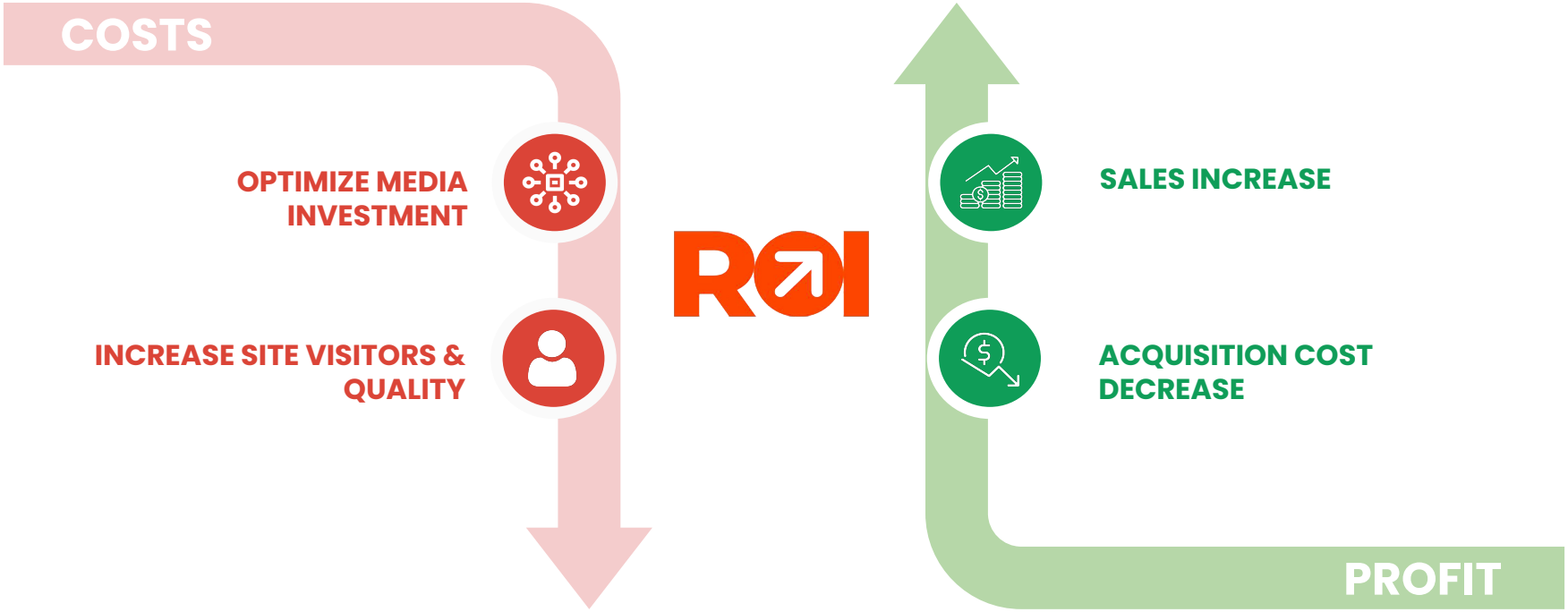
DATA MANAGEMENT

Gestione dei dati da analizzare nelle dashboard e nei report. Gestione in termini di scrittura e modifica dei dati.

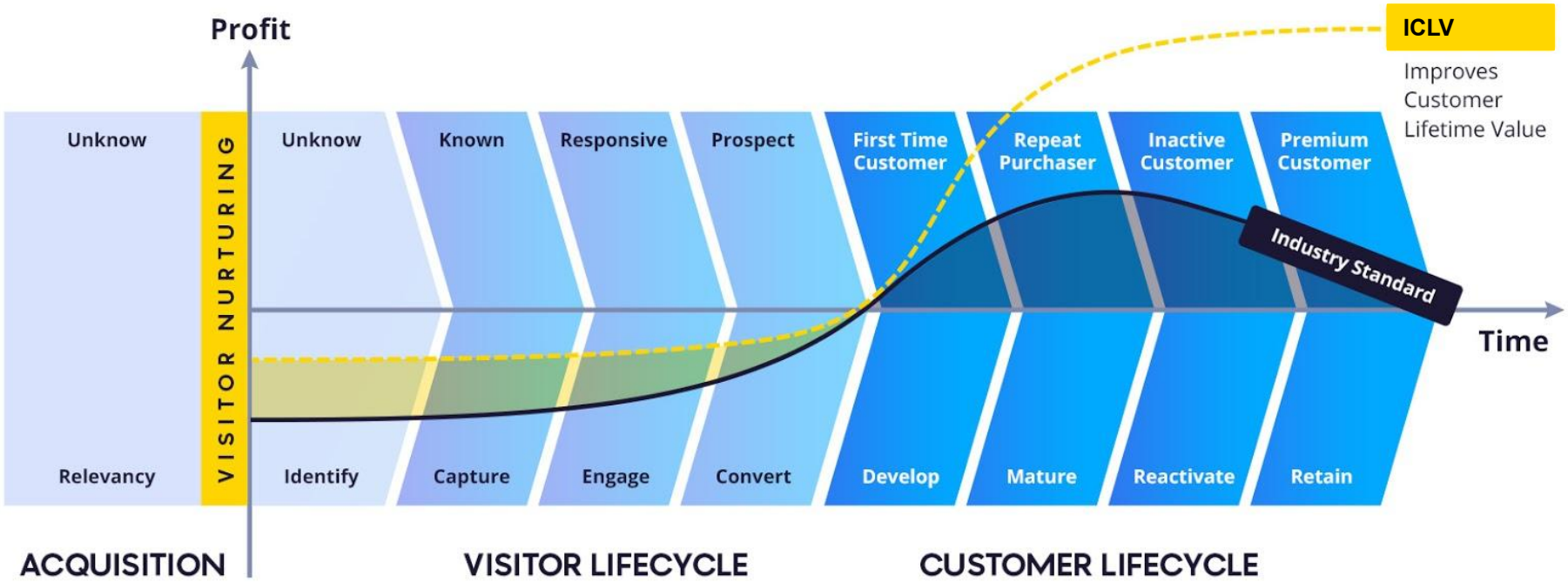
Ecosistema Dati Marketing



E-Commerce: Obiettivo Business



E-Commerce: Obiettivo Marketing



fonte: https://www.bloomreach.com/en

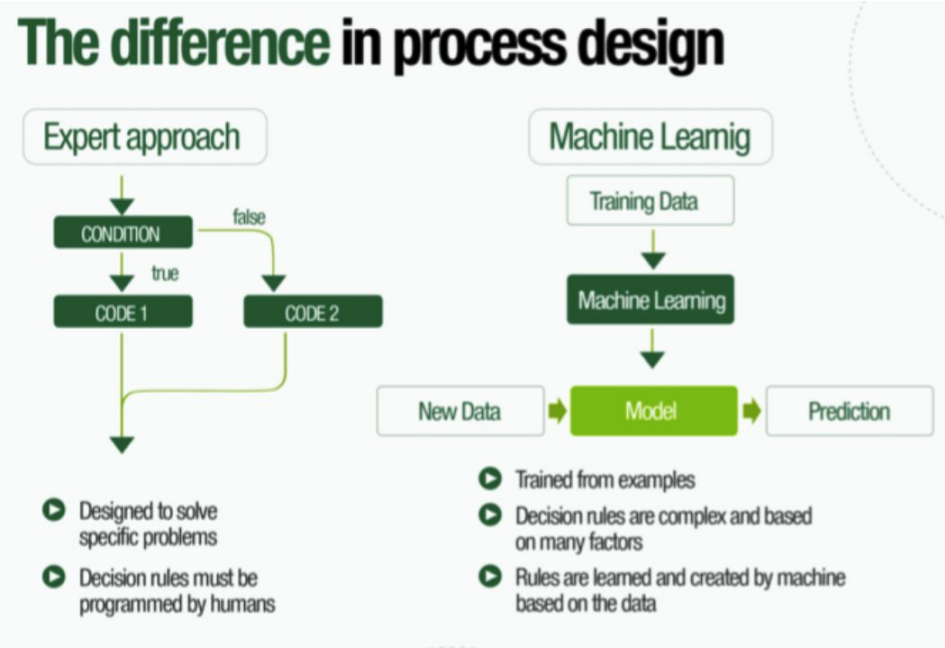
Marketing Automation
Strategie & Metodologie

Marketing Automation

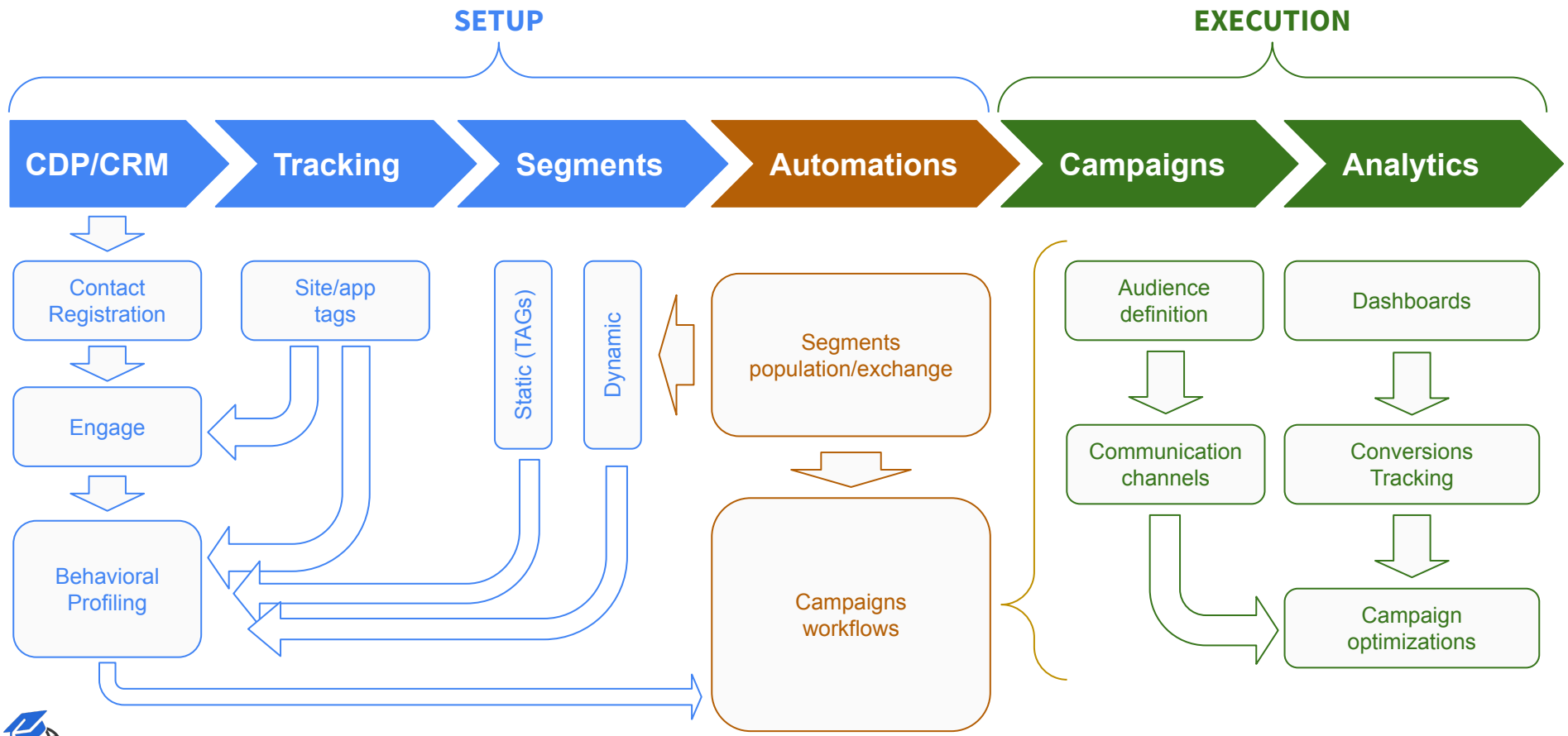
*La piattaforma tecnologica di marketing automation rappresenta appena il **20/30% di un progetto di digital marketing automation**.*

*La componente principale della Digital Marketing Automation e' rappresentata dalla **analisi e riorganizzazione con automazione dei processi di business**.*

*L'**Intelligenza Artificiale** offre nuove frontiere e nuove metodologie di disegno dei workflow di automazione campagne pubblicitarie e relazione con gli utenti riconosciuti.*

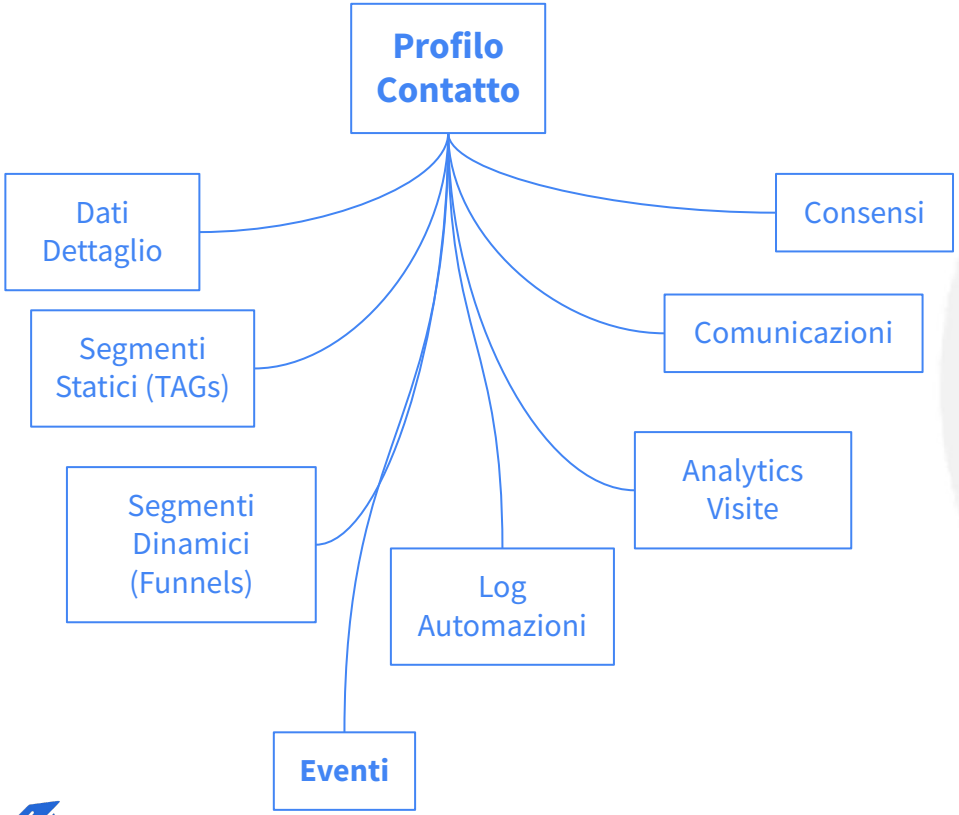


Marketing Automation



CRM - CDP

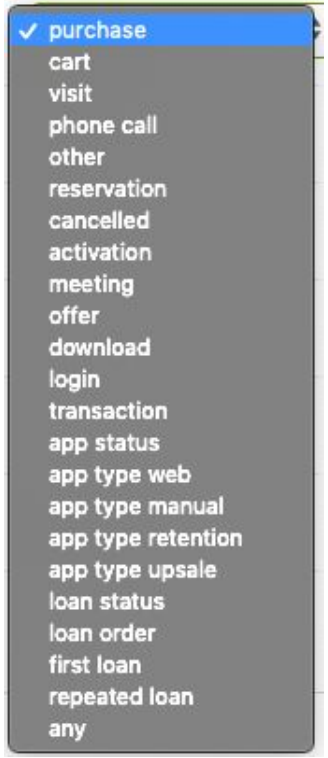
User/Customer View 360°



Popolamento: Eventi Contatto

Profilo Contatto

- **Eventi**
  - Visite pagine speciali
  - Contatti Telefonici
  - Meeting online e fisici
  - Download di files
  - Signin e Login
  - Aggiunta prodotti nel **CARRELLO**
  - **ORDINI** online



Tracciamento comportamentale

Riconoscimento Utenti Online

Sconosciuto

- Non riconoscibile
- **Disponibili solo le sessioni di visita**
- Non si applica GDPR

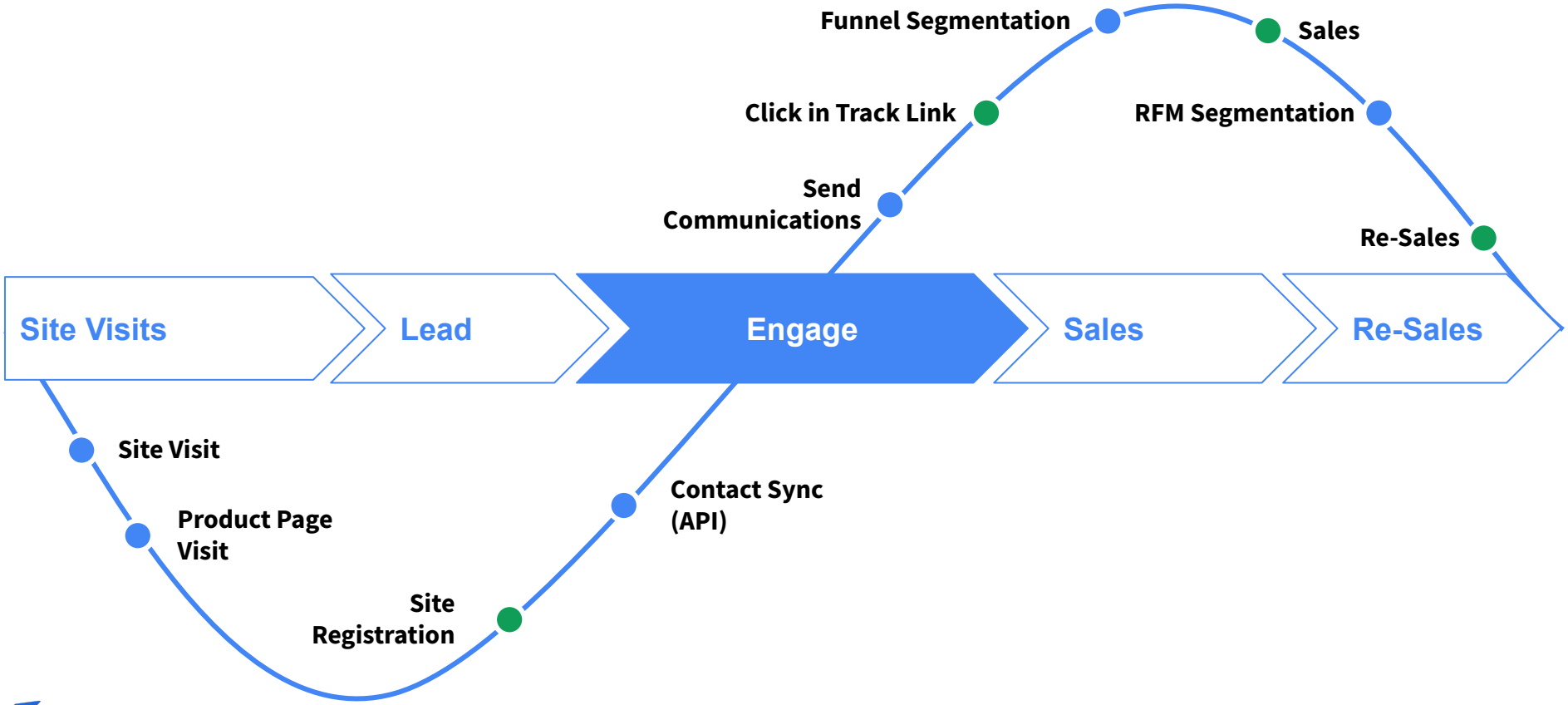
Conosciuto

- **Riconoscimento Possibile**
- Sessione dettagliata con informazioni storiche delle interazioni
- GDPR si applica in alcuni casi

Targettizzabile

- **Riconoscimento Possibile**
- Utente autenticato (loggato)
- Sessioni dettagliate con storico interazioni e dati personali (CRM) e transazionali
- **Possibile relazione 1to1**
- Dati protetti da GDPR
- Necessità permesso trattamento

Ingaggio dell'utente in CRM



Tracciamento Comportamentale

3

3rd Party Data

1

1st Party Data

0

Zero Party Data

2021

Dati Utenti raccolti tramite Cookie terzi installati nel sito e-commerce

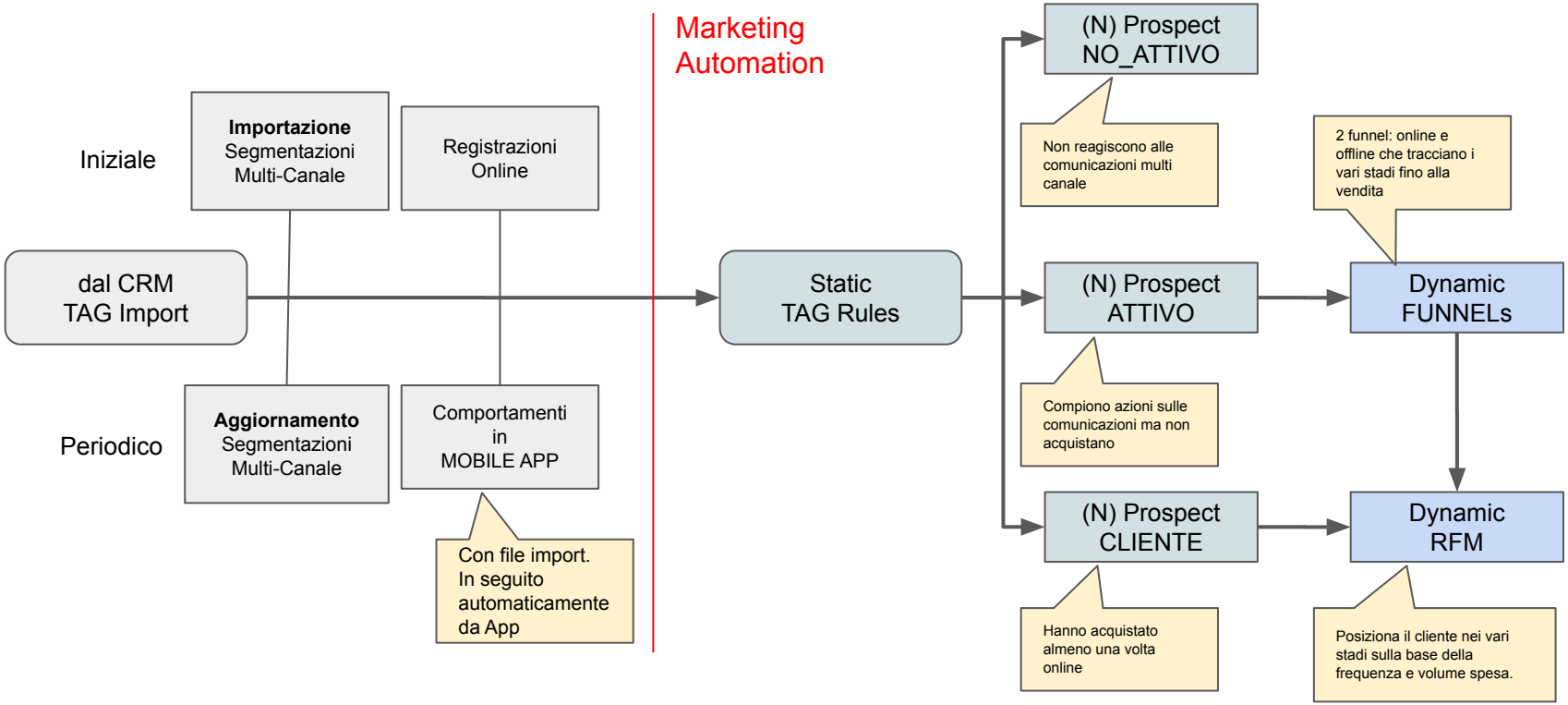
Dati Utenti raccolti tramite Cookie proprietario nel sito e-commerce

2030

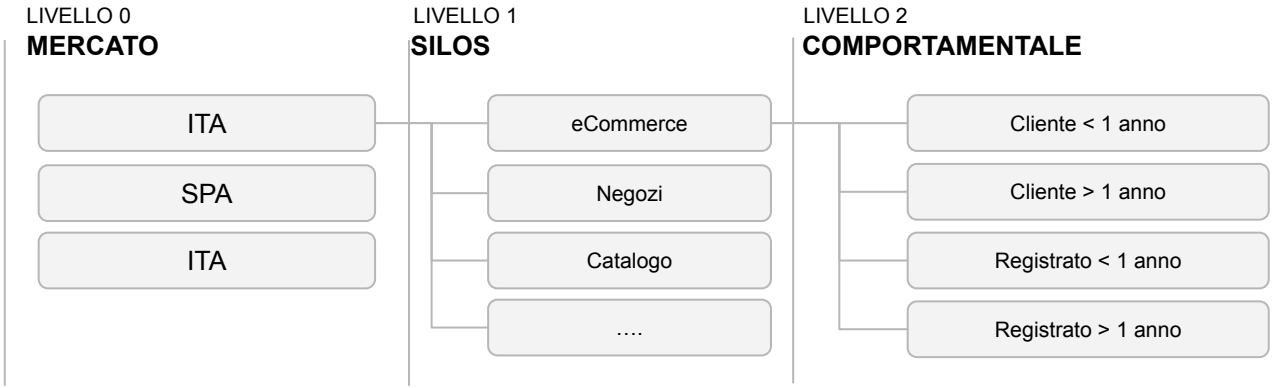
Dati Utenti forniti e autorizzati direttamente dagli utenti del e-commerce

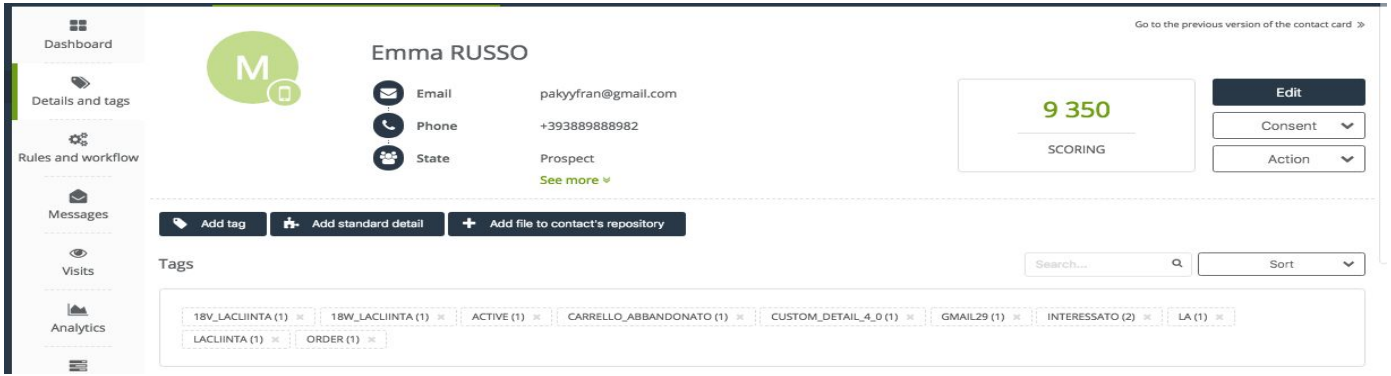
Segmentazione

Segmentazioni Comportamentali



Segmentazione Statica (TAGs)





fonte immagine: **SalesManago**

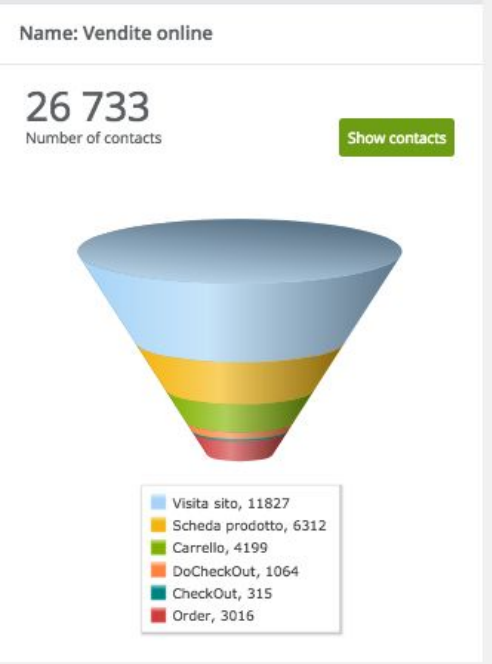
Segmentazione Dinamica

Raggruppamento dei contatti del CRM commerciale per segmentazione storica.

Ogni CRM consente l'inserimento di utenti in gruppi legati alle relazioni commerciali: Posizione Geografica, tipologia di rapporto, durata e fedeltà della relazione (cliente), ecc.

La segmentazione importata dal CRM rappresenterà il riferimento storico pre automazione.

Segmenti: Funnel

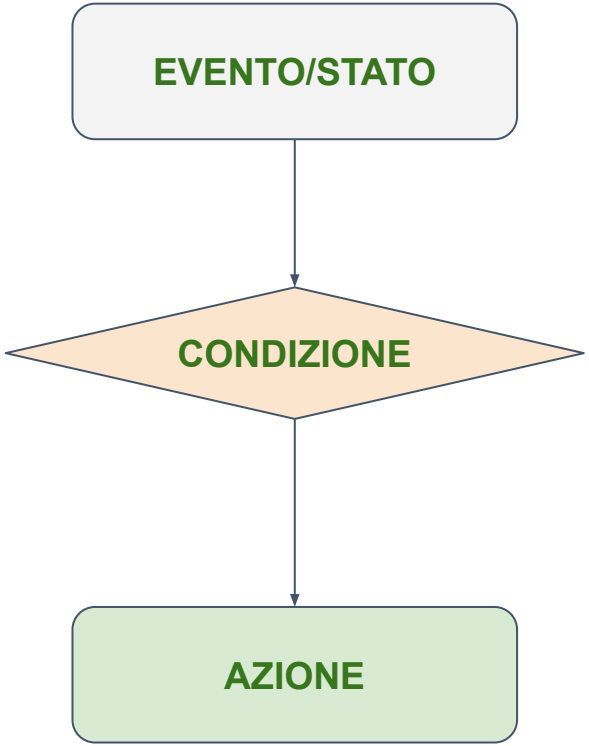


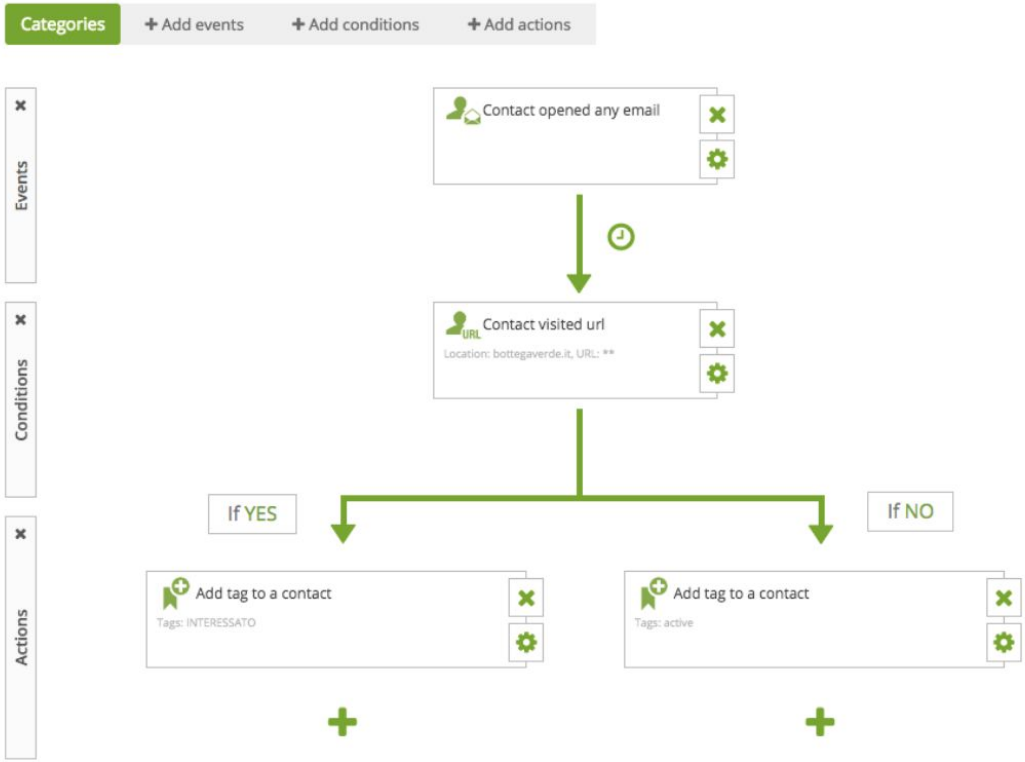
Segmenti: RFM

fonte immagine: **SalesManago**

Automazioni

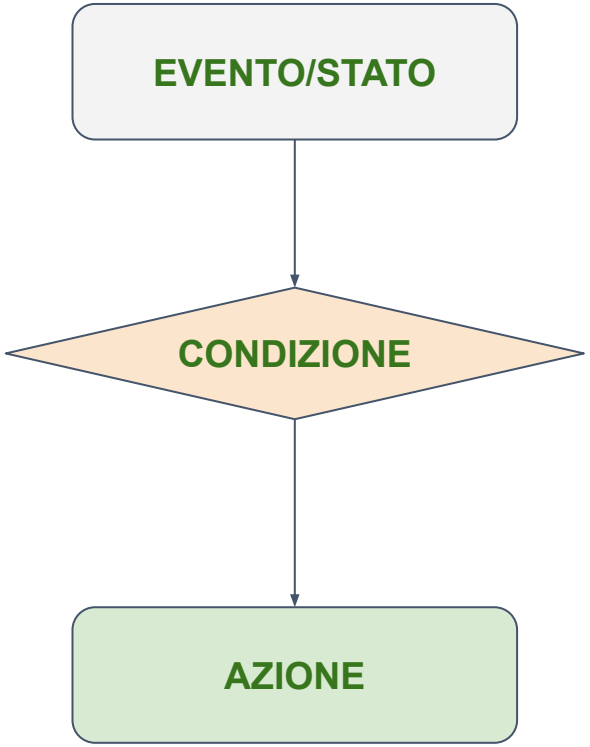
Regole di Automazione

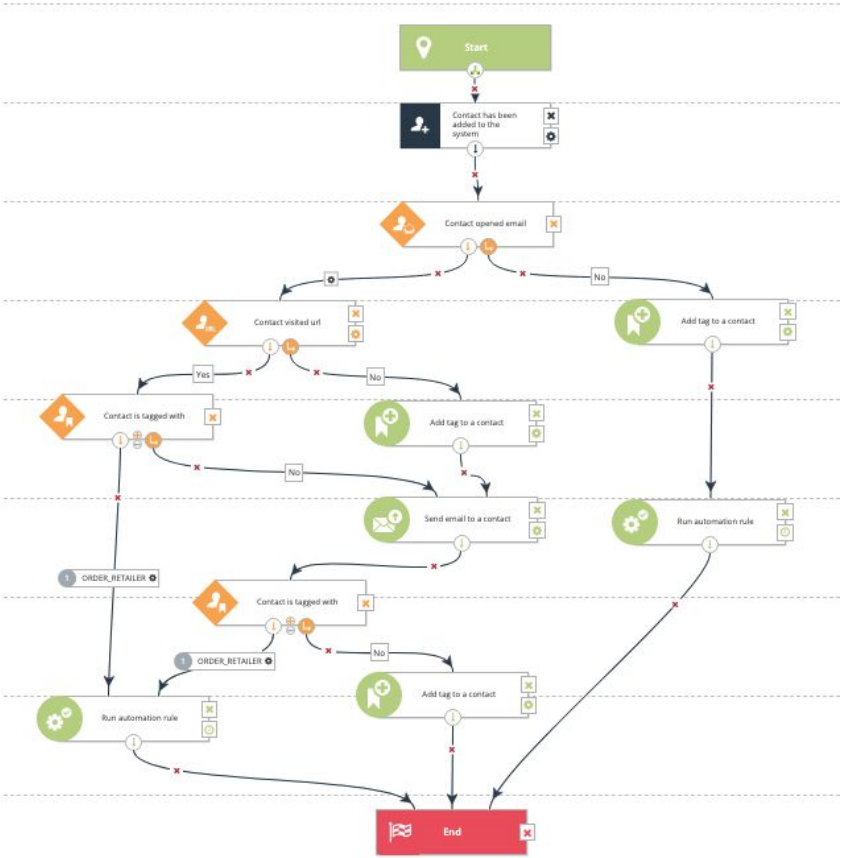




fonte immagine: **SalesManago**

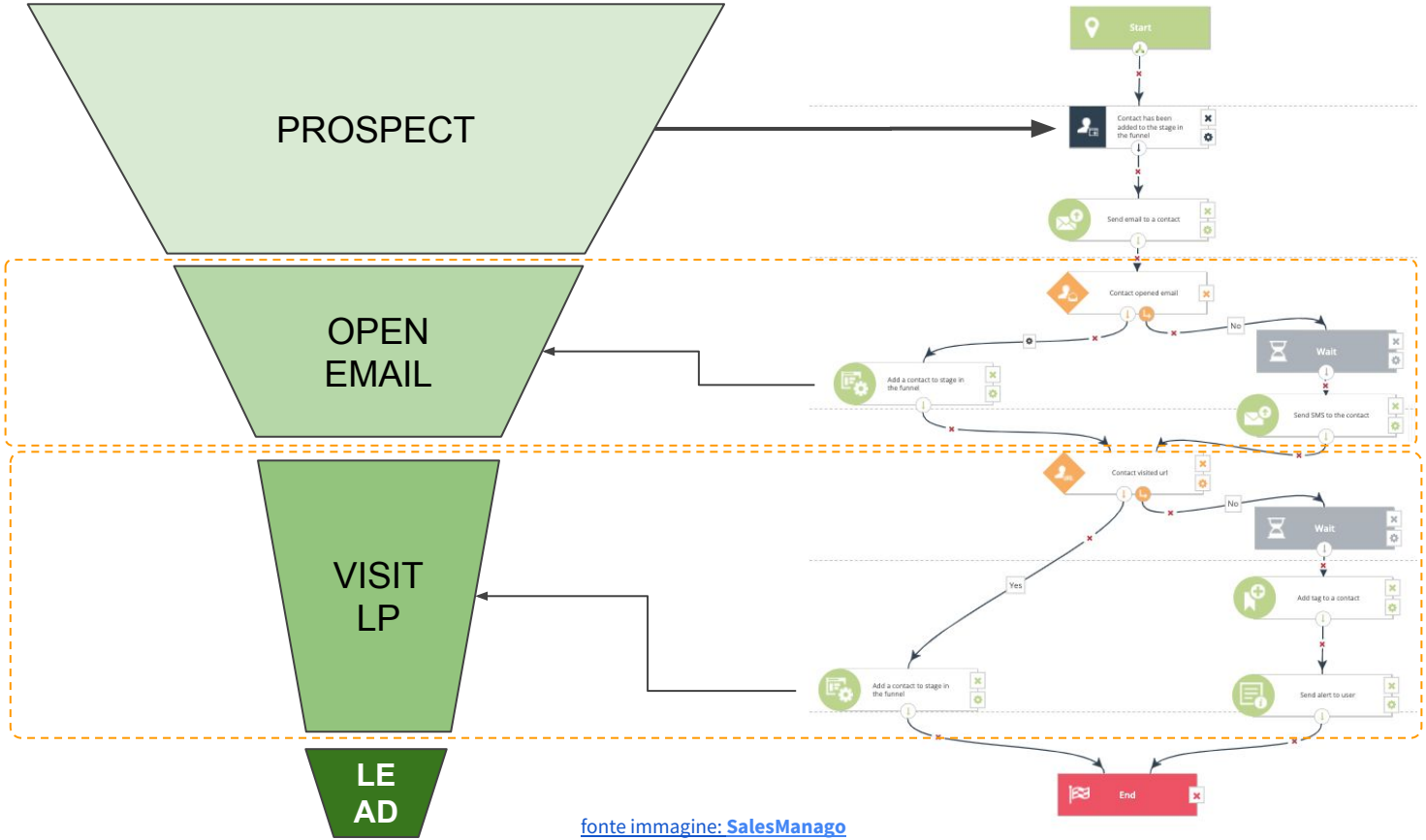
Campaign Automation





fonte immagine: **SalesManago**

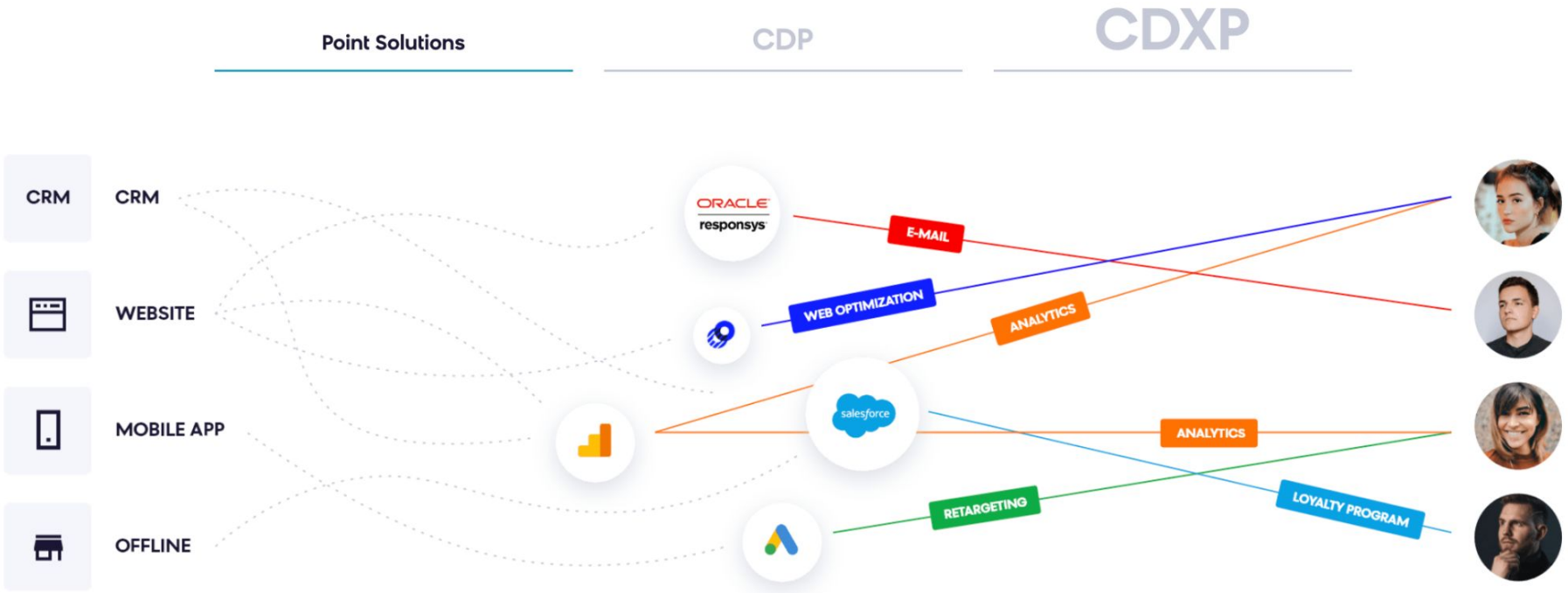
Campaign Automation vs Segmentazione



fonte immagine: **SalesManago**

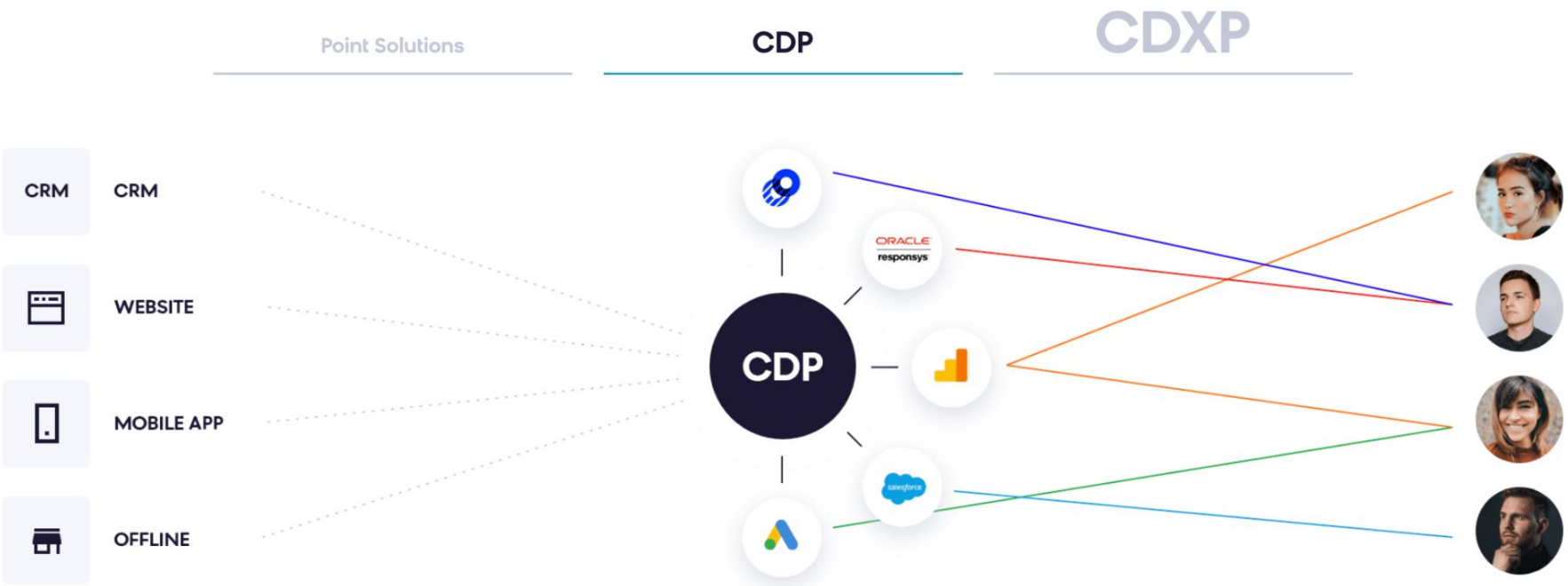
Piattaforme Digitali
CDP/CDXP

CRM Automation Tradizionale



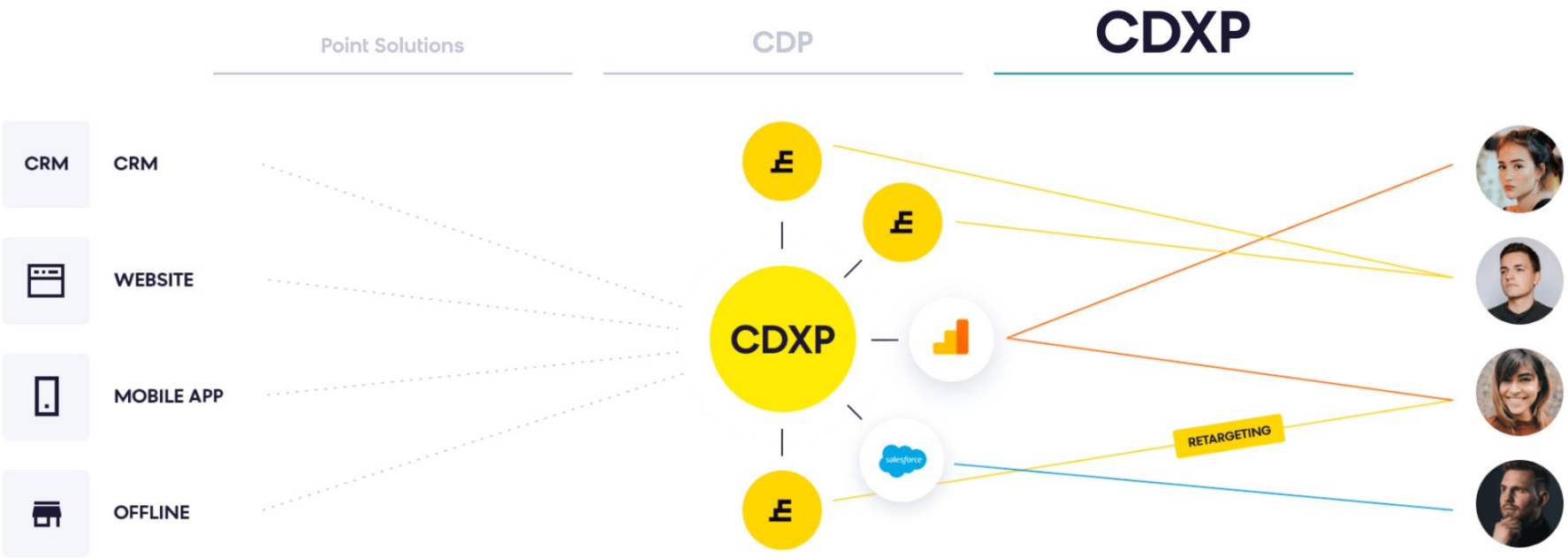
fonte: https://www.bloomreach.com/en

CDP: Customer Data Platforms



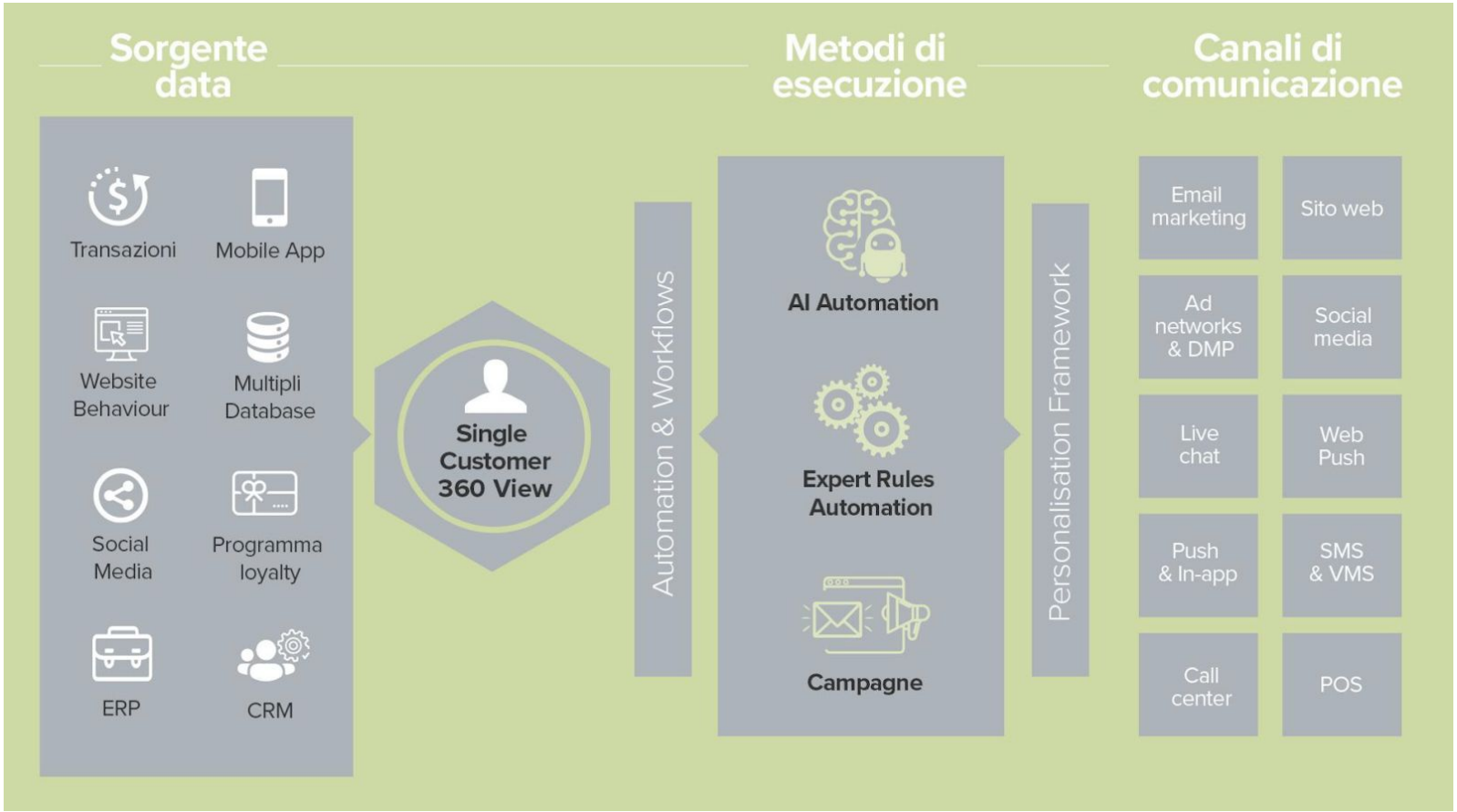
fonte: https://www.bloomreach.com/en

CDXP: Customer Data Experience Platforms



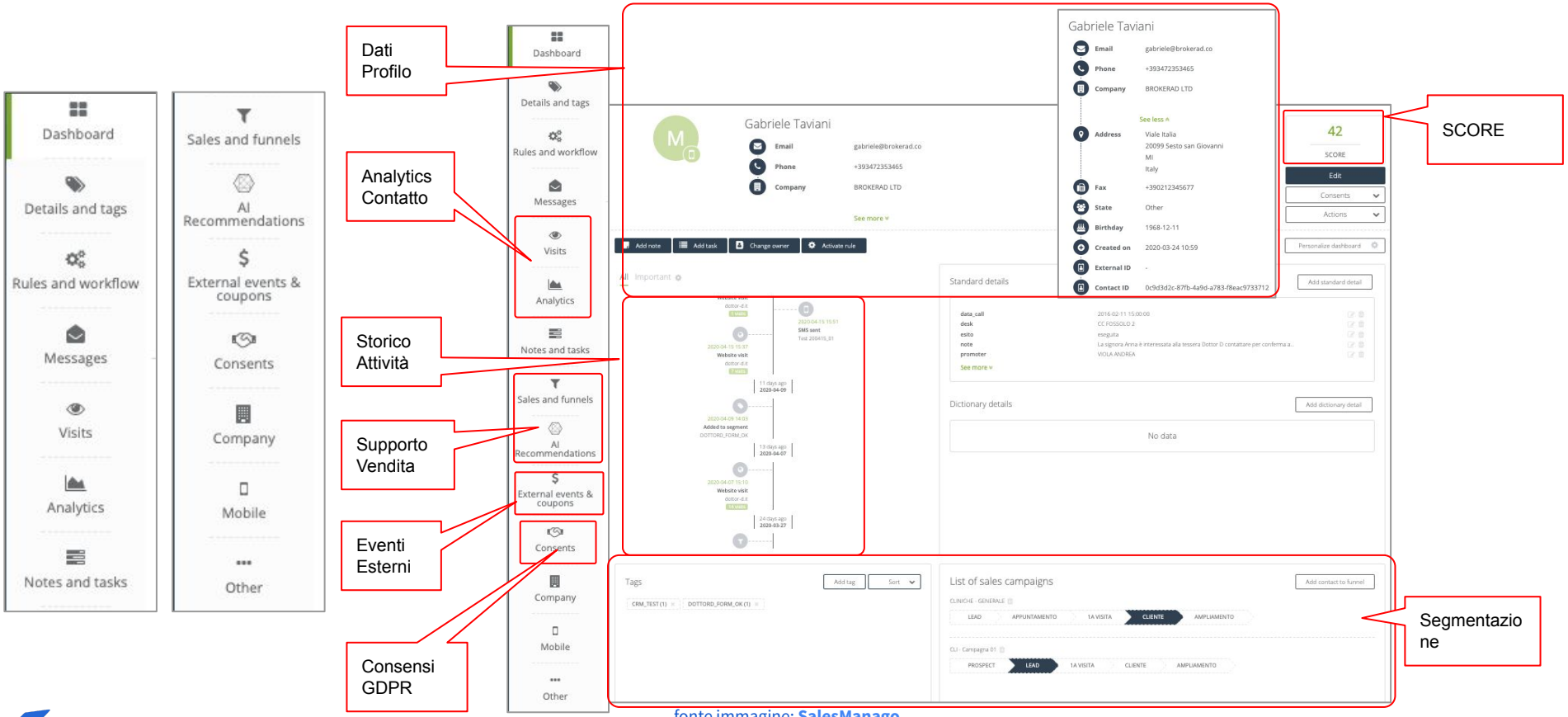
fonte: https://www.bloomreach.com/en

SalesManago CDP



Scheda contatti 360°

CDP/CRM - Scheda Profilo

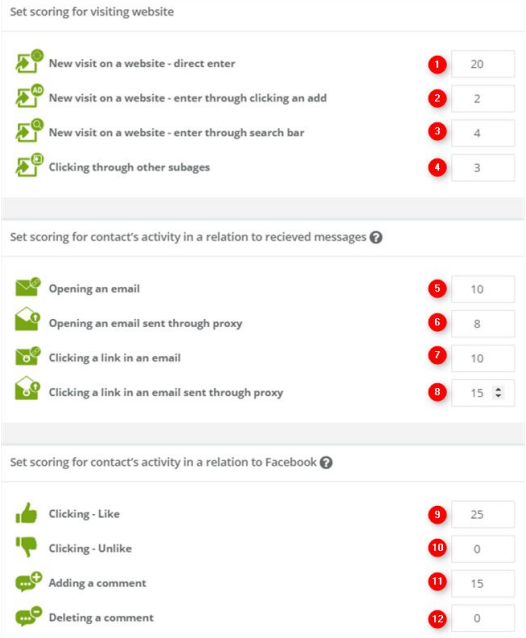


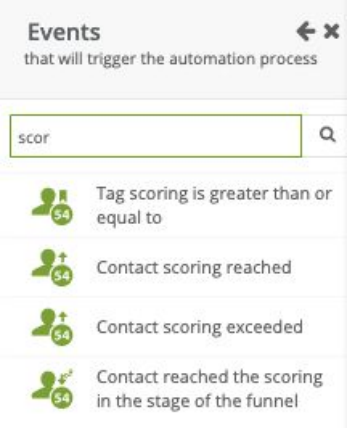
fonte immagine: **SalesManago**

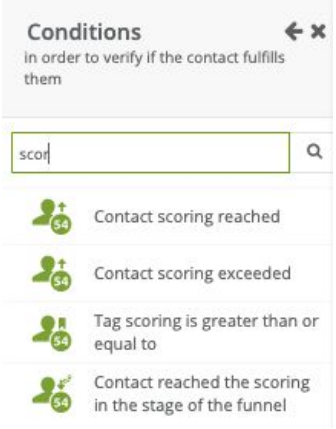
Scheda Contatto: SCORE

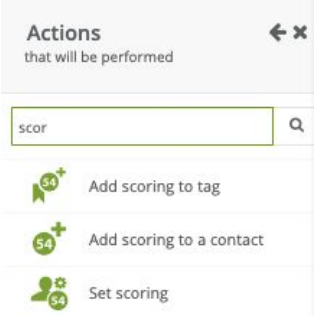
Il contact score rappresenta un indicatore riassuntivo qualitativo del contatto.

Lo score rappresenta anche un'importante segmentazione dei contatti con il valore numerico in punti. Infatti può essere usato nelle regole di automazione e nei workflow di campagne per configurare gli stati e le condizioni.





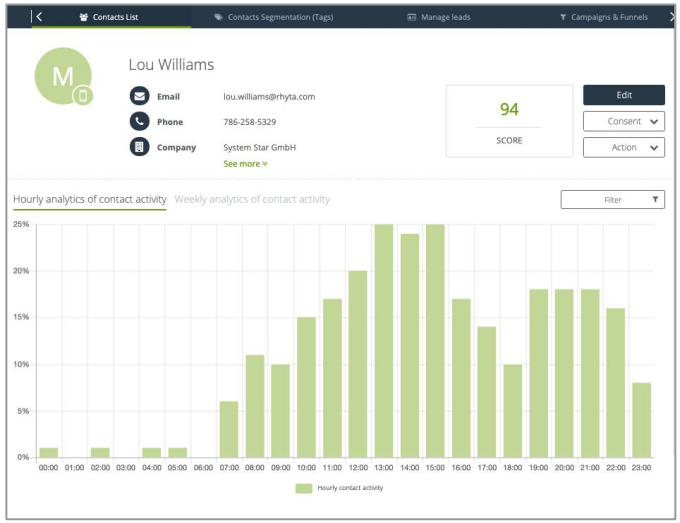


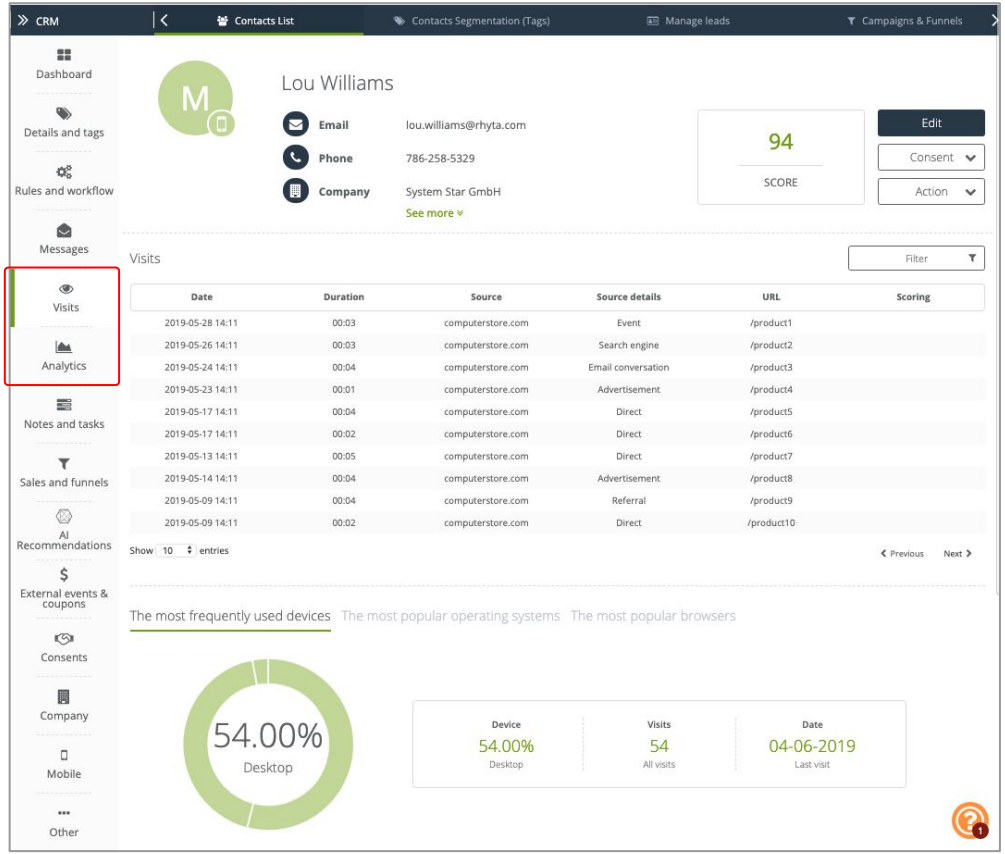


fonte immagine: **SalesManago**

Scheda Contatto: ANALYTICS

Analisi comportamentale di ogni singolo utente nel CRM. gli analytics oltre a rappresentare uno strumento di analisi comportamentale del singolo utente nel CRM, rappresentano STATI per le regole di automazione. Per esempio inviare una email ai contatti che spendono oltre 3 minuti alla settimana nel e-commerce ma che non acquistano.





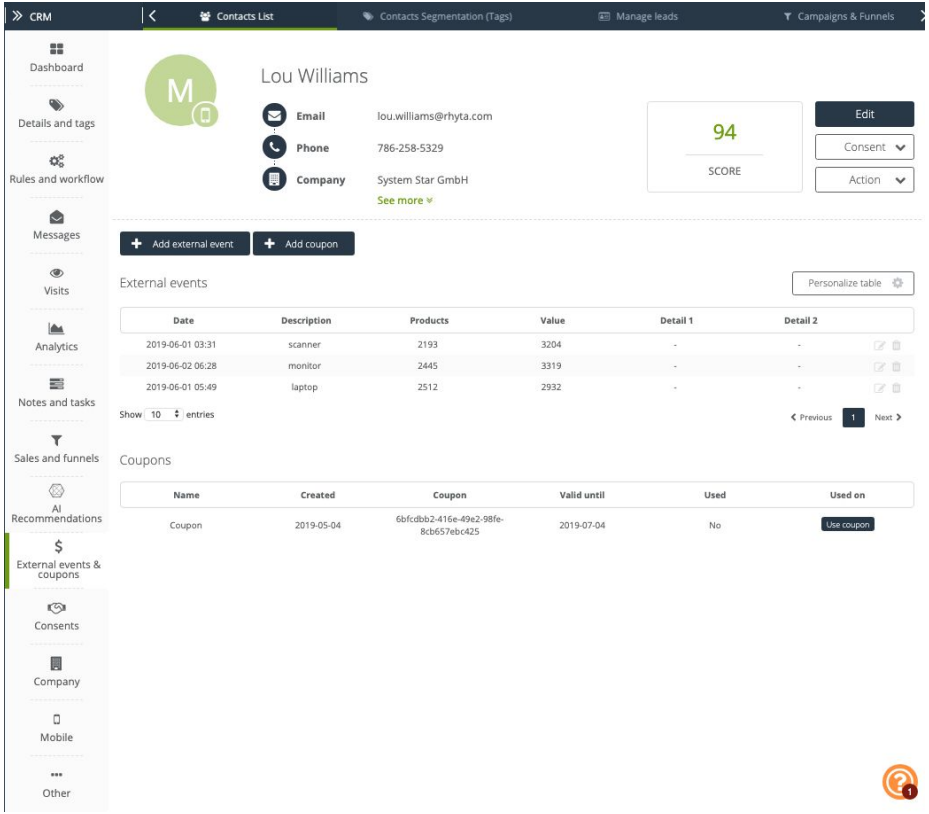
fonte immagine: **SalesManago**

Scheda Contatto: EVENTI

Gli eventi sono speciali registrazioni di azioni completate da parte dell'utente e associati al suo profilo.

Gli eventi sono informazioni fondamentali al fine di avere degli stati sui quali attivare le condizioni e relative azioni di automazione.

Gli eventi possono essere registrati direttamente dalle piattaforme di MA o inviati alle piattaforme MA tramite speciali Beacons web (javascripts o apis) o Beacons fisici.



fonte immagine: **SalesManago**

Regole Automazioni

Regole di Automazione flussi

EVENTO/STATO

- Contact visited url
- Contact came from the phrase
- Contact came from the source
- Contact has entered the beacon zone
- Contact clicked on a link in the email
- Contact opened email
- Contact opened any email
- Email received from contact
- Email sent through proxy
- SMS has been delivered
- Contact responded to SMS
- Contact was tagged with
- Tag scoring is greater than or equal to
- Contact scoring reached
- Contact scoring exceeded
- Contact reached the scoring in the stage of the funnel
- Contact has been opted in
- Contact has been opted out
- Contact has been added to the system
- Contact has been readded to the system
- Contact has been added to the stage in the funnel
- New contact detail
- Modified contact detail
- Task finalized
- Contact filled in zip code
- Contact has new main owner / co-owner
- New external event occurred
- External event has been modified
- Social event occurred
- Contact RFM segment change
- Added note to contact
- Birthday email was sent
- Upcoming date from a detail
- Contact clicked on banner
- Contact clicked on banner from the group
- Consent assigned to contact

CONDIZIONE

- Contact visited url
- Contact came from the phrase
- Contact came from the source
- Contact clicked on a link in the email
- Contact opened email
- Email received from contact
- Contact received given amount of emails
- Contact opened the email sent through proxy
- SMS has been delivered
- Contact responded to SMS
- Contact is tagged with
- Contact scoring reached
- Contact scoring exceeded
- Tag scoring is greater than or equal to
- Contact reached the scoring in the stage of the funnel
- Contact is on the stage in the funnel
- Contact has been opted out
- Contact has a detail
- Contact has a main owner / co-owner
- Contact state
- Contact has main owner in users group
- Contact has note
- New external event occured
- Mobile contact is in dynamic segment (SALESmanago Mobile)
- Social event occurred
- Parcel delivery via Paczkomaty
- Contact is in RFM segment
- Date from a detail
- Consent assigned to contact
- Contact visited website
- Contact is subscribed to the newsletter

AZIONE

- Send email to a contact
- Send alert to user
- Send SMS to the contact
- Send Web Push notification
- Send a dynamic Web Push
- Send notification to a contact (SALESmanago Mobile)
- Add tag to a contact
- Delete tags
- Add scoring to tag
- Add scoring to a contact
- Opt in contact
- Opt out contact
- Opt in contact for sending SMS
- Opt out contact of sending SMS
- Set scoring
- Add a contact to stage in the funnel
- Delete contact from funnel
- Change the contact's state
- Add note
- Add task for the user
- Add / change contact detail
- Set main owner / co-owner
- Add / delete contact in the group Custom Audiences
- Identity sex
- Draw new owner from users group
- Generate a coupon for a contact
- Run another automation rule
- Display banner
- Send to Zapier
- Send email after abandoned cart
- Send email with last viewed products
- Send information about executed rule
- Send a dynamic email using a scenario
- A/B/X Test
- Run Website Automation rule

fonte immagine: **SalesManago**

Regole di automazione campagne

EVENTO/STATO → **CONDIZIONE** → **AZIONE**

- Contact has been added to the system
- Contact clicked on banner
- Contact clicked on a link in the email
- Contact opened email
- Contact has been added to the stage in the funnel
- Contact has been readded to the system
- Contact scoring reached
- Contact scoring exceeded
- Contact RFM segment change
- Contact visited url
- Contact was tagged with
- New contact detail
- Modified contact detail
- External event has been modified
- Added note to contact

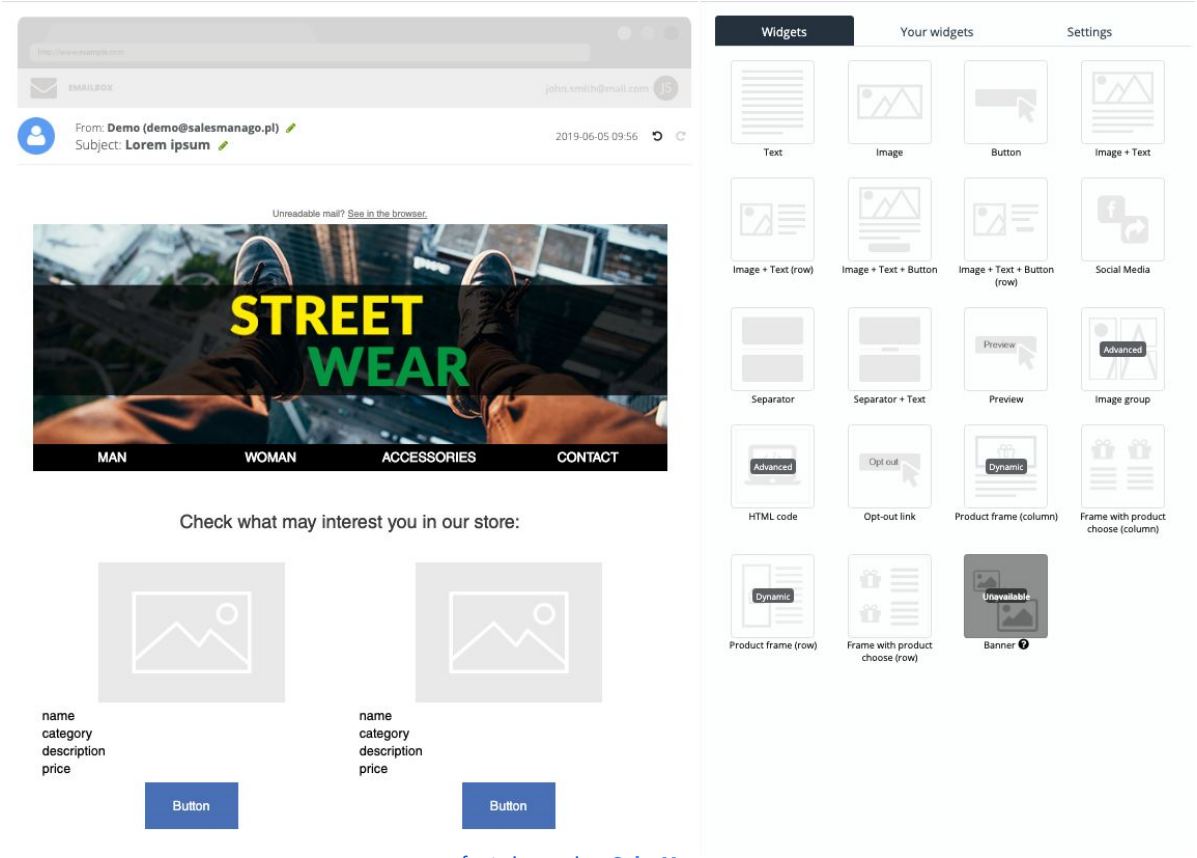
- Mobile contact is in dynamic segment (APPmanago)
- Contact is on the stage in the funnel
- Contact opened email
- Contact clicked on a link in the email
- Contact is tagged with
- Contact has a detail
- New external event occurred
- Contact has main owner in users group
- Contact has a main owner / co-owner
- Contact is in RFM segment
- Contact has been opted out
- Contact received given amount of emails
- Contact scoring reached
- Contact scoring exceeded
- Contact visited url
- Contact has note

- Send email after abandoned cart
- Add / change contact detail
- Add note
- Set main owner / co-owner
- Add tag to a contact
- Add task for the user
- Add a contact to stage in the funnel
- Add / delete contact in the group Custom Audiences
- Delete contact from funnel
- Delete tags
- Display banner
- Draw new owner from users group
- Generate a coupon for a contact
- Send email with last viewed products
- Send alert to user

fonte immagine: **SalesManago**

Canali Comunicazione

Comunicazione Diretta Dinamica



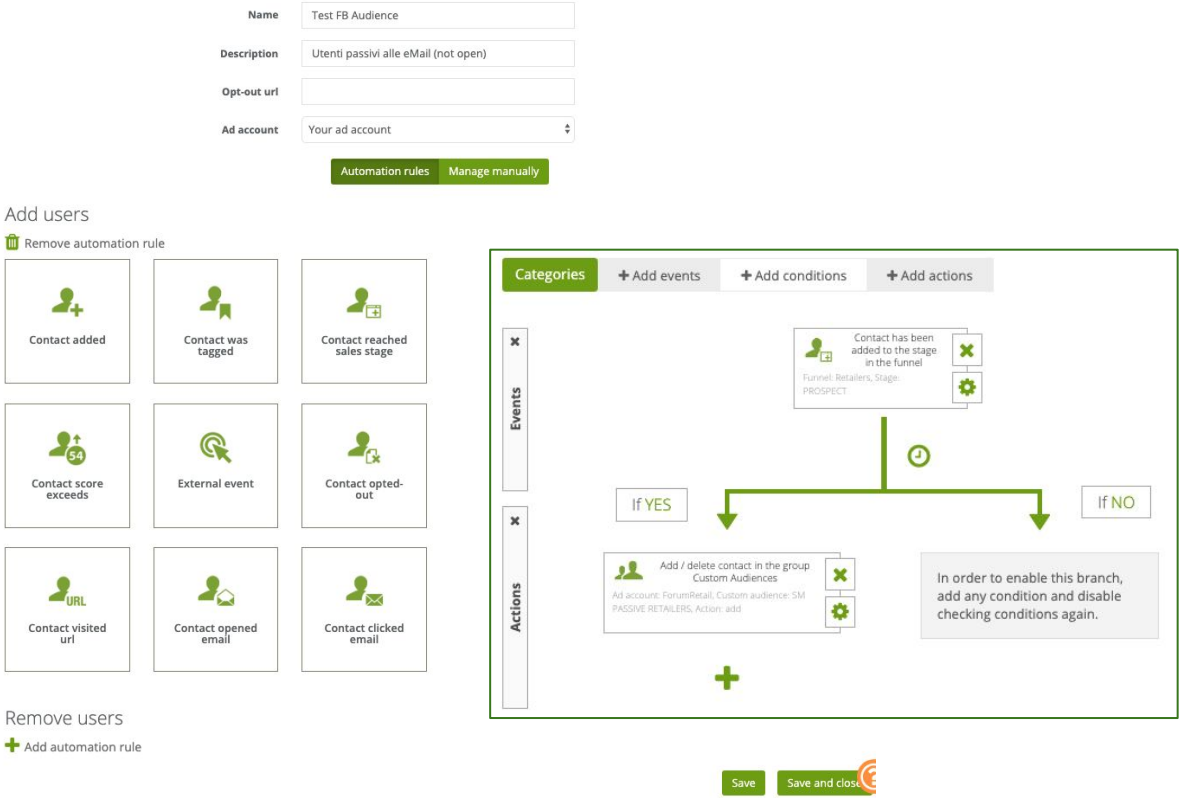
fonte immagine: **SalesManago**

Popolamento Audience Media

Speciale integrazione tra le piattaforme di MA e Business Facebook. L'integrazione consente da parte delle piattaforme di MA di creare delle Custom Audience negli account di Advertising Facebook. Custom audience che verranno alimentate e tenute aggiornate dalle regole di MA in termine di inclusione ed esclusione utenza.

Le custom audience dinamiche vengono popolate da Regole di automazione (Rules) che includono ed escludono utenti nella audience sulla base della soddisfazione di Eventi e Condizioni.

Attenzione!
Le piattaforme di MA passano i dati di profilo alla piattaforma Facebook la quale usa i dati per identificare gli UTENTI FACEBOOK e includerli nella audience. Se i dati di profilo sono insufficienti le custom audience saranno limitate (audience minima fb 1000 utenti).
Per esempio se il vostro CRM ha profili business con email aziendali sarà difficile costruire una custom audience.



fonte immagine: **SalesManago**

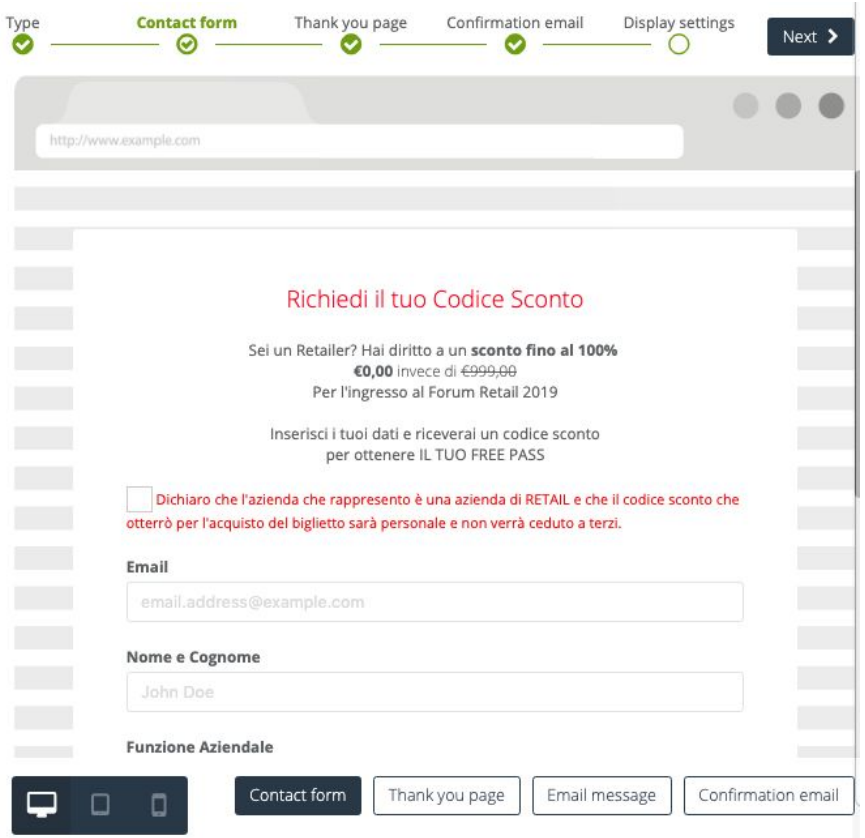
Personalizzazione Contenuti

Speciale Wizard che consente la configurazione passo a passo di un web beacons con un form di registrazione da includere in una landing page o in una area di una pagina esistente.

Il wizard consente la configurazione del form e dei diversi passaggi del workflow:

- Tipo di form
- Form di registrazione
- Pagina di conferma (incorporata nell'area del form)
- eMail di conferma registrazione (interattiva)
- Settaggio delle segmentazione (creazione TAG)

Nel form possono essere configurati campi che andranno a popolare il CRM. oltre a creare una scheda con tutti i dati che verrà relazionata alla scheda CRM. Possono essere anche configurati Campi speciali (tipo GDPR) che andranno a popolare i campi di autorizzazioni relazionati al record di CRM.



fonte immagine: **SalesManago**

Intelligenza di esperienza

Intelligenza Artificiale (predictive)

Database coverage

Recommendations for a contact

73.40%
of your database is covered with product recommendations for the category Collaborative filtering

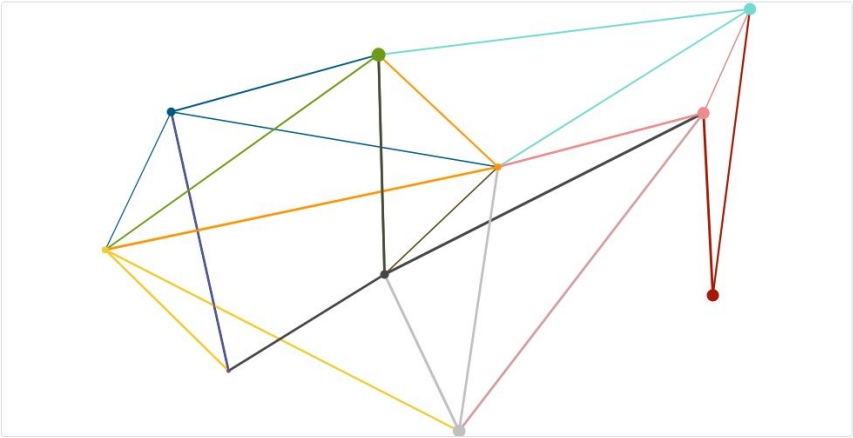
Recommendations for a product

86.11%
of your database is covered with product recommendations for the category Collaborative filtering

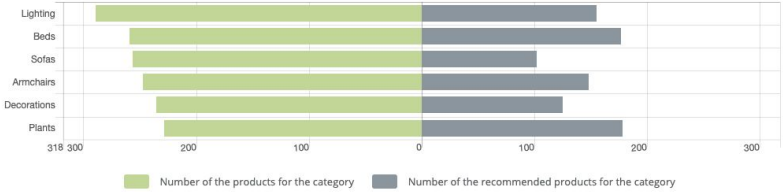
Graph of relations between categories and products

Category relations **Product relations**

The chart presents 10 categories.



Top 10 recommended categories



Ratio of recommended products in the 10 most popular categories

289
Total number of products in the category

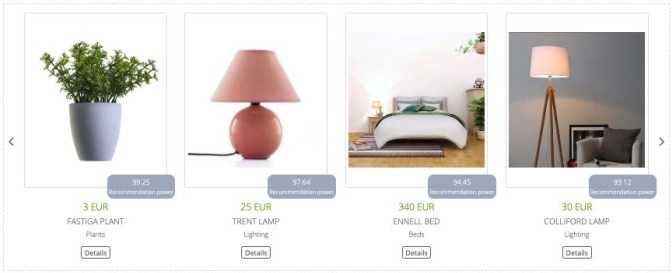
155
Number of the recommended products in the category

Recommendations selected on the basis of the chosen product

ARMCHAIR BLACKPOOL | Choose from gallery

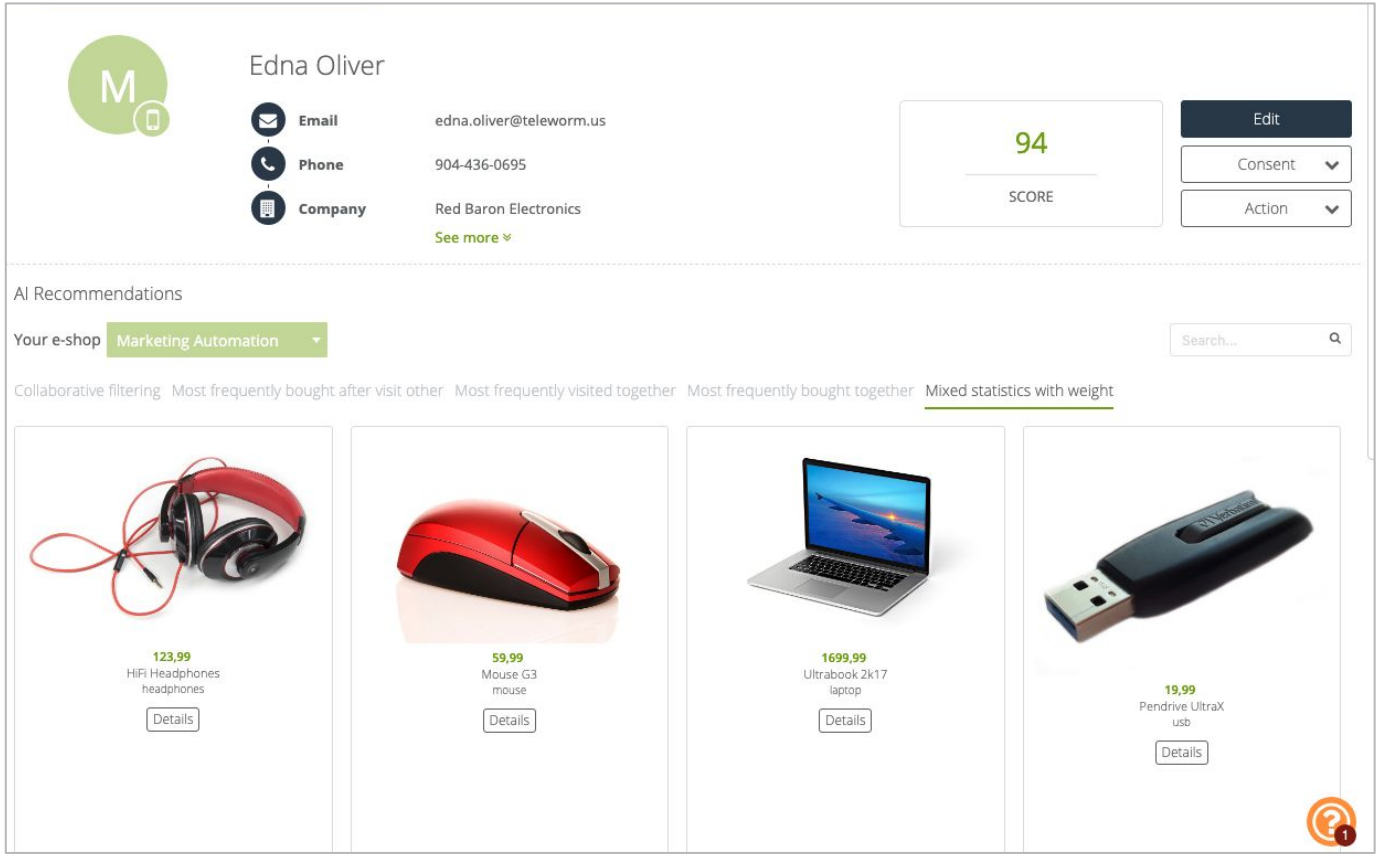
Chosen product

Recommended products



fonte immagine: **SalesManago**

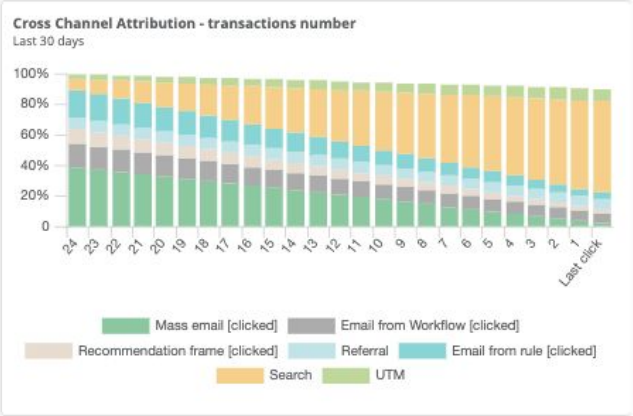
Raccomandazioni per utente

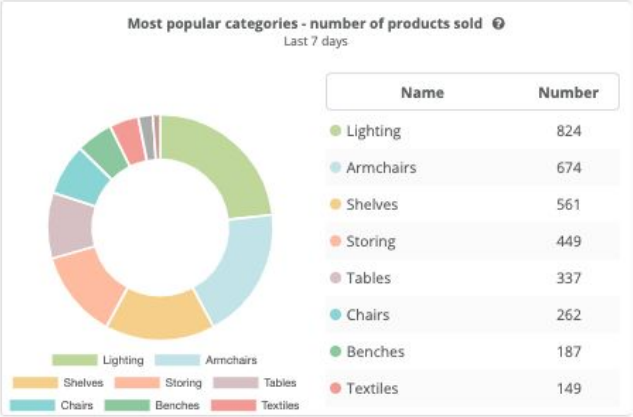


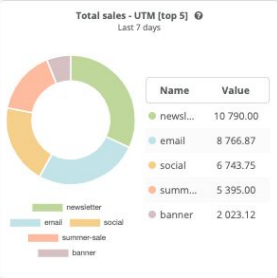
fonte immagine: **SalesManago**

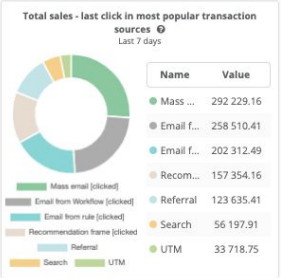
Analytics

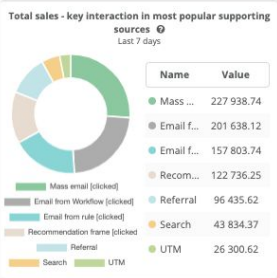
Analytics Dashboards

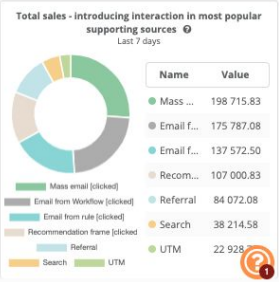








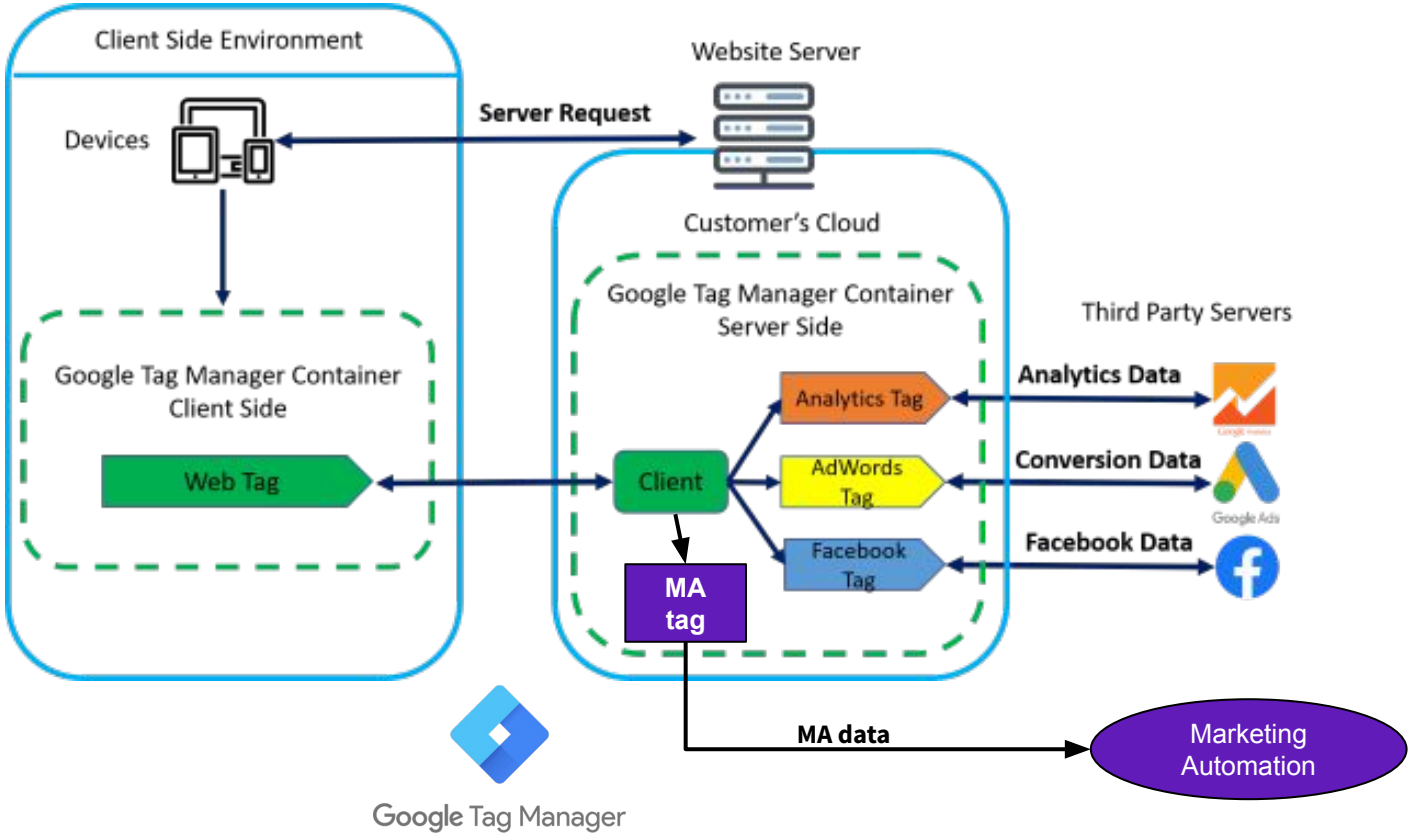




fonte immagine: **SalesManago**

Setup Avanzati

1st Party Data: Server side TAG manage



Event Tracking & Registration

21 Click >

SM - Event - AddToCart Fired

Tag Details

Display Variables as Names Values

Properties

Name	Value
Type	HTML personalizzato
Firing Status	Succeeded
HTML	`<script type="text/gtmscript">var _smid="8pbjstu88lc5qiet";(function` + `(a,b,f,c,e){a.SalesmanagoObject=b;a[b]=a[b]||function(){(a[b].q=a[b]` + `.q||[]).push(arguments)};c=document.createElement("script");c.type="` + `text/javascript";c.async=!0;c.src=f;e=document.getElementsByTagName(` + `"script")[0];e.parentNode.insertBefore(c,e)})(window,"sm",("https:"=` + `=document.location.protocol?"https://":"http://")+"endpoint/static/s` + `m.js");var d=new Date;` + `sm("extEvent",{owner:"marketing@intondo.com",email:"gtaviani@gmail.co` + `m",contactExtEventType:"CART",date:d.getTime(),description:"AddToCar` + `t",products:"1-1648808209-36412",value:google_tag_manager["GTM-NZH2J` + `T2"].macro(280),details:["338527"],externalId:"43296"+d.getTime()});` + `</script> `
Supporto document.write	`false`

Firing Triggers

CO - AddToCart

Filters

add_to_cart_trigger	contains	add_to_cart_trigger
gtm.click	equals	gtm.click

Google Tag Manager

Number of rule activation for all contacts

Date 2022-06

Activated

Rule details

Edit

Events

New external event has occurred: Rodzaj zdarzenia: CART, Description: AddToCart

Actions if yes

fonte immagine: **SalesManago**

Google Analytics 4 <> Marketing Automation

Analytics | Tutti gli account > [redacted]

Prova a cercare "Panoramica degli utenti"

Istantanea report
In tempo reale
Ciclo di vita
- Acquisizione
- Coinvolgimento
  - Panoramica coinvolgimento
  - Eventi
  - Conversioni
  - Pagine e schermate
- Monetizzazione
- Fidelizzazione

Utente
- Dati demografici
- Tecnologia

Libreria

Eventi: Nome evento

Personalizzato 1 giu - 21 giu 2022

Cerca... | Righe per pagina: 10 | Vai a: 1 | 1-10 di 13

	Nome evento	Conteggio eventi	Utenti totali	Conteggio eventi per utente	Entrate totali
		399.185 100% del totale	36.158 100% del totale	11,04 Uguale alla media	[redacted]
1	page_view	117.996	35.838	3,29	
2	user_engagement	89.877	21.226	4,23	
3	view_item	60.598	29.879	2,03	
4	session_start	45.704	35.755	1,28	
5	scroll	37.749	12.822	2,94	
6	first_visit	32.221	31.825	1,01	
7	SM_UserVisit	9.907	73	135,71	
8	view_search_results	4.113	767	5,36	
9	MakeOffer	332	105	3,16	
10	add_to_cart	232	164	1,41	

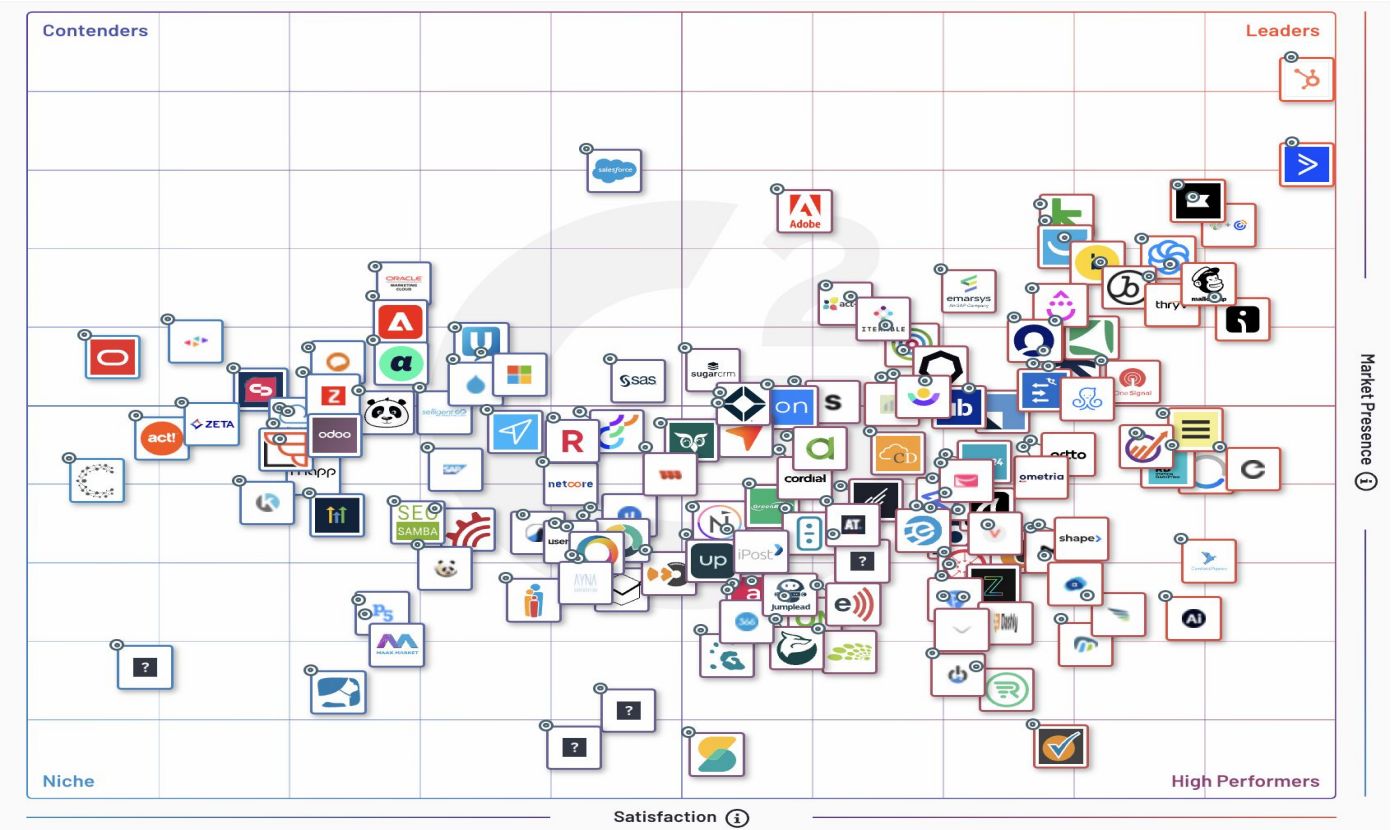
Utenti per Segmento di pubblico

N.	All Users
1	86 89,58%

SEGMENTO DI PUBBLICO	UTENTI
All Users	86
Purchasers	6
CRM Users	4

Tecnologie & Prezzi

Soluzioni di Marketing Automation



https://www.g2.com/categories/marketing-automation#grid

HubSpot

ActiveCampaign

salesforce

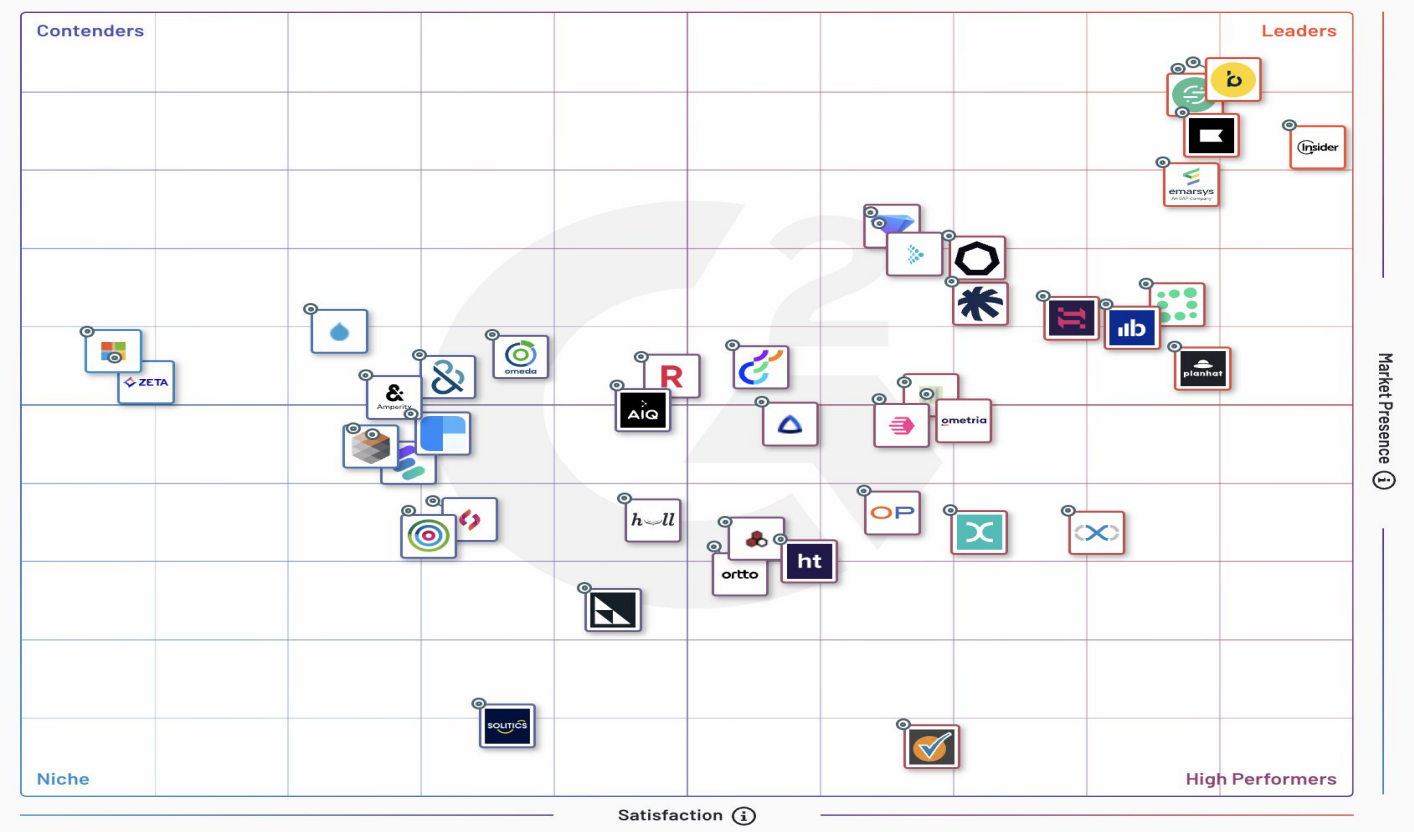
Adobe

magnews
From start to play

mailchimp

sendinblue

Soluzioni di CDP/CDXP



bloomreach

SALESmanago

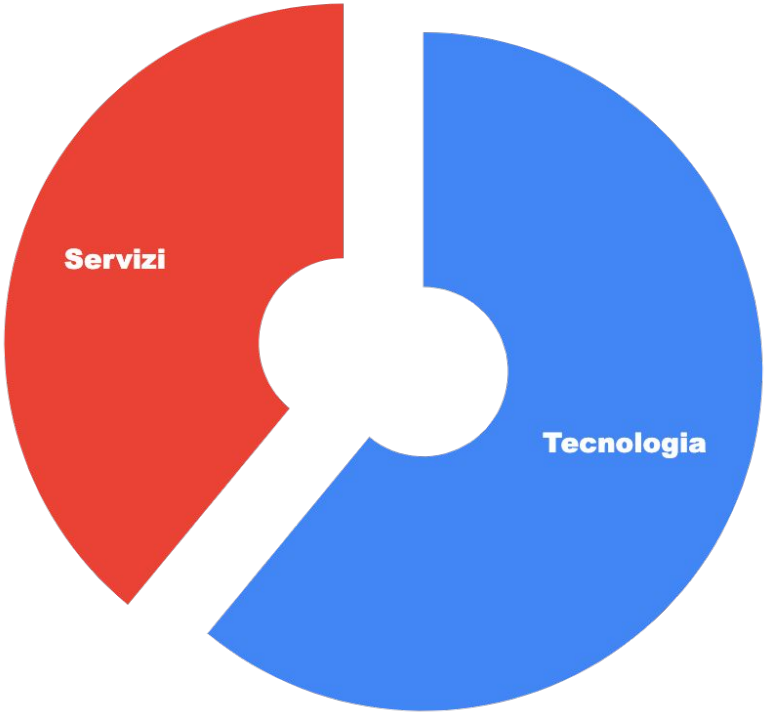
ADABRA
Know your Customer, Enjoy the Experience

twilio

WebEngage

https://www.g2.com/categories/customer-data-platform-cdp#grid

Quanto costa all'anno la CDP/CDXP?



	Small	Medium	Large
Tecnologia	€ 9.600	€ 48.000	€ 96.000
Servizi	€ 11.500	€ 23.000	€ 41.500
TOTALE	**€ 21.100**	**€ 71.000**	**€ 137.500**

Risorse Interne da dedicare:

1	**1-3**	**2-5**

ECOMMERCE GROWTH
ACADEMY

CONCLUSIONE

www.ecommercegrowth.academy

GTAVIANI
digital commerce growth

Consultancies

- Digital Distribution Projects
- eCommerce Marketing Coordination
- International Digital Markets
  - Europe (Milan)
  - America (New York)
  - Latam (Sao Paulo)
  - Asia (Singapore)

Vertical Services:

- eCommerce Budget & Forecast
- eCommerce Tracking & Analytics
- eCommerce Marketing Automation
- Facebook Advertising
- Linkedin B2B Business Influence

www.gtaviani.com

GTAVIANI
digital commerce growth

Customer Support & Service

Servizio di Setup e Maintenance per clienti che usano la Piattaforma SalesManago.

New Customer Activation

Opportunità di abbonamento alla piattaforma SalesManago con Sconto fino al 50% e setup incluso nel valore di licenza.

DIAMOND Partner SALESmanago

SALESmanago
marketing automation

DIAMOND Partner SALESmanago

www.gtaviani.com

O-ONE

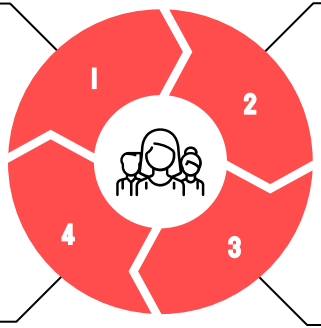
CREATING DIGITAL EXPERIENCE

La soluzione modulare che mette al centro l'utente per massimizzare le **Performance** lavorando sul **Customer Journey**: analizzandolo e ottimizzandolo in modo che la destinazione, ovvero l'acquisto, venga raggiunta con rapidità, massima efficacia e continuità. Tutto questo grazie all'utilizzo strategico dei dati.

Contattaci

Performance centered e-Commerce

DESIGNED AROUND YOUR CUSTOMER



STRATEGIC PLANNING

Raccogliamo dati e profiliamo il customer. Analizziamo la situazione attuale per tracciare la strategia di vendita online futura.

BUILDING

Creiamo l'ecosistema che permetterà di mettere in atto la strategia.

AMPLIFYING

Massimizziamo le performance razionalizzando i flussi di pushing.

OPTIMIZING

Infine, nel creare un modello di misurazione costante, ne curiamo l'ottimizzazione.

Prossimi Eventi LIVE

Iscriviti su Linkedin

Iscriviti su Linkedin

Iscriviti su Linkedin

Iscriviti su Linkedin

ECOMMERCE GROWTH
ACADEMY

GRAZIE!

Arrivederci al prossimo Evento

www.ecommercegrowth.academy