



I benefici della

Marketing  
Automation

Francesco Osimanti,  
Social Media Strategist -  
Araneus

**ARANEUS**  
tesecom|factory

# Contenuti

Cos'è la Marketing Automation

3

7 Vantaggi della Marketing Automation per le aziende

4/10

Conclusioni

11



I benefici della  
Marketing Automation

**ARANEUS**  
tesecom|factory

# Cos'è la Marketing Automation

E' semplicemente una forma di tecnologia che consente alle aziende di **rendere più fluidi, di automatizzare e misurare i flussi di lavoro e le diverse parti di una strategia di marketing**, in modo da poter massimizzare sia l'efficienza operativa che il ritorno in termini di profitto. La Marketing Automation viene usata in moltissimi processi di marketing moderni e da business di ogni tipo, inclusi i B2B e B2C.

Alcune pratiche come la lead segmentation, il lead nurturing o la customer retention sono possibili su piccola (e piccolissima) scala anche senza il supporto di un software. **L'utilizzo della tecnologia diviene però essenziale quando i numeri aumentano e i canali comunicativi da gestire si ampliano.** In particolar modo questi processi richiedono:

**Un database centrale:** un posto in cui immagazzinare in modo sicuro tutti i dati relativi alla tua strategia di marketing, inclusi i dettagli di ogni singolo potenziale cliente, interazioni e comportamento dei clienti stessi così da poter effettuare una corretta segmentazione ed elaborare messaggi su misura per ognuno di loro.

**Uno strumento per gestire al meglio le relazioni con i clienti:** ovvero uno spazio dove poter comodamente creare, gestire e automatizzare le interazioni e conversazioni con clienti/followers/leads, tramite tutti i canali offline e online.

**Un motore di analisi dati:** un modo ottimale per misurare e ottimizzare il ROI della strategia Marketing ed il suo impatto su entrate e guadagni complessivi. Pensa a questa fase come lo spazio in cui capire cosa ha funzionato e non e come poter migliorare il tutto.



# 7 Vantaggi della Marketing Automation per le aziende

## PRODUTTIVITA'

Il benefit forse più visibile della Marketing Automation è la sua capacità di **semplificare la routine quotidiana di un gruppo di lavoro e le sue mansioni**. Vengono infatti eliminate le lungaggini dovute a processi manuali e sostituite con soluzioni automatizzate. Questo si traduce in una maggiore libertà per tutti gli addetti al marketing di concentrarsi su aspetti più rilevanti, come quello creativo e di design.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



## FLUSSO DI LAVORO PIU' SINUOSO

Una campagna di Inbound Marketing che si rispetti necessita di una presenza di molteplici strumenti come form di contatto, landing pages, conversion pages, inviti all'azione e altro ancora. Se si gestiscono più clienti, la ripetitività di queste singole azioni (e la loro programmazione) può portare a prevedibili errori umani. **La Marketing Automation ha il pregio di unire e sistematizzare tutti i suddetti processi, consentendo uno sviluppo più fluido dell'intera attività lavorativa.** Le piattaforme più avanzate consentono persino la pianificazione del budget, la rendicontazione e la collaborazione del team in remoto.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



## ADATTABILITA'

Questa caratteristica va letta nel senso di una versatilità totale, nel senso che **gli strumenti di Marketing Automation possono essere applicati su una vasta gamma di sistemi diversi** che includono gestione email, Seo, Crm e Social Media. In definitiva la piattaforma può essere concepita come un hub centralizzato per una gran varietà di attività di marketing, semplificando la vita dei professionisti del settore in modo sensibile.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



# AUMENTO DELLE ENTRATE

Investire nella Marketing Automation (come in ogni altro software) comporta un investimento economico. Tuttavia, **i benefici provenienti dall'uso di questo strumento possono giustificare e compensare totalmente lo sforzo anticipato.** Ecco alcune statistiche da tenere in considerazione al riguardo:

Le aziende B2B che mettono in atto un lead-nurturing professionale mostrano un aumento, in media, del 20% in opportunità di vendita derivanti proprio da lead “coltivati”  
78% delle aziende più performanti sul mercato online identificano la marketing automation come il fattore discriminante per il miglioramento delle loro entrate.  
Entro il 2020, si stima che oltre l'80% della gestione clienti da parte delle aziende verrà totalmente automatizzata ed avverrà senza diretta interazione umana.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



# CUSTOMER RETENTION

Per una crescita sostenibile un'azienda necessita di un sano bilanciamento tra acquisizione e mantenimento clienti. La prospettiva di acquisire nuovi clienti è ovviamente molto allettante sebbene mantenere quelli già esistenti sia ben più complicato. Gli strumenti di Marketing Automation garantiscono l'intelligence necessaria per perseguire tale obiettivo, grazie alla fornitura di elementi indispensabili per leggere quello che è l'intento e il comportamento del cliente stesso. Con tutto ciò a disposizione, **molte aziende si trovano nella condizione di prevedere i bisogni e le conseguenti decisioni dei loro clienti**, consentendo loro di agire senza perdite tempo inutili.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)





# RELATIONSHIP MARKETING

Possiamo descrivere in breve il Relationship Marketing come una **forma di marketing il cui scopo ultimo è quello di ottenere la più alta soddisfazione del cliente, dunque un alto grado di “retention”**. I mezzi della Marketing Automation consentono di personalizzare profondamente la relazione con ogni singolo cliente e potenziale tale grazie alle già citate strategie di lead nurturing, campagne segmentate, modelli lead scoring, allineamento tra obiettivi di vendita e marketing.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



# TRACCIATURA E MONITORAGGIO DELLE CAMPAGNE MARKETING

Il buon esito di una campagna di marketing deve sempre essere supportato e validato da dati solidi e misurabili, accumulati con sistemi di tracciatura affidabili. **La Marketing Automation può facilitare non solo il monitoraggio** delle varie spese sostenute ma anche il tasso di risposta e di coinvolgimento con la campagna, basandosi su parametri specifici per definire il successo o il fallimento della stessa.

Per saperne di più e per una consulenza personale.

[Contattaci](#)



# CONCLUSIONI:

La Marketing Automation è capace di garantire ad ogni azienda la possibilità di costruirsi un profilo cliente affinato e veritiero oltre ad avanzati strumenti gestionali per servire e prendersi cura al meglio della loro fetta di mercato. Acquisizione, conversione e mantenimento clienti sono, per la maggior parte, il prodotto di una strategia olistica e di lunga visione: **una strategia che gli strumenti di marketing automation sono totalmente in grado di supportare!**

Contattaci per saperne di più e per una consulenza personale. **Ti aiuteremo a capire come la Marketing Automation potrà esserti utile!**