



## ***Da User Personas a Brand Ambassador***



# #GOOGLEMOBILEIT

Lo shopping è un processo e, in questo processo, il Mobile è quasi sempre presente.

## TRENDS GLOBALI

2015



Il nr di smartphone ha sorpassato il numero di PC.



Le ricerche da Mobile hanno sorpassato le ricerche da Desktop.

150

Volte al giorno controlliamo lo smartphone



65%

Delle conversioni iniziano da Mobile e terminano da un'altra parte.



40%

Degli acquirenti abbandona un sito mobile se impiega più di 3 secondi a caricare.



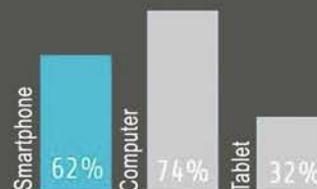
60%

Del tempo speso con i Media viene speso su dispositivi mobile.

86%

Degli utenti smartphone lo utilizzano per cercare o comprare prodotti.

## ITALIA



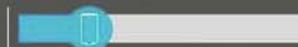
Utilizzo di dispositivi connessi.

70%



Degli utenti utilizza uno smartphone mentre guarda la TV.

16%



Degli utenti smartphone condivide una foto del prodotto che vuole acquistare.

85%



Degli utenti naviga da smartphone almeno una volta al giorno.

22%



Degli utenti smartphone cambiano sito se hanno problemi di visualizzazione con il primo

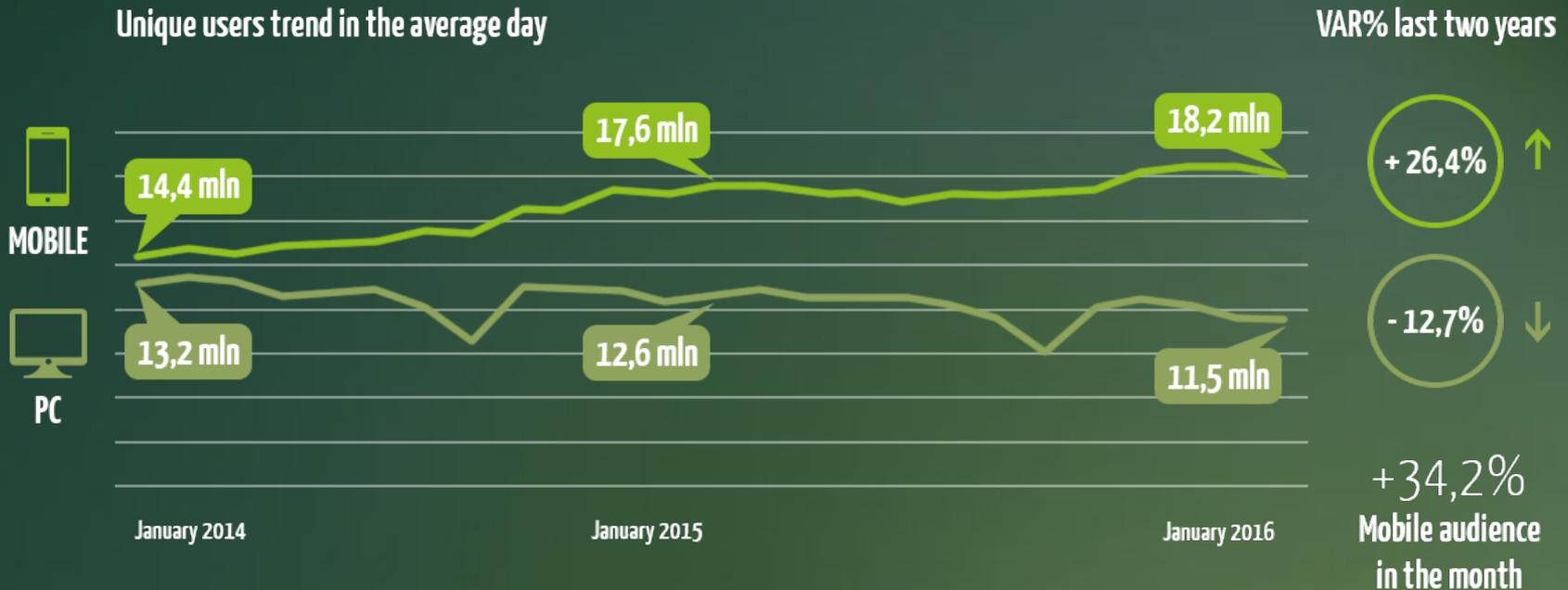
# GOOGLE parla chiaro:



- 🅒 Il numero di Smartphone ha Superato il numero di PC
- 🅒 In media ogni utente controlla lo Smartphone 150 Volte al giorno
- 🅒 Il 65% delle conversioni iniziano da Mobile e terminano da un'altra parte
- 🅒 L'85% degli utenti Naviga da Smartphone almeno una volta al giorno...

# Digital Landscape

Smartphone and tablet audience registers a 26,4% growth in the last two years, with 18.2 millions of users in the average day (from 18 to 74 years). The downturn of the PC audience still continues, with 11.5 millions of Italians and registers -12,7% in the last two years.



Source: Google Audiweb - Nielsen

# Micro-moments: a new paradigm

## Be There

(Esserci)

Anticipare i “Micro-moments”, da Mobile, ed essere pronti ad aiutare gli utenti.

## Be Useful

(Essere utili)

Essere rilevanti, connettere le persone ai contenuti che stanno cercando.

## Be Quick

(Essere veloci)

Offrire esperienze da Mobile veloce e senza “frizioni”.

Source: Google Thinking 2015



The right message

At the right person

At the right time

# La diffusione del Mobile

tra i consumatori Italiani

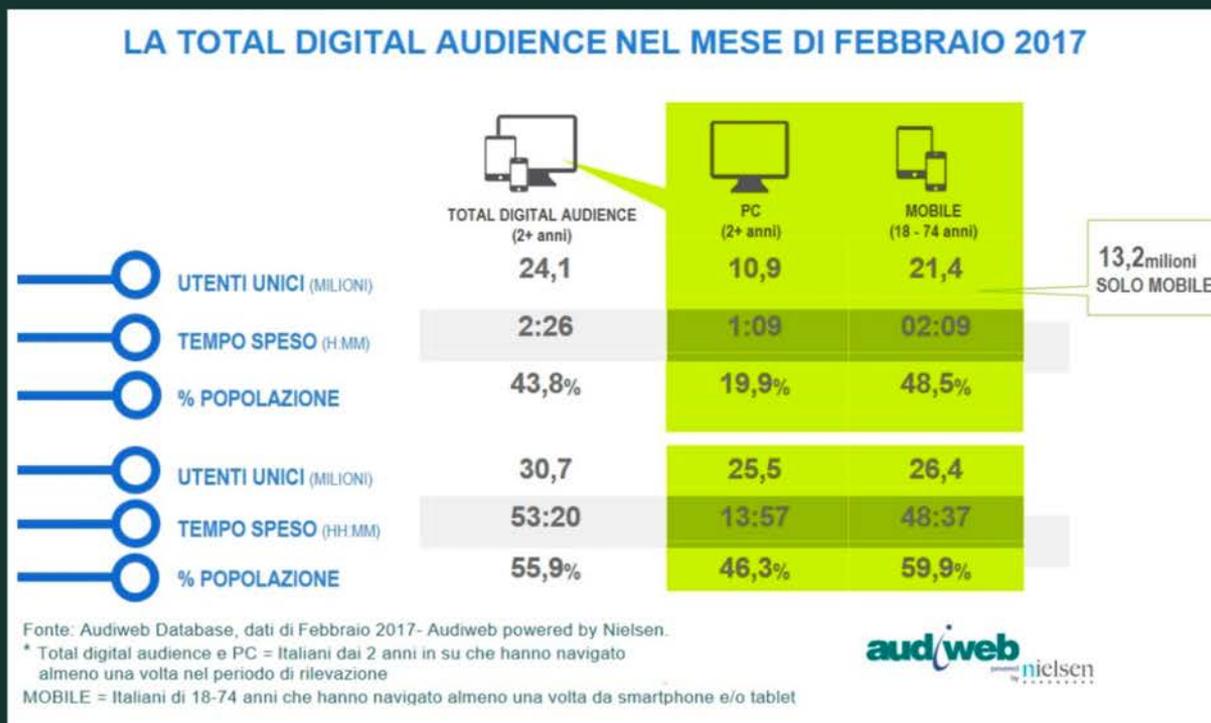
**PIÙ DEL 60% DEL TEMPO SPESO DAI CONSUMATORI  
ONLINE PROVIENE DA SMARTPHONE**

**L'80% dei navigatori internet Mobile utilizza lo  
Smartphone per prendere decisioni  
d'acquisto o relazionarsi con i propri marchi  
preferiti. Il 34% lo usa anche per finalizzare la  
transazione.**

# Audience online da Mobile

Nel mese di febbraio sono stati 30,7 milioni gli italiani online dai device rilevati (PC e mobile - smartphone e tablet).

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 24,1 milioni di utenti: 10,9 milioni da PC e/o 21,4 milioni da mobile.



# Mobile Surfer

sono molto più attivi

**90%**

**cercano info da  
Smartphone**

**86%**

**Ricercano  
promozioni nelle  
vicinanze**

**96%**

**accettano  
notifiche per  
ricevere coupon**

Source: Doxa 2016

# ADA FLOWER



ada

La più innovativa piattaforma  
integrata per il Mobile Engagement



Guarda il Video

ada<sup>®</sup> Per

AGENCY

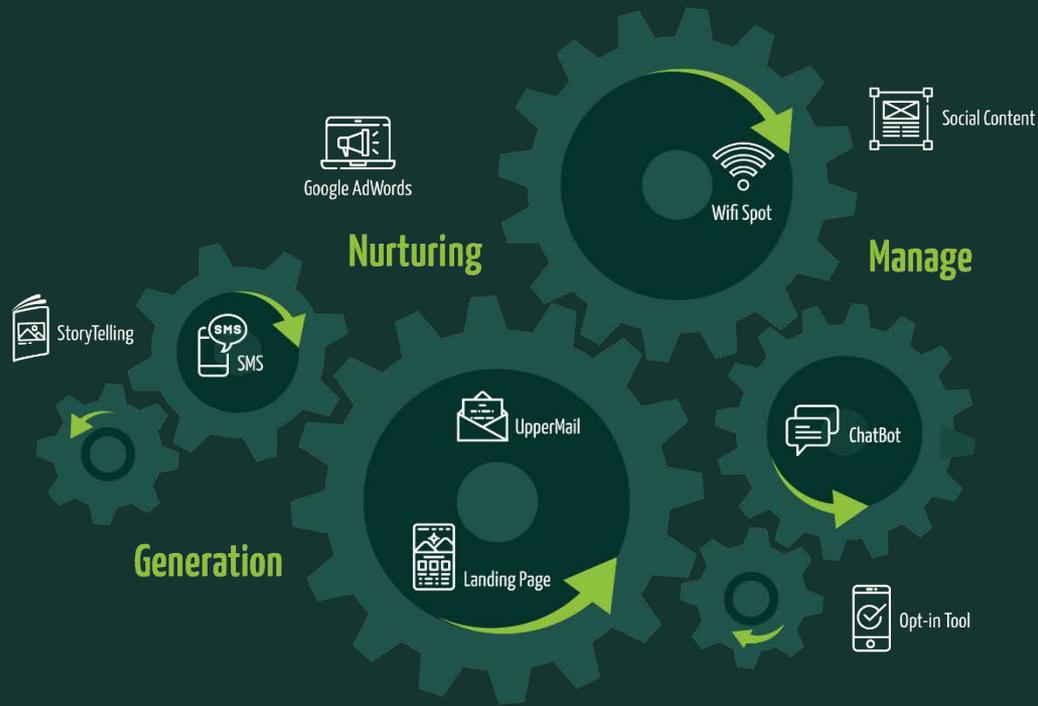




# The Most Innovative & Integrated Mobile Engagement Automation Platform



Da  
Sconosciuto



A Brand  
Ambassador

# Generation, Nurturing, Management

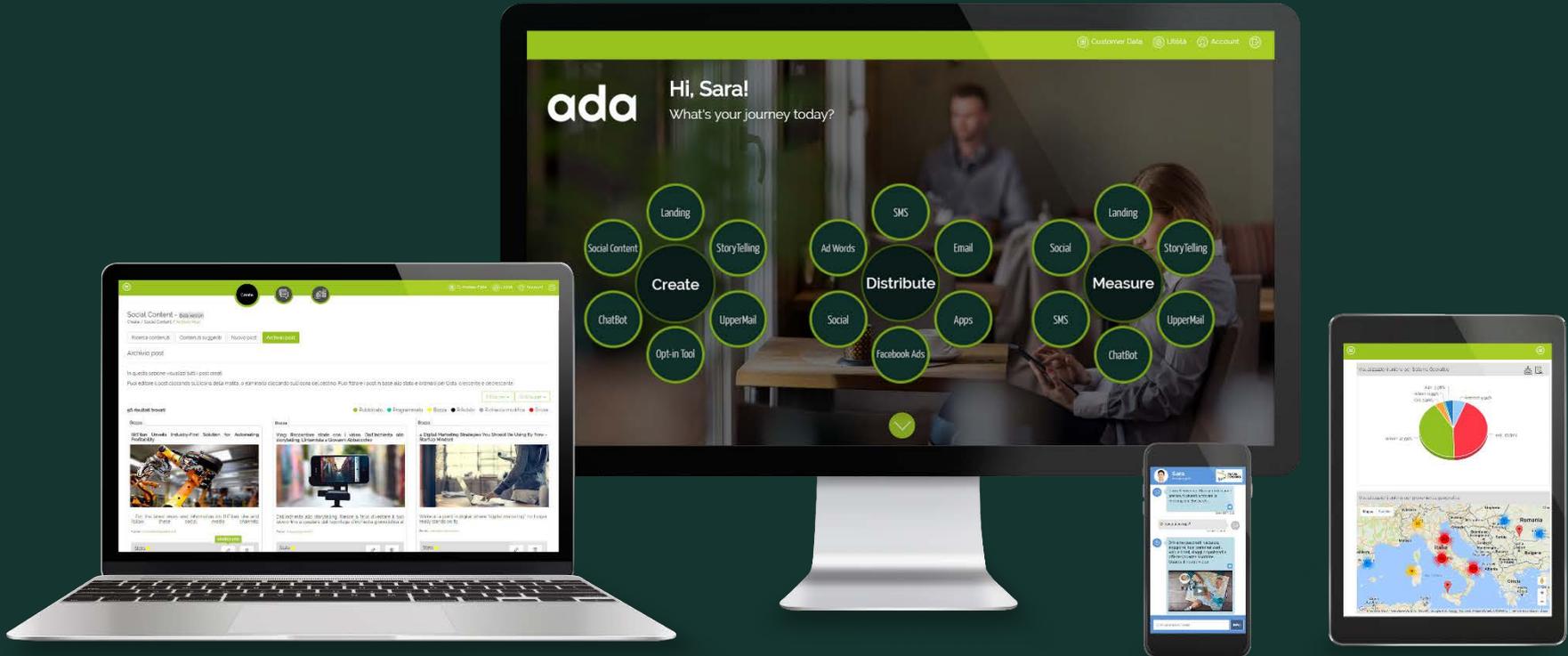
## Il perchè di ADA

Affianchiamo brands e marketers nel creare e mantenere, via Mobile, relazioni, proficue e continuative, tra marche e persone accompagnando il viaggio del consumatore da sconosciuto ad ambasciatore del brand.





Con ADA **Crei**, **Distribuisci** e **Misuri** campagne di contenuti 100% Mobile-Friendly e, grazie a soluzioni di **Intelligenza Artificiale**, puoi mappare e personalizzare il **Customer Journey** di ogni singolo utente, rendendo l'esperienza da Mobile coinvolgente ed emozionante. ADA è distribuita in modalità SaaS e raggiungibile via Cloud



# ada<sup>®</sup>

## SMS Landing/Ads

Reinventiamo l'SMS Marketing



## StoryTelling

Una nuova Storia da raccontare



## UpperMail

L'Email diventa Mobile-Friendliness



## ChatBot

Conversazioni che creano Engagement



## Customer Data

I tre punti fermi della nostra innovazione:

### Tracking

Tracci e comprendi il comportamento dei tuoi utenti

### Lead Scoring

Dai valore alle informazioni con punteggi di qualità

### Profiling

Personalizzi la tua comunicazione mobile



## Suite Landing Page

Una suite completa di Landing Page con CTAs



## MovieTelling

Video Verticali che convertono



## Marketing Automation

Automatizza i flussi di comunicazione



## Social Content

Coinvolgi il tuo pubblico sui Social Media



## Performance Marketing

Create

Distribute

Measure

# Lead Scoring:

## Informazioni di valore sui tuoi clienti

Organizzare e interpretare, in tempo reale, i dati dei tuoi clienti è davvero semplice con ADA.

In modo automatico, ADA attribuisce punteggi di qualità agli utenti (Score) per ogni interazione con i contenuti creati. Potrai valutare le modalità di comportamento (Behaviors) o interpretare le informazioni, implicite ed esplicite, acquisite nel corso delle campagne (Demographics) realizzando così iniziative di comunicazione personalizzate, in base a gusti e preferenze degli utenti.



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

Come costruire relazioni profittevoli e durature con i clienti



**Nelle slides che seguono scopriremo quanto sia semplice, grazie ad ADA, trasformare un utente qualsiasi in un cliente fidelizzato.**

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Zero moment point: stimolo

1

Il primo contatto tra l'utente Sam e il brand può avvenire in due modalità:

### La prima Indoor:

recandosi in uno dei nostri punti vendita, Sam riceverà comunicazioni informative attraverso i sistemi Opt-in tool e WiFi Spot. Come incentivo per aver rilasciato i suoi dati verrà inviato, in auto-risposta tramite SMS, un Coupon Sconto da utilizzare presso i nostri punti vendita.

### La seconda Online:

quando accede a Facebook dal suo smartphone, o effettua una ricerca per parola chiave su Google, Sam visualizza un annuncio sponsorizzato grazie ad ADA, con link di destinazione ad un contenuto mobile in cui vengono presentate le offerte e viene offerto un coupon con cui ottenere uno sconto, in cambio del rilascio dei dati personali. Il sistema di Lead Scoring consente di mappare i comportamenti (B) e le informazioni anagrafiche (D), tracciare un profilo ben delineato di Sam e valutare la sua attitudine ad interagire con il brand.

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Zero moment point: stimolo

### Opt-in tool / WiFiSpot (Indoor Engagement)



INVIA UN SMS AL **3337775848**  
CON IL TESTO **AGENCY** E RICEVERAI UNO  
SCONTO DEL 20%

A: 3337775848

AGENCY

Clicca sul link per  
ricevere il tuo coupon:  
<http://cllicqui.net/xxxxx>

AGENCY

Per te 30% di SCONTO

Rilascia i tuoi dati e riceverai direttamente sullo smartphone il coupon sconto!

Nome

Cognome

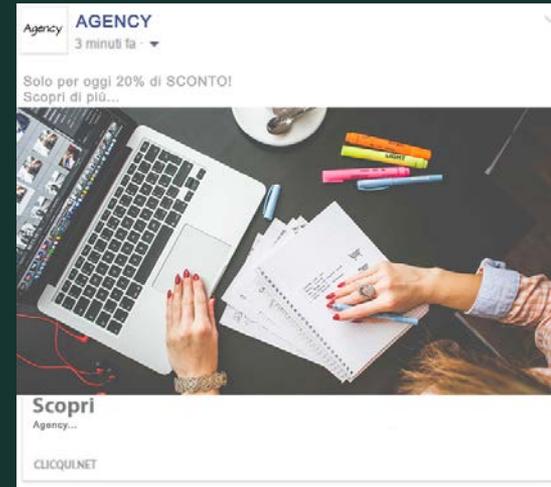
(IT) +39 Cellulare

E-mail

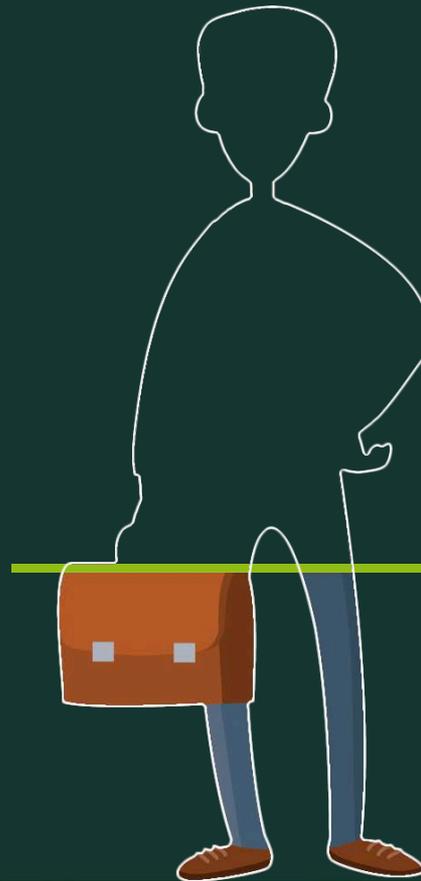
Il sottoscritto, letto l'informatica, lascia il consenso per le attività di seguito descritte  
 \*accesso al servizio Leggi

INVIA

### Facebook (Facebook Ads)



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador



Opt-in Tool, WiFiSpot,  
Facebook Ads e Social Coupon

Behavior



Demographic



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Contenuti che creano relazioni

2

Offrire sconti per pubblicizzare il nostro Brand ha sortito l'effetto sperato. Sam è contento dell'attenzione mostrata nei suoi confronti ed è felice di ricevere nuove comunicazioni informative e promozionali.

È il momento giusto per nutrire la relazione con lui, quindi viene avviata una strategia di Marketing Automation, grazie alla quale Sam riceverà periodicamente un'email contenente un link a un contenuto Mobile (StoryTelling/MovieTelling/Landing Page), con l'obiettivo di portarlo a scegliere i nostri apparecchi acustici.

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Contenuti che creano relazioni

### StoryTelling

Scopri quali sono le nostre  
promozioni del momento.  
Clicca sul link [http://  
sfogliaqui.net/xxxxx](http://sfogliaqui.net/xxxxx)

B



B

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador



Storytelling

Behavior



Opt-in Tool, WiFiSpot,  
Facebook Ads e Social Coupon

Behavior



Demographic



## Da Sconosciuto a Brand Ambassador

### Contenuti che creano fedeltà

3

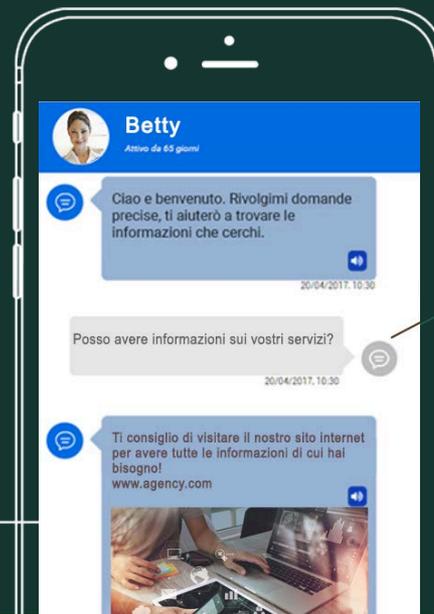
Il profilo di Sam va delineandosi in maniera sempre più accurata grazie ai flussi automatici di comunicazioni personalizzate (Marketing Automation) da cui è raggiunto periodicamente. Questo consente di sapere quali sono le iniziative e le promozioni che rendono Sam sempre coinvolto e soddisfatto, anche grazie a sondaggi.

Inoltre, i contenuti creati con ADA possono essere arricchiti grazie al collegamento con un Assistente Virtuale brandizzato (ChatBot) in grado di fornire costantemente informazioni e suggerimenti, al pari di un servizio di Customer Service.

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Contenuti che creano fedeltà

UpperMail,  
Dynamic  
Survey e  
ChatBot



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador



## Da Sconosciuto a Brand Ambassador

### Contenuti che creano fedeltà

4

Ormai Sam sceglie sempre Agency. Questo spinge Agency a farlo sentire sempre più importante, con iniziative personali e contenuti esclusivi. L'obiettivo è puntare sulla sua fidelizzazione.

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Contenuti che creano fedeltà

### Landing mFlyer e MovieTelling

Importanti novità su [agency.com](http://agency.com)  
Scopri di più!  
clicca sul link <http://clicqui.net/xxxx>

B



B

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

Landing mFlyer e  
MovieTelling

Behavior



UpperMail, Dynamic Survey e  
ChatBot

Behavior



Demographic



Storytelling

Behavior



Opt-in Tool, WiFiSpot,  
Facebook Ads e Social Coupon

Behavior



Demographic



## Da Sconosciuto a Brand Ambassador

### Depreciation

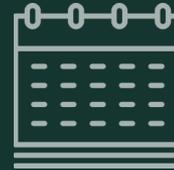
5

Tuttavia, non è detto che in una relazione vada sempre tutto per il verso giusto. La mancata apertura di una o più comunicazioni da parte di Sam può rappresentare un campanello d'allarme, ma grazie al costante monitoraggio di ADA è possibile riconquistare tempestivamente la sua fiducia, ascoltare la sua opinione cogliendo i suoi suggerimenti e premiarlo con una promozione pensata appositamente per lui.

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

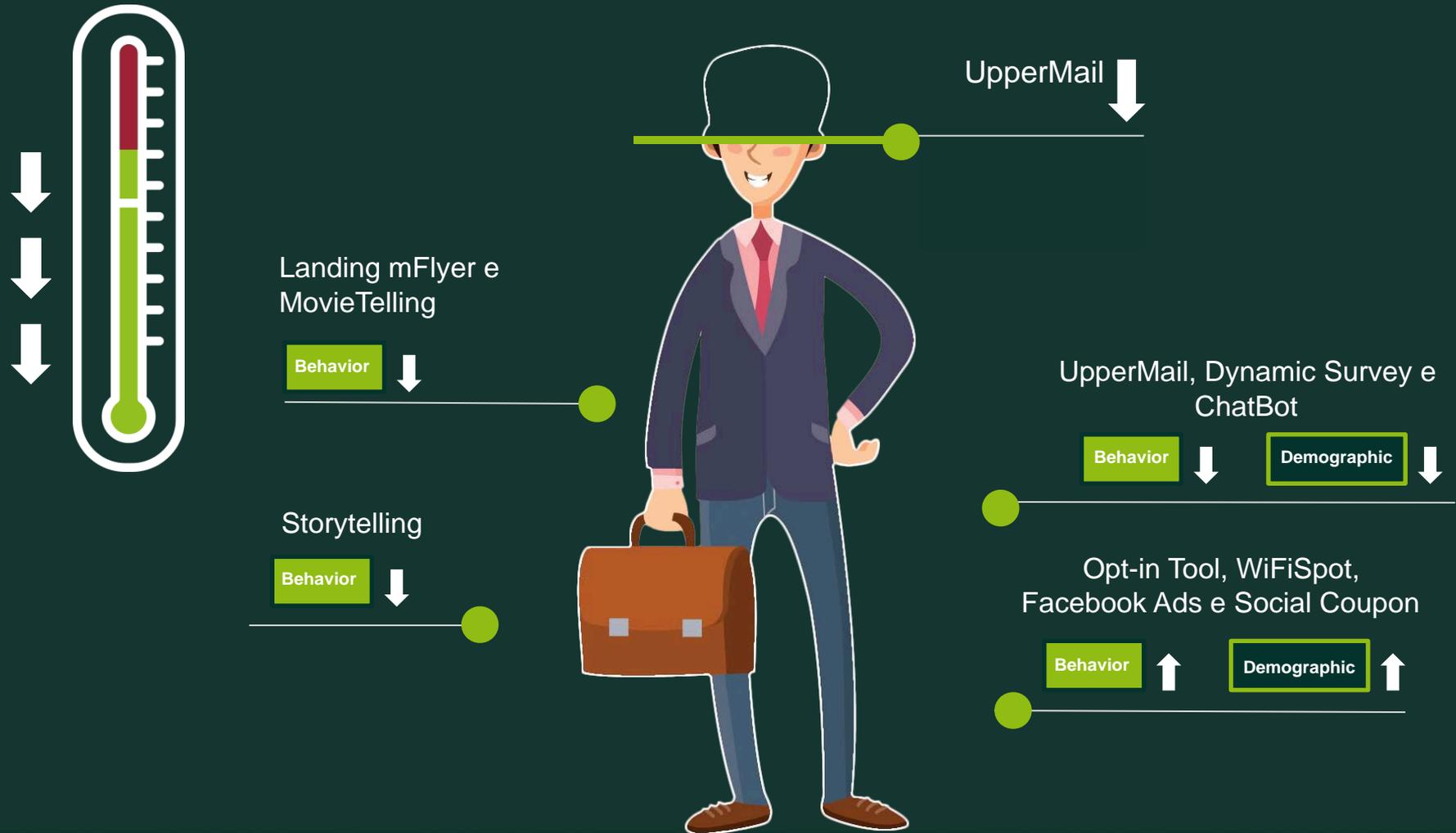
## Contenuti che nutrono la relazione

UpperMail



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Contenuti che nutrono la relazione



# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

## Raccogli le opinioni dei clienti

### Survey

La tua opinione per noi è importante! Compila il questionario e aiutaci a capire come migliorare il rapporto con te. Clicca sul link <http://clicqui.net/xxxxx>

B

B

THANK YOU

Agency

Abbiamo a cuore la tua opinione!

Rispondi al sondaggio e riceverai un fantastico premio. Cosa aspetti?

1. Come preferisci essere contattato per scoprire le ultime promozioni?

- SMS
- Email
- Social
- Telefono

2. Quanto sei soddisfatto dei nostri servizi?

< Min  1  2  3  4  5 Max >

E-mail

(IT) +39  Cellulare

Partita IVA

Il sottoscritto, letta l'informativa, lascia il consenso per le attività di seguito descritte:

\*accesso al servizio [Leggi](#)

INVIA

D

B

# Da Sconosciuto a Brand Ambassador

Survey

Behavior



Demographic



Landing mFlyer e  
MovieTelling

Behavior



Storytelling

Behavior



UpperMail



UpperMail, Dynamic Survey e  
ChatBot

Behavior



Demographic



Opt-in Tool, WiFiSpot,  
Facebook Ads e Social Coupon

Behavior



Demographic



## Da Sconosciuto a Brand Ambassador

Un cliente coinvolto e soddisfatto della relazione con il brand diventa il suo più grande alleato.

Un portavoce, pronto a condividere, in modo positivo e con entusiasmo, la sua esperienza con amici e conoscenti.





**Grazie**