

COME AUMENTARE IL PROPRIO
FATTURATO CLIENTI

+30%



SOMMARIO

CONTESTO	4	ATTIVAZIONE : EMAILING & SMS PERSONALIZZATI ...	14
IL CUSTOMER JOURNEY	6	ATTRIBUZIONE : ANALISI DELLA PERFORMANCE	16
FOCUS SULLA PARTE « CLIENTI »	8	PREREQUISITI PER IL BUON FUNZIONAMENTO DEL USE CASE	18
IDENTIFICAZIONE DEI CLIENTI AMANTI DEL VIAGGIO	10		
SEGMENTAZIONE : AUDIENCES PER DESTINAZIONE E TIPO DI VACANZA	12		

CONTESTO



Locasun è un'agenzia viaggi online specializzata nell'affitto di case vacanza e camping presente su Internet da più di 15 anni.

Il team è composto da 30 collaboratori tra Francia e Spagna.

La loro mission? Facilitare i clienti nelle ricerche di affitti e campeggi garantendo il miglior servizio possibile con un rapporto qualità/prezzo ottimale.

LOCASUN

È...



+ 100 000
AFFITTI IN EUROPA

I MIGLIORI PREZZI
TUTTO L'ANNO



+ 45 000

PRENOTAZIONI ALL'ANNO



+ 250 000
CLIENTI SODDISFATTI
ALL'ANNO



Eulerian è un editore SaaS (modello di distribuzione ove il software installato su server viene erogato al cliente attraverso applicativi web) che propone delle soluzioni tecnologiche atte a permettere al marketing di ottimizzare le proprie operazioni mirate alla crescita.

Questa ottimizzazione, direttamente connessa alle azioni lungo il **Customer Journey**, è resa possibile da una **Customer Data Platform**.

Splio è un editore di soluzioni di *Customer Experience Management* (CEM) dedicate al marketing e alla forza vendita. Splio è concentrato sulla totalità delle problematiche retail: percorso cliente omnicanale, azioni di marketing in real time e programmi di fidelizzazione personalizzabili per costruire soluzioni di CEM, con funzionalità dedicate basate su una architettura di dati nativa e people-based.



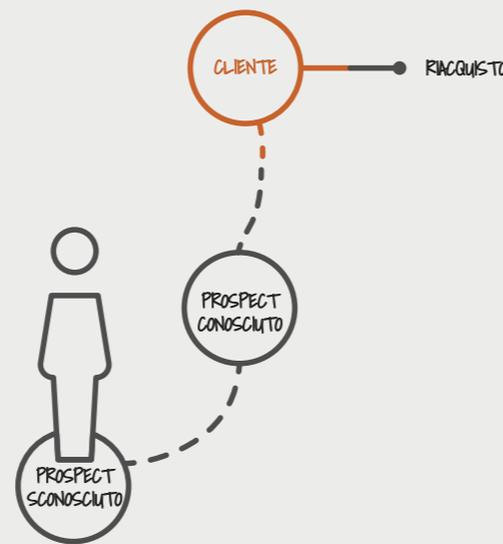
IL CUSTOMER JOURNEY

Il Customer Journey, cos'è?

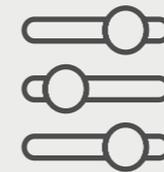
Il **Customer Journey**, letteralmente il percorso cliente, corrisponde **all'insieme dei punti di interazione** tra il brand e il cliente.

Attraverso quale canale è arrivato sul sito? Con quale messaggio o descrizione prodotto il cliente ha avuto un'interazione? Quali pagine ha visitato?

Quali informazioni ha cercato? Etc... I dati del *Customer Journey* riguardano sia il mondo *online* che *offline* (carte fedeltà, *call center*, ...) permettendo una **visione a 360°** del famoso percorso cliente.



Perché è importante considerare il Customer Journey?



PERSONALIZZARE

Più il percorso sarà personalizzato, più le azioni saranno mirate e quindi efficaci. Più la durata del ciclo d'acquisto sarà breve, minore sarà il costo per il brand. La **personalizzazione** permette l'**ottimizzazione** dei tassi di **conversione** e del **ROI complessivo**.



IDENTIFICARE

Identificare i partner che generano performance ad ogni tappa del ciclo di acquisto è un metodo efficace per aumentare la **performance complessiva**.

FOCUS SULLA PARTE CLIENTI



Aumentare il fatturato clienti attraverso la personalizzazione delle campagne

La **problematica di Locasun** è principalmente concentrata sulla parte “cliente” del *customer journey*; Locasun ha come obiettivo infatti quello di generare riacquisto.



Personalizzando le offerte di viaggi secondo l'interesse del cliente!

Nell'ambito di questo use case, Locasun utilizza la **Customer Data Platform** (CDP) di Eulerian per personalizzare le proprie campagne. Questa è composta da 1 tecnologia e 3 soluzioni.

TECNOLOGIA:



Raccolta

Qualifica dei profili viaggiatori

3 SOLUTIONS SOLUZIONI:



Segmentazione

Segmentazione della base CRM opt-in (accettano di ricevere newsletter) in funzione di affinità con una destinazione



Attivazione

Lancio campagne personalizzate con Splio

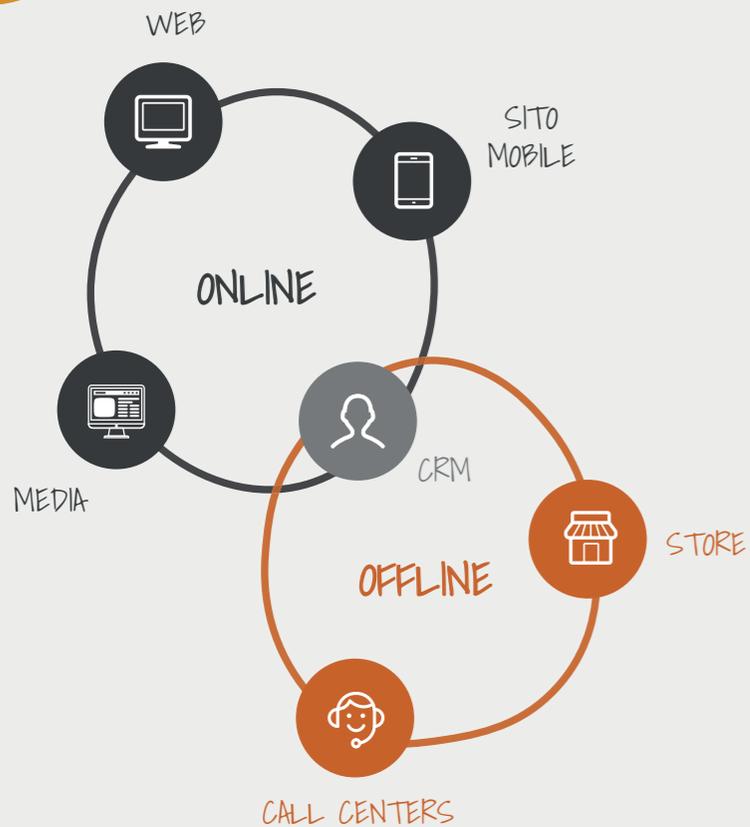


Attribuzione

Analisi della performance delle campagne per valutare il fatturato incrementale



Identificazione dei clienti che vogliono viaggiare



Il cliente viene riposizionato al centro delle strategie marketing **people-based**. La raccolta permette di raggruppare a livello individuale tutte le **interazioni e i dati generati** (CRM, *Site & Ad centric*).

Il principio è quindi **identificare e riconciliare** i *customer journeys* indipendentemente dal dispositivo o dall'ambiente.

Come Locasun qualifica l'affinità con una destinazione?

Quando un cliente (riconosciuto come attivo) visita la pagina di un prodotto affitto, Locasun è in grado di **identificare il suo interesse** nei confronti di una destinazione, così come verso un tipo di viaggio: villa di lusso, appartamento, campeggio, etc...

Locasun sarà inoltre in grado di **qualificare l'interazione** dell'internauta con il prodotto a un livello molto fine: tipo di dotazione dell'alloggio cercato dal cliente, distanza dalla spiaggia, etc...



SEGMENTAZIONE



Audiences per destinazione & tipo di vacanza

Una **segmentazione** permette di raggruppare le persone che hanno lo **stesso comportamento nella navigazione** e soprattutto gli stessi gusti.

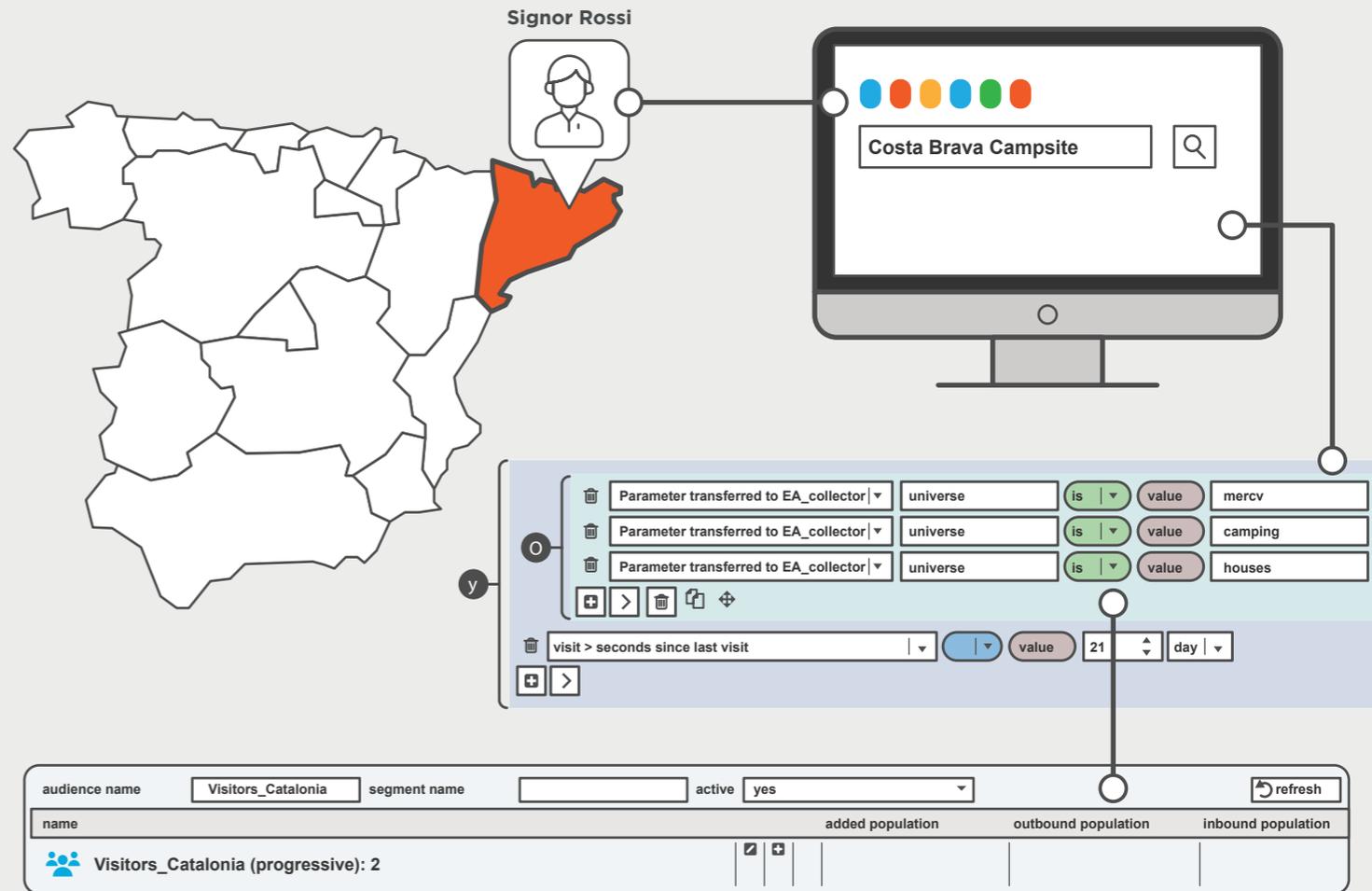
Il motore di segmentazione può utilizzare **qualsiasi tipo di dato** (media, navigazione, conversione o CRM).

Locasun può quindi creare delle **audiences basandosi su affinità** di destinazione (potendo poi affinar per livello: paese, regione, città) e dei segmenti per tipo di vacanza (campeggio, villa o altro). Ad esempio: audience "Viaggio in Spagna" e un segmento Costa Brava / Camping 4*.

Come identificare gli hot prospects?

Identificare un'affinità è bene. Poter qualificare il livello di engagement (o probabilità che l'internauta decida di partire davvero) è ancora meglio!

Locasun potrà affinare la segmentazione identificando **la freschezza e la frequenza** delle ricerche dei suoi internauti. Così facendo potremo identificare quante volte il Signor Rossi ha effettuato ad esempio la propria ricerca "campeggio in Catalogna" negli ultimi 21 giorni. Se questa voglia di viaggio si rinnova frequentemente e se è recente, potremo interpretare questa voglia come vera e identificare il Signor Rossi come un **hot prospect**.

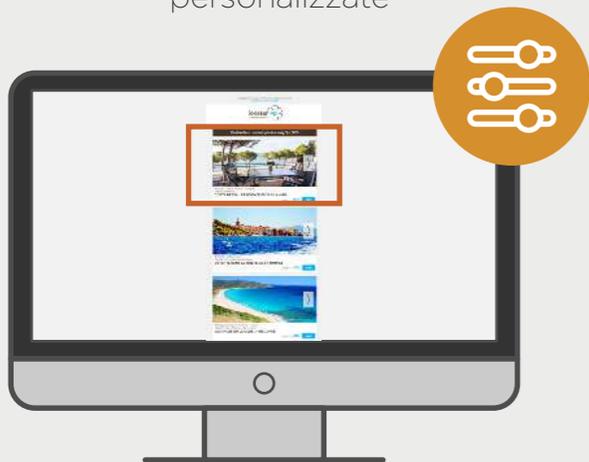


E-mailing & SMS personalizzati

Locasun è in grado di condurre, su una audience tipo "SPAGNA>COSTA BRAVA >ATTIVO", due tipi di campagna:

Personalizzata

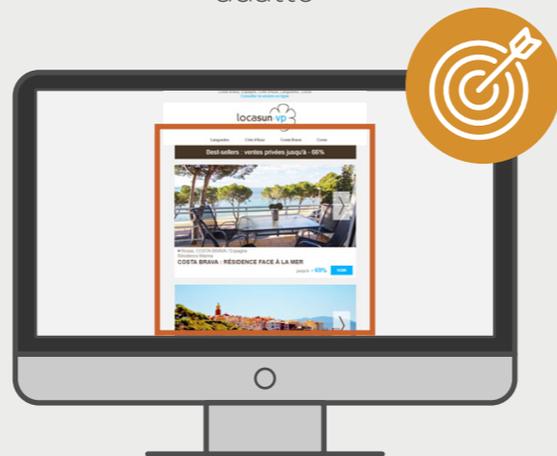
Solo una parte della newsletter presenta delle offerte personalizzate



14

Specifica

Una mail esclusiva viene inviata per promuovere le offerte più adatte

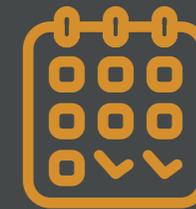


Non appena l'internauta integra un segmento (o ne esce), Eulerian è in grado di avvertire Splio che si occupa delle campagne di emailing e di *push sms* per Locasun.

Questa alimentazione può avere luogo:



In tempo reale
Attraverso dei metodi
server-to-server o *javascript*



In modo periodico
Invio di un file CSV automatizzato
(*batch*) che va ad aggiornare i
segmenti di Splio

In questo caso Splio viene alimentata periodicamente e in automatico attraverso l'invio di un *batch* a frequenza regolare, rappresentando un vero risparmio di tempo per Locasun.

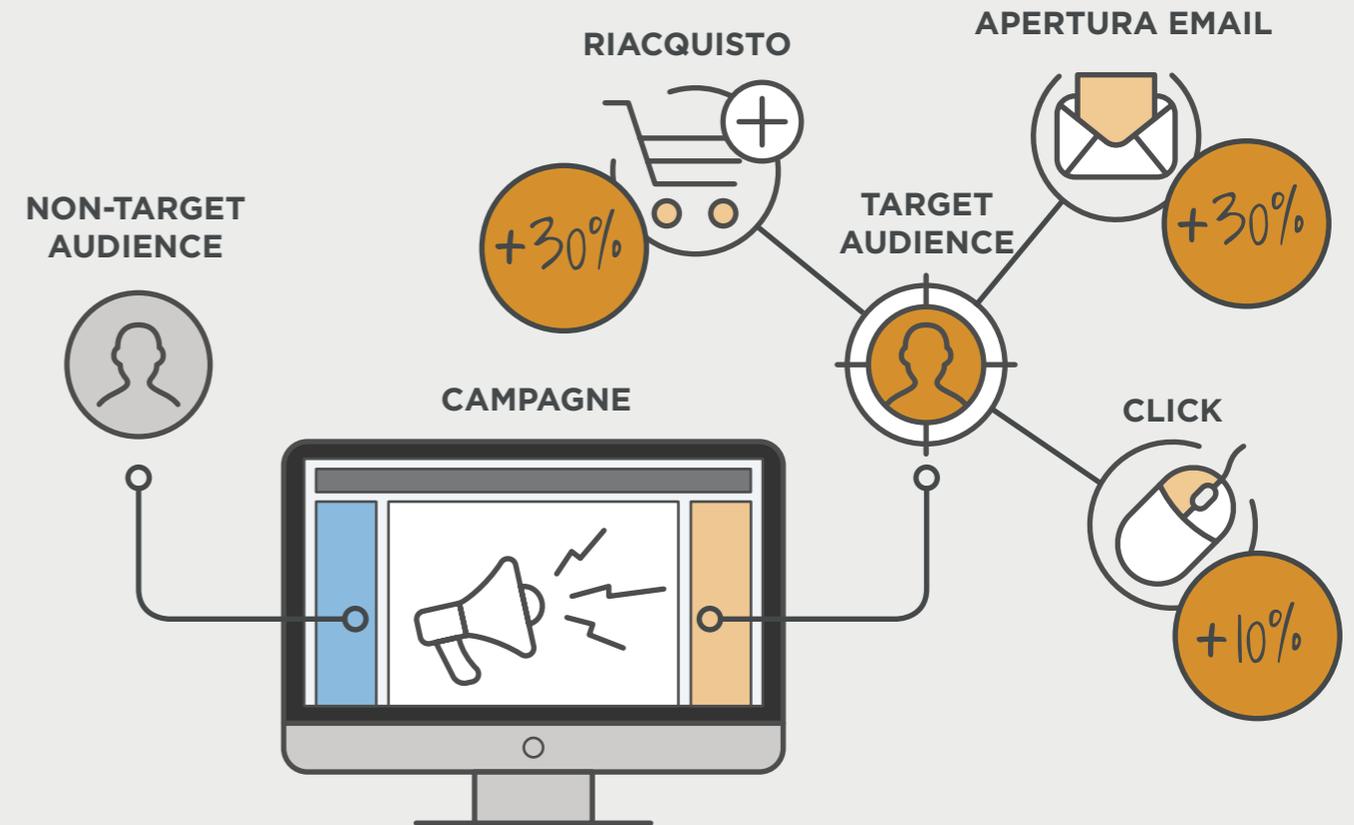
15



Analisi della performance delle azioni

Grazie ad un **analisi d'attribuzione**, Locasun ha potuto paragonare le **performances delle campagne** rispetto a delle azioni intraprese precedentemente senza un preciso target.

Grazie a delle metriche customizzate, l'agenzia viaggi ha potuto evidenziare:



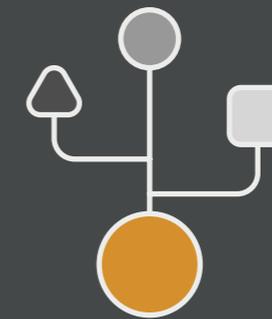
PREREQUISITI PER IL BUON FUNZIONAMENTO DEL USE CASE

Avete ora in mano tutte le carte per ben giocare questo *use case*. o quasi. Vi diamo **qualche jolly** da usare durante la vostra partita.



Lavorate il vostro datalayer

Integrare un datalayer con le variabili più appropriate vi permetterà di qualificare l'affinità dei vostri internauti e il loro interesse per una specifica destinazione e tipo di vacanza.



Segmentate con moderazione

Trovate il giusto equilibrio in termini di quantità e qualità. Segmentare troppo in profondità e indirizzare di seguito delle campagne a delle audiences troppo ridotte, perde di significato. Diventa infatti impossibile trarne conclusioni.



Gestite l'esposizione media

Si dovrà stabilire la frequenza di invio delle vostre campagne. Gestire il *capping* è fondamentale perché la relazione con ognuno dei vostri clienti si possa sviluppare sotto i migliori auspici.



GRAZIE



Un ringraziamento particolare a
Matthieu Georget - Direttore Marketing Locasun



Eulerian -
Viale Monza 259/265
20126 Milano
+39 371 315 8874
www.eulerian.com



Splio -
Via Copernico, 38
20125 Milano
+39 02 87259221
www.splio.com