

La **rivoluzione** nel Mobile Marketing si chiama **ada**



10 - 13 Gennaio, 2017
Velden am Wörther See (A)



L'anno del **Mobile**

Ogni nuovo anno è sembrato quello giusto, per anni

Il 2016 è davvero un punto di svolta per il Mobile sempre alla **ricerca di un mantra**, di un'espressione "sacra", in grado di esprimerne il potenziale.

Mobile **First**, Mobile **Optimized**,
Mobile **Friendly**, Mobile **Only**...



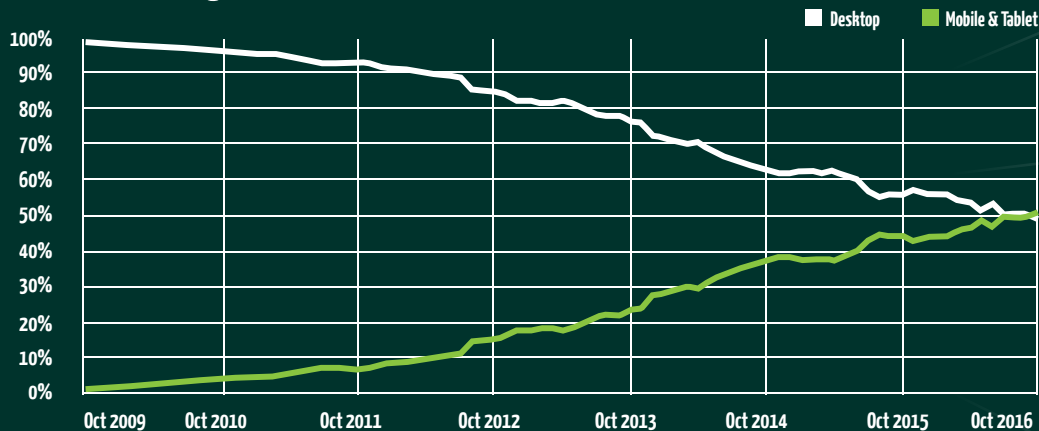
Internet è **Mobile**

Lo smartphone è il nuovo padrone di internet

Ottobre '16

Smartphone e tablet **superano** il **Pc** per numero di pagine web visitate e diventano **fonte primaria** di accesso a internet in tutto il mondo.

Internet Usage Worldwide



Mobile & Tablet
51.3%

Desktop
48.7%

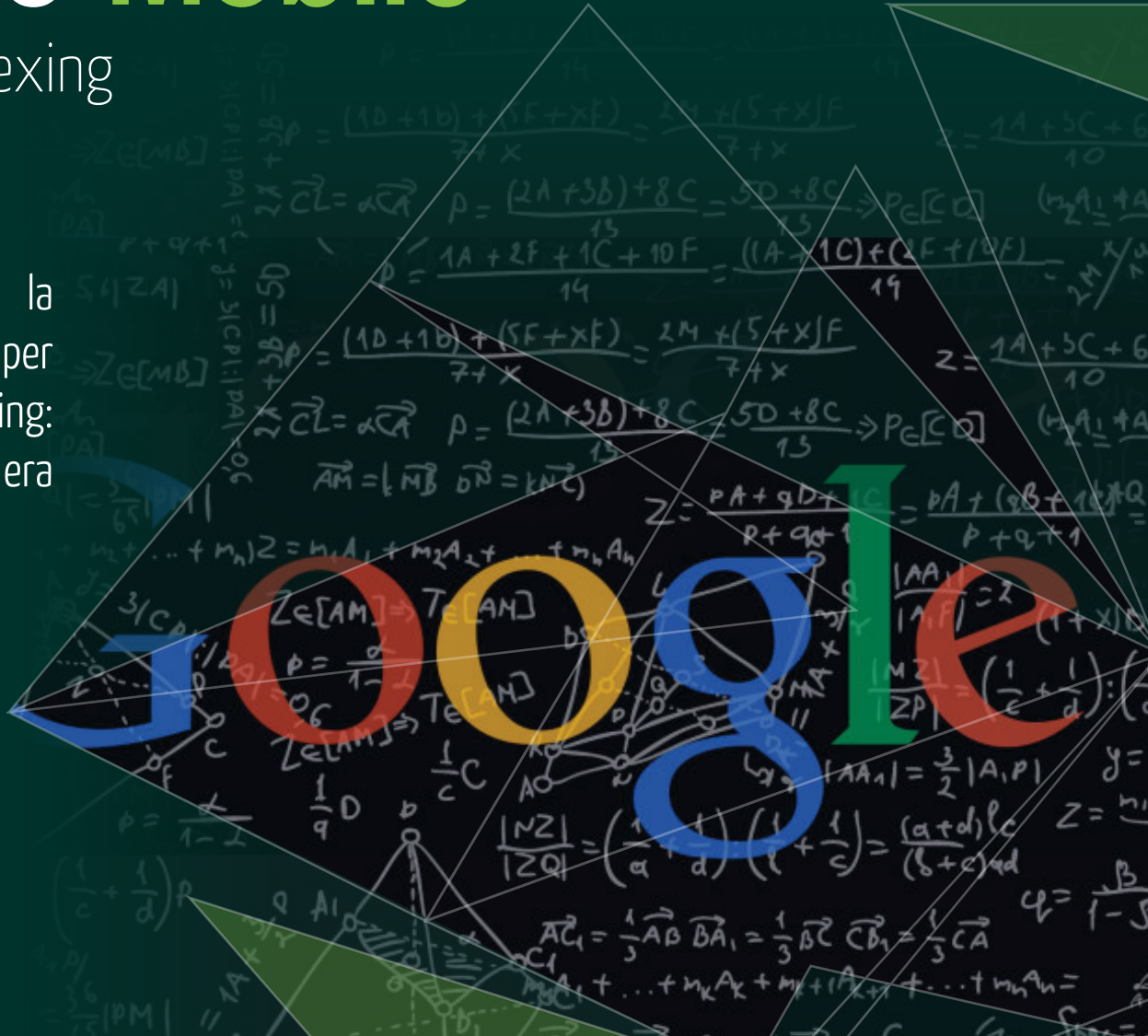


Internet è Mobile

Google Mobile-First Indexing

Novembre '16

Gli algoritmi Google utilizzano la **versione mobile** di una pagina web per classificarla e decidere il suo ranking: fino a ieri la versione primaria era quella desktop.



Internet è **Mobile**

Facebook: a Mobile-First Advertising Platform

Q3 '16

Mobile DAUs:

1.09 billion

+ 22% YOY

Mobile MAUs:

1.66 billion

+ 20% YOY

Mobile Advertising Revenue:

84%

+ 78% Q3 2015



A group of people, including a man with glasses and a woman, are smiling and looking at a smartphone together at a table. The background is slightly blurred, showing a warm, indoor setting. The text is overlaid on a dark green semi-transparent box on the left side of the image.

Sempre più Mobile

L'importanza dei “momenti”

Non esistono utenti da Mobile, da desktop o da tablet, si tratta delle **stesse persone** in **momenti diversi**.

Google Micro-moments

Grazie al Mobile una necessità, una curiosità o un bisogno diventano piccole finestre temporali di interazione tra persone e brand che possono essere **soddisfatte** in **qualsiasi momento e luogo**.

Want-to-know moments

Want-to-go moments

Want-to-**do** moments

Want-to-**buy** moments



Be Present, **Be Useful**, Be Quick

Vincere nei Micro-momenti che contano

Gli ingredienti di una
strategia Mobile vincente?

- **Essere presenti**, nel luogo e nel momento giusto
- **Creare contenuti** contestuali e pertinenti
- **Essere rapidi** e tempestivi



Mobile Only Moments

Engagement & Conversion

Ci sono momenti **unicamente Mobile**.

Lo smartphone oggi:

- è il **primo punto di contatto**
- svolge un **ruolo centrale** nella relazione con la clientela.



Il Customer Engagement nell'era Mobile

Funnel o Engine?

Per più di un secolo abbiamo fatto affidamento sul **modello "AIDA"** per capire comportamenti e decisioni di acquisto dei consumatori.

Ma il **"Funnel"** mostra i **limiti** nel nuovo "Mobile Journey" in cui l'engagement può manifestarsi in **modi diversi**.



ada

Mobile Engagement Automation Platform

Crea, Distribuisci, Misura
campagne di contenuti
personalizzati
100% Mobile-Friendly



Create



Distribute



Measure

ada

Mobile Engagement Automation Platform

Crea

Landing Page, StoryTelling, Email

Contenuti Mobile ad elevato **tasso di conversione** e un sistema complesso di **CTAs**



Mobile Promotion
& Advertising



Lead Generation
& Nurturing



Mobile
Couponing



Mobile Survey



Mobile Commerce
& Payment



Mobile CRM

ada

Mobile Engagement Automation Platform

SMS Tracking, Social Sharing, Email, Web, Outdoor engagement

Strumenti di distribuzione **real-time**
e **multicanale**

Distribuisci



Text Message (SMS)



Social Media



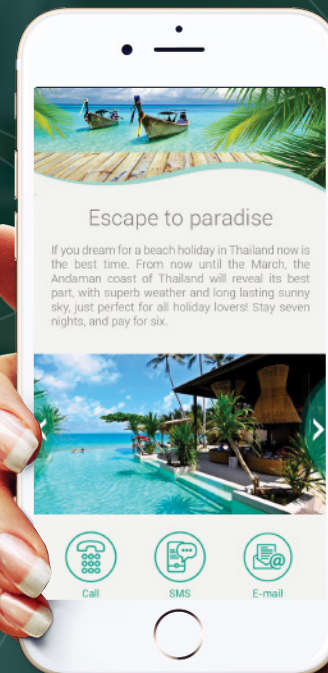
Email Marketing



Wifi



Web



ada

Mobile Engagement Automation Platform

Misura

Mobile Analytics

Tool di misurazione dei risultati con i
principali KPIs



Customer Journey Mapping

Una lente d'ingrandimento sull'utente Mobile

Osservare, analizzare e valutare il comportamento da Mobile degli utenti per offrire al Marketing una **vista unica** utile a identificare i clienti in base al valore che sono in grado di generare.



Customer Journey Mapping

I tre Pillars



Tracking

Tracciamento cross-canale
degli utenti



Lead Scoring

Modelli di attribuzione del
valore

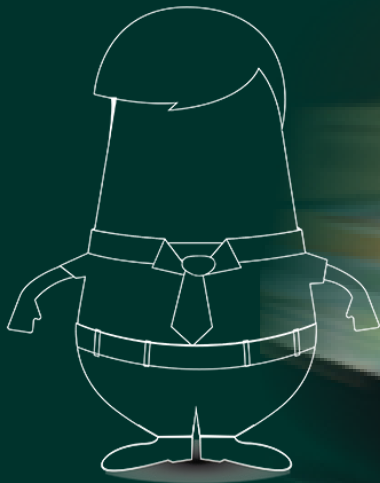


Profiling

Messaggi **personalizzati** e
mirati

Customer Engagement Engine

Costruire relazioni profittevoli e durature con i clienti



From **Stranger**



to Brand **Advocate**

“ We are no longer in a **Mobile-First World**. We are in a Mobile-Only World. ”

Larry Page, Founder of Google



“ We’re moving from Mobile-First World to **AI-First World**. We want to build a personal Google for every user. ”

Sundar Pichai, CEO of Google



ChatBots

Il messaggio si fonde con la chat

Il linguaggio è l'**interfaccia più naturale** che gli esseri umani conoscono. Il linguaggio è l'interfaccia che i **Bot utilizzano**.

I **Bot** e gli **Assistenti Virtuali**, come canali di conversazione che apprendono dalle interazioni con gli utenti, per rendere unica e personale l'esperienza di contatto.



ChatBots

Messenger Platform

Aprile '16:

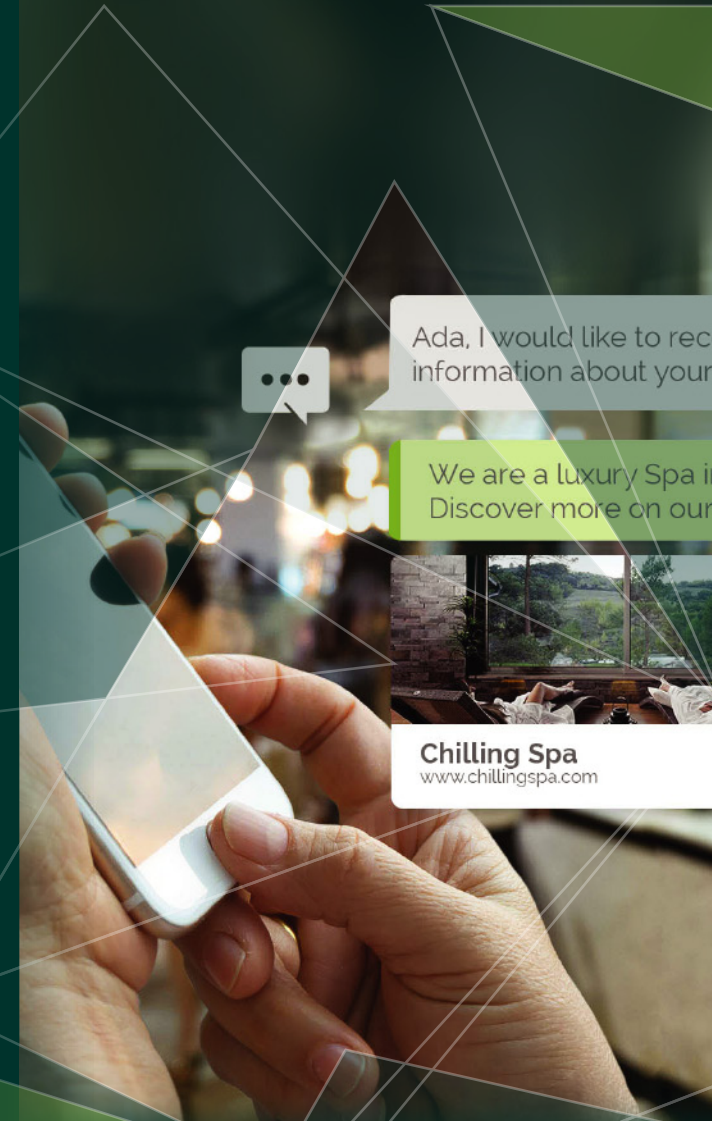
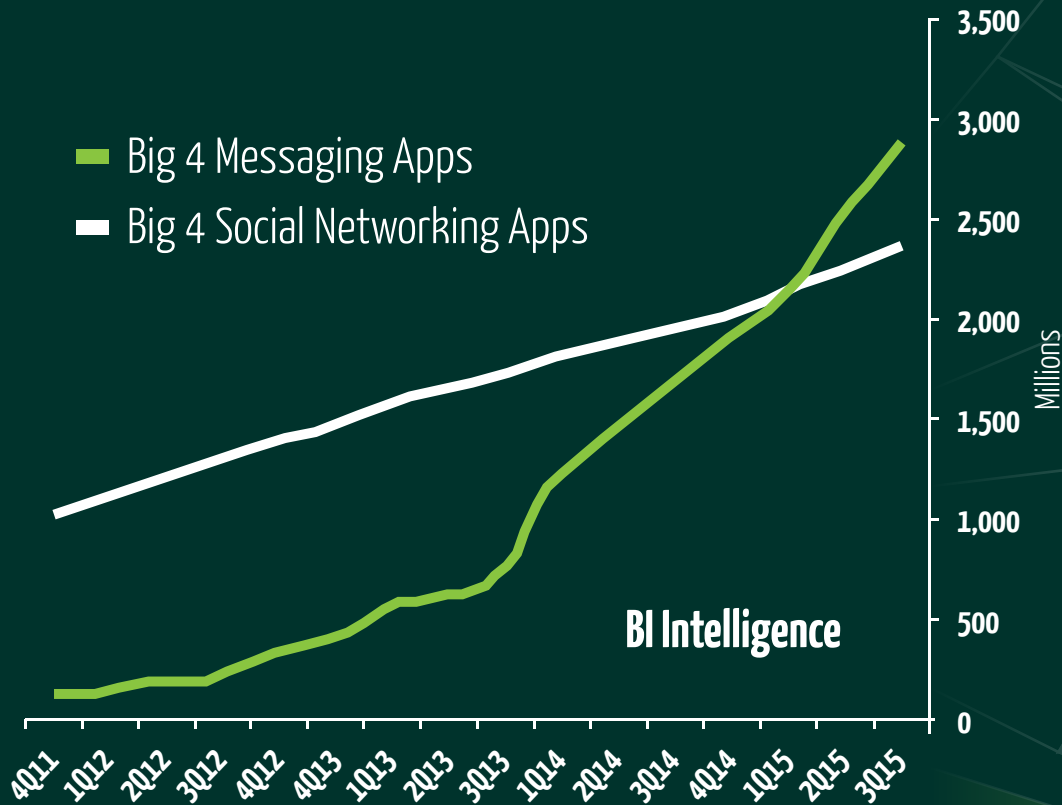
Facebook apre le APIs di
Messenger a terze parti



Messenger Application vs. App

Messaging Apps Have Surpassed Social Networks

Monthly active users for top 4 Social Network and Messaging Apps



Predictive Content

Coinvolgere le persone con il giusto contenuto

Machine learning e **Predictive analytics** permettono di svolgere azioni di marketing personalizzato, ipotizzando un comportamento atteso ed economicamente riscontrabile nel tempo con un targeting di precisione.



Decisioni che creano **valore**

Trasformare i dati in
conoscenza

Le aziende si trovano affogate in una
marea di dati sui clienti senza riuscire
a trasformare queste informazioni in
conoscenza utile a **prendere decisioni**
che **creano valore**.



Esperienze di marca coerenti

Da Mobile a Mobile

I brand devono costruire **esperienze di marca coerenti** e **personalizzate**, di schermo in schermo e di dispositivo in dispositivo, considerando l'ecosistema Mobile nella sua interezza quando pianificano le proprie comunicazioni.

Customer Engagement

Seamless Mobile-First Experience



Grazie

Relatore | **Antonio Perfido**

