



Valore ed utilità
delle ricerche:
la conoscenza
come investimento



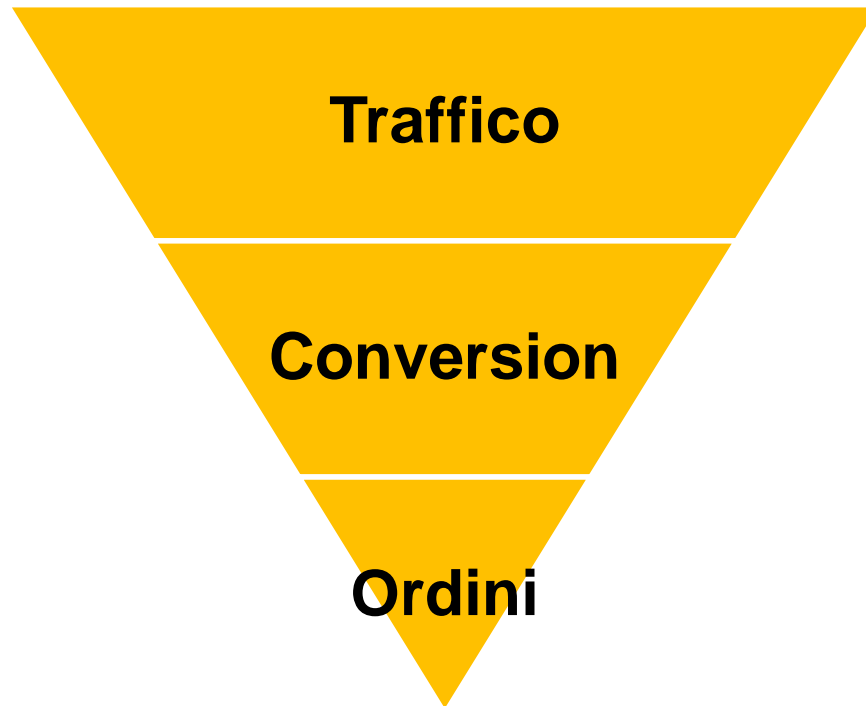
Data-driven customer engagement: il caso ePrice (Banzai)

Chiara Brunelli
Marketing Director ePRICE

26 Ottobre 2016
Centro Congressi ABI - Milano
www.assirmforum.it



COME USIAMO I DATI PER ACQUISIRE NUOVI CLIENTI E GENERARE VENDITE

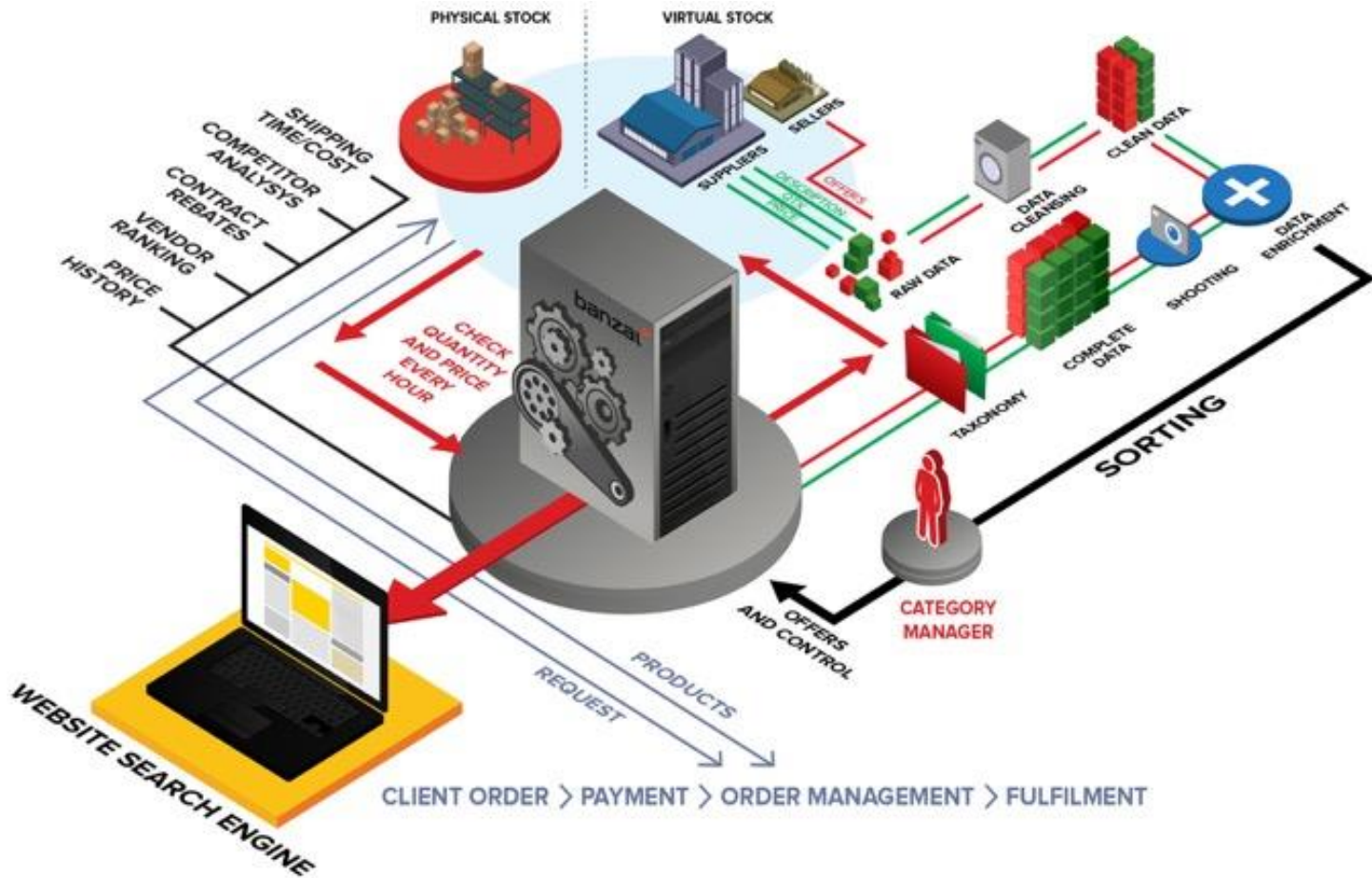


- CPC, CPL, CPA
- Mix fonti di traffico
- Trend mercato

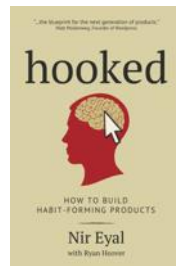
- Customer journey
- Search patterns
- Cart KPIs

- Smart pricing
- Logistics KPIs
- Exceptions

ESEMPIO: PRICING, PROCUREMENT & LOGISTICS IN EPRICE SONO TUTTI DATA-DRIVEN

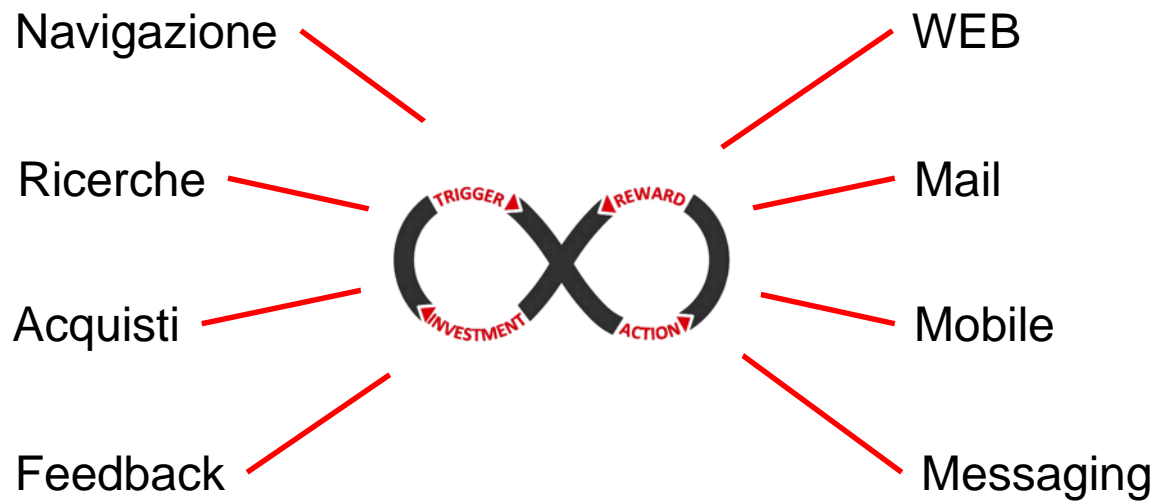


COME USIAMO I DATI PER MASSIMIZZARE IL LIFETIME VALUE

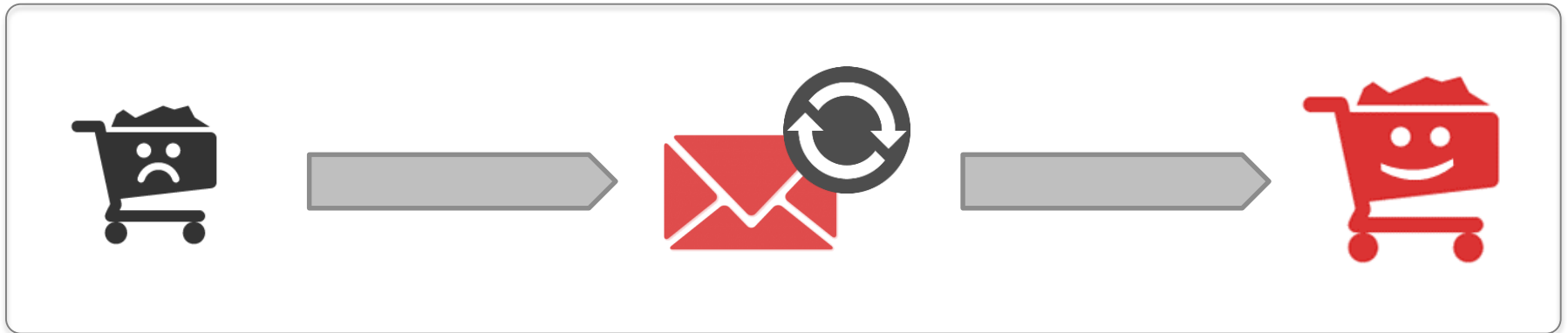


Nir Eyal
B00HJ4A43S

ESEMPIO: FONTI & CANALI PER I WORKFLOW DI VENDITA AI CLIENTI



ESEMPIO: WORKFLOW CARRELLO ABBANDONATO



COME USIAMO I DATI PER COSTRUIRE BRAND EQUITY

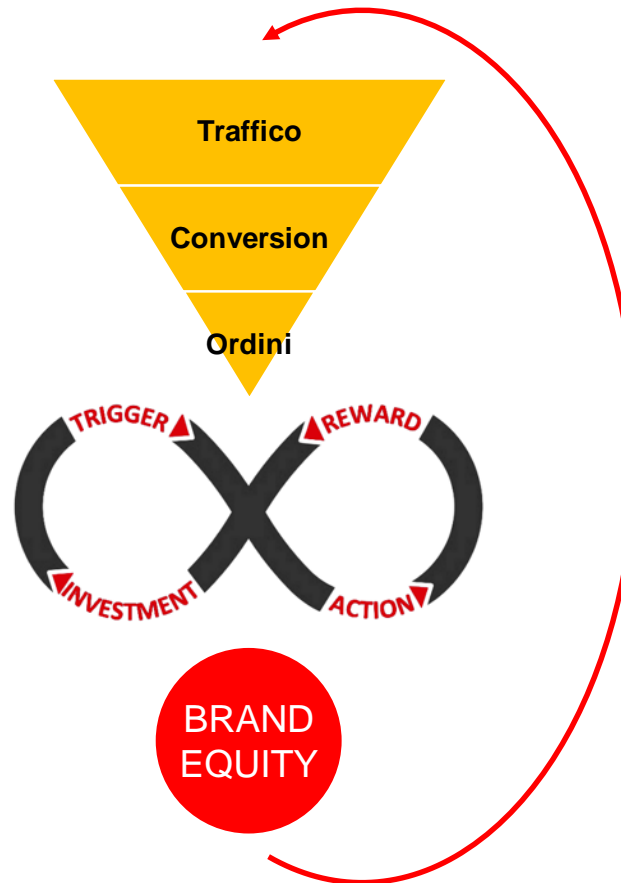


- Surveys
- NPS
- Cohorts
- Segments
- Frequency
- Recency
- Monetary
- ...

STIAMO COSTRUIENDO UN CIRCOLO VIRTUOSO IN CUI PERSONE, TECNOLOGIE E DATI GENERANO VALORE CRESCENTE

PEOPLE

- Analytics
- Data scientists
- Marketing
- SEO/SEM
- Advertising
- Pricing specialists
- ...



TECHNOLOGY

- Analytics
- Database
- Workflow mgmt
- Algorithms
- Pricing engine
- ...

ALCUNI NOSTRI NUMERI

3 Milioni di SKUs

80% target clienti è uomo

Fascia 35-54 anni **56%**

+ 20 milioni di ricerche

3000 brand

+ 400 milioni

di mail inviate

100 negozi

40% Nord Ovest

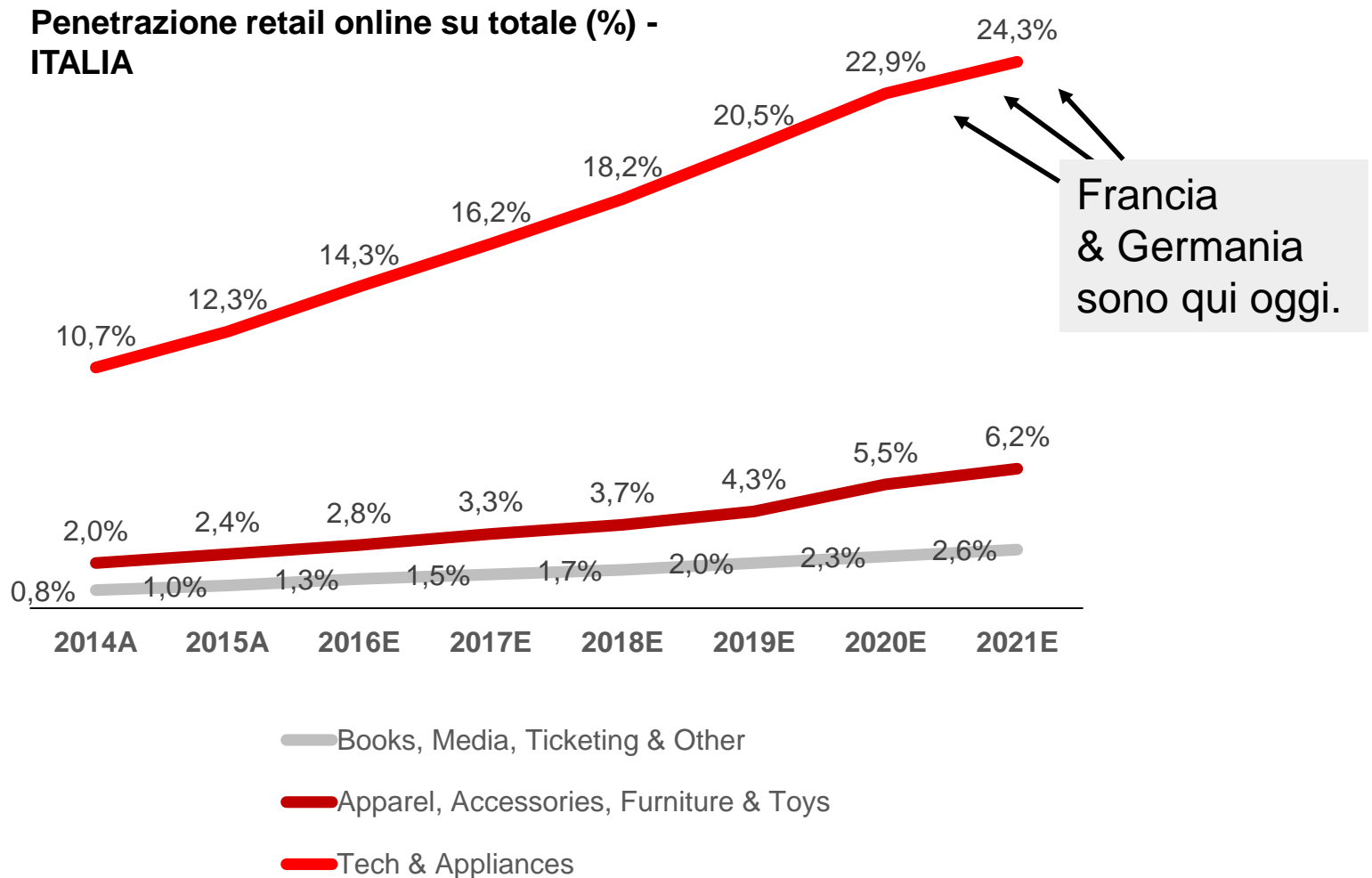
Centro **22%**, Nord Est **17%**

20% Sud e Isole

110 punti di ritiro in

più di **50** città

UN DATO IMPORTANTE: IL POTENZIALE DEL MERCATO ITALIANO E' ENORME





Valore ed utilità
delle ricerche:
la conoscenza
come investimento

banzai

Grazie per l'attenzione!

chiara.brunelli@banzai.it

26 Ottobre 2016
Centro Congressi ABI - Milano
www.assirmforum.it

