

Ci vuole il tempo necessario per mettere in atto strategie di vendita per i tuoi clienti, nuovi prodotti, servizi da lanciare e molto altro per il successo della tua azienda.

Bisogna però, allo stesso tempo, gestire altre attività monotone e ripetitive, le quali invece che semplificare il tuo tempo per progetti più importanti, lo diminuiscono.

Ed è proprio qui, che per ottimizzare il proprio tempo e dedicarsi all'essenziale, giocherà la **marketing automation**.

Indice dei contenuti

- [Cos'è la Marketing Automation?](#)
- [Marketing Automation e quali sono i vantaggi](#)
- [4 passaggi per una Marketing Automation vincente](#)

Cos'è la Marketing Automation?

Parlando di **Marketing Automation** o **automazione del marketing** ci riferiamo all'utilizzo di **tools, software e tecnologie** volti alla semplificazione di alcuni dei lavori e metodi di vendite del marketing.

La **marketing automation** è ciò che ti permette di dedicare più tempo di qualità ai tuoi progetti e strategie per il Marketing, proprio perché volto all'automazione e ottimizzazione di lavori ripetitivi e monotoni come l'invio di **e-mail, messaggistica mobile, gestione degli annunci** o **social media**.

Ti consente, ad esempio, di poter inviare messaggi come "invia" per ognuna delle risposte su e-mail ai tuoi utenti, l'invio di **campagne** pre programmate, oppure durante il processo di identificazione di gusti e preferenze degli utenti per poter personalizzarne i contenuti, azionandosi sempre e automaticamente tramite la potenza dell'**AI** e tutti gli strumenti disponibili per ognuna delle aree da seguire.

Marketing Automation e quali sono i vantaggi



Vantaggi della Marketing automation.

- **Più efficienza e risparmio di tempo**

Come già citato sopra, la **marketing automation** fa in modo di svolgere tutta quella serie di lavori ripetitivi, come il dover pubblicare manualmente post sui social ogni giorno o inviare e-mail di determinati contenuti a determinati utenti **targettizzati**. In questo modo ti permetterà di avere il tempo a disposizione per la creazione e messa in pratica di nuove strategie e nuovi progetti più rilevanti.

- **Migliora la gestione dei dati**

La **marketing automation** tiene facilmente traccia di ognuno dei contatti e delle loro interazioni con il sito, altrettanto facilmente tiene traccia di ognuno dei dati inerenti.

- **Messaggistica rafforzata**

Perfeziona e automatizza h24 tutti i canali di messaggistica, come e principalmente il **marketing via e-mail**, essendo il canale di distribuzione organica di cui ogni marketer usufruisce di più, potendo creare così i contenuti più adatti per ognuno degli utenti e programmando l'invio automatico delle e-mail.

- **Prevedere e plasmare i comportamenti**

Ti consente di acquisire sempre più dati tramite ognuna delle interazioni dei tuoi clienti, potendo modellare e plasmare il loro percorso innescando e generando domande, favorendo così un aumento delle conversioni.

- **Migliore gestione delle spese**

E torniamo al concetto del risparmio di tempo, automatizzando tutta quella lista di lavori monotoni, avrai automaticamente più tempo e più soldi da investire per i progetti che potrai creare e sviluppare nel tempo disponibile dato grazie alla **marketing automation**.

- **Misura concretamente i risultati**

Sempre grazie all'apprendimento automatico e l'**intelligenza artificiale** si possono prevedere prestazioni future, verificare gli andamenti e il **ROI** delle campagne.

- **Genera più lead**

L'utilizzo di tools e software della **marketing automation** ti permetteranno di acquisire **lead generation** in quantità e qualità, portando così ad un altrettanto notevole **aumento delle vendite**.

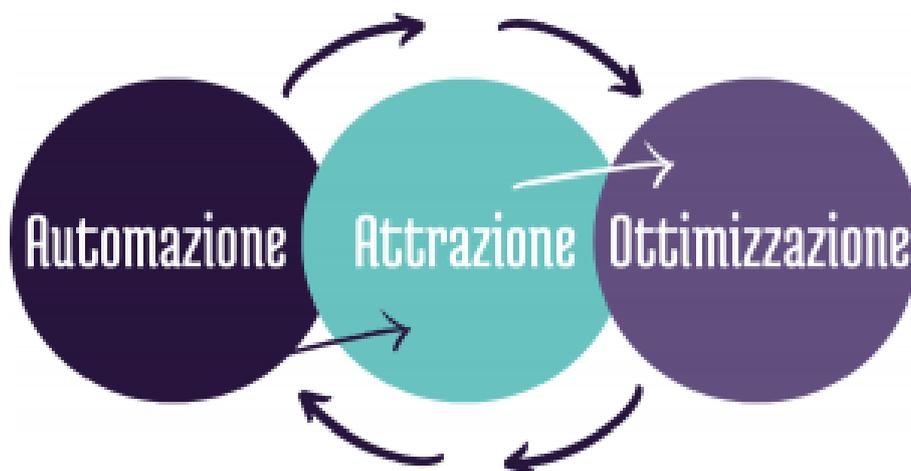
- **Migliora la UX**

La **marketing automation** ti permetterà di realizzare una continua generazione di **contenuti personalizzati**, i quali saranno indispensabili per poter rendere al meglio l'**esperienza utente** su misura, permettendo di aumentare il coinvolgimento e le vendite.

- **Migliora la produttività**

Nel complesso, quindi, possiamo dire che la **marketing automation** sia in grado di migliorare la produttività su praticamente tutti i fronti, sia per il tuo team di lavoro all'interno della tua azienda sia esternamente.

4 passaggi per una Marketing Automation vincente



Marketing Automation e passaggi chiave

1. Elenca e segmenta

Uno dei passaggi più fondamentali per la tua **marketing automation** è il segmentare tra potenziali clienti, clienti già fidelizzati e lead, tramite l'analisi e la ricerca delle loro preferenze di canali, dati demografici, geografici, che lavoro svolgono e tutte le informazioni utili e possibili da trarre a riguardo.

2. Lead nurturing

Acquisire una lista di contatti è essenziale, lo è ancora di più il saperle gestire dopo, perciò mantieni il loro coinvolgimento e il vostro rapporto con un costante e automatico invio di contenuti personalizzati tramite l'utilizzo delle **e-mail a goccia**, e cioè la canalizzazione dei tuoi lead nel successivo step, in cui gli verranno inviati periodicamente contenuti inerenti ai loro gusti, bisogni ed interessi, creando così una relazione continuativa e di valore.

3. Test

L'utilizzo degli **strumenti adeguati** per poter personalizzare e testare le varie tipologie di contenuto da mandare ai tuoi clienti è essenziale. I test ti permetteranno di cogliere tutte le diverse esigenze del tuo pubblico, consentendoti così di migliorare costantemente i tuoi contenuti.

4. Contenuti di valore

Dopo ciò che hai letto fino a questo punto sarà probabilmente scontata la creazione di contenuti di valore che contano davvero, ma vediamo di ripetere e definirne meglio l'importanza. Con così tanto di contenuti in giro per il Web è difficile, si sa, creare qualcosa di accattivante e originale, ma non è impossibile.

Ricordati che i contenuti che funzionano meglio sono quelli pronti ad essere esposti come una possibile **risposta e soluzione** dinnanzi ad una qualsiasi esigenza dei tuoi clienti, immaginando che si possa porre come una domanda.