

**CUSTOMER
SERVICE**

CONFERENCE



FROST & SULLIVAN
2017 Technology Innovation Award

LA FUSIONE DEL MARKETING DIGITALE NEL CONTACT CENTER: *LA MORTE DEL TELEMARKETING*

INTERVIENE: **Alessandro Iania**

LA CRISI DEL TELEMARKETING

Diversi indicatori suggeriscono che il telemarketing sia in profonda crisi:

- Nel 2007 servivano 3.7 call per raggiungere un compratore. Nel 2014 ne servivano 8*.
- enterpreuner.com annoverava già nel 2007 il telemarketing tra i business che si sarebbero estinti nell'arco di una decina d'anni.
- In arrivo regolamentazioni più restrittive**

* CEB & Telenet

** <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2017-08-02/telemarketing-si-senato-modifica-norme-104238.shtml?uuid=AEDvOd7B>

NUOVI CONSUMATORI DIGITALI

Le abitudini dei consumatori cambiano repentinamente e le loro aspettative crescono.

- Anni di telefonate selvagge hanno reso i clienti prevenuti e indisposti.
- I consumatori sono digitali, informati ed esigenti.
- Hanno sempre più scelta.
- Nuovo potere nelle scelte d'acquisto.

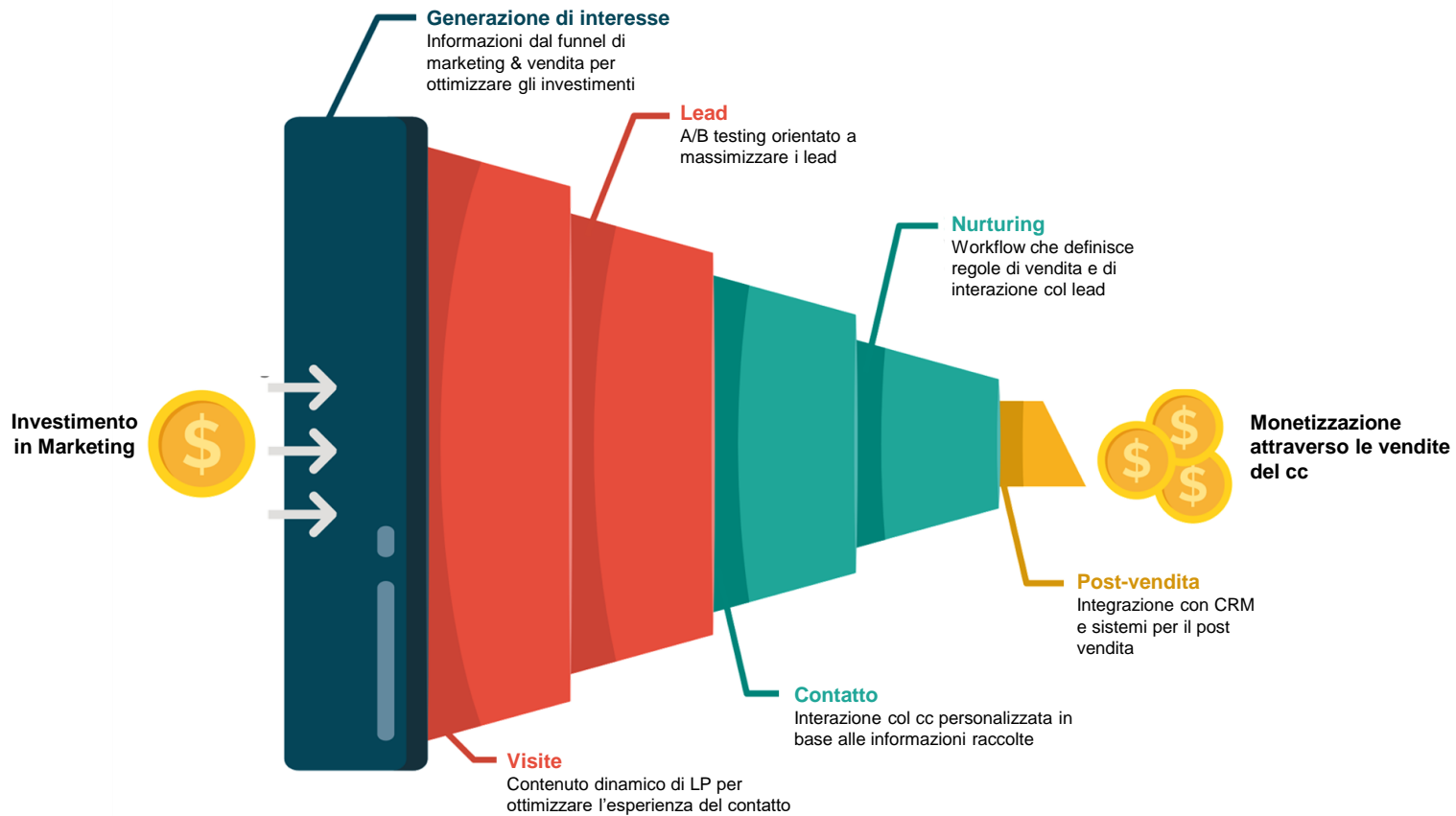
TRASFORMAZIONE NECESSARIA

I nuovi scenari suggeriscono una serie di contromisure

- Stop all'uso di basi di dati 'fredde', contenenti lead non profilati.
- Aumento visibilità funnel marketing & vendita.
- Introduzione dialogo tra marketing digitale e contact center.
- Introduzione di strumenti per tracciare i lead e reagire ai risultati delle campagne di marketing digitale in tempo reale.

OBIETTIVI: 1

Maggior conversione dei lead in clienti, visione d'insieme funnel marketing & vendita



OBIETTIVI: 2

Le misure di adattamento ai nuovi scenari devono consentire di aumentare le vendite nel cc, attraverso:

Conoscenza nel dettaglio di profilo e comportamento del lead

Previsione dei desideri del consumatore

Analisi comportamenti e automatizzazione di procedure

Quotidiane azioni specifiche per entrare in contatto con nuovi potenziali clienti dal giusto profilo

OBIETTIVI: 3

Gli step necessari sono schematizzabili:

Integrazione funnel marketing & vendita in un'unica soluzione

Controllo del customer journey dei clienti

Monitoraggio lead dalla generazione alla finalizzazione nel cc

Informazioni in RT per ottimizzare investimenti in media digitali

LA SFIDA

Unificare 3 concetti strettamente relazionati:

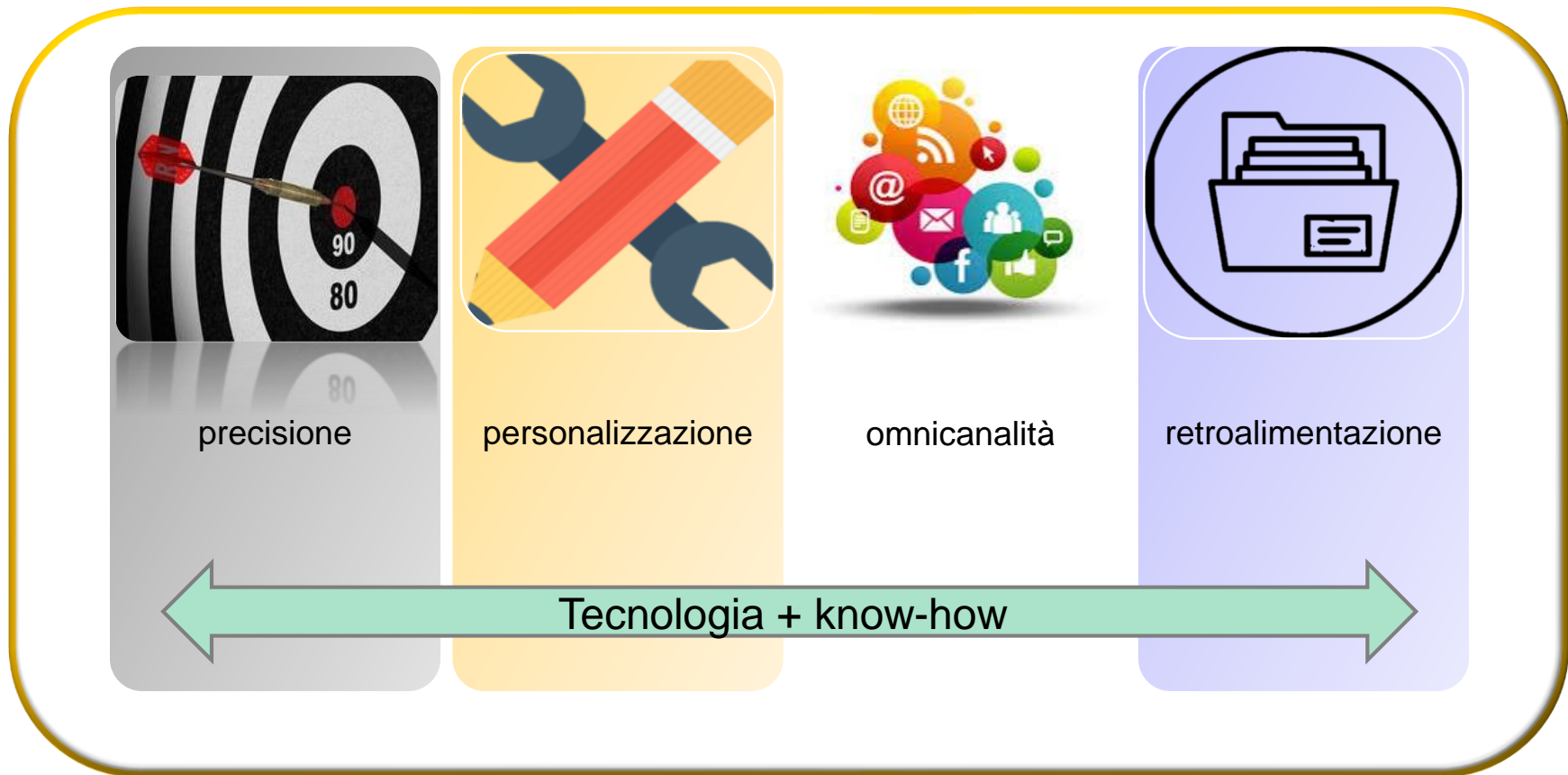
Comportamento del
lead



Chiusura della
Vendita nel cc

Campagna di marketing

INGREDIENTI PER IL SUCCESSO



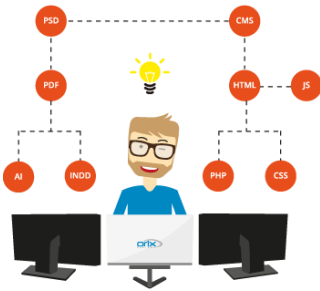
LA NOSTRA SOLUZIONE

Con questi presupposti in mente è nato inConcert *Marketing and Sales*:



Lead Tracking & 360° Visibility

MARKETING & SALES: FUNZIONALITÀ



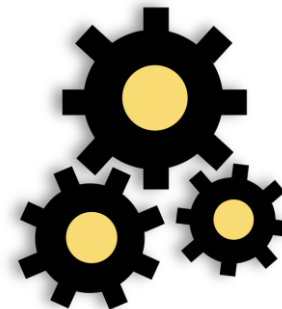
Content Management

- Tool disegni web
- Contenuti web adattativi al lead
- A/B testing
- Aggregazione dati
- API di integrazione



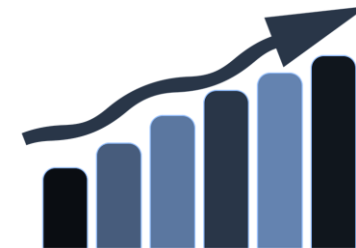
Contact Management

- Dati contatti in forma unificata
- Linea temporale con informazioni storiche
- API di integrazione



Campaign Management

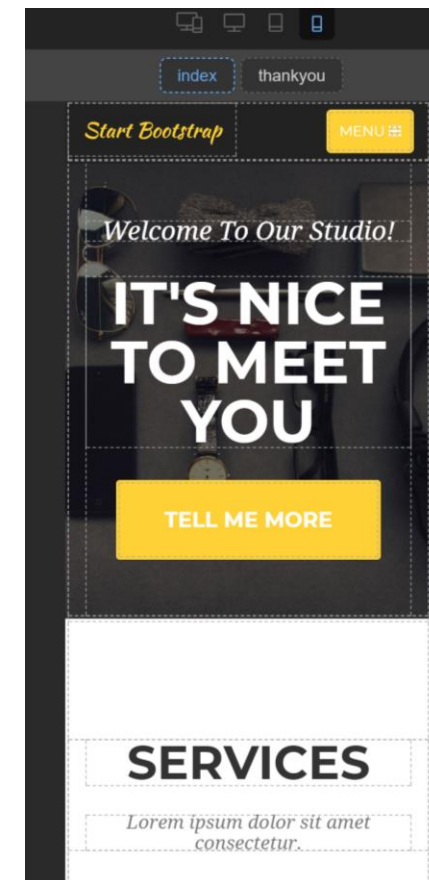
- Gestisci i contenuti
- Modifica le impostazioni
- Configura le interazioni



Analytics

- Tracking di ogni lead
- Monitor operazioni
- Gestione report

MARKETING & SALES: FUNZIONALITÀ



- Disegnatore Proprietario di Landing Pages, Minisiti Pop Ups
- Responsive Web Design con daHoox (Computer, Tablet e Mobile)
- Contenuti dinamici e multimediali
- Drag and Drop

MARKETING & SALES: FUNZIONALITÀ

Search Contacts

Firstname Search...

ID	Firstname	Country	Associated campaign	Associated client	Last result	Last activity
1653	9999		Totalplay			3/8/2018 8:56 PM
1652	9999		Totalplay			3/8/2018 5:23 PM
1651	9999		Totalplay			3/6/2018 7:47 PM
1650	87385406	Uruguay	Form	Google		2/27/2018 11:18 PM
1649	Maximiliano Flores	Uruguay	C2cinbound	inConcert	Venta	2/19/2018 10:57 PM

Time line 87385406

- Visit 27/02/2018 23:18 12 days ago 11:18 PM
- Visit 27/02/2018 21:03 13 days ago 9:03 PM
- Conversion 27/02/2018 20:48 13 days ago 8:43 PM
- Contact created 27/02/2018 20:39 13 days ago 8:39 PM
- Conversion 27/02/2018 20:39 13 days ago 8:39 PM
- Visit 27/02/2018 20:34 13 days ago 8:34 PM

Ottieni visibilità di eventi e interazioni in una linea di tempo dettagliata



- Segmenta, filtra, lista ed esporta
- Integrabile con CRM
- Integrazione contatti
- Storico completo delle attività

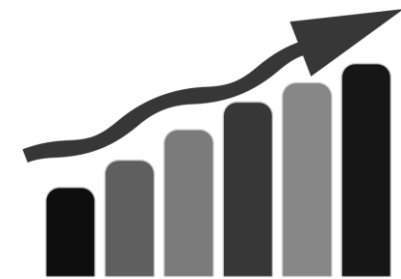
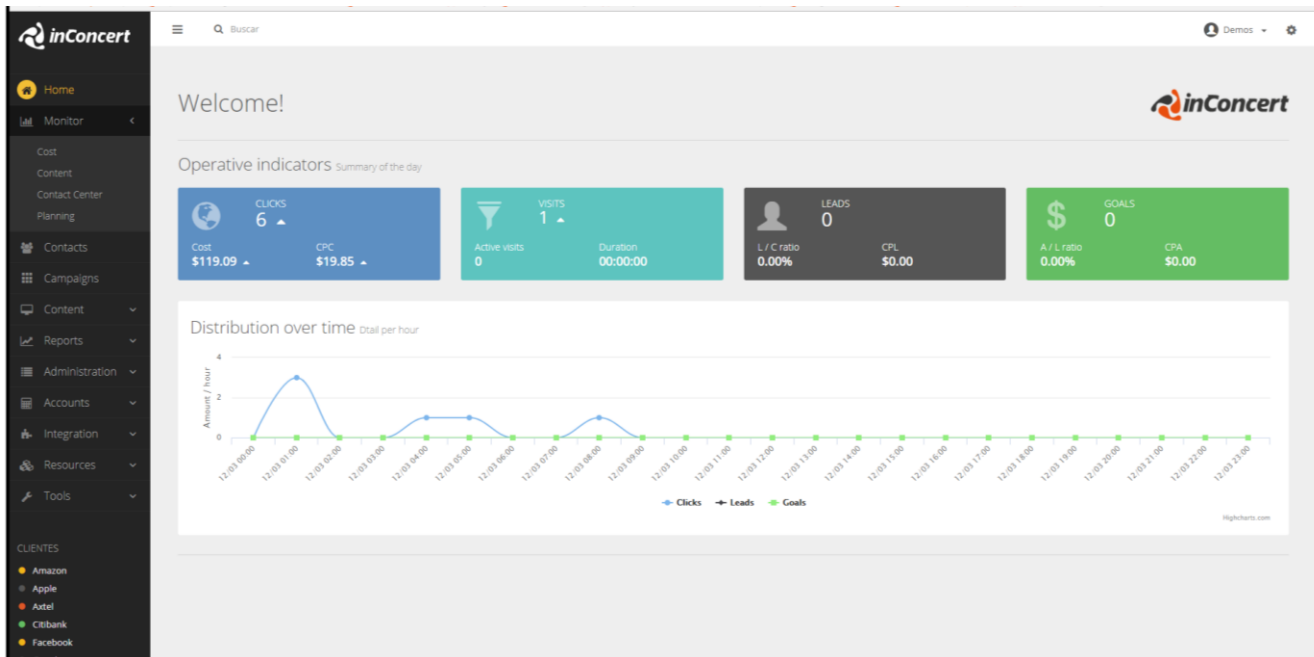
MARKETING & SALES: FUNZIONALITÀ

The screenshot displays the 'Channels' configuration page in the inConcert system. The interface includes a search bar at the top with the text 'Buscar' and a 'Demos' dropdown. A left-hand navigation menu lists various sections: Home, Monitor, Cost, Content, Contact Center, Planning, Contacts, Campaigns (highlighted), Content, Reports, Administration, Accounts, Integration, Resources, and Tools. Below the navigation menu, there is a 'CLIENTES' section with icons for Amazon, Apple, Axtel, Citibank, and Facebook. The main content area is titled 'Channels' and features a 'Click to call' toggle switch. Under 'Contact center:', there are several configuration fields: 'Associated environment' (Ambiente de pruebas (MWDB-E11A4)), 'Associated VCC' (Inconcert), 'Associated campaign' (C2C), 'Priority' (Fixed value), 'Fixed priority' (100), 'Client phone type' (Home), 'Country and area code' (Uruguay (+598)), 'Schedule call' (Call immediately), and 'Schedule call (out of hour)' (Call immediately). A 'Use dynamic rules' checkbox is also present. The 'Conversion:' section contains text input fields for 'Message in successful case' and 'Message in successful case (out of hour)', both containing the text 'Te llamaremos en breve'. A 'Thankyou Page:' field is also visible at the bottom.



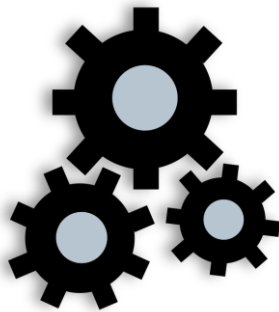
Le campagne omnicanale integrano il marketing digitale con tutti gli strumenti di interazione

MARKETING & SALES: FUNZIONALITÀ



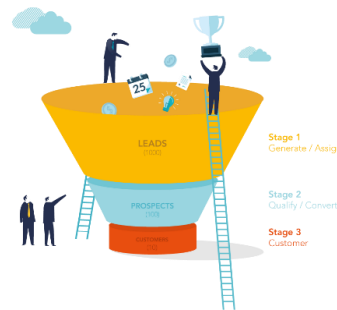
Visualizza i KPI e la loro distribuzione ora per ora, dalla prima visita alla finalizzazione

MARKETING & SALES: BENEFICI



Riduzione CPA

- Interazione marketing digitale & vendita nel cc
- Lead immediatamente disponibili nel cc
- Retroalimentazione costante



Aumenta il tasso di conversione

- Set di soluzioni nativamente integrate nel cc:
 - videoCall
 - Click2Call
 - Chat
 - eMail



Trasforma e diversifica le tue strategie di acquisizione

- Segui i cambiamenti dei tuoi clienti
- Anticipa i competitor
- Contatta lead profilati e potenzialmente interessati



Monetizza il tuo investimento in digital media

- Calibrazione degli investimenti in base ai dati raccolti
- Ottimizzazione in tempo reale

CONCLUSIONI

Nuovi scenari
consumer-driven



Il contact center
deve parlare con
voce unisona

inConcert *marketing and sales* integra il marketing digitale in un contact center omnicanale fornendo un processo di attrazione del cliente più robusto, integrato e personalizzato