

salesforce

Guida operativa al marketing per i pionieri della gestione clienti

Potenzia il tuo marketing con il sistema CRM più intelligente per i percorsi cliente individuali.



Contenuti

Panoramica dei contenuti	3
Capitolo 1: L'era del cliente	4
Capitolo 2: Cos'è Salesforce per il settore marketing?	6
Capitolo 3: Gestione dei percorsi cliente	8
Capitolo 4: Pubblicità	10
Capitolo 5: Venditori	12
Capitolo 6: Commercio digitale	14
Capitolo 7: Messaggistica e-mail	16
Capitolo 8: Messaggistica mobile	18
Capitolo 9: App mobili per i clienti	20
Capitolo 10: App per la produttività e la collaborazione dei dipendenti	22
Capitolo 11: App per informazioni dettagliate e approfondite per i dipendenti	24
Capitolo 12: Prodotti connessi	26
Capitolo 13: Social network	28
Capitolo 14: Community	30
Capitolo 15: Assistenza clienti	32
Riepilogo	34



Panoramica dei contenuti

Le operazioni di marketing di maggior successo sono incentrate sul cliente per qualsiasi esperienza e interazione con l'azienda, abbracciando tutti i prodotti, i team di vendita e i processi di assistenza. I marchi come Uber, Amazon e Fitbit aderiscono a questa filosofia offrendo ai clienti esperienze personali.

Nelle pagine che seguono, tratteremo questi argomenti:

- Il marketing nell'era del cliente
- Un'introduzione a Salesforce per il settore marketing
- Storie di successo dei clienti e funzionalità dei prodotti

Siamo qui per aiutare gli addetti al marketing a diventare pionieri nella gestione dei clienti, promuovendo tutti gli aspetti dell'attività. Tutto questo rende il nostro sistema CRM il più intelligente per i percorsi cliente individuali.

Ecco cos'è Salesforce per il settore marketing.



L'era del cliente

Oggi, i clienti si aspettano una relazione personale con il tuo marchio. Quattro novità rivoluzionarie hanno trasformato la tecnologia alla base del marketing:

Cloud computing

Gli addetti al marketing possono creare e gestire le campagne molto velocemente senza dipendere da infrastrutture, reparti IT o tecnologie obsolete.

Funzionalità mobili

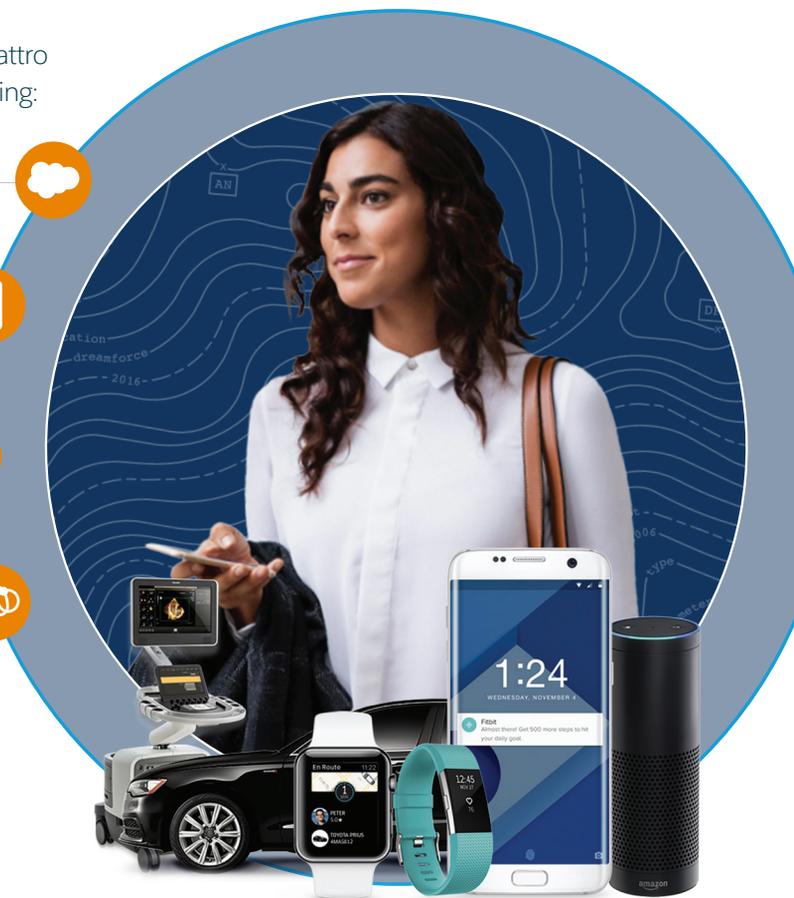
I messaggi di marketing, gli avvisi e le app mobili aiutano gli addetti al marketing a creare esperienze cliente interconnesse, promuovere la personalizzazione e migliorare le campagne multicanale.

Social network

Tramite i social network basati sull'identità, gli addetti al marketing possono raccogliere i dati social e utilizzarli per creare annunci, consigli e per l'assistenza clienti, nonché per promuovere le iscrizioni alle e-mail e il download di app.

Intelligenza artificiale

L'IA consente di automatizzare le operazioni di marketing, consigliare nuovi prodotti o le offerte migliori e raccogliere informazioni dettagliate su traffico, vendite, assistenza e metriche di marketing, il tutto in fase di svolgimento.



oltre 46

volte in cui un utente medio controlla il telefono ogni giorno ¹

Il 44%

dei dirigenti ritiene che il vantaggio più importante offerto dall'IA siano "le comunicazioni automatizzate che forniscono dati utilizzabili per prendere decisioni". ²

¹ Analisi di Deloitte "Global Mobile Consumer Survey: US Edition".

² Rapporto di ricerca "2015 State of Artificial Intelligence & Big Data in the Enterprise" di Narrative Science.



Le sfide del marketing odierno



Nell'era del cliente, gli addetti al marketing devono affrontare cinque ostacoli:

Reparti e dati isolati

Molte aziende dispongono ancora di funzioni aziendali separate che archiviano dati, budget e software in compartimenti stagni. Ciò rende difficoltosa la collaborazione, nonché la creazione di una visione di insieme di ogni cliente.

Esperienze scollegate lungo tutto il ciclo di vita dei clienti

I clienti si aspettano relazioni personali con i marchi, indipendentemente dal fatto che abbiano appena conosciuto un prodotto, ne siano sostenitori di lunga data o ricadano in casi intermedi.

Canali scollegati

Coordinare contenuti e campagne su diversi canali può richiedere molto tempo e denaro. Inoltre, per garantire interazioni personalizzate, gli addetti al marketing devono avere un quadro di insieme del comportamento dei clienti in ogni canale, nessuno escluso.

Strumenti di marketing e dati analitici diversi

Oggi il mondo produce più dati che mai e gli addetti al marketing necessitano di una serie di strumenti integrati per organizzare i propri dati e condurre le operazioni di marketing in modo più veloce, più efficiente e più predittivo.

Mantenimento di sicurezza, scalabilità e disponibilità

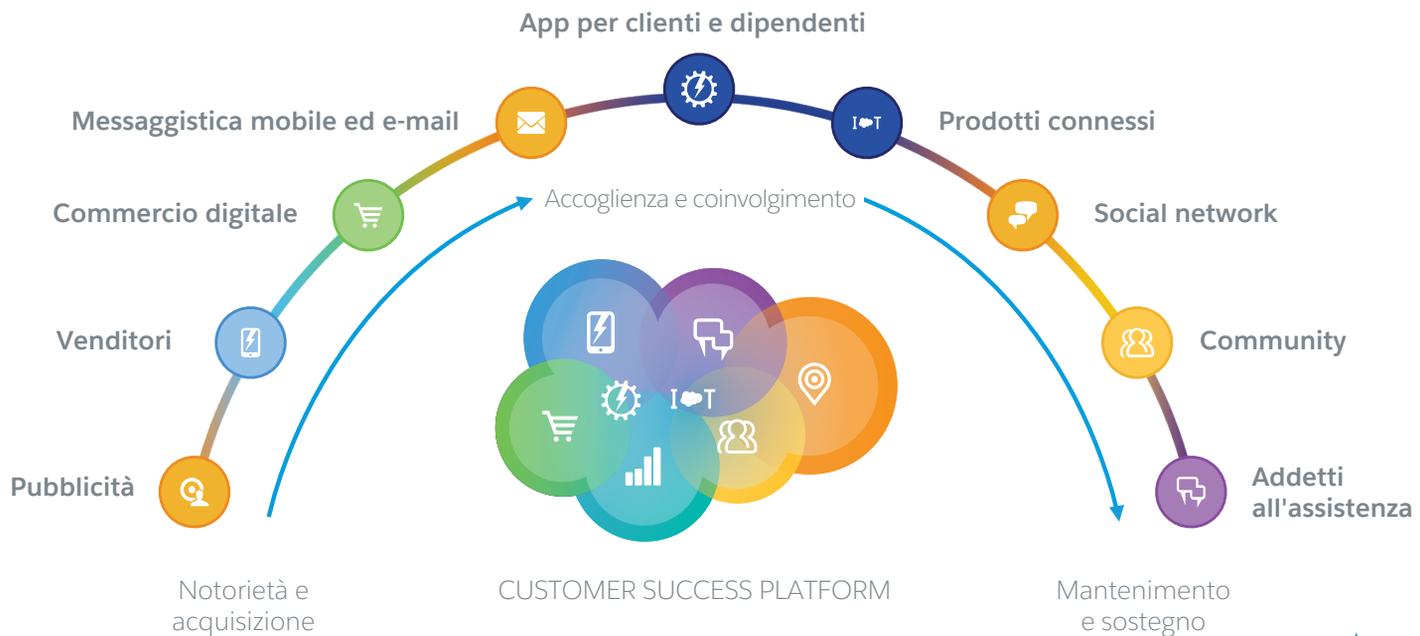
Alcuni addetti al marketing sono costretti a utilizzare tecnologie vecchie di decenni, ciò complica la protezione dei dati, considerando che i clienti non condividono i propri dati personali se non si sentono al sicuro. Inoltre, gli addetti al marketing devono poter accedere ai dati in qualsiasi momento e da qualunque luogo.

Per ogni sfida delineata in questo capitolo esiste una soluzione:



Cos'è Salesforce per il settore marketing?

Salesforce Customer Success Platform è l'unico set di strumenti completi e integrati per gli addetti al marketing che consente di mettere in correlazione vendite, assistenza, community, dati analitici, app, IoT e commercio. Crea esperienze cliente di qualità in ogni punto di contatto con il tuo marchio, comprese le interazioni in ambito di marketing, vendita e assistenza.



Scopri la Customer Success Platform

Salesforce per il settore marketing si basa su tre importanti aspetti delle strategie di marketing personalizzate:

Gestione dell'esperienza

Osserva, connetti, automatizza e analizza ogni esperienza cliente su vasta scala. Ottimizza le interazioni per aumentare ricavi e ROI.

Intelligenza artificiale

Prevedi il pubblico, i contenuti, il canale e i tempi di invio migliori per ogni interazione con i clienti e consiglia l'offerta migliore, il tutto in modo automatico.

Gestione dei dati

Acquisisci i dati da qualsiasi fonte e dispositivo. Identifica, segmenta e attiva il pubblico e ottieni un profilo dati più completo di ogni cliente.



Nei capitoli successivi, illustreremo ogni soluzione Salesforce utilizzabile dagli addetti al marketing per portare i clienti dalla notorietà al sostegno e presenteremo una storia di successo dei clienti per ognuna di esse.



GESTIONE DEI PERCORSI CLIENTE

Crea percorsi cliente personalizzati

Personalizza ogni interazione su più canali digitali e con i tuoi prodotti e i tuoi dipendenti. Ecco come:

Osserva le indicazioni sui tuoi clienti in tutti i punti di contatto con il tuo marchio.

Gli addetti al marketing possono incontrare i clienti nel luogo in cui si trovano anticipando gli eventi e agendo di conseguenza.

Una connessione unica attraverso un'esperienza cliente omogenea.

Accogli, coinvolgi, riconquista, vendi e offri assistenza unificando la tua strategia da tutte le operazioni di marketing, vendita e assistenza.

Automatizza le interazioni personali.

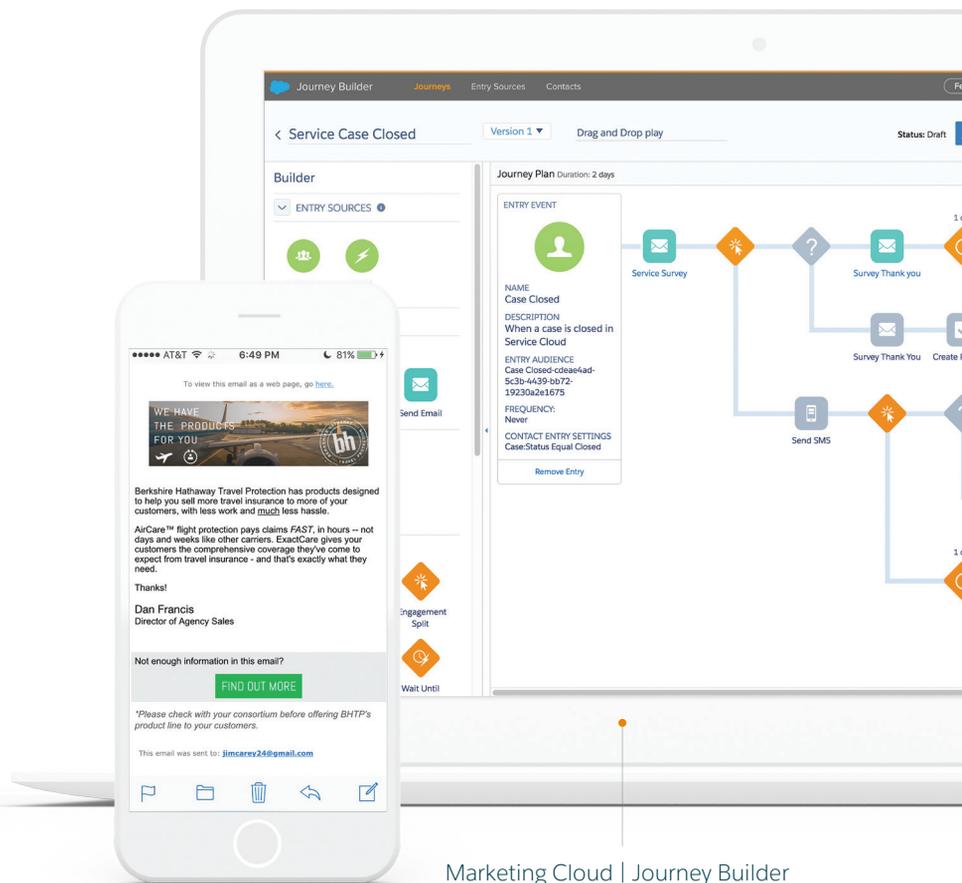
Crea la strategia una volta sola e offri un'esperienza cliente unica per ogni singolo individuo su vasta scala, in questo modo puoi concentrarti sulla crescita dell'azienda.

Analizza e ottimizza in movimento.

Mantieni l'agilità nelle tue operazioni di marketing, comprendendo gli elementi che funzionano e quelli che richiedono interventi. Adattati facilmente alle nuove situazioni e ottieni i risultati migliori man mano che i clienti si evolvono.

Scopri di più su Journey Builder.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



Marketing Cloud | Journey Builder



In evidenza



I venditori di Berkshire Hathaway vivono un'esperienza che mette in connessione risorse umane, vendite e marketing.

Quando un potenziale venditore visita il sito Web di Berkshire Hathaway Travel Protection e si iscrive per ottenere maggiori informazioni, Journey Builder invia un'e-mail che descrive i vari vantaggi offerti da Berkshire Hathaway. Quando il nuovo arrivato interagisce con l'e-mail, viene aperta un'opportunità di Sales Cloud e l'utente riceve una chiamata personale dal team di Berkshire Hathaway per discutere dei vantaggi offerti dalla vendita dei loro prodotti. Dopo che il venditore si unisce al team, Berkshire Hathaway continua a interagire inviando regolarmente e-mail ed SMS sui nuovi prodotti, sulle opportunità di formazione e sui progressi del venditore rispetto agli obiettivi di vendita.

Grazie alle funzionalità per la mappatura del percorso offerte da Salesforce, Berkshire Hathaway ha visto un aumento del 300-400% nel numero di agenzie di viaggi accolte dal team di vendita ogni settimana. In questo modo, il team risparmia due o tre mesi di lavoro all'anno.

■ Grazie a Salesforce, connettiamo le interazioni di vendita, assistenza e marketing, per creare un'esperienza coerente e variegata per ogni cliente, in base al modo in cui essi interagiscono con il marchio. ■

BRAD RUTTA

*Vice Presidente settore Marketing
Berkshire Hathaway Travel Protection*



PUBBLICITÀ

Crea annunci che ispirino all'azione

Promuovi notorietà e acquisizione. Ecco come:

Acquisisci, unifica e attiva i dati dei clienti.

Raccogli i dati da più fonti, compreso il CRM e archivali in un unico luogo sicuro. Crea una visione più completa di ogni cliente e crea pubblicità digitali mirate in modo più preciso.

Rendi le campagne pubblicitarie coerenti con gli altri canali.

Journey Builder ti consente di connettere la pubblicità al resto dell'attività, dalla strategia di marketing ai team di vendita.

Gestisci le campagne in tutti i canali pubblicitari digitali.

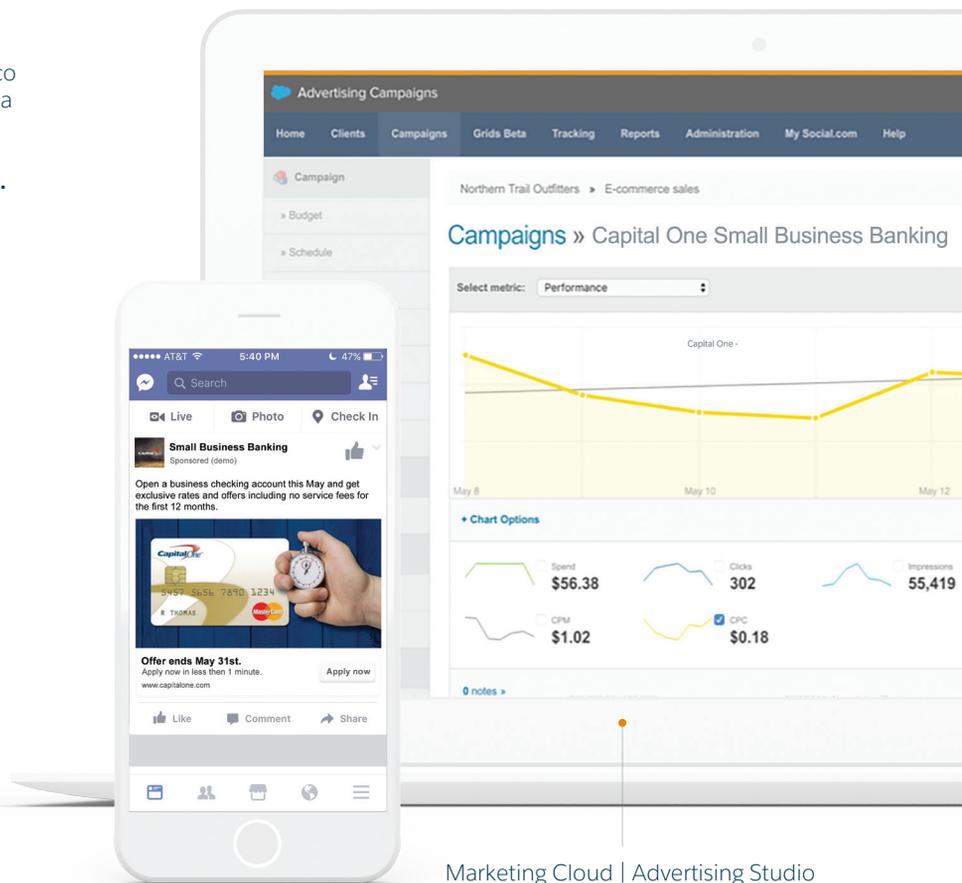
Crea campagne pubblicitarie sofisticate per le ricerche e le visualizzazioni, nonché pubblicità sui social network.

Acquisisci lead direttamente da Facebook.

Effettua l'integrazione con la più grande piattaforma di social network al mondo per ottenere lead direttamente nella Customer Success Platform.

Scopri di più su Advertising Studio.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



Marketing Cloud | Advertising Studio



In evidenza



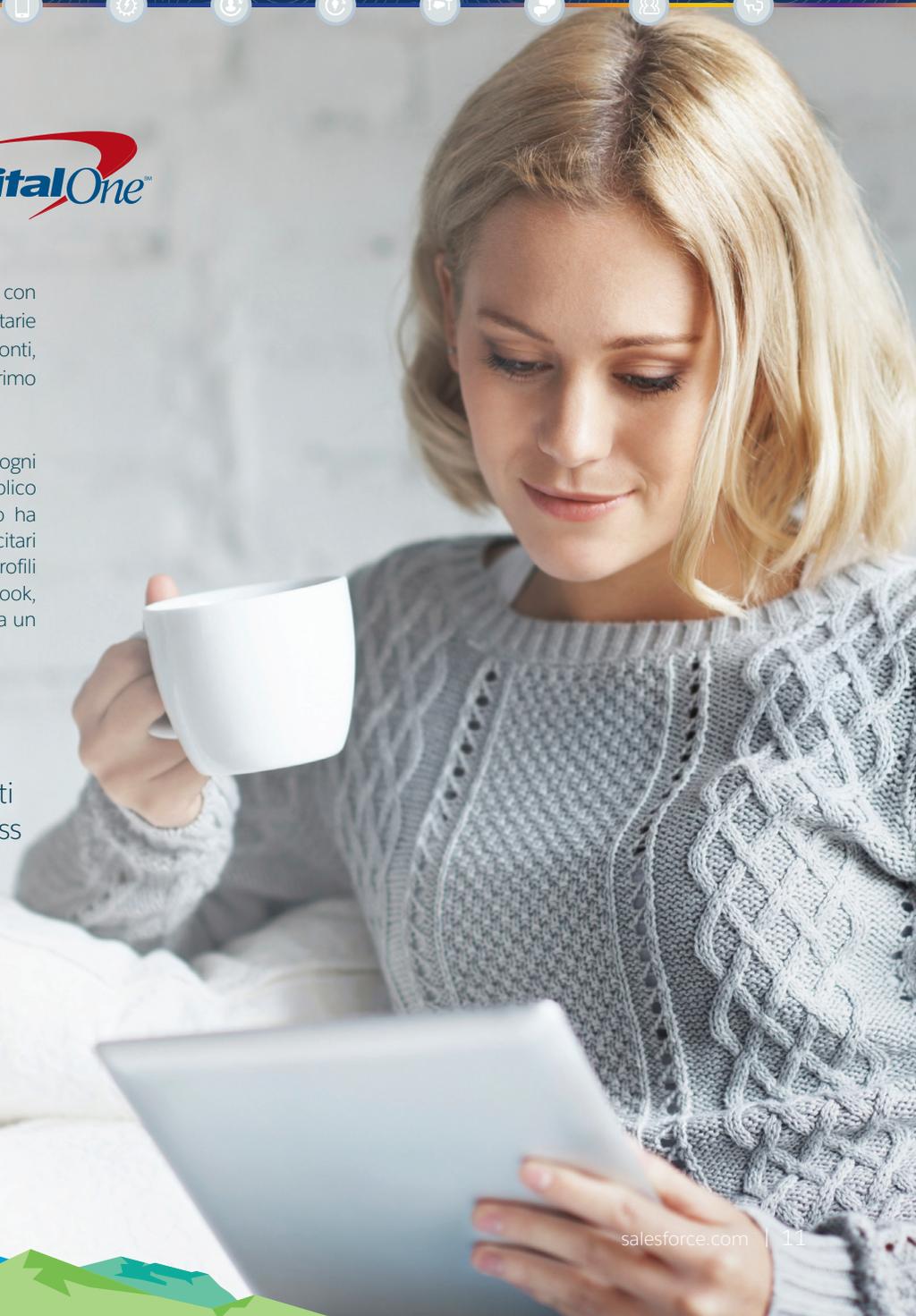
Capital One collabora con Salesforce per entrare in contatto con i titolari di piccole imprese attraverso campagne pubblicitarie basate sui dati. Raccogliendo le informazioni sui clienti da più fonti, garantisce ai lead un'esperienza personalizzata e fluida dal primo contatto fino alle interazioni dirette con gli operatori bancari.

Il team di Capital One dispone di un profilo dati completo di ogni cliente esistente. Per acquisire nuovi lead, ha creato un pubblico di riferimento dei clienti migliori in Marketing Cloud e lo ha sincronizzato in modo protetto con i più grandi canali pubblicitari digitali, compresi Facebook e Google. Unendo questi profili esistenti con i dati articolati provenienti da canali come Facebook, l'azienda ha potuto creare un pubblico simile per rivolgersi a un insieme noto di prospect.

■ ■ L'aspetto migliore della pubblicità visiva è che possiamo trovare gli utenti nei contesti in cui desiderano trovarsi. Customer Success Platform ci offre l'opportunità di mirare direttamente ai momenti. ■ ■

MATT LATTMAN

*Senior Business Director,
Servizi bancari per le piccole imprese
Capital One*



VENDITORI

Svolgi operazioni di marketing apprezzate dai team di vendita

Aiuta i venditori a concludere più trattative. Ecco come:

Fai crescere la pipeline con lead di qualità.

Salesforce ti consente di classificare i clienti in base al modo in cui interagiscono con i contenuti e di metterli in contatto con i venditori nel momento preciso del ciclo di vendita in cui sono più propensi ad acquistare.

Accelera ciclo di vendita con la personalizzazione.

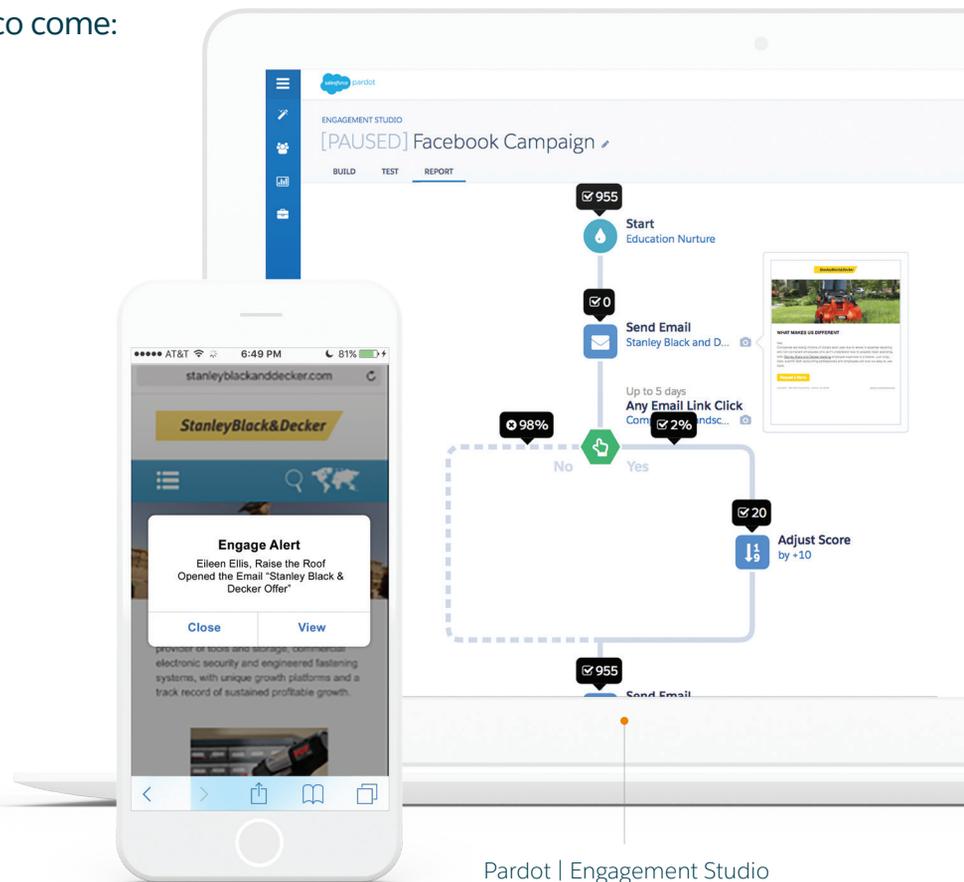
Acquisisci le informazioni sul cliente nel luogo dove avviene l'interazione, segmenta i clienti in base alle informazioni in tuo possesso, ottimizza i contenuti per il pubblico e proponi i contenuti più pertinenti all'acquirente di destinazione.

Misura il ROI del marketing

Scopri l'impatto del marketing sui ricavi durante la gestione del ciclo di vita dei clienti. Monitora i prospect dalla generazione di lead alla conclusione positiva delle trattative e tieni traccia dei guadagni rispetto all'investimento.

Scopri di più su Pardot.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza

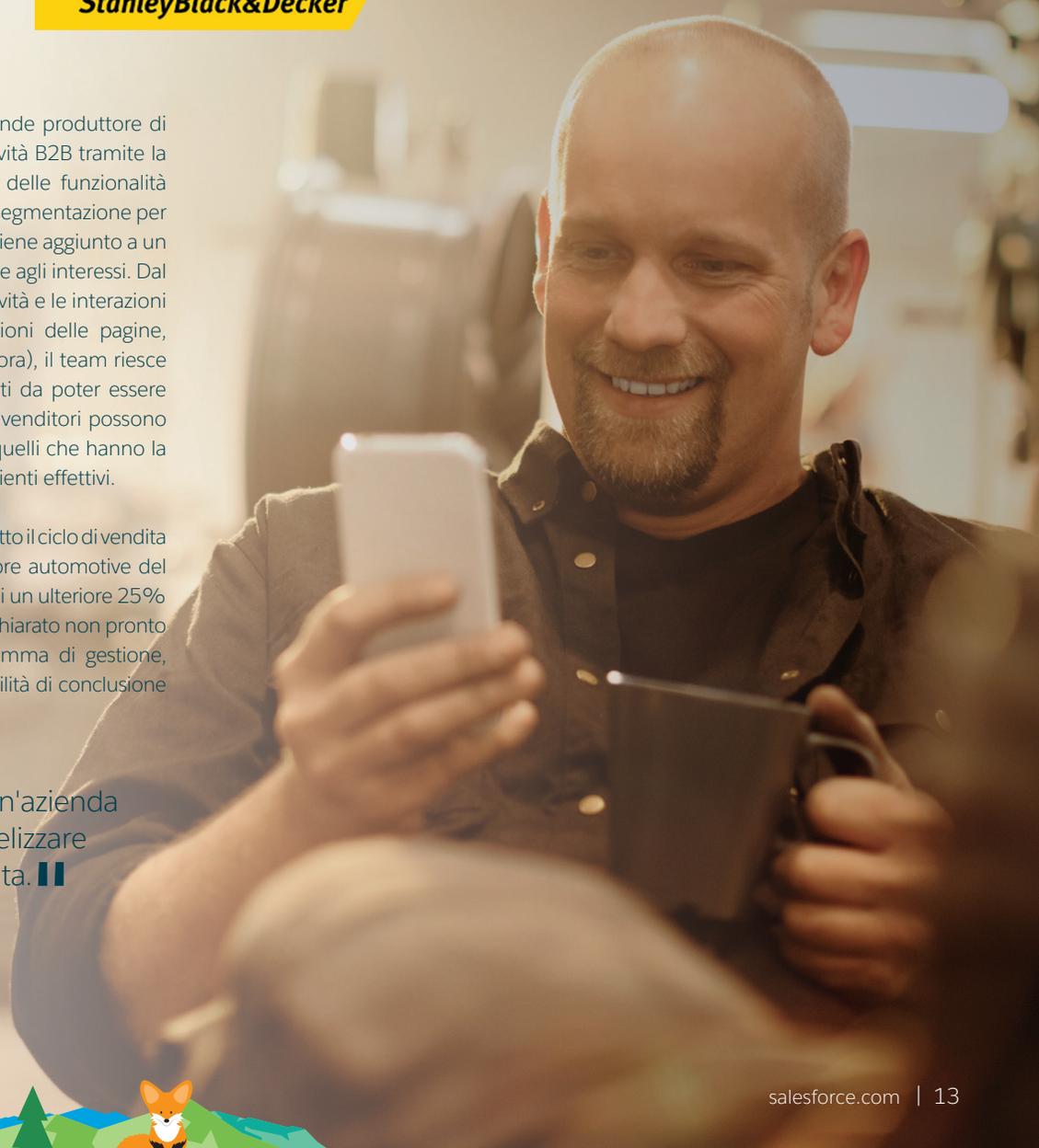
StanleyBlack&Decker

Il team di Stanley Black & Decker, il più grande produttore di utensili al mondo, ha scelto di gestire le attività B2B tramite la nostra Customer Success Platform per via delle funzionalità complete offerte. Il team utilizza le regole di segmentazione per rivolgersi al pubblico, mentre ogni prospect viene aggiunto a un programma di gestione personalizzato in base agli interessi. Dal momento che vengono misurate tutte le attività e le interazioni dei prospect (visite ai siti Web, visualizzazioni delle pagine, selezione e apertura delle e-mail e altro ancora), il team riesce a individuare i prospect abbastanza coinvolti da poter essere contattati per la vendita. In questo modo, i venditori possono concentrarsi sui lead più qualificati, ovvero quelli che hanno la maggiore probabilità di essere convertiti in clienti effettivi.

Di conseguenza, StanleyBlack&Decker ha ridotto il ciclo di vendita per l'immagazzinamento industriale e il settore automotive del 30% nel primo anno di implementazione e di un ulteriore 25% nel secondo anno. Il 60% dei lead è stato dichiarato non pronto alla vendita ed è stato indirizzato al programma di gestione, passando alla vendita solo quando le probabilità di conclusione positiva risultavano elevate.

■ ■ Per noi è fondamentale essere un'azienda orientata al cliente. Vogliamo fidelizzare ogni singolo cliente per tutta la vita. ■ ■

ROBERT HOLMES
*Direttore marketing,
Mac Tools
Stanley Black & Decker*



COMMERCIO DIGITALE

Promuovi il commercio in qualsiasi luogo avvenga

Offri esperienze di acquisto unificate, sia online che nei negozi. Ecco come:

Coordina le esperienze di acquisto in tutti i canali digitali.

Trasforma l'esperienza commerciale digitale in tutti i canali digitali, compresi Web, dispositivi mobili e social network.

Esegui le transazioni e gestisci le operazioni dei negozi.

Offri le funzionalità dei punti vendita, in modo che i rivenditori possano eseguire transazioni in tempo reale e gestire le operazioni interne come vendite, restituzioni e cambi merce.

Integra l'intelligenza predittiva nelle offerte e nelle comunicazioni.

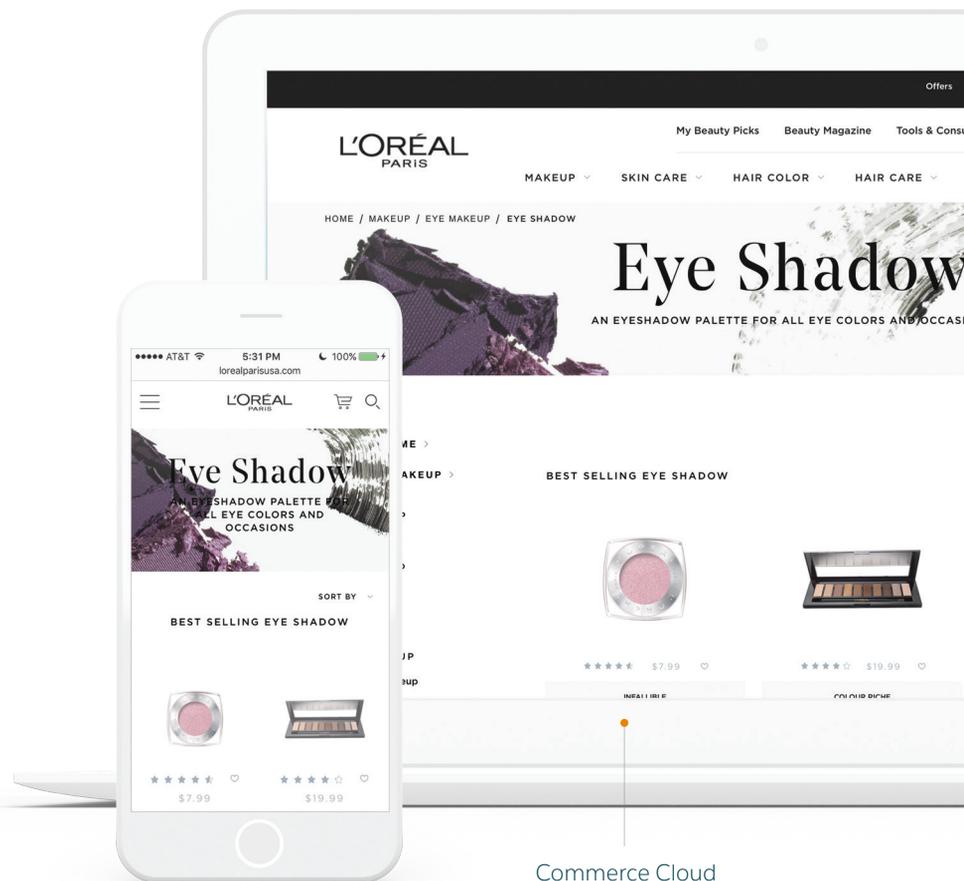
Incorpora la personalizzazione in un'esperienza commerciale unificata attraverso suggerimenti predittivi sul Web e tramite e-mail.

Potenzia i servizi commerciali per aumentare la soddisfazione.

Tutti i clienti e i partner utilizzano la stessa versione del software, ovvero quella attuale. Gli utenti Salesforce sono parte di una grande comunità di membri alla pari che condividono idee, informazioni dettagliate e ispirazioni.

Scopri di più su [Community Cloud](#).

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza | L'ORÉAL®

NYX, una divisione di L'Oréal, è un innovatore digitale del settore dei cosmetici coloranti. Il team di NYX si affida a Salesforce per integrare immagini e video commerciali di persone reali che utilizzano i cosmetici, affinché i potenziali clienti possano verificare l'effetto di un dato prodotto.

L'Oréal sta personalizzando il più possibile l'esperienza e-commerce, rendendo al contempo più digitale l'esperienza in negozio. Il team raccoglie selfie approvati proposti dal pubblico sui social network per utilizzarli nello store online. Gli algoritmi analizzano la qualità delle immagini e quelle ritenute commercialmente efficaci vengono contrassegnate come positive e reinserite nel sistema per il riutilizzo.

Nei negozi fisici, i clienti possono scansionare il codice a barre di un prodotto con lo smartphone per visualizzare immagini che mostrano gli effetti del prodotto su persone reali. Le immagini sono quelle generate dagli utenti e visualizzate dai clienti online e questo determina una continuità dei contenuti sia nelle esperienze digitali che in negozio.

|| Acquistare prodotti NYX sul telefono e visitare un negozio fisico costituiscono entrambi un'unica esperienza omogenea. ||

BERNICE MERLINI

*Responsabile marketing per l'e-commerce
L'Oréal/NYX Cosmetics*



MESSAGGISTICA E-MAIL

Ottieni risultati con le e-mail

Personalizza le e-mail pertinenti su vasta scala e sfrutta il generatore di ROI di marketing numero 1 al mondo. Ecco come:

Crea e-mail efficaci rapidamente con gli strumenti per la collaborazione.

Memorizza e condividi risorse già approvate e imposta regole di approvazione personalizzate per aiutare i team a creare rapidamente e-mail e campagne coinvolgenti.

Crea messaggi intelligenti.

Inserisci contenuti pertinenti nell'e-mail in base al comportamento e alle caratteristiche dei clienti tramite un efficace linguaggio di script e contenuti dinamici.

Adotta un atteggiamento orientato al mobile.

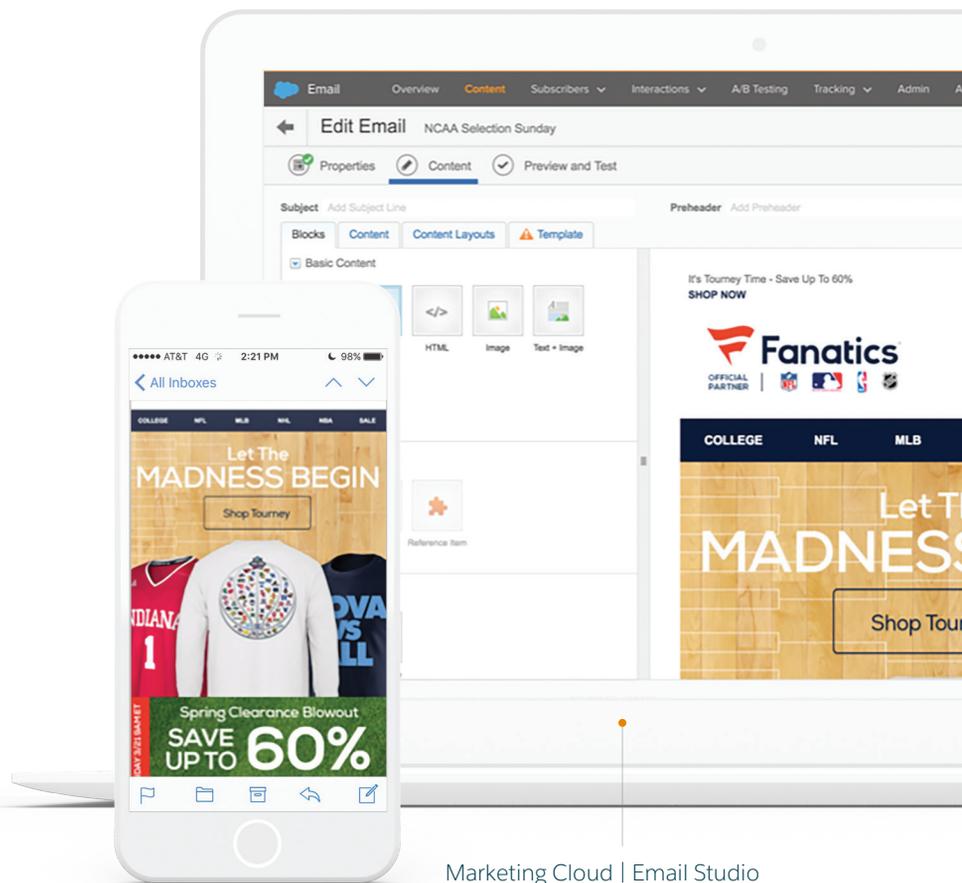
Crea modelli personalizzati che conferiscono alle e-mail un aspetto ottimale sui dispositivi mobili, il mezzo principale con cui gli iscritti consultano i messaggi e-mail.

Invia milioni di messaggi in pochi minuti.

Che il tuo team sia composto da pochi membri o sia talmente grande da occupare più uffici, puoi creare e inviare e-mail personalizzate in modo più efficiente che mai.

Scopri di più su Email Studio.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



Marketing Cloud | Email Studio



In evidenza | Fanatics

La capacità di Fanatics di interagire con i clienti sugli eventi sportivi più importanti e in tempo reale non ha rivali e questo ha reso l'azienda il più grande rivenditore al mondo di prodotti a tema sportivo. L'azienda utilizza Salesforce per personalizzare le campagne e-mail su vasta scala. "Considerato l'enorme numero di squadre e il flusso infinito di notizie sportive, le e-mail inviate ai fan ogni anno sono nell'ordine dei miliardi", ha affermato Jonathan Wilbur, direttore del CRM.

Grazie ai modelli e agli strumenti di Salesforce, compreso AMPscript per i contenuti dinamici, il team di Fanatics può cogliere l'attimo quando arrivano importanti notizie sportive. Il team ha creato script che cercano i dati degli utenti per visualizzare le squadre preferite dai fan, estrarre i punteggi e le statistiche in tempo reale dai feed dei fornitori e personalizzare i marchi tramite gli ID dei partner. Il risultato è la creazione di campagne personalizzate in base a segmenti stratificati. In altri termini, Fanatics offre ai clienti prodotti pertinenti e coerenti con le loro squadre del cuore nel momento più opportuno.

|| Siamo davvero in grado di impostare una campagna in pochi minuti. Nel 2015 abbiamo inviato circa 3,5 miliardi di messaggi. ||

JONATHAN WILBUR
Direttore del CRM
Fanatics



MESSAGGISTICA MOBILE

Entra in contatto con i clienti nei momenti importanti su mobile

Invia avvisi in base al comportamento e alle azioni dei clienti tramite SMS, notifiche push nell'app e messaggi di gruppo. Ecco come:

Collega la strategia mobile agli altri canali.

Utilizza le strategie mobili per promuovere le iscrizioni alle e-mail. Aumenta fan e follower sui social network e promuovi le visite al sito Web o al negozio online.

Invia avvisi tempestivi o promemoria all'istante.

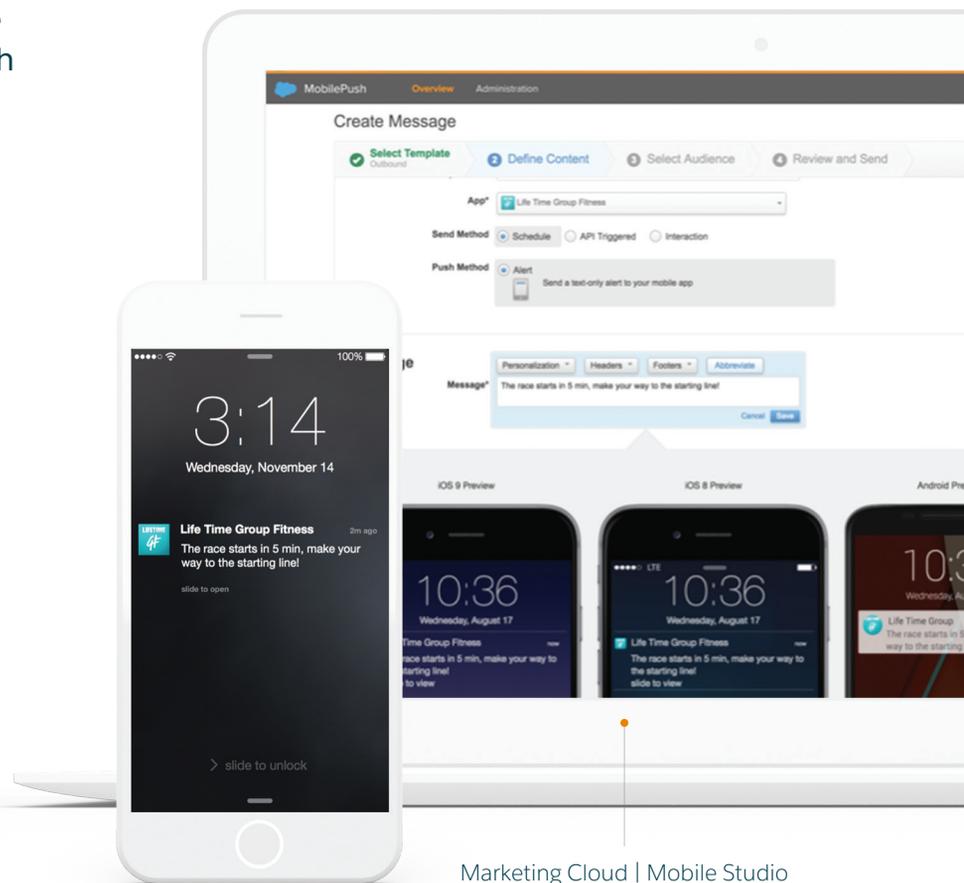
Invia notifiche su promozioni o saldi e rispondi all'istante alle tendenze del settore con contenuti mobili pertinenti.

Rivolgiti ai clienti in base alla tecnologia geofencing.

Interagisci con i clienti più vicini a te tramite la tecnologia geofencing per inviare messaggi in base alla vicinanza al negozio o al tuo evento.

Scopri di più su Mobile Studio.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza

LIFETIME™

THE HEALTHY WAY OF LIFE COMPANY

Life Time, l'azienda che promuove uno stile di vita salutare, sta trasformando il modo di comunicare tramite un'esperienza omogenea e multicanale che utilizza i dati dei membri per creare comunicazioni personalizzate, conseguendo un ROI del 154%.

Ogni membro di Life Time ha obiettivi di fitness personali. Ad esempio, se un membro arriva con i due figli, il team di Life Team sa che dovrà comunicare in modo diverso rispetto a chi si allena per il triathlon. Ogni membro vive un'esperienza personale e necessita di informazioni diverse per raggiungere i propri obiettivi in termini di salute, aspirazione atletica e fitness.

■ Il contenuto di ogni comunicazione tramite e-mail, online, SMS o notifiche mobili aiuta i clienti a vivere la propria esperienza fino al raggiungimento degli obiettivi personali. ■■

RENEE MAIN

*Vice Presidente Marketing,
Acquisizione Membri e Mantenimento
Life Time*

APP MOBILI PER I CLIENTI

Crea app in un batter d'occhio

Crea velocemente app interattive per interagire con i clienti. Ecco come:

Crea, distribuisci, monitora e dimensiona le app in una piattaforma basata sul cloud.

Crea velocemente le app sulla più importante piattaforma per applicazioni in cloud.

Promuovi fidelizzazione e commercio.

Aumenta le interazioni premiando i clienti migliori e usa i loro dati per creare promozioni commerciali attraverso esperienze su un'app con il tuo marchio.

Integra tutti i dati Salesforce per offrire esperienze nell'app ancora più personalizzate.

Utilizza i dati sui clienti ricavati da vendite, assistenza e marketing per creare i messaggi nelle app mobili. Personalizza in modo pertinente notifiche push, offerte, prodotti e molto altro.

Scopri di più su App Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



App Cloud | Heroku



In evidenza



Grazie all'app Red Robin Royalty realizzata con Salesforce, il ristorante offre premi standard, come hamburger gratis o coupon, nonché premi esclusivi e divertenti personalizzati in base al cliente. Ad esempio, in clienti più esclusivi possono essere invitati a partecipare ai tour nei nuovi ristoranti o provare nuovi menu prima del pubblico generico. Oppure, le madri possono essere invitate a eventi speciali nel mese di Maggio.

Inoltre, Red Robin offre un'ottima esperienza cliente a milioni di membri del programma Royalty, garantendo ai team interni l'accesso a tutti i dati sui membri di cui hanno bisogno, con una visione di insieme unica per ogni cliente.

|| Salesforce è davvero il motore di tutto questo. Se non ci fosse, non potremmo nemmeno immaginare di farcela da soli. ||

EVAN EAKIN
Vice Presidente IT
Red Robin



APP PER LA PRODUTTIVITÀ E LA COLLABORAZIONE DEI DIPENDENTI

Rendi gli addetti al marketing più veloci e produttivi

Rendi il tuo team di marketing una macchina efficiente e a performance elevate. Ecco come:

Aumenta la collaborazione fra i dipendenti.

Utilizza le app pronte all'uso come chat di gruppo e condivisione di documenti fogli di calcolo e file per promuovere la pianificazione e la collaborazione. Promuovi la comunicazione fra i dipendenti in tutti i reparti.

Scopri di più su Quip.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)

Aumenta la produttività con le app del marketplace numero 1 al mondo.

Installa e configura agevolmente migliaia di app. Ottieni più risultati, indipendentemente dalle dimensioni del tuo team di marketing.

Scopri di più su AppExchange.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)

Crea app di marketing personalizzate con pochi clic o codice.

Crea, gestisci, implementa e ottimizza agevolmente le app per gestione budget, eventi, RP e campagne. Sviluppa con strumenti a portata di mouse o framework aperti per una maggiore efficienza ed efficacia.

Scopri di più su Force.com

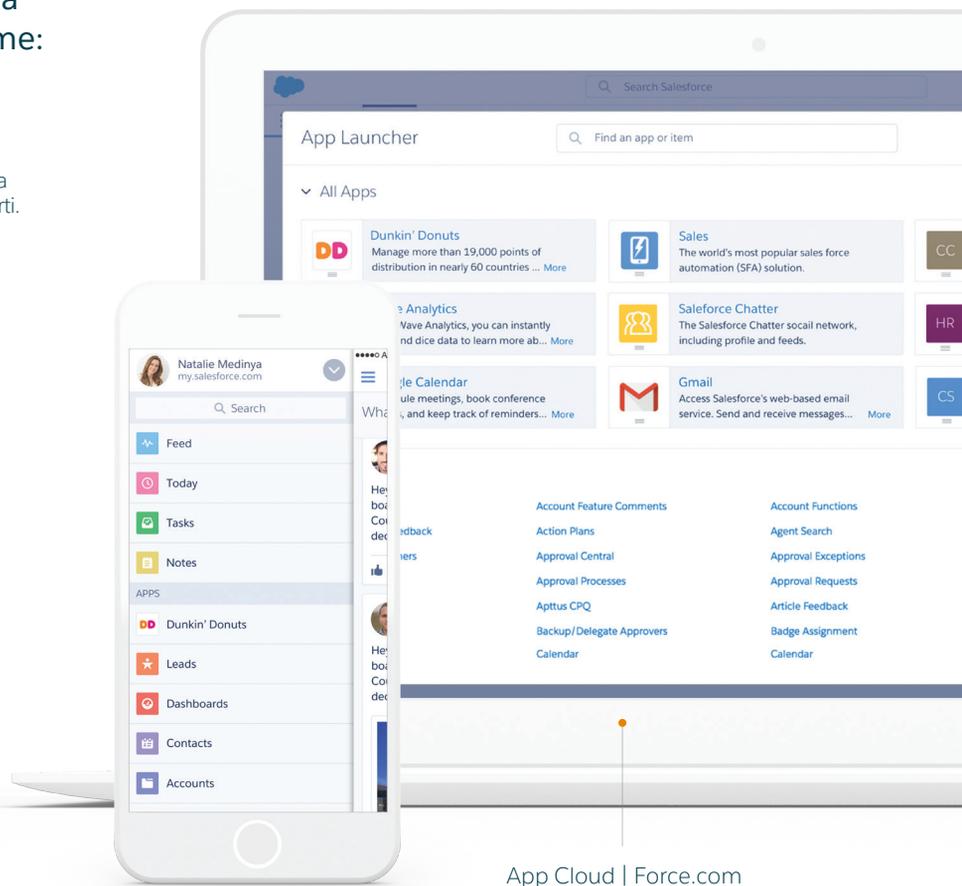
[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)

Gestisci le operazioni di marketing ovunque ti trovi.

Informati sulle operazioni di marketing in qualsiasi momento, da qualunque luogo ed esegui azioni all'interno delle campagne, come sospensione, ripresa, annullamento, approvazione e invio.

Scopri di più sull'app mobile Marketing Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza



I marchi di Dunkin' hanno raggiunto il primo posto per la fidelizzazione dei clienti nella propria categoria per nove anni di seguito e si stanno impegnando per migliorare ancora di più l'esperienza dei clienti. La tecnologia ha cambiato il modo in cui i clienti interagiscono con Dunkin' e il team di marketing sa bene che le loro aspettative sono più grandi che mai. Il team di Dunkin' era consapevole del fatto che per migliorare l'esperienza dei clienti occorreva partire dall'interno.

Dunkin' ha iniziato creando un processo di approvazione interno al franchising su Salesforce e ha ampliato diverse altre applicazioni sviluppate sulla Customer Success Platform, fra cui app dedicate al team di acquisto di contenuti multimediali e al team responsabile dell'area legale. Inoltre, Dunkin' ha personalizzato l'applicazione per i proprietari di franchising che hanno effettuato l'iscrizione. Oggi il processo è automatizzato per la scalabilità e offre ai membri del franchising un'esperienza semplice e omogenea.

|| Abbiamo creato un percorso personale molto puntuale e personalizzato per i nostri clienti, un modo per proporre l'offerta giusta, al momento e nel luogo giusti. Salesforce ci aiuta a realizzare tutto questo. ||

SCOTT HUDLER
Chief Digital Officer
Dunkin' Donuts



APP PER INFORMAZIONI DETTAGLIATE E APPROFONDITE PER I DIPENDENTI

Offri agli addetti al marketing gli strumenti per prendere decisioni basate sui dati

Aiuta il team a lavorare avendo ben chiara la tua strategia, i risultati e con la possibilità di ottimizzare lungo il percorso. Ecco come:

Osserva l'impatto diretto del marketing sui ricavi.

Crea una correlazione fra il marketing e i risultati di vendita memorizzando e visualizzando tutti i dati in un unico luogo con dashboard grafiche personalizzabili.

Accedi agevolmente ai dati.

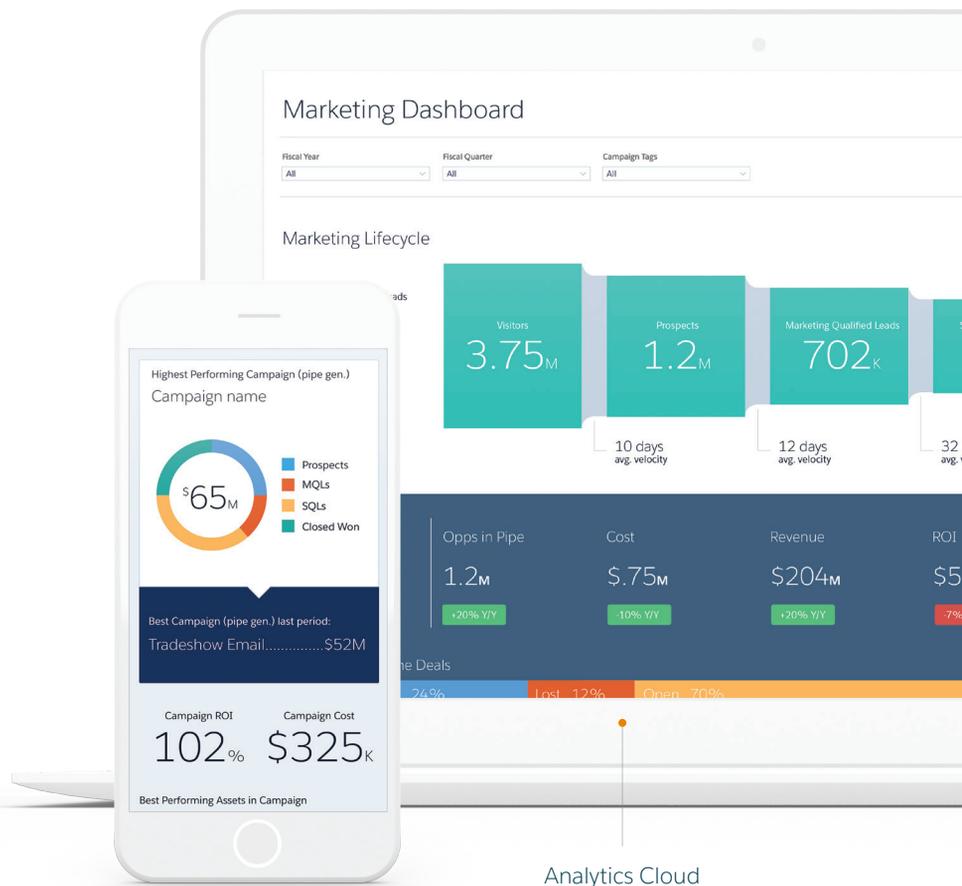
Accedi a più fonti di dati per migliorare in modo intelligente le performance della campagna nel momento esatto in cui è necessario.

Intervieni rapidamente in base a informazioni dettagliate.

Condividi il tuo pensiero da qualsiasi dispositivo e intervieni rapidamente come team con azioni basate sui dati per ottimizzare le interazioni e aumentare il ROI.

Scopri di più su Analytics Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza

Cox AUTOMOTIVE™

Cox Automotive è il leader mondiale nei servizi di remarketing dei veicoli e nel software e nel marketing digitale per il settore automotive, con un portfolio di marchi che include AutoTrader, Manheim, Kelley Blue Book e molti altri. Il team di Cox sfruttava un sistema precedente per la gestione dei dati, ma l'attività era in crescita e serviva un modo migliore e più veloce per creare rapporti sui risultati di marketing. L'obiettivo era mantenere semplice la gestione dei dati e al contempo poter innovare per la scalabilità, il tutto seguendo il ciclo di vita degli strumenti di marketing a disposizione.

Cox Automotive ha scelto Salesforce per la sua consolidata piattaforma di dati analitici, in grado di integrarsi alla perfezione con fonti di dati di terze parti. Cox ha acquisito la capacità di visualizzare le informazioni dettagliate di marketing in pochi secondi e non più in giorni o settimane. Il team di Cox Automotive sfrutta i dati di MarketingCloud in Wave per valutare le performance del marketing, monitorare i punti di contatto con i clienti nelle varie business unit e prendere decisioni veloci e informate che promuovono l'azienda.

“ Dobbiamo riunire i nostri marchi per creare una relazione personale con i nostri concessionari. Salesforce ci ha aiutato a realizzare tutto questo. ”

REBEKAH KING

*Dirigente Senior, Sistemi di marketing
Cox Automotive*



PRODOTTI CONNESSI

Trasforma i prodotti in esperienze connesse

Realizza prodotti connessi grazie all'Internet of Things Ecco come:

Connettiti a qualsiasi fonte di dati su vastissima scala.

Acquisisci miliardi di eventi da tutti i prodotti, servizi, dispositivi o app connessi.

Crea esperienze cliente attraverso i prodotti connessi.

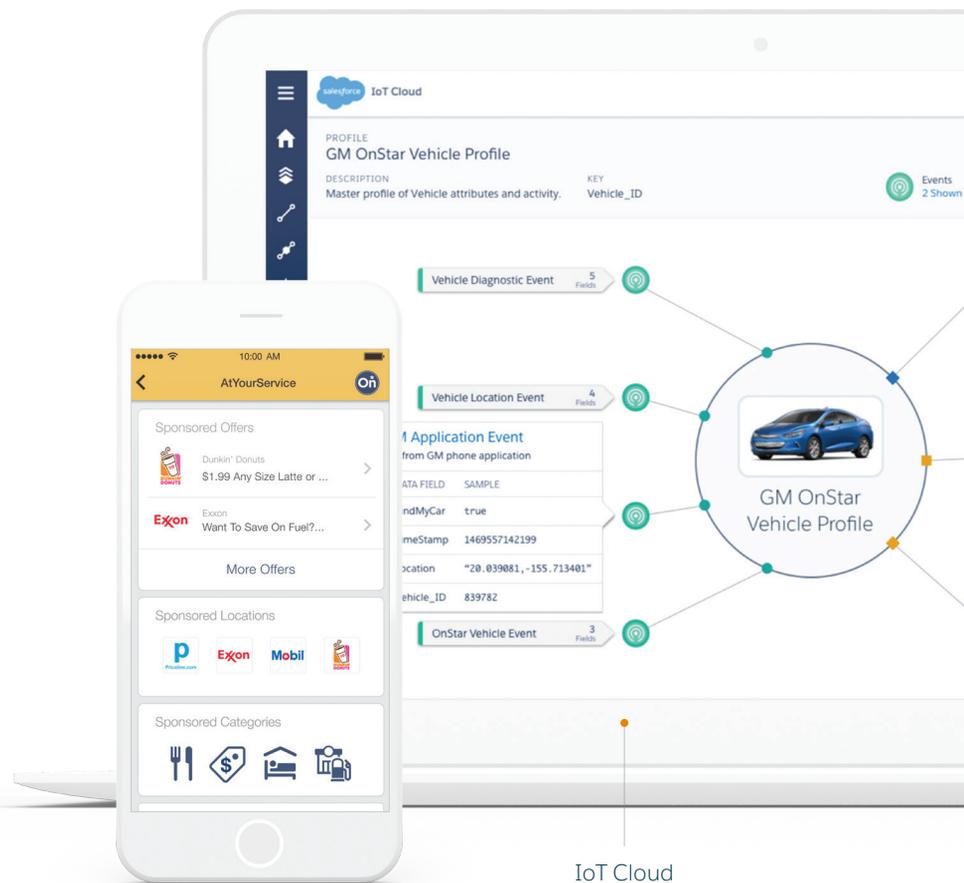
Sviluppa una logica in tempo reale per creare esperienze che coinvolgono vendite, assistenza e marketing.

Invia messaggi proattivi in tempo reale a ogni cliente nel momento più opportuno.

Riconquista i clienti che hanno smesso di interagire con il tuo prodotto o rispondi alle fasi di picco nelle interazioni con i prodotti inviando i messaggi giusti al momento giusto.

Scopri di più su IoT Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza



GM OnStar si è evoluta da un servizio di protezione e sicurezza a un'esperienza automobilistica completa. Il team di OnStar ha adottato la potenza della connettività 4G LTE per migliorare le esperienze degli automobilisti. L'azienda ha scelto Salesforce per raccogliere i dati dei veicoli, valutare il comportamento degli automobilisti, creare offerte e consigli sui prodotti predittivi e per raggiungere i clienti mobili nel momento più opportuno, ovunque si trovino.

Ad esempio, utilizzando la funzione AtYourService di OnStar, gli automobilisti possono visualizzare consigli sui ristoranti, i centri commerciali, le stazioni di rifornimento nelle vicinanze e molto altro. I clienti possono impostare le proprie preferenze e OnStar collabora con le aziende per proporre offerte pertinenti agli automobilisti che si trovano entro una certa distanza di luoghi preferiti.

■ Abbiamo scelto la Customer Success Platform dal momento che rendeva semplicissimo riunire le community di rivenditori e i nostri milioni di clienti che guidano veicoli connessi alla rete 4G LTE. ■

MARK LLOYD
Consumer Online Officer
GM OnStar



SOCIAL NETWORK

Trasforma i fan e i follower dei social network in clienti fidelizzati

Interagisci con prospect e clienti sui social network mentre promuovi campagne multicanale. Ecco come:

Analizza le conversazioni sui social network.

Analizza le conversazioni sui social network da milioni di fonti diverse, grazie al software di monitoraggio dei social network. Scopri le opinioni dei clienti sul tuo marchio, sui prodotti e sulla concorrenza.

Pubblica su più social network.

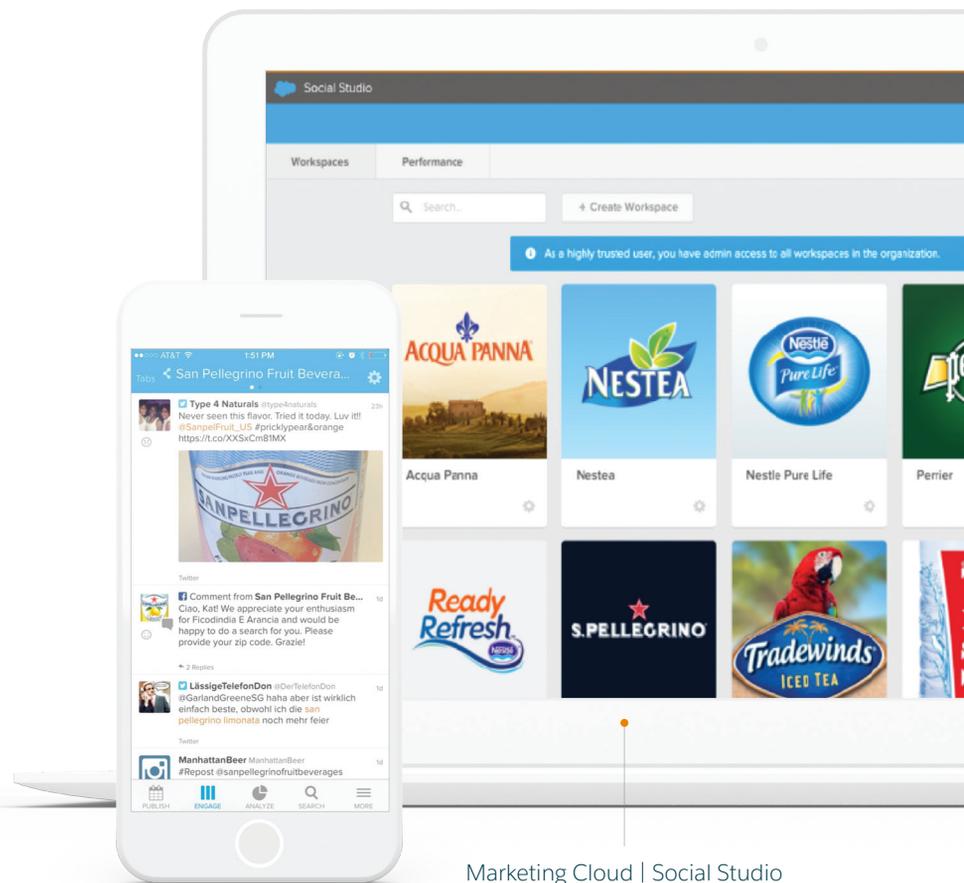
Programma, pianifica, pubblica e promuovi post sui social network da più account e reti. Crea e approva contenuti, segui i processi di approvazione e pubblica messaggi pertinenti nei momenti più opportuni.

Interagisci con fan e follower da qualunque luogo.

Gestisci le strategie sui social network da qualunque luogo, in qualsiasi momento grazie all'app mobile Social Studio.

Scopri di più su Social Studio.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)





In evidenza



Dalle conversazioni su Facebook e Twitter ai frigoriferi connessi a livello digitale nei negozi di generi alimentari, il team di Nestlé Waters sta reinventando l'interazione con i clienti nell'era digitale. Il team utilizza Journey Builder e l'intelligenza predittiva per personalizzare le esperienze di milioni di clienti.

Il team di Nestlé Waters utilizza Salesforce per gestire le operazioni di content marketing, indirizzare traffico e lead nell'e-commerce e creare esperienze esaltanti per i clienti tramite le interazioni sui social network. Un centro di comando per il marketing consente di monitorare i marchi, i milioni di interazioni con i clienti e tutte le campagne di marketing.

■ ■ Non si tratta tanto di marketing e vendite, quando di gestire a livello olistico le relazioni con i clienti attraverso tutti i marchi e le funzioni. ■ ■

ANTONIO SCIUTO

*Global Head eCommerce, CMO ed eBusiness Leader
Nestlé Waters North America*





COMMUNITY

Crea community che riuniscono le persone

Crea esperienze di community online con il tuo marchio per coinvolgere clienti, partner e dipendenti. Ecco come:

Crea e avvia rapidamente un centro di interazione mobile.

Crea un ambiente con il tuo marchio per coinvolgere clienti e dipendenti e per fare in modo che interagiscano fra loro ovunque si trovino.

Individua e premia i membri più importanti.

Utilizza badge e classifiche per riconoscere le persone più fedeli al tuo marchio e ricordare la loro importanza per il successo della tua azienda, del tuo marchio e dei tuoi prodotti.

Offri contenuti, prodotti e servizi personalizzati in un ambiente caratterizzato dal tuo marchio.

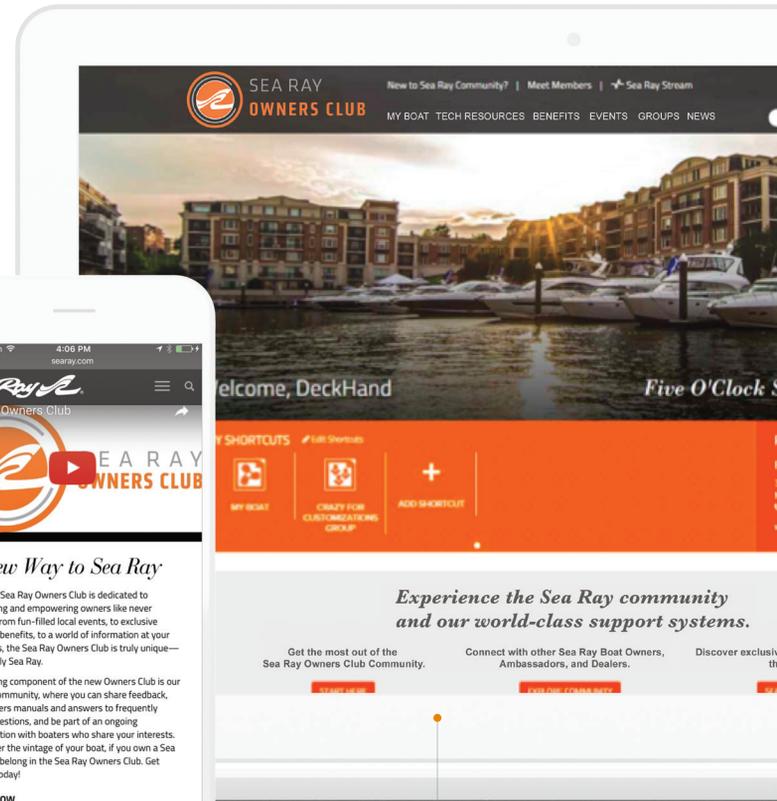
Personalizza ogni comunicazione all'interno di una community dall'accesso limitato per ottimizzare interazioni e conversioni.

Indirizza in modo intelligente i clienti verso gli esperti, gli articoli e l'assistenza di cui hanno bisogno.

Anticipa le preoccupazioni dei clienti e preparati prima che emergano analizzando le conversazioni nella community con il tuo marchio.

Scopri di più su Community Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



Community Cloud





In evidenza



Sea Ray, il più grande produttore al mondo di imbarcazioni da diporto di qualità superiore, utilizza Salesforce per gestire l'area online del Sea Ray Owners Club, che mette in evidenza gli eventi e le risorse self-service.

Il team di Sea Ray è in grado di connettere all'esperienza cliente i dati delle imbarcazioni e le informazioni di vendita, marketing e dell'assistenza clienti in modo omogeneo all'interno della community tramite il numero identificativo unico dello scafo di ogni proprietario di imbarcazione. Con l'accesso integrato ai dati dei proprietari, i rappresentanti di Sea Ray possono collaborare con i clienti per agevolare un'assistenza rapida per le imbarcazioni, rispondere a domande sull'equipaggiamento e contattare i rivenditori consigliati per conto dei clienti stessi.

La community online dell'Owners Club, inoltre, completa l'archiviazione della documentazione sulle imbarcazioni, come ad esempio manuali, risorse tecniche e domande frequenti. Nei primi tre mesi di vita del sito, il team di Sea Ray ha registrato la maggior quantità di tempo trascorsa sul sito da parte dei clienti mai conseguita dall'azienda. I proprietari di imbarcazioni interagiscono più a lungo con il marchio e con maggiore frequenza attraverso la community, tornando per consultare le novità e per interagire con altri membri e con i dipendenti di Sea Ray.

“ Salesforce è un database solido e aggiornato per tutte le informazioni sui proprietari di imbarcazioni, in questo modo lo staff e i clienti possono trovare le risposte che cercano in un unico luogo accessibile. Adesso possiamo offrire molto di più in quanto parte di questa community online. ”

SHELBY KIRBY
*Responsabile marketing Senior
Sea Ray*



ASSISTENZA CLIENTI

Stupisci i clienti con l'assistenza

Trasforma ogni interazione di assistenza in un'occasione di fidelizzazione. Ecco come:

Memorizza tutti i dati di marketing, vendita e assistenza in unico record contatti.

Crea una visione di insieme di ogni cliente, in modo che tutti gli operatori, dagli addetti all'assistenza ai venditori, conoscano i clienti come mai prima d'ora.

Analizza le attività di assistenza e prosegui l'interazione con i messaggi più adatti su tutti i canali.

Prevedi le preoccupazioni dei clienti e affrontale in modo proattivo con messaggi di marketing che raggiungano il cliente giusto al momento giusto.

Apri o chiudi automaticamente i casi di assistenza in base al comportamento dei clienti.

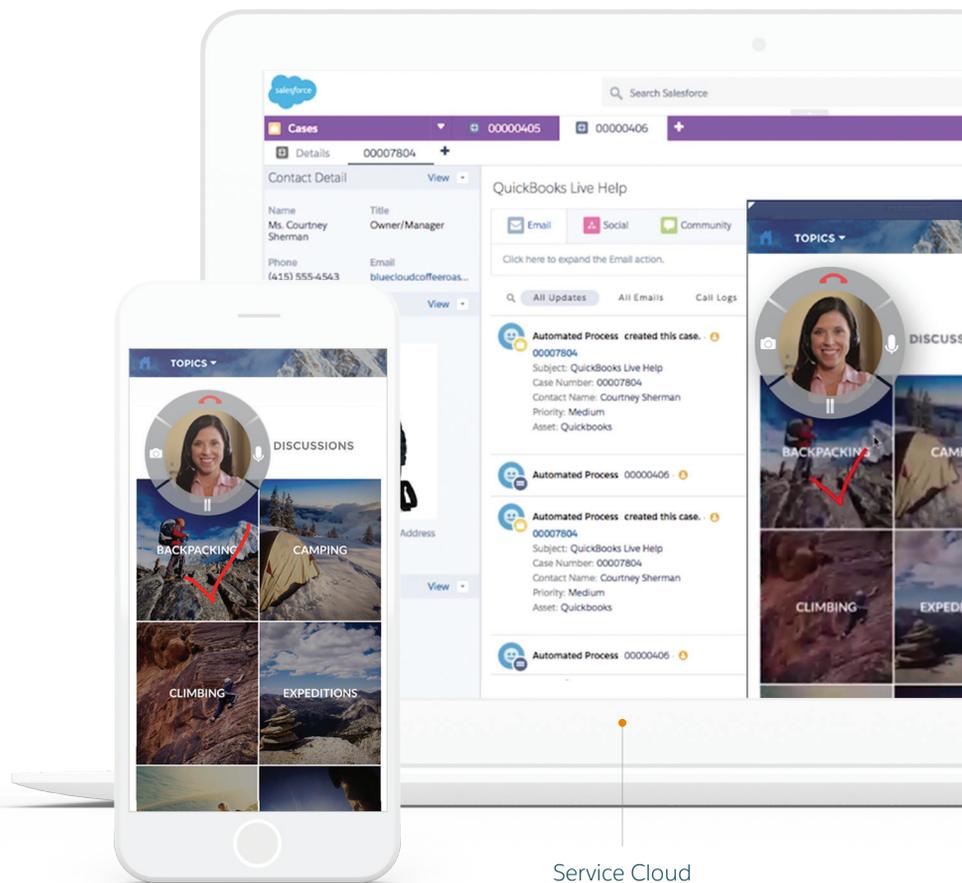
Monitora l'attività dei clienti e rispondi automaticamente con comunicazioni personalizzate in base al comportamento e alle caratteristiche di ogni cliente.

Invia messaggi appropriati ai clienti con casi di assistenza aperti.

Monitora i casi di assistenza per evitare di interagire in modo eccessivo con i clienti che hanno comunicato le proprie preoccupazioni e per ridurre automaticamente i messaggi per prospect e clienti che non sono ancora pronti a riceverli.

Scopri di più su Service Cloud.

[ULTERIORI INFORMAZIONI >](#) [CONTATTACI >](#)



Service Cloud



In evidenza



La divisione Global Corporate Payments di American Express sta rivoluzionando l'assistenza clienti per gli account aziendali. Elaborando i pagamenti in ambito aziendale, American Express ottiene una visione d'insieme degli schemi di acquisto dei clienti. Salesforce consente di trasformare i dati in informazioni dettagliate che guidano le strategie di marketing e di assistenza clienti.

"American Express vuole ridefinire il concetto di assistenza per portarla nel futuro", ha affermato Susan Sobott, presidente di Global Corporate Payments. "Stiamo ridefinendo questo concetto operando in tempo reale, con la consapevolezza di poter anticipare le esigenze dei clienti". Per l'era del cliente, questo si traduce nell'utilizzare i dati per assistere i clienti nella risoluzione dei problemi e nelle scelte aziendali più importanti.

|| Per noi, il potere risiede nelle informazioni che possediamo, nella fiducia dei nostri clienti e nella capacità dei nostri dipendenti di ottenere risultati. Salesforce ci ha aiutato a mettere tutto questo a sistema. ||

GREG KEELEY
EVP di Global Corporate Payments
American Express

Riepilogo

L'era del cliente è ufficialmente arrivata. Guida il tuo marketing abbracciando vendita, assistenza, prodotti e molto altro con il sistema CRM più intelligente per i percorsi cliente individuali.

Raccogli i dati in tutti i punti di contatto con il tuo marchio. Crea esperienze personalizzate in ogni interazione, indipendentemente dal luogo o dal momento in cui avvengono. Promuovi il valore, misura i risultati e mostra l'impatto sui risultati finali. Dimostra il ROI. Fai crescere il team. Fai crescere il budget. Fai crescere la tua carriera.

Ecco cos'è Salesforce per il settore marketing.

Guarda Salesforce per il settore marketing in azione.

[GUARDA LA DEMO](#)





salesforce

CONNECT TO YOUR CUSTOMERS
IN A WHOLE NEW WAY



salesforce.com