



Digital Marketing Tool

Gli strumenti per accelerare la crescita — Una guida strategica alla selezione dei software indispensabili per incrementare il fatturato, ottimizzare le pipeline e scalare le vendite online.

Il Contesto

Perché la tecnologia è oggi un vantaggio competitivo

Obiettivo #1

Automatizzare i flussi operativi e ridurre i colli di bottiglia commerciali

Obiettivo #2

Tracciare con precisione la customer journey e ottimizzare il budget

Obiettivo #3

Convertire il traffico web in contratti e opportunità reali di business

Agenda

Di cosa parleremo oggi

01

Business Intelligence

Introduzione ai sistemi BI e al data-driven decision making

03

Marketing Automation

Flussi automatizzati, lead nurturing e conversione

02

CRM

Cos'è, perché fa la differenza, modello RFM e piattaforme a confronto

04

Tool di Analisi Digitale

Google Analytics, SEMrush, Google Trends, Answer the Public

Business Intelligence

Dal dato grezzo alla decisione strategica



Business Intelligence

Decidere con i dati, non con l'istinto



I sistemi di **Business Intelligence** raccolgono, aggregano e visualizzano i dati aziendali in tempo reale, trasformandoli in insight azionabili.

- Monitoraggio KPI in tempo reale
- Report automatizzati multi-canale
- Identificazione di trend e anomalie
- Supporto alle decisioni strategiche



Il vero vantaggio non è avere più dati — è capire quali dati contano.



CRM

Il cuore del tuo sistema commerciale

CRM — Cos'è

Molto più di un database contatti

Il **CRM (Customer Relationship Management)** è la piattaforma centralizzata che raccoglie ogni interazione con il cliente — dall'acquisizione del lead alla chiusura del contratto, fino al post-vendita.

Non è solo uno strumento operativo: è la memoria storica e strategica del tuo business.



Gestione Contatti

Anagrafica centralizzata e segmentazione avanzata



Pipeline Vendite

Visibilità completa su ogni fase del processo commerciale



Reportistica

Analisi performance team e previsioni di fatturato

CRM — Perché fa la differenza

Il problema senza CRM

Dati dispersi

Lead su Excel, email sparse, note su carta. Zero visibilità condivisa.

Opportunità perse

Nessun follow-up sistematico. I prospect si raffreddano senza che nessuno se ne accorga.

Pipeline opaca

Il management non sa dove si bloccano le trattative o quanto durano i cicli di vendita.

Previsioni inaffidabili

Impossibile fare forecast accurati senza dati storici strutturati.

CRM — Impatto sul Business

Con il CRM, il quadro cambia radicalmente

Fatturato

Aumento medio del revenue per le aziende che adottano un CRM strutturato

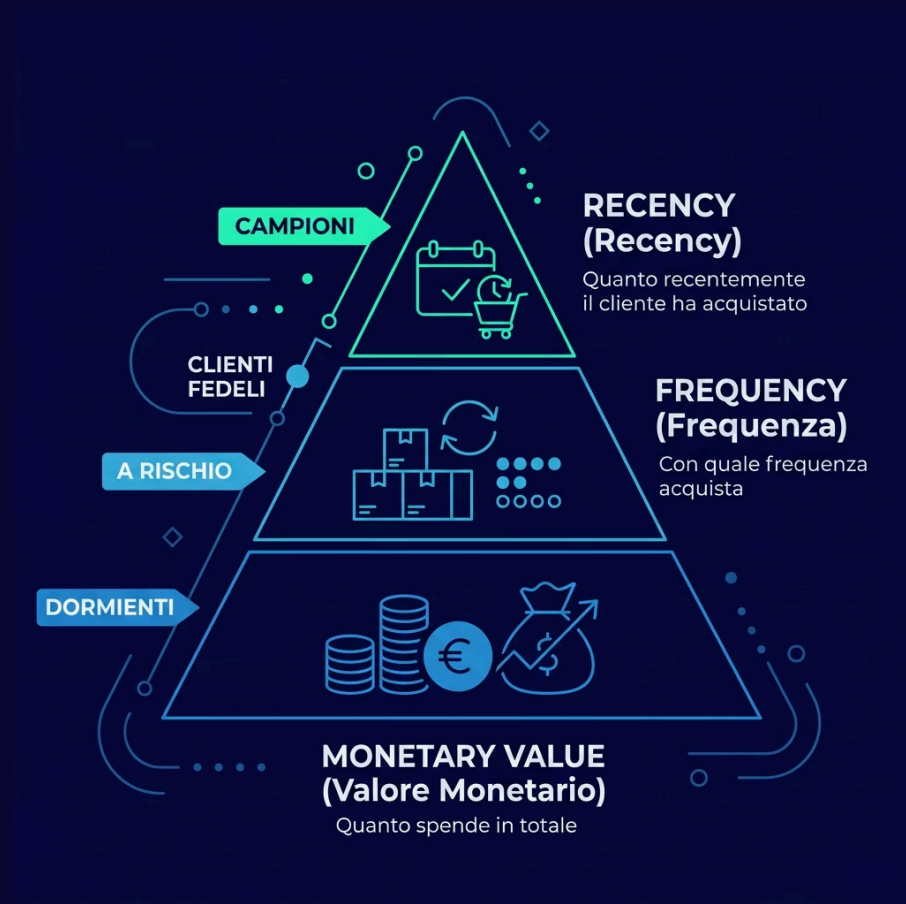
Ciclo di vendita

Riduzione del tempo medio di chiusura grazie all'automazione dei follow-up

Visibilità pipeline

Moltiplicatore di efficacia del team commerciale con pipeline tracciata

Il Modello RFM: come il CRM legge i tuoi clienti



Il **Modello RFM** è uno dei framework di segmentazione più potenti integrati nei CRM avanzati. Classifica ogni cliente su tre dimensioni:

- **Recency** — Da quanto tempo non acquista?
- **Frequency** — Quante volte ha acquistato?
- **Monetary** — Quanto ha speso complessivamente?

Il risultato: segmentazione automatica che permette azioni mirate per ciascun cluster di clienti.

CRM — Piattaforme a Confronto

Quale CRM scegliere?

Non esiste il CRM perfetto in assoluto — esiste quello giusto per il tuo contesto. Ecco le principali piattaforme e quando usarle.

HubSpot CRM

Ideale per **PMI e team marketing-led**. Ottima integrazione con automation e content. Curva di apprendimento bassa.

Salesforce

La scelta per **grandi aziende con processi complessi**. Altamente personalizzabile, ecosistema vastissimo. Richiede team dedicato.

Pipedrive

Perfetto per **team sales-focused** che vogliono semplicità e pipeline visuale. Ottimo per cicli di vendita brevi.

Zoho CRM

Versatile e scalabile, ideale per **aziende in crescita** con budget ottimizzato. Buona suite integrata.

Monday CRM

Per **team ibridi** che gestiscono sia progetti che relazioni commerciali. Interfaccia visuale e collaborativa.

CRM + Intelligenza Artificiale

L'AI trasforma il CRM in un advisor commerciale



I CRM moderni integrano funzionalità di **AI e Machine Learning** che vanno ben oltre la gestione dei contatti:

- **Lead scoring predittivo** — L'AI valuta la probabilità di chiusura di ogni trattativa
- **Suggerimenti di follow-up** — Azioni consigliate al momento giusto
- **Analisi del sentiment** — Monitoraggio delle comunicazioni con il cliente
- **Forecast automatico** — Previsioni di revenue basate su pattern storici



Marketing Automation

Lavora mentre dormi. Converti mentre sei in riunione.

Marketing Automation — Cos'è

Automatizzare non significa perdere il tocco umano

La **Marketing Automation** è l'insieme di tecnologie che permettono di eseguire, gestire e ottimizzare campagne di marketing in modo automatico, basandosi sul comportamento dell'utente.

L'obiettivo non è sostituire il venditore — è **consegnargli solo i lead caldi, pronti ad acquistare.**

Trigger

Un'azione dell'utente attiva un flusso automatico

Sequenza

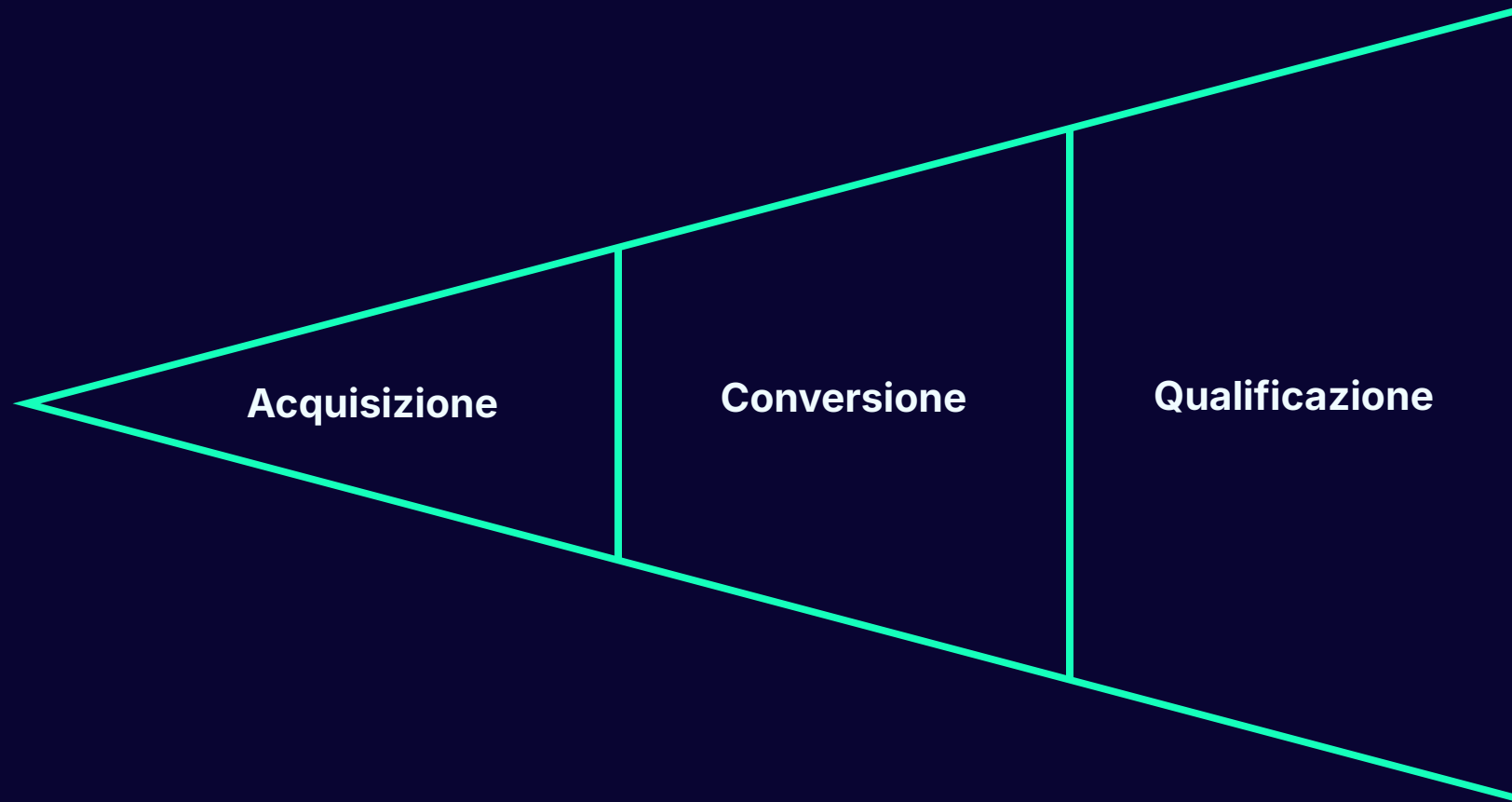
Email, notifiche e contenuti inviati nel momento giusto

Ottimizzazione

Il sistema impara e migliora i tassi di conversione

Marketing Automation — Impatto Strategico

Eliminare i colli di bottiglia commerciali



Ogni fase è automatizzata: nessun lead si perde, nessuna opportunità viene trascurata per mancanza di tempo o risorse umane.

Marketing Automation — Tipologie

Le principali categorie di automazione



Email Automation

Sequenze triggered basate su aperture, click, comportamento sul sito e acquisti



Lead Scoring

Punteggio automatico dei lead basato su interazioni, dati demografici e fit con il profilo cliente ideale



Social & Ads Automation

Retargeting dinamico, post scheduling e gestione automatica delle campagne paid



Chatbot & Conversational

Qualificazione automatica dei visitatori in tempo reale tramite chat e form intelligenti

Marketing Automation: B2C vs B2B

Marketing Automation: B2C vs B2B

Due mondi, due approcci, stessa logica

B2C — E-commerce

Carrello abbandonato

Email automatica dopo 1h con reminder + sconto del 10% se non completa l'acquisto entro 24h. Es: "Hai dimenticato le tue Nike Air Max!"

Post-acquisto & Upsell

Sequenza di 3 email: conferma ordine → review request dopo 7gg → prodotto complementare dopo 14gg. Es: comprò scarpe → suggerisce calzini tecnici e solette

Win-back clienti dormienti

Flusso riattivazione per chi non acquista da 60gg: email "Ci manchi" + offerta esclusiva + last chance. Tasso di recupero medio: 8-12%

Segmentazione comportamentale

Clienti VIP (>3 acquisti) ricevono accesso anticipato ai saldi. Clienti occasionali ricevono bundle promozionali.

B2B — E-commerce & Infocommerce

Lead nurturing per corsi/contenuti

Utente scarica whitepaper → sequenza 5 email in 10gg: contenuto educativo → case study → demo/webinar → offerta corso → follow-up sales. Es: piattaforma formazione aziendale

Riordino automatico B2B

Alert automatico quando un cliente business non riordina entro il ciclo previsto. Es: fornitore di materiali da ufficio → email "Il tuo stock sta per esaurirsi"

Onboarding clienti business

Nuovo cliente registrato → flusso 30gg: tutorial prodotto → check-in settimanale → proposta upgrade → assegnazione account manager

Scoring & Sales Handoff

Lead che visita pricing page 3+ volte + apre 4+ email → score alto → notifica automatica al sales con scheda completa del prospect



La differenza chiave: nel B2C si automatizza la conversione rapida e l'emozione d'acquisto. Nel B2B si automatizza la fiducia, l'educazione e la relazione nel tempo.

Dalla Fiera al Contratto: il Flusso Automatizzato

Un'azienda B2B partecipa a una fiera di settore. Ecco come la marketing automation trasforma ogni contatto raccolto in un'opportunità commerciale concreta.



Risultati attesi

- Follow-up: dal 20% manuale al 95% automatizzato
- Tempo di risposta: da 3 giorni a 2 ore
- Lead qualificati identificati senza effort del team



Strumenti necessari

- CRM con tagging (HubSpot, Salesforce)
- Email automation (ActiveCampaign, Klaviyo)
- QR code scanner integrato allo stand
- Lead scoring configurato

Dal lead qualificato al cliente: il passaggio critico



Il **momento del passaggio** dal marketing al sales è il punto dove si vince o si perde. L'automation garantisce che il venditore riceva:

- Score del lead e probabilità di acquisto
- Storico completo delle interazioni
- Contenuti visualizzati e interessi dichiarati
- Momento migliore per contattarlo

📄 Il venditore non deve più "scaldare" il lead — deve solo chiudere.

Quale piattaforma fa per te?

Non esiste il tool perfetto in assoluto: esiste quello giusto per il tuo stadio di crescita, il tuo team e il tuo budget. Ecco i 4 principali.

1	ENTRY LEVEL  Mailchimp Il punto di partenza per chi si avvicina all'automation. Interfaccia intuitiva, template drag & drop, automazioni di base (benvenuto, carrello abbandonato, follow-up). Ottimo per chi ha liste piccole e budget limitato. • Ideale per: PMI, freelance, startup, negozi locali con e-commerce • Punti di forza: facilità d'uso, piano gratuito fino a 500 contatti, integrazioni Shopify/WooCommerce • Limite: automazioni poco flessibili, scarso lead scoring, non adatto a flussi B2B complessi
2	MID MARKET  ActiveCampaign Il salto di qualità per chi vuole automazioni avanzate senza la complessità enterprise. Flussi visivi potenti, CRM integrato, lead scoring nativo e segmentazione comportamentale profonda. • Ideale per: e-commerce B2C strutturati, infocommerce, aziende B2B con cicli di vendita medi • Punti di forza: automazioni visive drag & drop, CRM + email in un'unica piattaforma, ottimo rapporto qualità/prezzo • Limite: curva di apprendimento media, reportistica meno avanzata rispetto agli enterprise
3	B2B & ENTERPRISE  HubSpot Marketing Hub La suite completa per aziende B2B con team marketing e sales strutturati. Integra CRM, automation, content, SEO, ads e analytics in un unico ecosistema. Il gold standard per il lead nurturing B2B. • Ideale per: aziende B2B con cicli di vendita lunghi, team sales + marketing allineati, infocommerce premium • Punti di forza: ecosistema completo, lead scoring avanzato, sales handoff nativo, reportistica potente • Limite: costo elevato (da €800/mese per funzioni avanzate), overkill per realtà piccole
4	E-COMMERCE AVANZATO  Klaviyo Nato per l'e-commerce, Klaviyo è il tool più potente per chi vende online e vuole sfruttare ogni dato comportamentale del cliente. Segmentazione in tempo reale, flussi predittivi e integrazione nativa con Shopify. • Ideale per: e-commerce B2C con volumi medio-alti, brand DTC (Direct to Consumer), marketplace • Punti di forza: segmentazione comportamentale avanzata, predizione del CLV, SMS + email integrati, ROI tracciabile per ogni flusso • Limite: focalizzato sull'e-commerce, meno adatto a contesti B2B o infocommerce puri
 Regola pratica: inizia con Mailchimp se sei agli inizi. Passa ad ActiveCampaign quando hai bisogno di flussi più complessi. Scegli HubSpot se il tuo sales team deve lavorare in sinergia con il marketing. Usa Klaviyo se il tuo core business è l'e-commerce.	

Tool di Analisi Digitale

Misura, ottimizza, domina il mercato



Tool di Analisi — Overview

I 6 strumenti che analizzeremo insieme



Google Analytics

Performance del sito, comportamento utenti e conversioni



Mappe di Calore

Visualizza dove cliccano, scorrono e guardano i tuoi utenti



SEMrush

SEO, analisi competitor e ottimizzazione del budget pubblicitario



Google Trends

Domanda di mercato globale e per paese in tempo reale



Answer the Public

Cosa cerca il tuo pubblico: domande, dubbi e intenzioni di ricerca



Talkwalker

Social listening, sentiment analysis e monitoraggio della reputazione online

Tool #1

Google Analytics 4

GA4 è lo strumento di riferimento per comprendere come gli utenti interagiscono con il tuo sito e come il traffico si converte in business.

- **Tracciamento eventi** personalizzato su ogni interazione
- **Analisi del funnel** e identificazione dei punti di abbandono
- **Attribuzione multicanale** per capire quali canali convertono
- **Audience predittive** basate su modelli AI

PERFORMANCE

CONVERSIONI

COMPORTAMENTO

Tool #2

Mappe di Calore: vedere dove guardano i tuoi utenti

Le heatmap traducono il comportamento degli utenti in dati visivi. Invece di leggere numeri, vedi esattamente dove cliccano, dove si fermano e dove abbandonano — e puoi intervenire di conseguenza.

1

1. Click Map

Mostra dove gli utenti cliccano sulla pagina. Rivela se i CTA vengono ignorati, se elementi non cliccabili vengono trattati come link, e dove si concentra l'attenzione. Utile per ottimizzare posizione e design dei bottoni.

LA PIÙ USATA

2

2. Scroll Map

Indica fino a che punto gli utenti scorrono la pagina prima di abbandonarla. Permette di capire se i contenuti importanti sono posizionati troppo in basso (above/below the fold). Fondamentale per landing page e homepage.

OTTIMIZZAZIONE CONTENUTI

3

3. Move Map (Mouse Tracking)

Traccia il movimento del cursore del mouse, che tende a seguire il percorso visivo dell'utente. Rivela le zone di maggiore attenzione anche senza click. Utile per capire cosa attira lo sguardo prima di una decisione.

ATTENZIONE VISIVA

4

4. Tap Map (Mobile)

Versione mobile della click map: registra i tap su touchscreen. Essenziale per ottimizzare l'esperienza su smartphone, dove le aree di tap errate causano frustrazione e abbandono. Rivela problemi di spaziatura e dimensione degli elementi.

MOBILE UX

5

5. Eye Tracking Map

La tipologia più avanzata: traccia il movimento reale degli occhi tramite webcam o dispositivi dedicati. Mostra esattamente cosa viene letto e cosa viene saltato. Usata in ricerche UX avanzate e test su landing page critiche.

ADVANCED / UX RESEARCH



Tool principali

- **Hotjar** — il più diffuso, gratuito fino a 35 sessioni/giorno, ottimo per PMI
- **Microsoft Clarity** — gratuito e illimitato, integrazione nativa con GA4
- **Crazy Egg** — focalizzato su A/B test + heatmap, ideale per e-commerce
- **FullStory** — enterprise, registra sessioni complete con replay



Quando usarle

- Tasso di conversione basso su una landing page
- CTA che non vengono cliccati
- Alto tasso di abbandono su una pagina specifica
- Prima e dopo un redesign del sito
- Ottimizzazione mobile dell'esperienza utente

Tool #3

SEMrush

SEMrush è la suite all-in-one per chi vuole dominare la visibilità online e ottimizzare ogni euro investito in marketing digitale.

- **Keyword research** — Trova le parole chiave con il miglior rapporto traffico/competizione
- **Analisi competitor** — Scopri le strategie SEO e Ads dei tuoi concorrenti
- **Audit del sito** — Identifica i problemi tecnici che frenano il ranking
- **Monitoraggio posizioni** — Traccia l'andamento delle keyword nel tempo

SEO

COMPETITIVE INTELLIGENCE

ADS

Tool #4

Google Trends

Google Trends rivela l'andamento reale della domanda di mercato, in tempo reale e per area geografica. Fondamentale per decisioni strategiche su prodotti, contenuti e campagne.

- **Trend stagionali** — Pianifica le campagne nei momenti di picco della domanda
- **Analisi per paese** — Individua mercati geografici ad alto potenziale
- **Confronto tra topic** — Valuta l'interesse relativo tra prodotti o categorie
- **Ricerche correlate** — Scopri query emergenti nel tuo settore

DOMANDA

MERCATO GLOBALE

STAGIONALITÀ

Tool #5

Answer the Public

Answer the Public visualizza le domande reali che le persone pongono ai motori di ricerca, organizzate per intenzione: cosa, come, perché, quando, dove.

È il punto di partenza per costruire contenuti che rispondono ai bisogni reali del tuo pubblico target, intercettando la domanda consapevole e latente.

- **Content strategy** — Idee infinite per blog, video e FAQ
- **Buyer journey mapping** — Comprendi le fasi di consapevolezza del cliente
- **Long-tail keyword** — Intercetta ricerche specifiche ad alta intenzione

AUDIENCE INSIGHT

CONTENT

DOMANDA LATENTE

Tool #6

Ascoltare la Rete: cosa dicono di te (e dei tuoi competitor)

Analizzare il volume, il tono e il contesto di milioni di conversazioni online per prendere decisioni strategiche basate su dati reali.

- Monitoraggio menzioni del brand in tempo reale
- Analisi del sentiment (positivo / neutro / negativo)
- Identificazione di trend emergenti nel settore
- Benchmark competitivo: cosa dicono dei competitor

Talkwalker — Il Gold Standard

Talkwalker è una delle piattaforme più potenti per il social listening enterprise. Analizza oltre 150 milioni di fonti in 187 lingue, con AI integrata per il riconoscimento di immagini, video e audio.



Crisis Management

Un brand riceve un picco di menzioni negative. Talkwalker lo rileva in tempo reale, identifica la fonte e il sentiment. Il team può rispondere prima che diventi virale.



Lancio Prodotto

Prima del lancio, si monitora la conversazione sul problema che il prodotto risolve. Si identificano i pain point reali degli utenti e si adatta il messaggio di marketing di conseguenza.



Analisi Competitor

Si monitora il sentiment sui competitor durante una loro campagna. Si individuano le critiche ricorrenti e si posiziona il proprio brand come alternativa su quei punti deboli.



 Talkwalker si integra con HubSpot, Salesforce e Slack: quando viene rilevata una menzione critica o un lead caldo sui social, il dato entra automaticamente nel CRM e scatta il flusso di automation.

La Sintesi: Il Tuo Stack Tecnologico Ideale

Non si tratta di usare tutti gli strumenti — si tratta di usare quelli giusti, integrati tra loro, per costruire un sistema che **genera valore in modo continuo e misurabile**.

1

Attrai

Analytics + Trends + Answer the Public

2

Qualifica

CRM + Lead Scoring

3

Converti

Marketing Automation + Nurturing

4

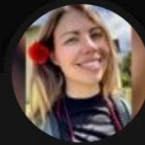
Ottimizza

SEMrush + GA4 + BI



Keep in touch

carolina.polloni@pin.unifi.it



Carolina

Contatto WhatsApp

