

WEBINAR

Da cross e upselling a retention e caring personalizzato

Michele Albertini @Delmonte

Marco Chieppe @HubSpot

HubSpot

delmonte





Il termine Inbound marketing indica una modalità di marketing centrata sull'**essere trovati da potenziali clienti** (outside-in) in contrasto alla modalità tradizionale, detta anche outbound marketing (inside-out) che è imperniata su un messaggio direzionato unicamente verso il cliente.

Con l'Inbound si passa dall'Interruption al Permission Marketing: **l'audience va conquistata fornendo contenuti interessanti e utili** per il target di riferimento, non interrotta.

OUTBOUND MARKETING

VS

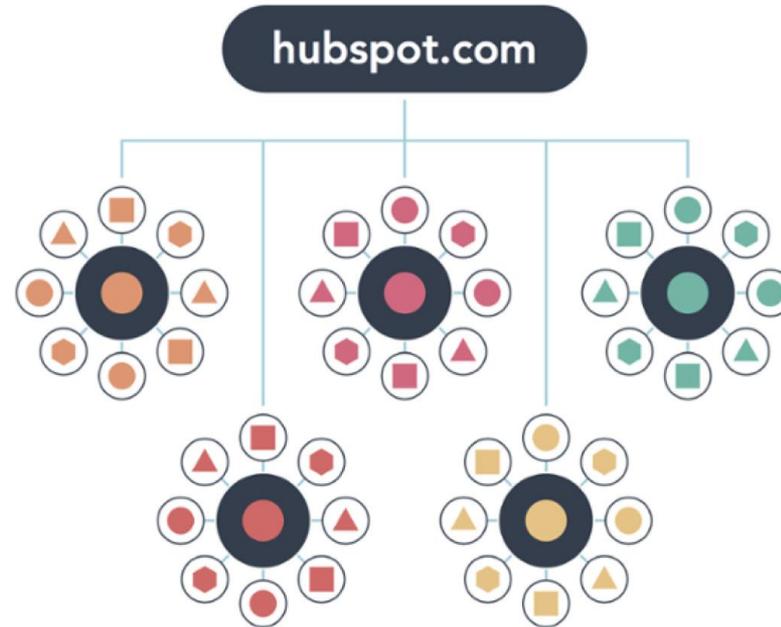
INBOUND MARKETING



I cluster

L'inbound marketing prevede un nuovo modello di organizzazione dei contenuti.

I contenuti sono raggruppati in isole tematiche che a loro volta possono dare origine a sottotemi specifici.

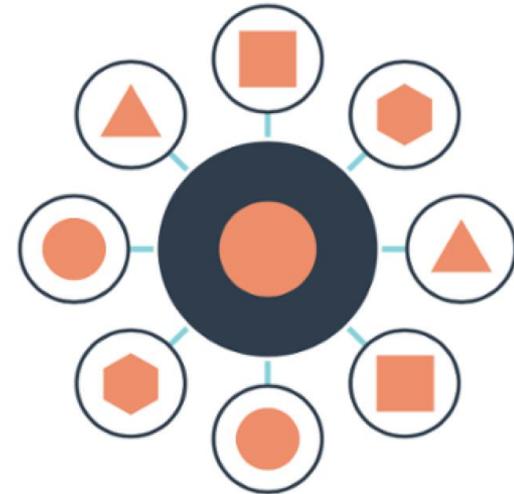
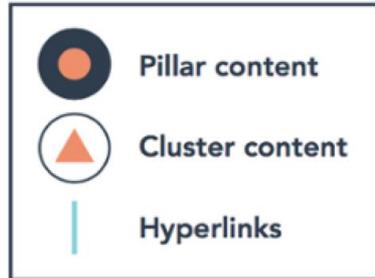


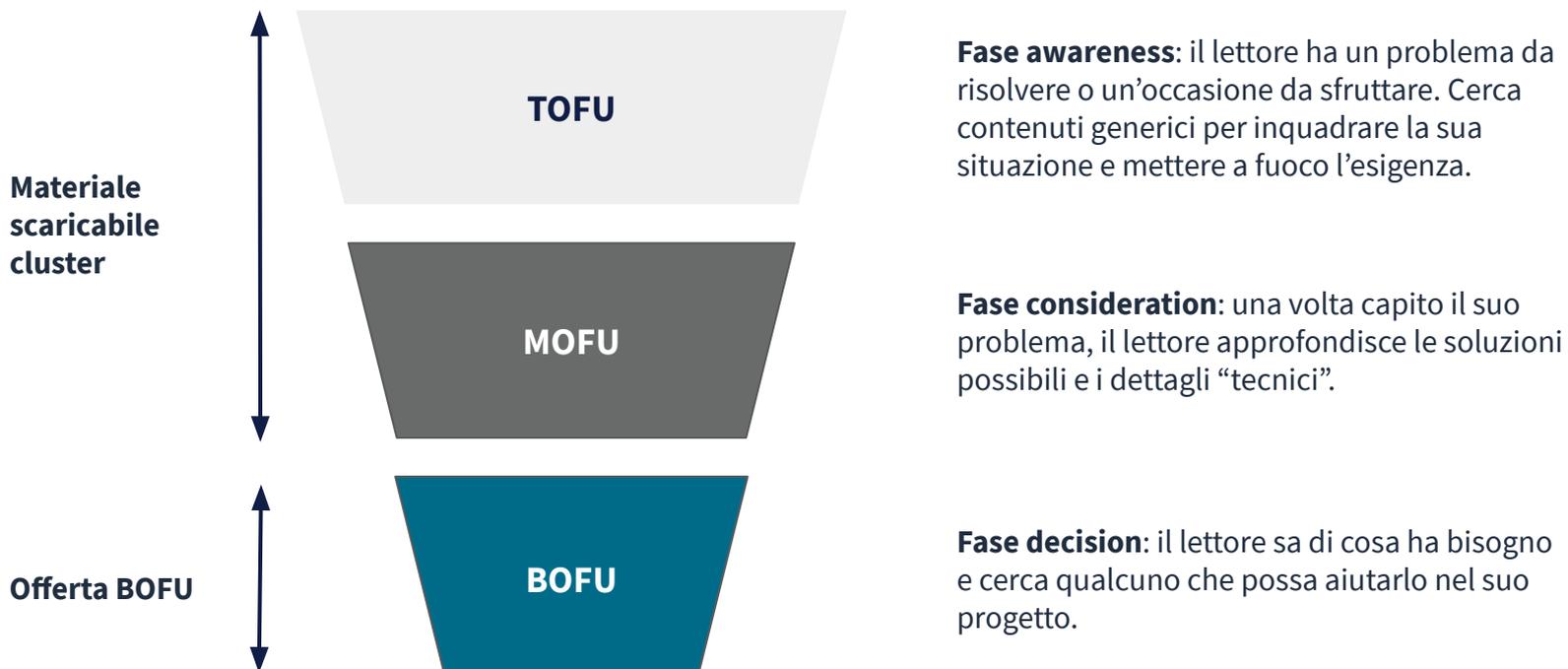
I cluster

Ogni cluster ha un pagina centrale chiamata pillar page e delle pagine di contenuto di approfondimento. Ogni pagina di contenuto ha un link alla pagina centrale.

Questa architettura facilita il posizionamento organico del contenuto centrale.

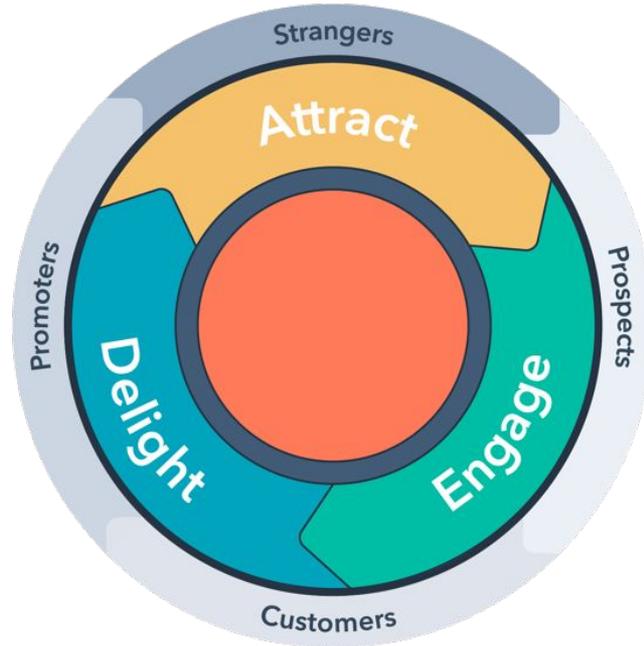
Topic Clusters





Funnel Inbound





**Il percorso di acquisto del cliente è circolare:
Si passa dal concetto di Funnel al concetto di Flywheel**



CUSTOMER RETENTION

Inbound Marketing e Customer Retention

L'inbound marketing non è solo utile per l'acquisizione di nuovi clienti.

Una strategia di inbound Marketing ben realizzata ha un forte impatto sul **Customer Retention** e sui **KPI di cross e up selling**



La Customer retention è un fattore fondamentale per la crescita aziendale:

Convenienza: acquisire un nuovo cliente è 5-25 volte più costoso di quanto non lo sia mantenere un cliente esistente.

ROI: un aumento del 5% della fidelizzazione dei clienti può aumentare i ricavi del 25-95%.

Fidelizzazione: i clienti fidelizzati acquistano più spesso e spendono più dei nuovi clienti. Hanno imparato il valore di un prodotto o servizio e continuano a tornare, ancora e ancora.

Referral: i clienti soddisfatti e fedeli hanno maggiori probabilità di parlare bene dell'azienda e di consigliarla ai loro amici e familiari, portando nuovi clienti gratuitamente.



Customer Retention

*L'abilità di un'azienda
di mantenere i propri clienti nel tempo*

*È una percentuale che mostra quanti clienti sono stati
mantenuti in un determinato periodo*

La Formula

Customer Retention Rate = ((# di clienti alla fine di un det. periodo - # Clienti acquisiti in un det. periodo) / # di clienti all'inizio di un det. periodo)) x 100

Ad Esempio:

- Inizio il periodo (mese, trimestre..) con 20 clienti
- Acquisisco 5 nuovi clienti
- Perdo 1 cliente

((24 - 5) / 20) x 100 = 95% retention

La Strategia

Customer Retention

Chiedi tanti feedback

- Testare la temperatura dei clienti
- Soddisfazione del prodotto acquistato
 - Aspettative nel servizio ricevuto

Settare le aspettative

- Le aspettative in fase di vendita hanno un impatto sulla Retention
- Ogni cliente ha aspettative differenti
 - Tempistiche per vedere risultati
 - Qualità del servizio

Comunicare i risultati regolarmente

- Organizzare dei QBR (quarter business review)
- Confrontare i risultati con i piani del cliente
- Rivedere il piano e definire dei KPI condivisi

Creare una Roadmap

Costruirsi una roadmap con dettagli su attività e KPI

Costruisci una User Experience Costante

- L'esperienza durante il pre e post vendita dev'essere costante



Mobile Order & Pay feature - I clienti possono ordinare e pagare ancora prima di entrare in uno starbucks



Personalizzare i propri messaggi ed interazioni per rendere l'esperienza unica



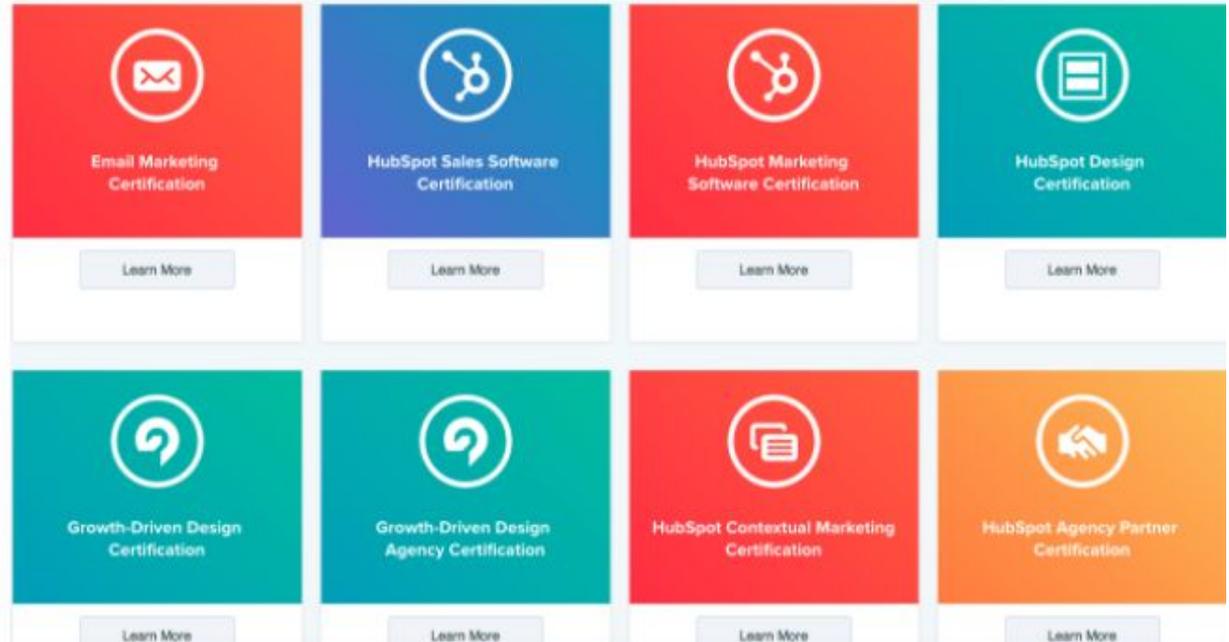
Come far percepire ai clienti che tuo prodotto è la scelta più logica rispetto ai concorrenti. Campagna Youtube "PC vs MAC"



Prime, servizio creato in origine solo per avere dei vantaggi sulla spedizione, ma ora esteso anche in altri ambiti giustificando così l'aumento dei costi ma aumentando la retention (video)



HubSpot Academy



Approfondimenti

- [17 template “customer first”](#)
- [10 metriche e come misurarle](#)
- [6 modi per migliorare Customer Retention](#)
- [27 statistiche relative alla Customer Loyalty](#)
- [State of Customer Service 2019 - Ricerca HubSpot](#)



Viale Monza, 12 - 20127 Milano

Tel +39 02 4399 0481

www.dmep.it

Grazie dell'attenzione!

Michele Albertini

Business Development Manager

malbertini@dmep.it

Marco Chieppe

Partner Manager Italian Market @HubSpot

mchieppe@hubspot.com

