

Time2marketing

Dalla mail alla profilazione

"Interpretare il mercato, fornire strategie, agire tempestivamente". In questa frase, essenziale, c'è racchiusa la filosofia di Time2marketing Srl, azienda che opera nel Nord Est, ma che vanta clienti in tutta Europa.

Nicola Grassetto
Amministratore Unico
Time2marketing Srl

"Il Web Marketing non è altro, a mio avviso, che il compendio di un investimento pubblicitario su Internet e, a fronte di una tecnologia che si rinnova in continuazione, ha bisogno di una diversa tipologia di servizi: i motori di ricerca, innanzitutto, fino alle campagne di fidelizzazione tramite e-mail. Per parlare un po' della nostra società posso dire che proveniamo dalla Statistica, madre di tutte le strategie, ma troppa Statistica significa tantissimi dati e i numeri in eccesso non forniscono una corretta visione della strategia da adottare".

E-mail marketing! Ecco dove si è indirizzata la nostra curiosità. Ci piacerebbe saperne di più. Anche perché le aziende cominciano a guardare con un certo interesse a questa possibilità...

È cambiato l'atteggiamento delle aziende verso il mezzo. Si è attenuata, tanto per capirci meglio, la diffidenza post-new economy, quando tutto quello che si riferiva a Internet era inteso come sinonimo di guadagni facili e senza riscontri. Oggi, finalmente, ha riguadagnato la sua giusta credibilità e soprattutto è stata posta in evidenza la sua utilità. Basti pensare a un solo aspetto: tutte le persone che utilizzano Internet hanno un indirizzo e-mail. È uno strumento di comunicazione imbattibile, soprattutto se paragonato ad altri strumenti di comunicazione tradizionale.

Può raggiungere direttamente il target con il valore aggiunto dell'interattività. Le aziende cominciano a capire che, attraverso sistemi di profilazione e di e-mailing in soluzione ASP (Application Service Providing) sono in grado di gestire vere e proprie campagne di fidelizzazione dei propri clienti senza dover ricorrere a costose integrazioni con i propri gestionali (CRM). Questi servizi offrono infatti bassissimi costi di start up e garantiscono un riscontro immediato quantitativo e qualitativo delle proprie campagne di comunicazione.

Una possibilità che seduce molto le aziende?

Se investono 100 vogliono sapere quanto hanno di ritorno. Una pagina su un quotidiano può avere una stima di lettura, in base alla diffusione, ma non sapranno mai se quella persona è stata raggiunta dal loro messaggio.

Come si chiama il vostro sistema di e-mail marketing?

NewsletterPlus (www.newsletterplus.it). Un servizio di Direct e-mail sviluppato per le promozioni online che conferisce alle campagne online una maggiore personalizzazione. NewsletterPlus è un servizio fornito in modalità ASP che com'è noto consente la possibilità di utilizzare dei servizi su Internet senza acquistare applicativi o ricorrere a installazioni di software. Per primo in Italia, NewsletterPlus ha anche lan-

ciato sul mercato un nuovo servizio di gestione interattiva di campagne e-mail marketing e newsletter attraverso palmare, in collaborazione con il Centro di Studi e Ricerche e Nuove Tecnologie di Bruxelles. Newsletterplus integra le sue storiche caratteristiche di facilità d'uso ed efficacia comunicativa con la praticità tipica dei PDA (Personal Digital Assistant). Si possono così creare, modificare e gestire in tutto e per tutto le varie campagne di promozione online, rimanendo comodamente seduti al bar o in una affollata metropolitana, grazie all'uso di un semplice palmare.

Altre soluzioni?

Abbiamo realizzato un sistema che, oltre a consentire tutte le funzionalità di base presenti nelle piattaforme di Direct e-Mailing, è integrato con diversi moduli personalizzabili tra i quali il modulo di Call Back, che ci permette di inviare e-mail con diverse tipologie di argomenti assegnando ad ognuno di essi una possibilità di approfondimento attraverso un semplice link cliccabile. Nel momento in cui il destinatario della mail clicca uno di questi link il sistema registra un evento e genera una sua prima profilazione che a sua volta può generare un evento particolare come l'invio di un sms al mittente avvisandolo che il destinatario ha appena cliccato quello specifico link e quindi lo può contattare direttamente. È un estremo,

questo, ma credo sia l'esempio più eclatante delle grandi possibilità che un mezzo come Internet offre. Ma a noi non serve tanto sorprendere la persona che ha appena cliccato, quanto riuscire a profilare, dopo questo clic, gli interessi della persona per procedere in maniera corretta alla generazione dei messaggi successivi che saranno rivolti a quello specifico profilo d'interesse.

Uno dei settori ove maggiormente viene utilizzato il nostro sistema di Direct e-mailing è quello turistico. Gli operatori del settore conoscono benissimo infatti l'importanza della fidelizzazione e

Chi sono i vostri clienti?

Overture, che è una controllata Yahoo. Utilizza il nostro sistema NewsletterPlus nella versione "Business Contact" di e-mail marketing per profilare ed inviare le proprie campagne mail ai clienti. Overture copre i servizi di pay per click dei maggiori motori di ricerca mondiali. Siamo specializzati nel settore turistico e attualmente gestiamo la comunicazione mail di circa 300 realtà ed operatori turistici in Italia che utilizzano i nostri servizi di marketing. Uno dei nostri clienti di rilievo attualmente è rappresentato dal Centre Européen d'Etudes de Recherche et Nouvelles Technologies di Bruxelles che utilizza, su scala mondiale, il nostro sistema. ■



utilizzano questo canale comunicativo per dare ai propri clienti le informazioni che i loro clienti si aspettano di ricevere.



CONOSCE
SIA UNA CO
PERICOLO

VERO
www.time2marketing.com

Intelligence