

Behavioural Marketing: cocktail anti-crisi



Fabio Pagano



www.sitovivo.com

La sua mission è potenziare le strategie di web marketing one-to-one, adesso sta lavorando sui concetti di marketing intelligence e behavioural marketing

«Una lenta ma inarrestabile crescita»: questa la definizione che **Fabio Pagano**, ceo & product manager di **SitoVivo**, fornisce sull'anno che sta per entrare nell'ultimo bimestre. Nonostante i media continuino a insistere sulla situazione di recessione e crisi, soprattutto in termini generali, il settore del web marketing, area di specializzazione di SitoVivo, non sembra aver subito preoccupanti battute d'arresto. Non è diminuita la domanda, ma sono, al contrario, aumentate le richieste e le esigenze dei clienti. Se fino a qualche tempo fa si era ben predisposti nella volontà di investire ingenti capitali all'interno delle imprese - nonostante, a volte, la poca certezza sui conseguenti ritorni, legata in qualche misura alla natura imprenditoriale dell'in-

vestimento stesso -, oggi le somme sono riscaldate e l'urgenza principale è diventata quella di conoscere: valutare, appunto, i ritorni dei propri investimenti e le strategie adottate dall'agenzia o dall'azienda; controllare gli effettivi risultati conseguiti; comprendere l'utilizzo di strumenti via via sempre più sofisticati nel campo del web marketing.

Dunque, cresce sempre più l'esigenza di misurare ogni attività intrapresa, al fine di comprendere quale strategia risulti più funzionale agli obiettivi aziendali. Forte di questa convinzione e sfruttando al meglio le proprie competenze e specificità professionali, fronteggiando senza esitazioni la crisi, SitoVivo ha saputo registrare grandi passi avanti anche durante quest'anno. In effetti, l'azienda ha continuato a

investire in modo massiccio in Ricerca & Sviluppo, implementando nuove funzionalità nella **Suite SitoVivo**. *Netforum* ha avuto l'occasione di incontrare proprio Fabio Pagano, facendosi raccontare alcune anticipazioni sui progetti che SitoVivo sta sviluppando.

Ci può svelare qualcosa sulle novità che riserva la Suite SitoVivo?

«Certamente. Da sempre la mission della nostra azienda è stata quella di dare un supporto nell'attuazione di strategie di web marketing one-to-one. Purtroppo, con l'esperienza abbiamo capito che questo tipo di strategia richiede un'applicazione e un impiego di tempo tali da risultare impegnativi per la maggior parte delle aziende nostre partner e clienti. E paradossalmente, manager e responsabili web di grandi,

medie e piccole aziende non si rendono, a volte, conto di quanto sia importante fermarsi un attimo, analizzare i dati che la Suite SitoVivo offre per poi agire di conseguenza. Anche per questo motivo stiamo lavorando molto, ultimamente, sui concetti di marketing intelligence e behavioural marketing, alla base del marketing one-to-one».

E di cosa si tratta più nel particolare?

«Ora, nel marketing one-to-one, le leggi causa-effetto e stimolo-risposta, vanno applicate al singolo individuo. Il reparto Ricerca & Sviluppo di SitoVivo sta creando degli automatismi all'interno della Suite che si basano sul concetto di autoapprendimento. So che potrebbe sembrare avveniristico parlare oggi di Intelligenza Artificiale applicata al web, ma

il nostro obiettivo è fare in modo che la Suite risponda ai bisogni, alle abitudini, ai desideri di ciascun utente in maniera mirata, facendo sì che strategie e azioni diventino naturalmente la conseguenza automatica di determinati comportamenti dell'utente. Faccio un esempio: se un utente ha cliccato un link in una newsletter o ha sostato per un tempo ragionevole su una pagina relativa a un prodotto su un determinato sito, ma non ha ancora acquistato dopo tre giorni quel prodotto, allora SitoVivo potrebbe inviare in maniera del tutto automatica a quest'ultimo una e-mail informativa sul medesimo prodotto».

E come si raggiunge questo obiettivo?

«Attraverso l'integrazione, non mi stancherò mai di dirlo. La Suite SitoVivo è uno strumento integrato per il web marketing one-to-one capace di analizzare il comportamento dei singoli individui sul sito, e qui mi riferisco al modulo **Statistiche Individuali**; sa aggregare utenti per comportamenti d'acquisto e analizzare il ritorno in termini di fatturato o obiettivi raggiunti di ogni singola attività promozionale, e qui mi riferisco al modulo **Web Marketing Intelligence**; riesce a scovare le frodi fatte a danno del sito, sfruttando la **Click Fraud Detection**; può inviare e-mail o sms mirati a liste profilate, grazie ai moduli **E-mail Marketing** e **Sms Marketing**; è in grado di interagire in tempo reale con l'utente attraverso l'**Assistenza Online**. Ma non solo. In questi ultimi anni abbiamo lavorato

all'integrazione della Suite SitoVivo con altri sistemi informativi: Crm aziendali, sistemi di booking online per sapere, per esempio, in tempo reale da quali campagne di marketing provengono le prenotazioni, piattaforme di e-learning, blog e social network. È importante avere un unico strumento in grado di reperire ogni tipo di informazione possibile sugli utenti; più ne sappiamo dei nostri clienti, più saremo in grado di soddisfarli».

Fin qui si è parlato dei progetti in cantiere. In realtà, SitoVivo quest'anno ha ulteriormente potenziato e diversificato la propria offerta di servizi, conseguendo importanti risultati. Come si può sintetizzare tutto questo?

«Intanto, abbiamo allargato la rete di partner e clienti finali in tutta Italia e all'estero; da sempre SitoVivo cerca di estendere il concetto di integrazione, che è alla base della Suite, anche alle relazioni con le altre aziende. Il fine è creare una rete di alleanze sul territorio costituita da centri di eccellenza nel campo del web marketing one-to-one, una sinergia di competenze, professionalità e culture differenti. Poi, abbiamo investito enormemente sulla formazione, organizzando convegni a cui hanno partecipato partner e clienti di SitoVivo e consulenti nel campo del web marketing, e partecipando a convegni e dibattiti di rilevanza nazionale. In questo ambito abbiamo organizzato, lo scorso maggio, nella nuova sede operativa di Catania, il primo **"Convegno Nazionale SitoVivo Web Marketing Cen-**

STRUMENTI INTEGRATI PER IL WEB MARKETING ONE-TO-ONE



SITOVIVO
Web Marketing OnetoOne

ters, centri di eccellenza per il web marketing one-to-one". È stato un evento patrocinato da **lab Italia**, che ha visto l'intervento di **Fabiano Lazzarini**, general manager dell'Associazione, e che ha ricevuto una lettera d'encomeo direttamente dal **Ministero dell'Università e della Ricerca** di Roma, a sua volta intervenuto con una propria rappresentanza. Abbiamo, inoltre, sponsorizzato il "Gt Study Day" di Catania e partecipato in qualità di relatori alla "Gt Conference" organizzata presso l'**Università Bocconi di Milano**. Sulla scia di lab, e in un disegno generale di intenti comuni, stiamo organizzando una proposta formativa che esula dalle offerte didattiche tradizionali perché vuole affiancare il discente in una formula del tutto nuova che permetterà a quest'ultimo di possedere saperi e abilità direttamente applicabili in un progetto reale».

Ultime novità in questa direzione di impegno formativo così qualificante?

«Abbiamo voluto scommettere sulla consulenza, selezionando interessanti progetti di start up e affiancando alcuni clienti diretti in ogni loro scelta strategica e operativa; questo, soprattutto, al fine di presentarli quali casi di studio alle selezionate agenzie partner di SitoVivo sul territorio. E non ultimo, abbiamo deciso di presenziare a eventi importanti come **lab Forum Milano**, manifestazione che ogni anno raccoglie i più importanti player del settore. Non solo, infatti, un evento di tale portata permette di dare una grande visibilità alle aziende, ma diventa anche un interessante e proficuo momento di confronti, dibattiti e tavole rotonde, classica peculiarità delle manifestazioni di settore. Quelle di cui abbiamo parlato sono attività che si riconducono ai servizi fondamentali che SitoVivo ha deciso di offrire per essere sempre più competitiva e un passo avanti rispetto alla concorrenza: **formazione, consulenza e strumenti per il web marketing one-to-one**».