

M³P

Multimodal Mobile Marketing Platform



liberologico.com
building ict solutions

Liberologico

Il contesto

Perché il mobile marketing

M³P - Multimodal Mobile Marketing
Platform

Esempi di campagne

operiamo sui seguenti mercati:

- beni culturali e turismo
- applicazioni e servizi telco fix e mobile
- protocollo informatico e dematerializzazione
- logistica e mobilità urbana

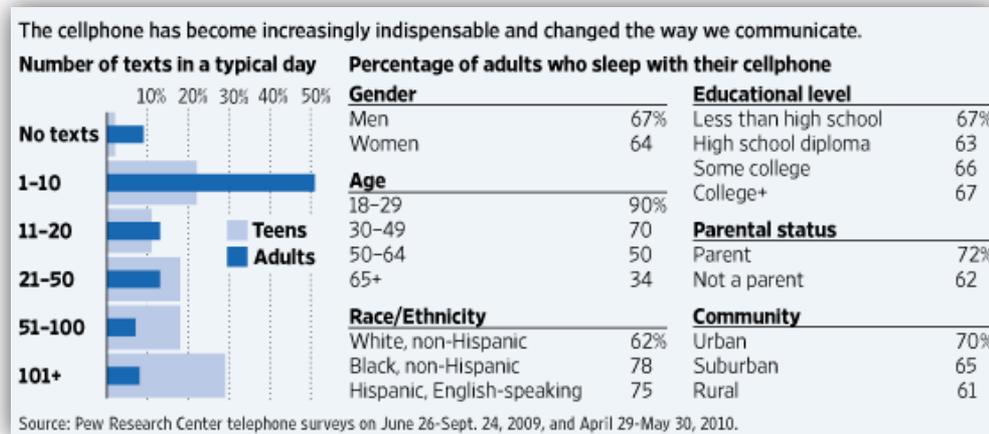


abbiamo competenze tecnologiche su:

- web 3.0: User Generated Content & Service, cloud computing & alternative delivery models
- telco 2.0: marketing & services delivery platform
- logistics 2.0: tracking, tracing, AutoID

Il contesto – il consumatore 2.0

- I consumatori oggi sono **sempre, comunque e ovunque connessi (always-on)** e **socialmente interconnessi (networking)**
- il mercato di **cellulari e smartphone** è in crescita



- Per rispondere alle esigenze dei clienti, l'azienda deve offrire **maggiori livelli di servizio/comunicazione**
- Un dialogo **multicanale e pervasivo** aiuterà l'azienda a costruire un rapporto di fiducia con il cliente e, dunque, una **fidelizzazione** verso il brand, i prodotti, i servizi



MOBILE MARKETING

Perché il mobile marketing – 1



One-to-one marketing allied to the rapid proliferation of smartphones will be among the key drivers of a mobile retail market which is anticipated to exceed **\$12 Billion by 2014**"
Juniper 2010

numbers to exceed \$12 billion by 2014

Juniper 2010

Aumento vendite

Targeting, campagne mirate

Estrazione dati clienti



Perché il mobile marketing – 2



Riduzione dei costi di gestione

Eliminazione costi comunicazione cartacea

Assenza intermediari distribuzione

Riduzione giacenze magazzino



Velocizzazione dei processi

Tempestività contatto con il cliente

Rapidità avvio promozioni

Eliminazione tempi preparazione cartaceo



Miglioramento dell'immagine

Customer experience

Brand awareness

Aumento livello servizio



Customer based strategy

Profiling cliente

Tracciamento comportamento d'acquisto

Previsione acquisti futuri



Aumento dei ricavi

Upselling

Fidelizzazione

Acquisizione nuovi clienti

- Liberologico ha progettato e realizzato **M³P – Multimodal Mobile Marketing Platform**, una innovativa piattaforma web based per la gestione di complesse **campagne di mobile marketing**
- Con M³P è possibile gestire in multimodalità le interazione con gli utenti via SMS, IVR self-service su PSTN e/o VoIP, mobile application (iPhone/iPod/iPad, Blackberry, Android, Microsoft, ecc.), micro site, social network (Facebook, Twitter, ecc.)
- Con M³P è inoltre possibile gestire anche servizi interattivi come ad esempio **mobile survey outbound e rating**.

- gestione clienti **prospect** delle iniziative e selezione automatica del target
- gestione meccaniche di gioco dei concorsi e delle iniziative promozionali
reportistica già coerente con normativa **Min. Finanze**
- produzione ed invio codici coupon non falsificabili (PIN lungh. max 16 cifre) con
identificazione in cassa o in multicanalità
- selezione dei brand e dei prodotti associati ad ogni iniziativa
- gestione dei premi: gift, sconti, punti, ricariche telefoniche, ...
- gestione del feedback degli utenti
- delivery campagne su più canali: web, SMS, IVR self-service, micro-browsing,
social network (Facebook, Twitter, ecc.), mobile app (iPhone/iPod/iPad, ecc.)
- integrazione con sistemi esterni (via SOA)

M³P – qualche screenshot

MobileMarketing
Soluzione integrata per la gestione di campagne di marketing multicanale

Anagrafica Iniziative

Nome iniziativa:

Tipo iniziativa: TUTTE

Validità a partire dal: terminata entro il:

Cerca

tot. record: 5

id	Sigla	Nome	Tipo	Data inizio	Data fine	Premi	Num. Premi	Genera	Orari	Opz.
5	AJZTEST	Gioca & Vinci - II edizione (TEST)	Always Instant	01/07/2010 00:00:00	16/07/2010 23:59:59	Premi	0	Gioca		iniziativa partita info
4	AJZ	Gioca & Vinci - II edizione	Always Instant	15/07/2010 00:00:00	31/01/2011 23:59:59	Premi	0	Gioca		editi conc. info
3	SMS_2010	Ricarica Lines	Always Wis	05/03/2010 00:00:00	15/03/2010 23:59:59	Premi	0	Gioca		iniziativa partita info
2	IW	Instant Wis	Instant Wis, N al giorno	12/01/2010 00:00:00	30/06/2010 23:59:59	Premi	0	Gioca		iniziativa partita info
1	AJ	Always Wis + Instant Wis	Always Instant	12/01/2010 00:00:00	30/06/2010 23:59:59	Premi	0	Gioca		iniziativa partita info

→ Stampa questa pagina

anagrafica INIZIATIVE

MobileMarketing
Soluzione integrata per la gestione di campagne di marketing multicanale

Anagrafica Prodotti

Sigla: Nome: Codice EAN:

Cerca

tot. record: 288

Id	Sigla	Nome	Codice EAN	Sub-Brand	Opz.
163	010801150	SALVAP COMBO NORMAL x 44	841010801150	Velo Altro (Velo)	031
165	010802938	D. ACTIVITY ES TS 3x64	841010802938	Freemium (Pampers)	031
166	010806155	D. ACTIVITY ES TS 3x70	841010806155	Freemium (Pampers)	031
167	010801840	D. ACTIVITY ES TS 3x44	841010801840	Freemium (Pampers)	031
168	010883235	HBRDO ODOORCONTROL FLESCAO RPW X25	841010883235	Velo Altro (Velo)	031
284	1480001217	LINES IDEA LIBERTY X16 (PROMO PAMP)	8001480001217	Set. Nucleo (Ideo)	031
71	1480001268	LINES INTERVALLO YELO PRELIFE X30	8001480001268	Velo Sim. (Velo)	031
162	1480001267	LINES IDEA SOTT. RIF. ALI x 16	8001480001267	Set. Nucleo (Ideo)	031
72	1480001374	LINES IDEA SOTT. RIF. ANAT. x 16	8001480001374	Set. Nucleo (Ideo)	031
285	1480001281	LINES IDEA TRANSITION PACK AVANTON 16x8	8001480001281	Set. Nucleo (Ideo)	031
286	1480001288	LINES IDEA TRANSITION PACK ALI 16x8	8001480001288	Set. Nucleo (Ideo)	031

anagrafica PRODOTTI

MobileMarketing
Soluzione integrata per la gestione di campagne di marketing multicanale

Vista gerarchica per le transazioni

Identificativo: 482972
Data e Ora: 2010-06-30 23:04:36
Tipo: MESSAGGIO
Descrizione: Interrogazione Web
Movimenti: 0
Consumatore: Consumatore_virtuale_09024_linea: 146423
Iniziativa: Iniziativa_Instanct_Win(2)
Operatore:

vista gerarchica TRANSAZIONI

M³P – multimodalità

MobileMarketing
Soluzione integrata per la gestione di campagne di marketing multicanale

utente connesso: Federico La Civita, administrator [Logout]

Anagrafica Iniziative

Nome iniziativa:

Tipo iniziativa: TUTTE

Validità: a partire dal terminata entro il

Cerca

NUOVO RECORD

TOT. RECORD: 5

Id	Sigla	Nome	Tipo	Data inizio	Data fine	Prezzi	Num. Premi	Genera Orari	Opz.
...									



Principali tipologie di promozioni (personalizzabili dall'ufficio mkg)	<ul style="list-style-type: none">• Instant win (approvato dal Ministero delle Finanze)• Concorsi a premi• Raccolta punti• Always win• Codici sconto• ...
Comunicazione al consumatore	<ul style="list-style-type: none">• e-mail• web• mobile couponing: SMS/MMS con barcode• coupon tradizionale cartaceo• IVR self-service outbound• social network (es. Facebook, ecc.)
Modalità di partecipazione	<ul style="list-style-type: none">• Cassa <p>... e con un codice univoco (prova d'acquisto):</p> <ul style="list-style-type: none">• SMS• web site• mobile site• mobile applications• IVR self-service inbound• social network (es. Facebook, ecc.)

- totale **indipendenza** da intermediari nella distribuzione dei coupon (es. Valassis, Catalina, ecc.)
- **rapidità** nell'avvio di nuove iniziative
- **targettizzazione** delle campagne su particolari linee di prodotto
- promozioni **mirate** su **cluster** di consumatori
- comunicazione **diretta**, personalizzata ed interattiva con il singolo consumatore (one2one)
- controllo in tempo reale dell'efficacia delle campagne e **tracking** dell'andamento delle iniziative

Valore facciale coupon IT 2009	€ 347.000.000			
Valori facciali	€ 0 - € 0,25	€ 0,26 - € 0,5	€ 0,51 - € 1,00	> € 1,00
Peso dei valori facciali	14,50%	48,70%	31,20%	5,60%
Valore assoluto dei valori facciali	€ 50.315.000	€ 168.989.000	€ 108.264.000	€ 19.432.000
Redemption media per valore facciale	44,50%	32,30%	27,70%	29,10%
Valore della redemption	€ 22.390.175	€ 54.583.447	€ 29.989.128	€ 5.654.712
VALORE MERCATO COUPON	€ 112.617.462			

**Sono pochi perché oggi facilmente falsificabili:
con il mobile couponing possono essere molti di più!**

ASSENZA DI INTERMEDIAZIONI

POSSIBILI REVENUE SUI BRAND PROMOSSI

Il consumatore acquista un prodotto. Nella confezione trova un coupon utile a partecipare ad un concorso a premi



- **Partecipa** all'iniziativa inviando un SMS con il **codice** presente sul coupon
- **Riceve** sul cellulare l'esito del concorso (**instant win**) e le eventuali istruzioni per ritirare il **premio**
- Se non vince partecipa comunque all'**estrazione finale** (se prevista)

Il consumatore acquista un prodotto. Fa la raccolta punti e sceglie il premio dal suo smartphone



- Si **registra** alla piattaforma indicando **dati personali** e **residenza**
- Ogni volta che compra il prodotto **fotografa il barcode** con il suo **smartphone** oppure invia il **codice univoco** alla piattaforma, che aggiorna i suoi **punti**
- La piattaforma mostra il **catalogo premi personalizzato** (in base a sesso, età, acquisti,...) e permette al consumatore di scegliere un premio fra quelli della **soglia punti raggiunta**
- Avendo indicato la propria residenza, il consumatore **riceve a casa il premio** e **può seguire la spedizione** tramite la piattaforma

Possibile anche con le
fidelity card



Il consumatore vuole ricevere catalogo e/o promozioni mirate sul proprio smartphone



- Si **registra** alla piattaforma indicando **dati personali, residenza e interessi**
- Riceve sullo **smartphone notifiche push** istantanee o periodiche con info su **catalogo e/o promozioni** in corso
- Avendo indicato la propria residenza (o grazie al **GPS**), riceve info relative ai **punti vendita vicini**
- Avendo indicato i propri interessi, riceve campagne promozionali limitate ad una certa **categoria** di prodotti
- Clicca su **“mi piace”** se un’offerta è di suo gradimento e/o è intenzionato a comprare
- La piattaforma **suggerisce** al consumatore altri prodotti che potrebbero essere di suo interesse
- Una volta alla cassa, il consumatore passa allo **scanner** il **buono** (barcode) per ottenere lo sconto sul prodotto del catalogo

Il consumatore vuole essere avvisato quando sta per finire le proprie scorte casalinghe di un certo prodotto (es. detersivi per la casa)



- Si **registra** alla piattaforma
- Ogni volta che compra un prodotto, invia un SMS con il **codice univoco**, oppure **fotografa il barcode** con il suo **smartphone**
- La piattaforma registra le **date** di acquisto
- Dopo n. acquisti, la piattaforma memorizza le abitudini del consumatore e **periodicamente** gli invia una **notifica push** ricordandogli di comprare il prodotto

M³P – Principali referenze



SMS Coupon
Soluzione integrata per la gestione di campagne di marketing multicanale

Vista gerarchica per le transazioni

Identificativo	2197
MESSAGGIO	
CONSIGLIO_CODICE	Data e Ora 2009-05-25 16:27:43.8
UFFIZIO_CODICE	Tipi SMS_M
VINCEITA	Descrizione Sargente di Text
BORSELLINO	Invocato Push
SMS_OUT	Comunicazione Consumazione_Carico
	Operatore

Vinci con LINES

WIND
vodafone 3
TIM

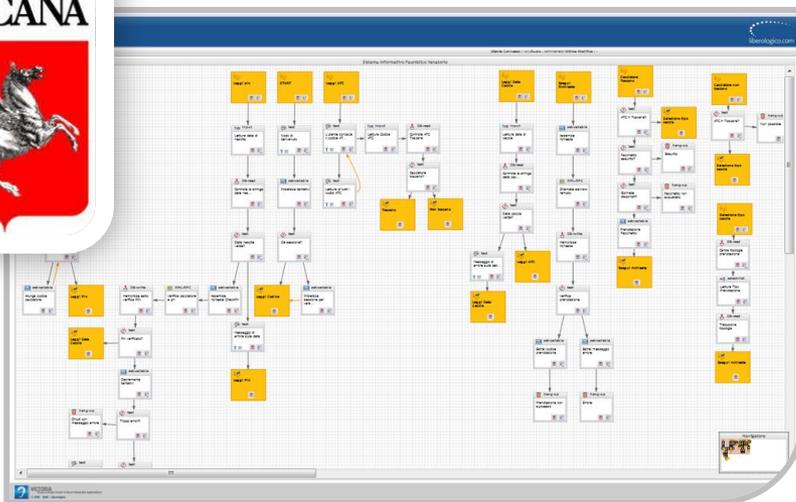
Per ogni confezione di Lines Petalo Blu invia un SMS al 340 14 73 483 con il codice gioco 03 seguito dal codice che trovi all'interno della confezione e da una lettera che indichi il tuo operatore di telefonia mobile (T per Tim, V per Vodafone, W per Wind ed H per H3O), tutti separati con un # 1 Codice su 2 vince una ricarica di 5 euro. E lasciando l'autorizzazione per la privacy (opzionale) potrai ricevere direttamente sul tuo cellulare le informazioni per ottenere sconti e partecipare a nuovi, fantastici concorsi.

Esempio di sms: 03#23453476301#T#P



Mobile Marketing:
oltre 40 milioni di
codici prodotto/anno

ricevi SMS o
telefonate
dai tuoi
clienti

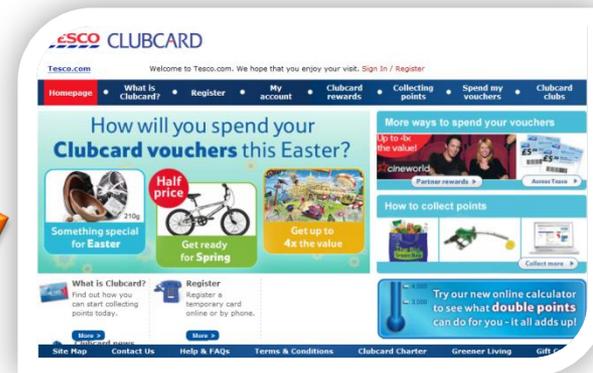


Teleprenotazioni:
web/sms/IVR
120.000 chiamate
ogni 4 mesi



La **Clubcard di Tesco (UK)** è approdata su iPhone:

- alla cassa gli utenti passano allo scanner l'iPhone
- sono allo studio anche idee su come sviluppare l'applicazione sfruttando GPS e coupon



- **Liberologico Srl**
 - Via Gozzini 15/17 – 56121 Pisa
 - www.liberologico.com
 - twitter.com/liberologico
 - +39 050 877088
 - info@liberologico.com