

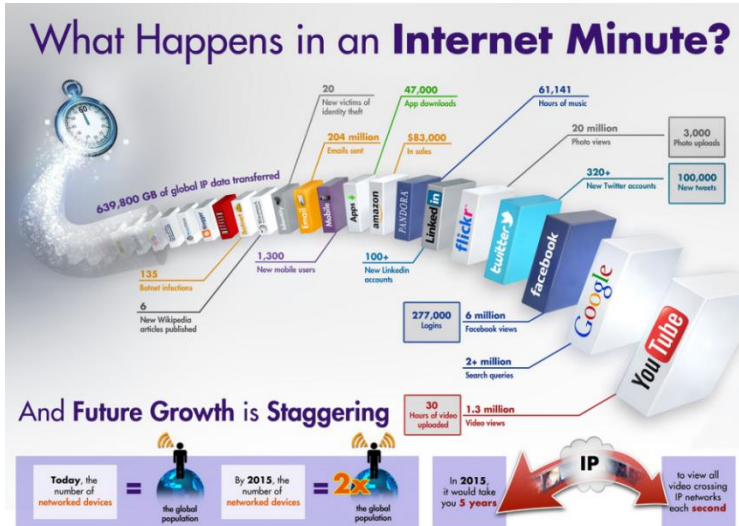
EMPOWERING LIVES THROUGH KNOWLEDGE AND IMAGINATION

MILANO | ITALY

Omnicanalità e Customer Intimacy: sfide e opportunità

Angela Perego
16 maggio 2017

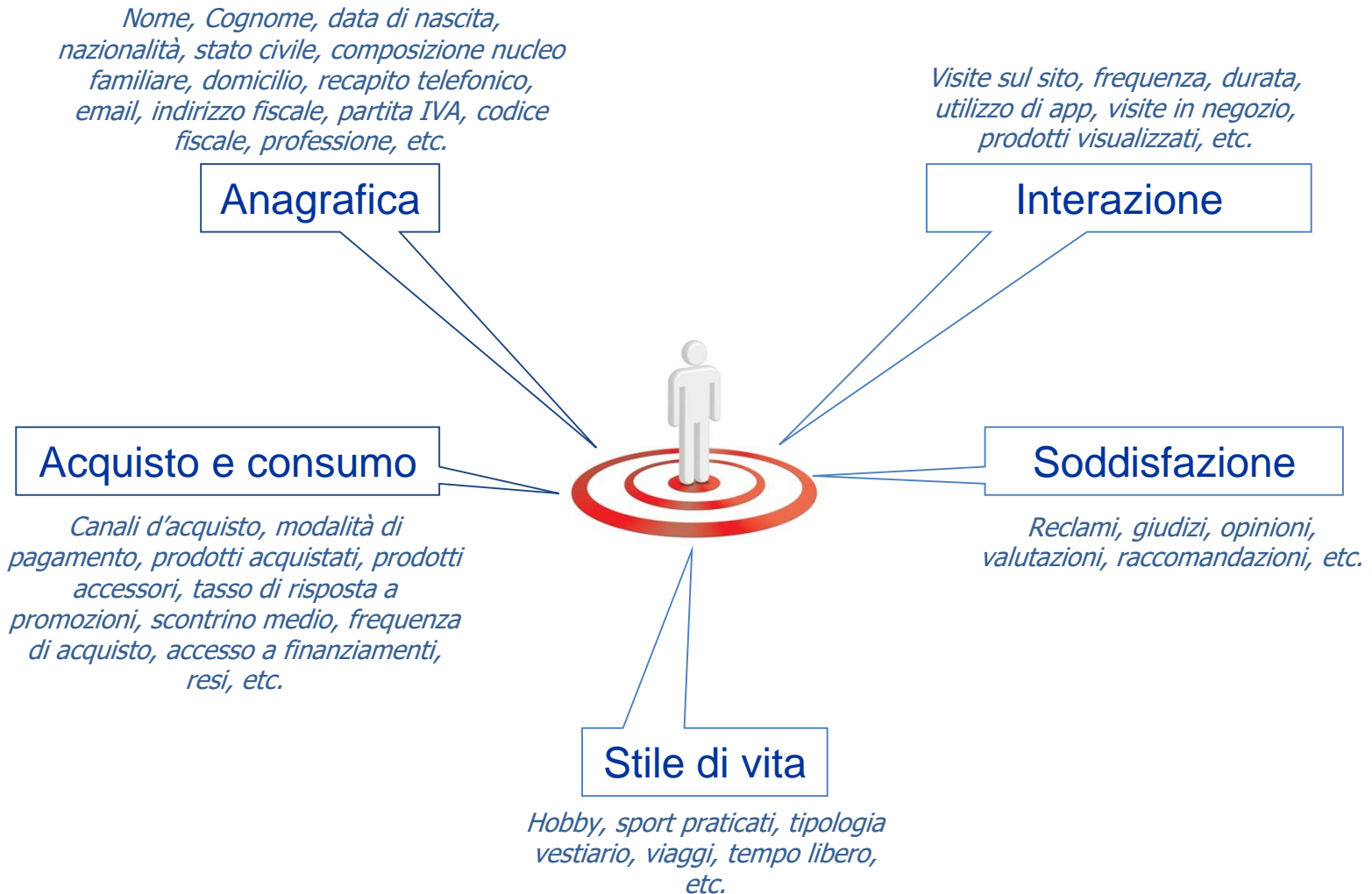
Customer data explosion



Fonte: Intel Free Press



Raccogliere ... integrare ...



Data Monetization

Mytech

Il Grande fratello esiste, vive nell'Arkansas e si chiama Acxiom

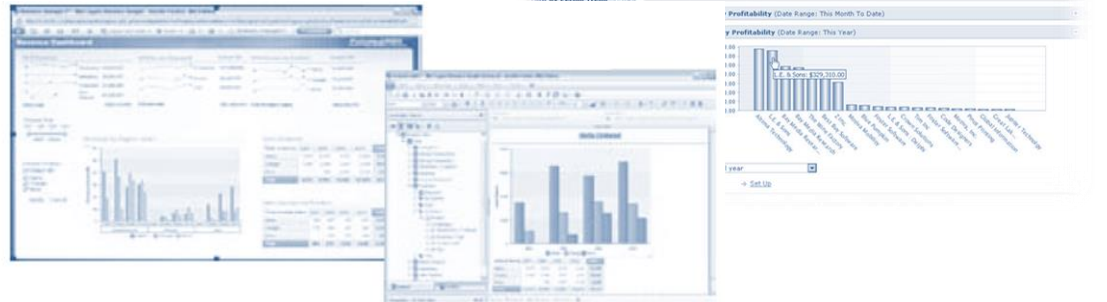
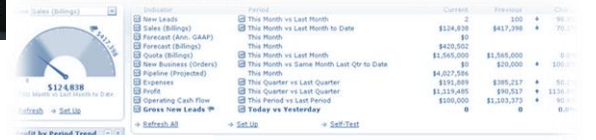
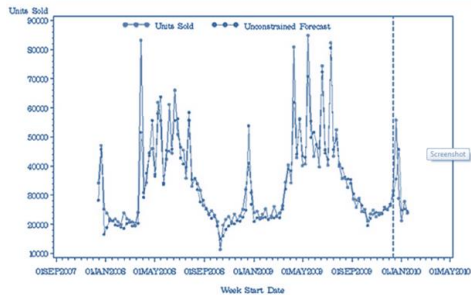
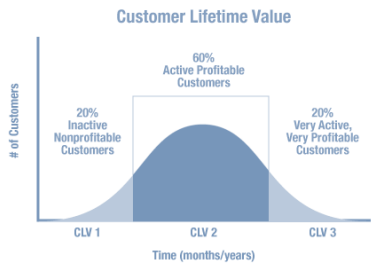
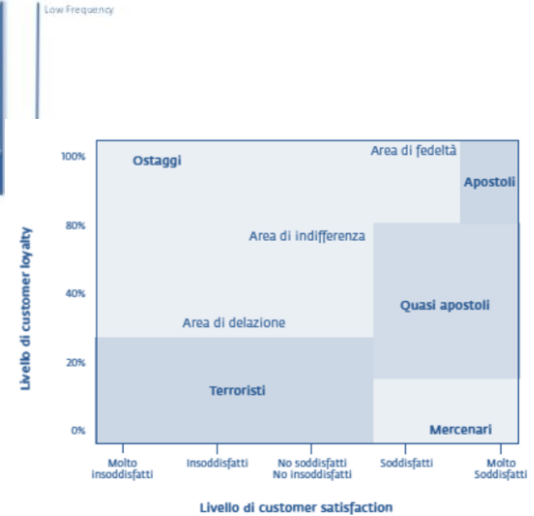
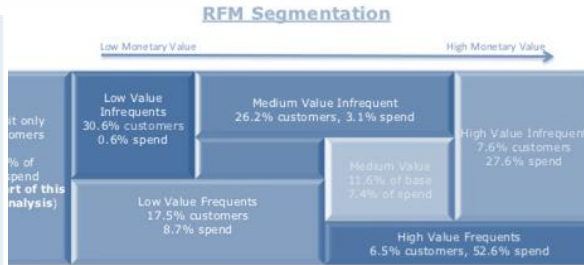
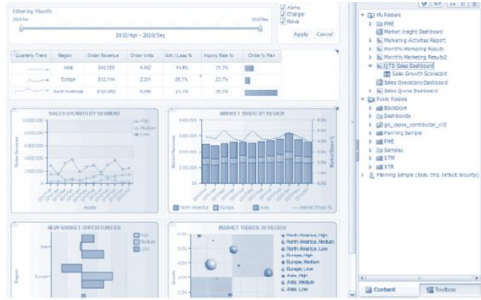
La Acxiom è una società sconosciuta. Ma nei suoi server ci sono miliardi di informazioni che ci riguardano. E non lo sappiamo.

La **Acxiom sa tutto su 500 milioni di consumatori**: È probabile che di quasi ogni americano, e di molti europei, conosca età, razza, sesso, peso, altezza, studi, gusti sessuali, orientamento politico, abitudini di acquisto, sogni, stato di salute.

Secondo gli esperti, riferisce il *New York Times*, la Acxiom ha raccolto **la più grande massa di dati al mondo sui consumatori**. I suoi computer elaborano 50 mila miliardi di dati all'anno, 500 milioni di persone sono schedate nei suoi server, per ognuna sono state ammassate in media 1.500 informazioni. Tutte notizie che poi vengono **rivendute**. Fra i clienti della Acxiom ci sono banche e case automobilistiche, società di e-commerce e grandi magazzini, tutti che vogliono sapere se stanno offrendo la cosa giusta al cliente giusto. Un business che rende: l'azienda dell'Arkansas ha chiuso il 2011 con un **fatturato di oltre 1,1 miliardi di dollari e 77 milioni di utili**.

Fonte: <http://www.panorama.it/mytech/il-grande-fratello-esiste-vive-nell-arkansas-e-si-chiama-acxiom/>

... estrarre valore dai dati



Behavior and Experience analysis

Analisi finalizzate a studiare il profilo dei clienti, il loro comportamento online e offline, la loro shopping experience nell'interazione tramite i diversi canali, valutare la loro attitudine verso le campagne di marketing proposte dall'azienda, etc.



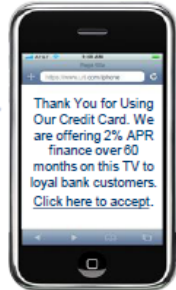
RealTime Analysis e Decisioni «automatiche» di marketing 1-to-1



Purchase flat screen TV at partner store using bank credit card

Real-time Decisions
Continuous Analytics
Fast In-Memory Data Management & Connectivity

Real-time, One-to-One Marketing



- Low current account balance
- History of response to attractive credit offers
- Push payment plan to mobile phone

- Analisi in RT della transazione di acquisto con carta di credito
- Profilazione del cliente e analisi storica del comportamento di utilizzo della carta
- Azioni di marketing in RT

Contextual & Behavioral analysis

Analisi condotta per identificare gli interessi di un cliente sulla base del suo comportamento (pagine visitate, frequenza e durata, etc.). Questa analisi è finalizzata a personalizzare le attività di comunicazione e promozione, in questo modo è per esempio possibile visualizzare, quando il cliente torna sul sito dell'azienda, uno specifico banner relativo a un prodotto o un servizio che sulla base delle analisi fatte dovrebbe essere di interesse per il cliente.



Sentiment/perception analysis

Analisi condotta presso utenti generici del web (che non è detto abbia acquistato/sperimentato un prodotto o servizio dell'azienda) per comprendere i motivi dell'eventuale non acquisto o comunque le sensazioni e le percezioni sugli attributi di prodotto e di servizio o sulle caratteristiche dell'azienda (brand o altro).

Principali Commenti

88% Concetti positivi

temi dominanti:

- Alta qualità e affidabilità dei suoi prodotti
- Sicurezza e garanzia
- Configurazione massima dei prodotti

Che dite? Come al solito XXX realizza prodotti dal livello di qualità incredibile

C'è solo l'imbarazzo del tipo di configurazione che si vuole fare. Con un prodotto così tutto è possibile

12% Concetti negativi

temi dominanti:

- Alcuni utenti lamentano la difficoltà di configurazione
- I prezzi sono considerati troppo elevati da alcuni utenti

Mi è capitato di configurare un paio di questi firewall, vi assicuro che non è semplicissimo in quanto bisogna conoscere l'YY di XXX. Per quanto riguarda l'installazione deve essere esclusivamente effettuata da un tecnico, e possibilmente certificato direttamente da XXX

I prezzi davvero molto alti purtroppo rendono tale categoria di dispositivi utili in ambienti aziendali

Si tratta di un dispositivo costoso

Social web network analysis



Analisi della qualità, intensità e tipologie delle relazioni tra individui e professional, al fine di individuare la rete relazionale, gli influencer maggiori di un certo fenomeno, le persone “hub” di informazioni o “snodi” di informazioni, nel caso di relazioni transazionali di business (cliente-fornitore), di partnership (collaboration) e di relazioni amicali o informali.

... dati non solo «customer»



Reputation Analysis



Analisi complessa multivariata del brand aziendale, dei brand di prodotto, del personale dell'azienda, delle politiche e delle strategie di responsabilità sociale dell'azienda (ad esempio politiche dell'ambiente, di gestione delle diversità, di gestione dei lavoratori, di utilità sociale), dei risultati azionari e di bilancio, finalizzata a definire, sulla base dei fattori considerati e dei pesi a loro assegnati, il profilo reputazionale dell'azienda.

Seriously McDonalds

Nel 2011 è stato pubblicato su Twitter un falso documento di sperequazione razziale che riportava una maggiorazione di prezzo nei ristoranti della catena McDonald's nei confronti di clienti afroamericani.



"That pic is a senseless & ignorant hoax. McD's values ALL our customers. Diversity runs deep in our culture on both sides of the counter."

L'intercettazione tempestiva di questo documento ha permesso a McDonald's di diffondere su tutti i canali social una pronta risposta e contenere così gli effetti negativi di un tale messaggio e, anzi, trasformarlo in una opportunità, infatti, il giorno successivo il valore del titolo azionario del gruppo era cresciuto del 5% .

(Divol, Edelman e Sarrazin, 2012).

New product competition

Analisi condotta, sia presso chi ha acquistato i prodotti o i servizi in esame, sia presso chi non ne ha sperimentato l'acquisto e il consumo, per comprendere i propri prodotti e servizi a quali altri prodotti di brand concorrenti o di brand operanti in settori contigui sono associati.



Chi sono i suoi concorrenti?



Non una semplice foto ...



... ma fonte preziosa di informazioni

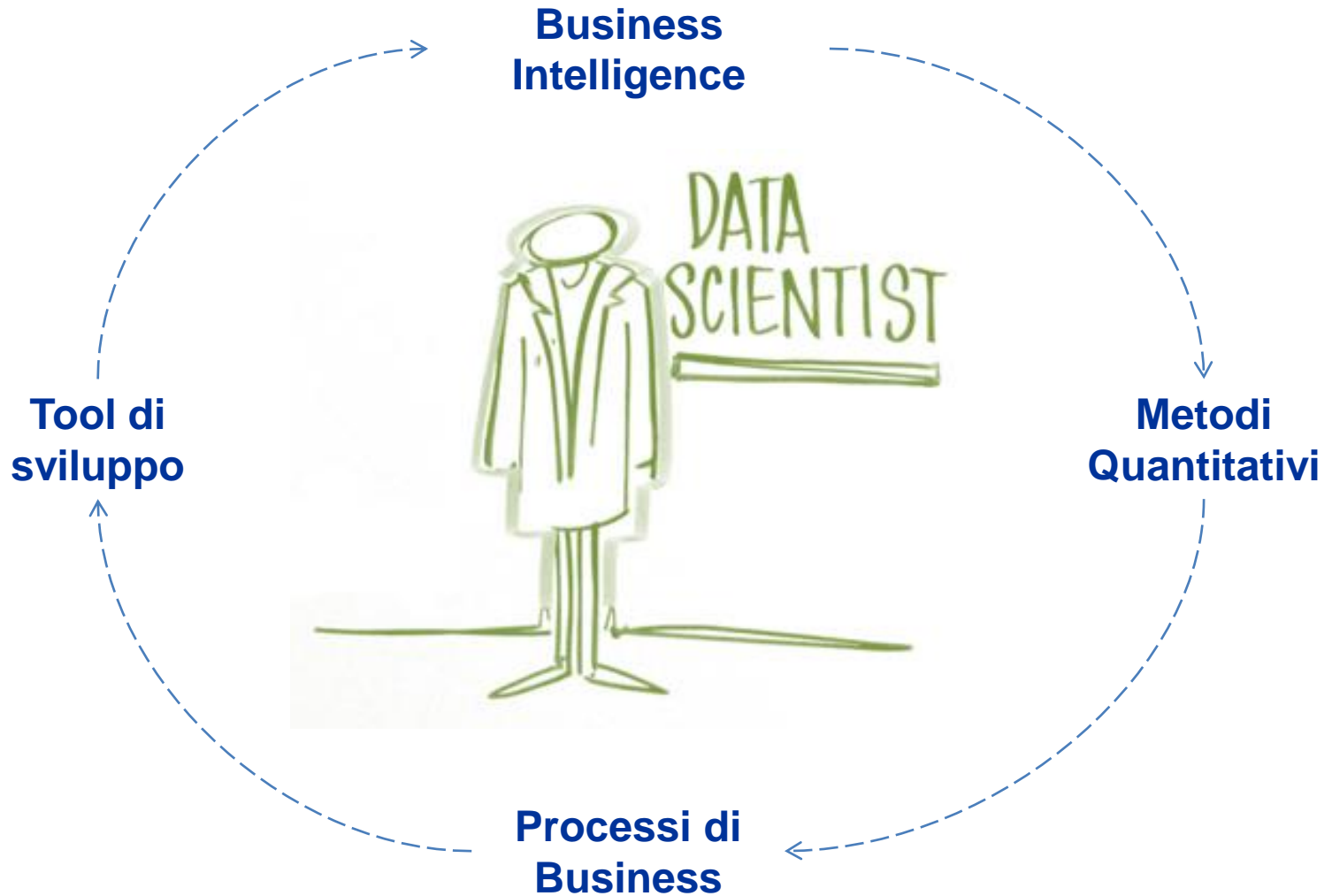
Il consumo di Gatorade non è associato esclusivamente all'attività fisica: i teenager lo utilizzano come bevanda, considerandolo un concorrente della Coca Cola.



Adidas ha scoperto che il 13% dei propri clienti è anche fan di Justin Bieber, Heineken che i fan dei Metallica preferiscono la propria birra, mentre i fan di Beyoncé sono gran bevitori di Smirnoff Ice



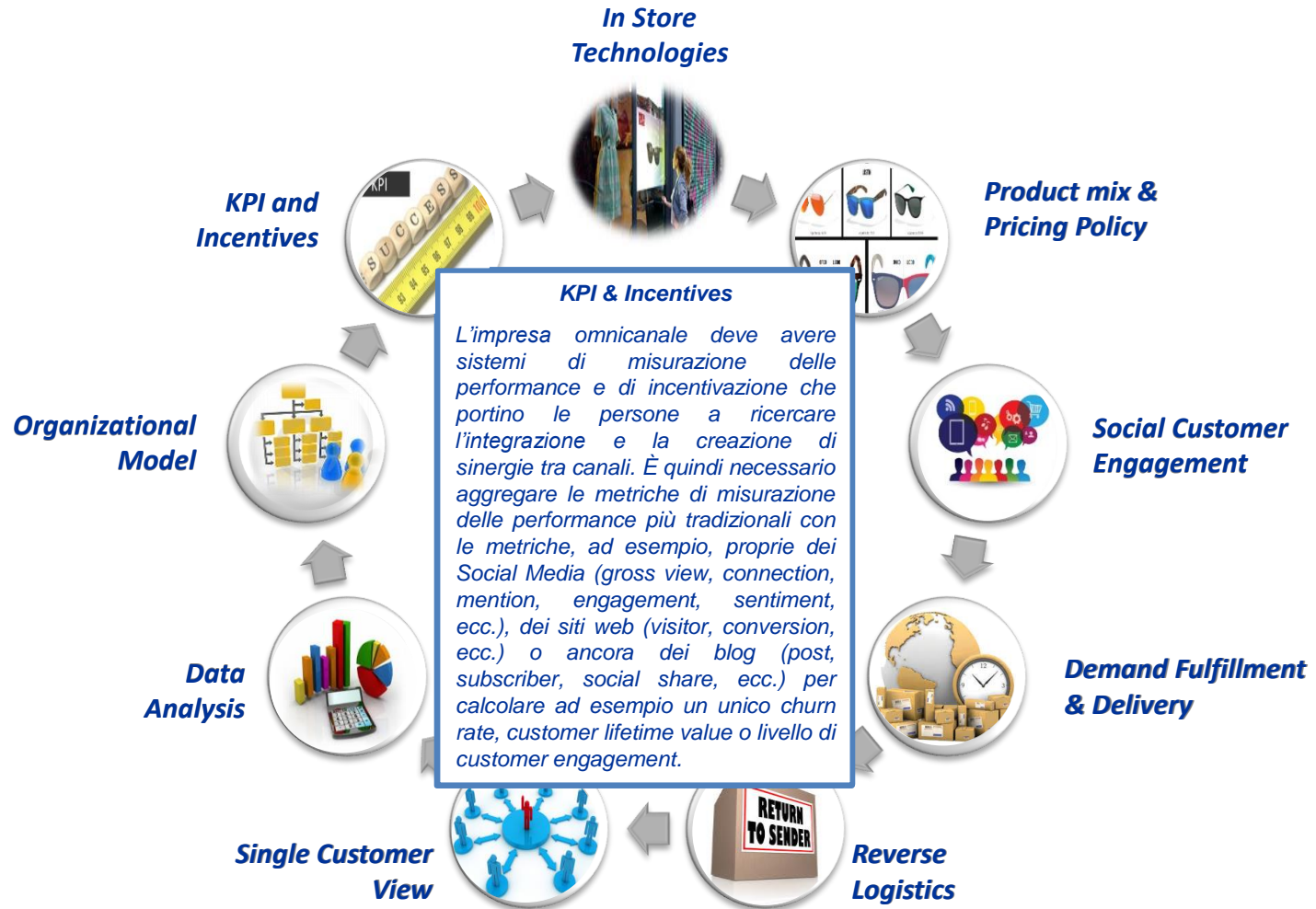
... avere le competenze



... essere omnicanale



I 9 pillars dell'omnicanalità



Per approfondire

- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**Omnicanalità. Assicurare continuità all'esperienza del cliente**», Egea, settembre 2016
- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**Il backstage dell'omnicanalità**», HBR, <http://www.hbritalia.it/mondo-formazione/item/1699-il-backstage-dell-omnicanalita.html#.V5t7NRJSLgw>, Luglio 2016
- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**I 9 Pillar dell'omnicanalità**», HBR, <http://www.hbritalia.it/mondo-formazione/item/1700-i-9-pillar-dell-omnicanalita-seconda-parte.html#.V5uA-RJSLgw>, Luglio 2016
- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**Incontri ravvicinati con l'omnicanalità**», Economia&Management, n.3 2016
- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**Omnicanalità: i Must per le imprese**», Sistemi & Impresa, n.1 – 2016
- Bettucci, D'Amato, Perego, Pozzoli, «**Omnicanalità. Come integrare i processi fisici e digitali per una seamless customer experience**», Logistica Management, Dicembre 2015
- **Corso «DIGITAL ENTERPRISE. Integrare i processi fisici e digitali per una “omnichannel customer experience”**
<http://www.sdabocconi.it/it/formazione-executive/digital-enterprise>



Grazie per l'attenzione

Angela Perego

SDA Bocconi, School of Management

angela.perego@sdabocconi.it