

## IL DB MARKETING: Le Soluzioni Integrate

---

**Il database di Marketing** studiato e progettato in funzione degli input specifici di una azienda cliente è lo strumento più efficace per attuare, a livello operativo, il marketing di relazione. Consente infatti, di costruire i processi di gestione del contatto con i clienti in modo individuale e personalizzato, partendo dalle informazioni possedute per ciascun cliente.

Raccogliendo, gestendo e storicizzando tutte le informazioni, sociodemografiche e comportamentali, si struttura un ricco patrimonio sempre aggiornato e fruibile tempestivamente per le attività di contatto con il proprio target.

Grazie alla presenza di Report accurati e l'utilizzo delle più avanzate tecniche di segmentazione e analisi è possibile andare oltre la semplice conoscenza anagrafica del contatto, e quindi identificare i bisogni, prevedere i comportamenti, controllare i trend, prevenire l'abbandono e contattare in una logica one-to-one.

Il database di Marketing è lo strumento attraverso il quale l'azienda può:

- identificare le decisioni di marketing strategico, tramite la segmentazione e la profilazione della clientela, permettendo un approccio personalizzato e individuale verso i clienti, attuali e potenziali
- identificare le attività di marketing operativo, per pianificare efficacemente e puntualmente le azioni mirate di conquista e di fidelizzazione

**Il DataBase di Marketing** permette di qualificare e di aumentare sia in numero che in valore la Customer Base dell'azienda ottimizzando "scientificamente" gli investimenti e aumentando l'efficacia di ogni azione di comunicazione

Consodata attraverso un team di persone dedicate ed avvalendosi del proprio patrimonio informativo si propone come il partner ideale per la creazione e l'implementazione di un efficace DB Marketing strutturato in funzione dell'analisi puntuale dei bisogni, obiettivi e finalità dell'azienda cliente.

I **principali benefici** conseguibili attraverso la realizzazione di un efficace DB Marketing con Consodata, consistono nel poter disporre di un patrimonio informativo a valore aggiunto:

- normalizzato e deduplicato
- sempre aggiornato in tempo reale, attraverso un sistema di raccolta nuove anagrafiche anche via web
- Arricchito da dati "esterni" all'azienda per qualificare meglio le anagrafiche esistenti
- Al quale è possibile applicare modelli inferenziali per individuare tra i prospect quelli più vicini al target
- In grado di permettere una precisa profilazione delle anagrafiche per attuare promozioni e attività di comunicazione specifiche.
- Utile a gestire in modo strutturato le campagne di comunicazione: sms, e-mailing e mailing standard con la possibilità di gestire il dato storico.

Consodata si propone come il partner di valore nella realizzazione e nella gestione di un DB di Marketing in quanto si avvale di strumenti e competenze interne maturate negli anni, quali:

- **Norcode:** strumento automatico di trattamento dati anagrafici, che permette di Normalizzare e Geocodificare indirizzi provenienti da diversi database di origine; NorCode genera quindi un database ad alta precisione con contatti immediatamente recapitabili, permettendo così di ottimizzare tutte le azioni di Direct Marketing.
- Strumento di **raccolta questionari via web:** funzionalità che consente di strutturare questionari e pubblicarli direttamente su web per registrare tutti i dati dei rispondenti in tempo reale secondo i criteri di raccolta delle informazioni definiti a priori dall'azienda;
- Disponibilità del più vasto e qualificato **Patrimonio Informativo** (Anagrafico e Statistico) a livello nazionale, di innovativi strumenti di geomarketing e di elevate professionalità di datamining per supportare efficacemente i più importanti processi decisionali.
- Realizzazione di **modelli statistici ed econometrici** a supporto delle decisioni aziendali per individuare i clienti più ricettivi per determinate forme di promozione commerciale, per segmentare i clienti e comprendere gli stili di consumo personalizzando la comunicazione.
- Esperienza nella selezione qualificata del target e nella successiva **ideazione di campagne** 1to1 secondo una logica di Test & Learning, finalizzata all'ottimizzazione della redemption.
- **Team di specialisti dedicati**, capaci di sviluppare, integrare e gestire, nel DB di Marketing del cliente, le differenti richieste di personalizzazione, per assicurare: una perfetta strutturazione del servizio sui reali bisogni e necessità dell'azienda, la completa gestione del DB ed il reperimento delle tecnologie informatiche più all'avanguardia per garantire la totale affidabilità del sistema sia in termini di erogazione del servizio, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, che di trattamento dei dati lato privacy.