

## Il Machine Learning, 5 esempi di come può rendere più efficace il tuo Marketing

Il mondo del marketing è in grande fermento, a creare questo clima particolarmente elettrico contribuiscono soprattutto innovazioni quali: il Machine Learning e l'intelligenza Artificiale.

Applicazioni che cambieranno, rendendo più efficace, l'attuale modo di fare Marketing.

Uno dei problemi è che, mentre l'attesa per ottenere i tanto desiderati vantaggi competitivi è in esponenziale crescita, per molti addetti ai lavori tali tecnologie sembrano complicate e inaccessibili, distanti dalle tradizionali capacità e tecniche di marketing.

Tuttavia, nei prossimi anni, è quasi certo che le tecniche di Machine Learning diventeranno abilità di uso comune, con funzioni che saranno integrate nei tool e nei software più utilizzati, e che i marketer dovranno necessariamente padroneggiare.

La sfida attuale consiste nel superare la "nebbia" e il vuoto di conoscenza che momentaneamente circonda il Machine Learning, per capire quali trasformazioni potrebbe davvero essere in grado di apportare.

### 1-Customer Experience

L'apprendimento automatico può aiutare i professionisti del marketing in vari modi.

Una delle opportunità più grandi è quella della personalizzazione dei messaggi in base ai singoli utenti, così da guadagnare un'efficacia e una penetrazione senza precedenti.

Senza il Machine Learning è molto complicato ed eccessivamente dispendioso lavorare ed analizzare le enormi quantità di dati di cui possiamo disporre.

Dati che possono provenire da numerosissime fonti: comportamenti di acquisto, flusso di vendite del sito web, utilizzo di app mobili, risposte a campagne precedenti, tanto per citarne alcune.

Una loro corretta e puntuale analisi potrebbe aiutare in maniera determinate a prevedere quali azioni intraprendere, modulando le offerte non più in base a ampie segmentazioni, ma bensì sul singolo cliente.

"Dare in pasto" tali dati (per quanto enormi e complessi) ad un computer programmato per eseguire operazioni di apprendimento automatico, renderebbe possibile eseguire previsioni molto precise e in tempi impossibili per un qualsiasi essere umano.

Quello della Customer Experience, a detta degli esperti, sarà il settore in cui il Machine Learning avrà l'impatto più significativo e dove apporterà i maggiori vantaggi.

Ogni aspetto: dall'attirare, al vendere, al servire i clienti, verrà migliorato e sarà possibile prevedere con maggiore anticipo e precisione le attività da compiere.

### 2-Segmentazione dei clienti



t. 800 64 20 96

t. +39 075 69 79 255

a. Via Settevalli 133/C 06129 Perugia

e. [segreteria@italianmarketing.foundation](mailto:segreteria@italianmarketing.foundation)

w. [www.italianmarketing.foundation](http://www.italianmarketing.foundation)

Main Partner

**neto**  
CORPORATION

Il Machine Learning è davvero molto efficace nel selezionare ed estrarre gruppi piccoli ed omogenei di clienti, differenziati in base al grado di similitudine delle loro preferenze e dei comportamenti.

Da sempre, quella della segmentazione è una prassi fondamentale per ogni operatore di marketing, ma grazie all'apprendimento automatico si stanno aprendo nuove porte e le frontiere che possono essere raggiunte sono qualcosa che in precedenza non era nemmeno immaginabile.

### **3-Riduzione del tasso di abbandono dei clienti**

Per ridurre al minimo la perdita di clienti, invece di affidarsi a metodi costosi e dispendiosi in termini di tempo, le aziende si stanno rivolgendo all'apprendimento automatico.

Grazie ai dati degli utenti del passato, il Machine Learning è in grado di generare modelli predittivi che consentono agli operatori di marketing di valutare in anticipo in che modo un loro intervento potrebbe influire sulla probabilità di abbandono.

È possibile prevedere, quindi, quale conseguenza porterà un'azione prima che essa venga effettuata, modulando gli interventi in base alla migliore previsione possibile e riducendo al minimo gli abbandoni.

### **4-Ottimizzazione dei prezzi**

Sempre più professionisti del marketing, specialmente ad alto livello, si affidano al Machine Learning per definire le proprie strategie basate sul prezzo.

L'apprendimento automatico è in grado di ottimizzare i prezzi in modo da renderli maggiormente competitivi e pertinenti rispetto al contesto di riferimento.

Non solo i "semplici" prezzi, ma grazie al Machine Learning vengono ottimizzati: il periodo di vendita, i canali di vendita, la posizione del prodotto e ovviamente il segmento di clienti.

### **5-Modulazione delle offerte**

Un altro campo in cui il Machine Learning sta apportando una vera rivoluzione è quello delle offerte e degli incentivi alla vendita, su come presentarli e attraverso quali canali.

Le offerte di vendita specifiche sono create supportate da contenuti aggiuntivi, offerte e incentivi. Questi elementi sono resi disponibili a un motore di ottimizzazione che utilizza la logica del Machine Learning, con lo scopo di prevedere la migliore combinazione di elementi che porterà a una nuova vendita.

### **Il futuro del Marketing è dietro l'angolo**

I software di Machine Learning stanno maturando alla velocità della luce. Nuovi algoritmi e tecnologie vengono creati ogni giorno, suggerendo inedite possibilità e applicazioni.

Molte delle cose che facciamo manualmente possono essere sostituite e gestite in modo più efficace da algoritmi e robot.

Grazie all'apprendimento automatico, i professionisti del marketing possono informarsi riguardo a molteplici minacce e opportunità, mentre dedicano il loro tempo alla creatività e alle implementazioni necessarie per sfruttare al meglio i nuovi vantaggi e conoscenze.

Nonostante ciò, la maggior parte dei marketer, nelle loro azioni quotidiane, continua a non utilizzare alcuna forma di apprendimento automatico, questo perché rimane un campo complesso, che richiede studio e il coinvolgimento di professionisti.

Di sicuro sentiremo molto parlare di Machine Learning e di come alcuni aspetti del marketing possano essere quasi completamente automatizzati.