

# Gestione mirata delle campagne



E' molto amato l'invio in modo mirato e capillare di messaggi pubblicitari ai clienti del direct marketing, grazie a quale, la comunicazione arriva al momento giusto ed al target giusto. In questo vi supporta il management delle campagne Radix.

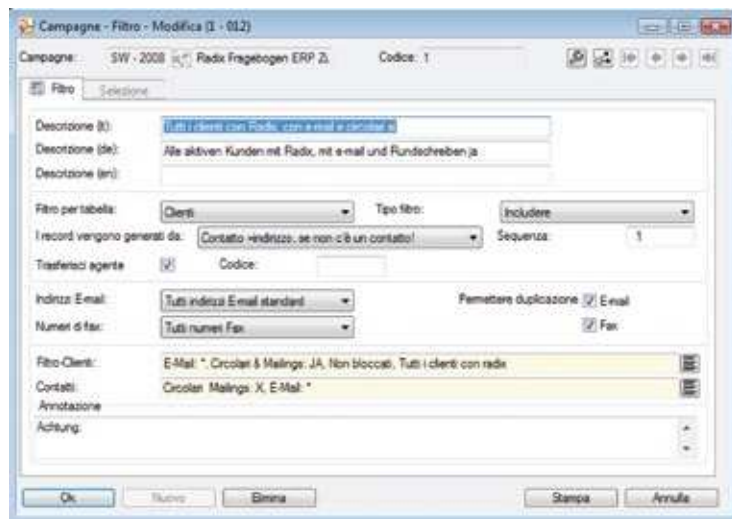
Infomail e newsletter fanno parte delle migliori forme di comunicazione, attraverso le quali un'azienda può entrare in contatto con i clienti esistenti e potenziali. Il direct marketing ha senso però, se il messaggio arriva direttamente alle persone alle quali è indirizzato. Pertanto, deve essere personalizzato e presentarsi nella forma corretta. Troppo complicato? Assolutamente no, se ci si avvale del modulo Radix per il management delle campagne!

## Scelta mirata, attenzione assicurata

A chi inviare una lettera informativa, una newsletter o un'offerta speciale aggiornata? Radix offre una soluzione eccellente che consente di filtrare gli indirizzi adeguati alla campagna in programma. La scelta si basa su svariati parametri. E' necessario che tutti i clienti di una determinata zona ricevano la mail nello stesso momento o è meglio limitarla a coloro che hanno acquistato un determinato prodotto in un periodo specifico? La newsletter deve essere indirizzata solo a clienti di lingua tedesca o anche a quelli di lingua italiana? Siamo già in possesso del consenso del cliente per l'invio di materiale pubblicitario?

Radix è in grado di filtrare in pochi secondi tutti gli indirizzi contenuti in un gruppo di clienti, con le caratteristiche adeguate, garantendo anche il rispetto delle normative giuridiche in tema di privacy. Contatti di clienti, fornitori e indirizzi non ancora salvati nelle varie tabelle Radix, possono essere importati da un documento Excel.

Con le varie possibilità di filtraggio, Radix assicura l'invio del messaggio ai destinatari. Ad esempio: è possibile informare gli acquirenti di un determinato prodotto in merito all'offerta di accessori a prezzi convenienti, oppure comunicare un evento ai clienti di uno specifico bacino d'utenza.



Questo sistema consente di catturare l'attenzione dei destinatari, raggiungendo così l'obiettivo della campagna.

## Formulazione accattivante

Affinché il messaggio abbia l'effetto atteso, la personalizzazione della lettera e una formulazione accattivante sono un must. In questo senso, Radix permette di predisporre la campagna su un documento Word, così da poter inserire accanto al testo, il logo aziendale, eventuali immagini, grafici o link. La personalizzazione è un ulteriore polo d'attrazione che assicura l'attenzione: nei messaggi personalizzati, Radix inserisce automaticamente la lingua corretta. Infine, i relativi dati vengono prelevati dall'elenco selezionato dei contatti e inseriti in fase d'invio. In una campagna gestita con Radix, è inoltre possibile allegare anche documenti aggiuntivi come, per esempio, un modulo d'ordine. Su richiesta, la lettera informativa o il messaggio per un'iniziativa pubblicitaria possono essere inviati sotto forma d'e-mail, fax o lettera.

## Gestione semplificata

Nel corso di campagne più articolate, che interessano un periodo piuttosto lungo, è facile perdere il controllo della situazione: chi ha ricevuto cosa? Quando ha avuto inizio la campagna su quel determinato tema? Radix offre, in questo caso, una panoramica chiara e completa: nel suo

archivio, infatti, tutte le iniziative possono essere consultate e rapidamente visualizzate. Per consentire una ricerca veloce, le campagne vengono memorizzate in singoli registri e classificazioni, dove le ultime, definiscono con precisione se si tratta dell'invio di una newsletter, di un'azione promozionale o di un'infomail. Nell'infobox delle singole campagne, è dunque possibile inserire ogni ulteriore informazione. Questa documentazione può essere redatta per ciascun cliente, archiviando la campagna nel relativo infobox e rendendo visibili i messaggi a vari indirizzi.

## Raccolta di feedback

Il management delle campagne Radix offre anche l'opportunità di gestire i feedback, inviando in modo mirato questionari, ai quali i clienti possono rispondere fornendo una valutazione su determinati servizi. Su tali questionari, Radix elabora automaticamente la modalità desiderata di risposta (sì/no, multiple choice o risposta aperta) ed effettua la valutazione dei feedback, in modo da poterne evincere una visione complessiva e significativa.

## Il vostro interlocutore per questo argomento:

Paul Schäfer, paul.schaefer@acs.it, tel. 0472 27 27 27