B2B MARKETING CONFERENCE 2019

MARTEDI'
11GIUGNO
2019

Dalle 9:30 alle 11:00

Relatore

Marco Millocca
Coordinatore del Team Commerciale Triboo
Laureato in Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali, si è occupato di comunicazione (giornalistica ed aziendale), gestione dei Clienti e vendita diretta.
Si occupa di vendite da oltre dieci anni avendo maturato esperienze in diversi settori. In ambito digital ha prima collaborato con testate online, per poi entrare nel team commerciale di Antevenio Italia. Approda in Triboo nel 2017 col ruolo di Sales Director Manager.

Formazione Tecnico Operativa

LEAD GENERATION E DATA PROFILING: COME RAGGIUNGERE E CONOSCERE AL MEGLIO IL VOSTRO TARGET

Trovare nuovi clienti in rete e raggiungere il target desiderato è uno degli obiettivi primari di una strategia di marketing online di successo. Grazie all'esperienza del **Gruppo Triboo** nel mondo digital, verranno mostrate le migliori strategie multicanali di performance marketing, Lead Generation e la gestione avanzata dei sistemi di Data Profiling e Audience Analytics per trarre benefici dai dati degli utenti che hanno visitato il sito attraverso campagne marketing.

PRIMA PARTE DEL PROGRAMMA

Performance Marketing: strategie e canali Direct per la Lead Generation

Contenuti principali

- Pianificazione Multichannel: le campagne di Lead Generation che comprendono Email, Sms, Social e Display, con l'obiettivo di raggiungere gli utenti in target utilizzando vari punti di contatto.
- La piramide di acquisizione della Lead Generation.
- Canali di acquisizione: Email, SMS, Social oltre a Display e Content Marketing: i pilastri della strategia multichannel.
- Database building: i metodi per alimentare il proprio database utenti attraverso attività di Lead Generation.
- Lead Qualification: come qualificare una Lead attraverso l'attività di un call center che effettua una chiamata telefonica per verificare i dati anagrafici dell'utente.

MARTEDI’ 11GIUGNO 2019

Dalle 11:15 alle 12:45

Relatore

Andrea Strini
Head of Analytics
Entra nel team di Triboo Data Analytics dopo aver lavorato come consulente presso Nielsen e come Customer Success Manager presso Persado, maturando esperienza nella strutturazione di analisi di performance e commercializzazione delle stesse. Oggi coordina il team di analisti e si occupa delle strategie di vendita dei servizi di Triboo Data Analytics.

SECONDA PARTE DEL PROGRAMMA

Dalle visite al Lookalike: la DMP di Triboo per conoscere meglio i tuoi navigatori

Per raggiungere e conoscere i propri utenti serve una strategia integrata, qui gli strumenti che vedremo:

- Tag management e data analysis - monitorare in maniera puntuale il comportamento del traffico per individuare i bottle neck e points of improvement del funnel di conversione.

- Marketing automation - i dati diventano il trigger di attivazione di contenuti on site disegnati appositamente per specifici target, con l’obiettivo di aumentare il conversion rate e aumentare il database newsletter/utenti con credenziali del tuo sito.

- Modelli predittivi: raffiniamo a tal punto le interazioni con tra specifici target di utenza e determinate action su sito da intuire a priori le preferenze di un nuovo navigatore mai atterrato prima sul tuo portale.

Destinatari
Giornalisti, redattori, responsabili marketing

Durata singolo corso
1/2 giornata (09.30-13.00)

Prezzo non Soci
99 € + Iva

Chiusura iscrizioni: 10/06/2019