

Testimonianza di un cliente Adobe

Come gestire i percorsi di milioni di clienti.

RCS MediaGroup analizza i dati dei clienti con Adobe Marketing Cloud per impostare campagne mirate.



"Adobe Marketing Cloud ci permette di imparare dai nostri clienti e quindi di continuare a interessarli con i nostri brand."

Luca Crisà, CRM Digital & Campaign Manager, RCS MediaGroup

SOLUZIONE

Adobe Marketing Cloud, comprese le soluzioni Adobe Campaign, Adobe Analytics e Adobe Target

Adobe Creative Cloud for enterprise

RISULTATI

25%

RIDUZIONE dei costi operativi grazie a una migliore produttività

15
MILIONI

Gestione di **MILIONI** di clienti in un unico strumento



Distribuzione di **MESSAGGI** efficaci sui vari canali



TARGETING degli utenti grazie all'analisi in tempo reale



Testimonianza di un cliente Adobe

RCS MediaGroup

Fondato all'inizio degli anni '90

Dipendenti: circa 3.400 nel 2016
(Italia e Spagna)

Milano, Italia

www.rcsmediagroup.it

Accenture

www.accenture.com

SFIDE

- Incrementare i ricavi attraverso maggiori visualizzazioni di pagina e abbonamenti
- Gestire milioni di profili cliente su vari canali per una maggiore efficacia
- Analizzare le campagne di marketing per ottimizzare i risultati e indirizzare le audience

Leader mondiale nel settore dei media

Con più di 70 brand in Italia e Spagna, RCS MediaGroup è un leader internazionale nel settore dei media. L'azienda è conosciuta soprattutto per le sue testate giornalistiche, tra cui *Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport* e *Marca*, i quotidiani più diffusi in Italia e Spagna. Ma nel corso degli anni l'azienda è diventata un vero e proprio gigante dei media multicanale con riviste di lifestyle, siti web, brand televisivi e radiofonici.

Due delle principali fonti di ricavo di RCS MediaGroup sono gli abbonamenti e le pubblicità. Comprendere il cliente è molto importante per aumentare i ricavi: il messaggio giusto al momento giusto infatti può incoraggiare i clienti a sottoscrivere un abbonamento, fare clic su un banner pubblicitario o semplicemente continuare a leggere un articolo.

"Abbiamo circa 15 milioni di contatti nel nostro database", afferma Luca Crisà, CRM Digital & Campaign Manager di RCS MediaGroup. "Questo volume di dati sui clienti può fornirci informazioni preziose su come possiamo rendere annunci e offerte di abbonamento più appetibili per il pubblico".

Tuttavia, questa mole di dati ha rappresentato anche una sfida per RCS MediaGroup, perché i team si sono trovati a dover gestire, analizzare e indirizzare milioni di clienti su canali diversi. "Avevamo bisogno di strumenti che ci permettessero di gestire in modo unificato tutti i tipi di campagne di marketing, dall'e-mail e dal digitale ai social network, passando per gli SMS, fino alle app mobile", spiega Crisà. "Abbiamo scelto Adobe Marketing Cloud, con incluse le soluzioni Adobe Campaign, Adobe Analytics e Adobe Target, perché offre una piattaforma integrata ideale per gestire più canali".

Marketing mirato e intelligente

Grazie ad Adobe Campaign, RCS MediaGroup raccoglie informazioni su milioni di utenti provenienti da numerose fonti, con cui crea profili cliente dettagliati. Attraverso API affidabili e integrazioni predefinite, Adobe Campaign estrae queste informazioni dalla soluzione Salesforce CRM di RCS MediaGroup, dalle soluzioni di e-commerce, dai database dei clienti e persino dal comportamento degli utenti sui siti web.

Adobe e il partner di integrazione Accenture hanno collaborato con RCS MediaGroup per sviluppare flussi di lavoro semplici con cui i marketer possono segmentare le audience in gruppi specifici e quindi pianificare campagne mirate in meno tempo. Grazie alle conoscenze acquisite su esigenze e preferenze dei clienti nei vari canali e rispetto ai diversi brand del gruppo, RCS MediaGroup è in grado di distribuire campagne multicanale più personalizzate, basate sui dati dei clienti. Uno dei 60 milioni di clienti interessati ai brand sportivi dell'azienda potrebbe, ad esempio, essere più propenso ad abbonarsi a un quotidiano, se gli venisse offerto in via promozionale di provare un canale di sport via cavo per tre mesi.

Adobe Campaign consente inoltre a RCS MediaGroup di determinare il canale e la tempistica migliori per avvicinare i clienti e ottenere il massimo coinvolgimento nelle campagne di fidelizzazione e acquisizione.

PANORAMICA DELLA SOLUZIONE

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Campaign
 - Gestione delle campagne
- Adobe Analytics
 - Report e analisi di marketing
- Adobe Target
 - Suggerimenti personalizzati
 - Personalizzazione automatizzata

Adobe Creative Cloud for enterprise

“Con tutte le informazioni sui nostri clienti raggruppate in un’unica posizione grazie ad Adobe Campaign, possiamo identificare meglio le opportunità di marketing nei vari canali e monetizzare questi dati attraverso la nostra pubblicità digitale”, spiega Crisà.

Adobe Analytics aiuta a scomporre le campagne di marketing in modo tale che i marketer possano individuare le tendenze e interagire con i clienti in tempo reale. Questo permette a RCS MediaGroup di rivolgersi persino agli utenti anonimi del sito con offerte pertinenti in base al loro comportamento di navigazione. Quando sarà completata l’implementazione di Adobe Target, i marketer saranno in grado di automatizzare il targeting e raggiungere livelli di personalizzazione ancora più profondi, mantenendo coinvolti i clienti lungo il loro customer journey.

Se da un lato RCS MediaGroup usa principalmente Adobe Campaign per offrire percorsi cliente più personalizzati, dall’altro i marketer iniziano a sfruttare questo strumento per supportare il marketing end-to-end di clienti B2B. Le grafiche avanzate create con Adobe Creative Cloud aiutano ad attirare i clienti e aumentare i clic.

Costi operativi ridotti del 25%

Le campagne di e-mail marketing costituiscono gran parte delle attività di marketing di RCS MediaGroup. I marketer inviano più di 15 e-mail al giorno a diversi gruppi di clienti per un totale di 600.000 milioni di e-mail all’anno.

Con Adobe Campaign è possibile automatizzare queste campagne e impostare anche dettagli specifici come la calendarizzazione. Tutte le newsletter VIP, ad esempio, arrivano nelle caselle di posta dei lettori alle 7 del mattino per massimizzare l’impatto all’inizio del giorno. I messaggi transazionali possono essere inviati immediatamente per interazioni in tempo reale con i clienti.

“L’automazione aumenta la produttività, tanto che i marketer dedicano il 35% di tempo in meno all’invio di e-mail con Adobe Campaign”, racconta Crisà. “Abbiamo più tempo per analizzare i risultati e ottimizzare le e-mail in modo da ottenere risposte migliori”. Di conseguenza, l’azienda ha ridotto i costi operativi del 25%, migliorando le interazioni con i clienti. Secondo le indagini del servizio clienti, i punteggi NPS (Net Promoter Score), che indicano il livello di soddisfazione dei clienti, migliorano di giorno in giorno.

Oltre che per le e-mail, RCS MediaGroup usa Adobe Campaign anche per gestire le campagne via SMS, siti web, app mobile e notifiche push. Dando ai clienti più opzioni e modalità di interazione, RCS MediaGroup è in grado di distribuire offerte di maggiore impatto che determinano un aumento degli abbonamenti e risposte più significative per gli inserzionisti.

“Adobe Marketing Cloud ci permette di imparare dai nostri clienti e quindi di continuare a interessarli con i nostri brand”, afferma Crisà.

Per ulteriori informazioni

[www.adobe.com/it/solutions/
digital-marketing.html](http://www.adobe.com/it/solutions/digital-marketing.html)

www.adobe.com/it/creativecloud



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA

www.adobe.com, www.adobe.com/it