Cos’è il marketing predittivo: 7 suggerimenti per migliorare la tua attività

di Paolo Franzese



Cos’è il marketing predittivo? Fondamentalmente la risposta è: siamo noi! Oggi parleremo di una tecnica di marketing che utilizza l’analisi dei dati e l’intelligenza artificiale per prevedere il comportamento dei consumatori e anticipare le loro esigenze.

Parliamo di marketing basato su dati raccolti, dati che possono essere utilizzati per regolare le campagne di marketing in tempo reale, tramite feedback dei sondaggi o delle intelligenze artificiali.

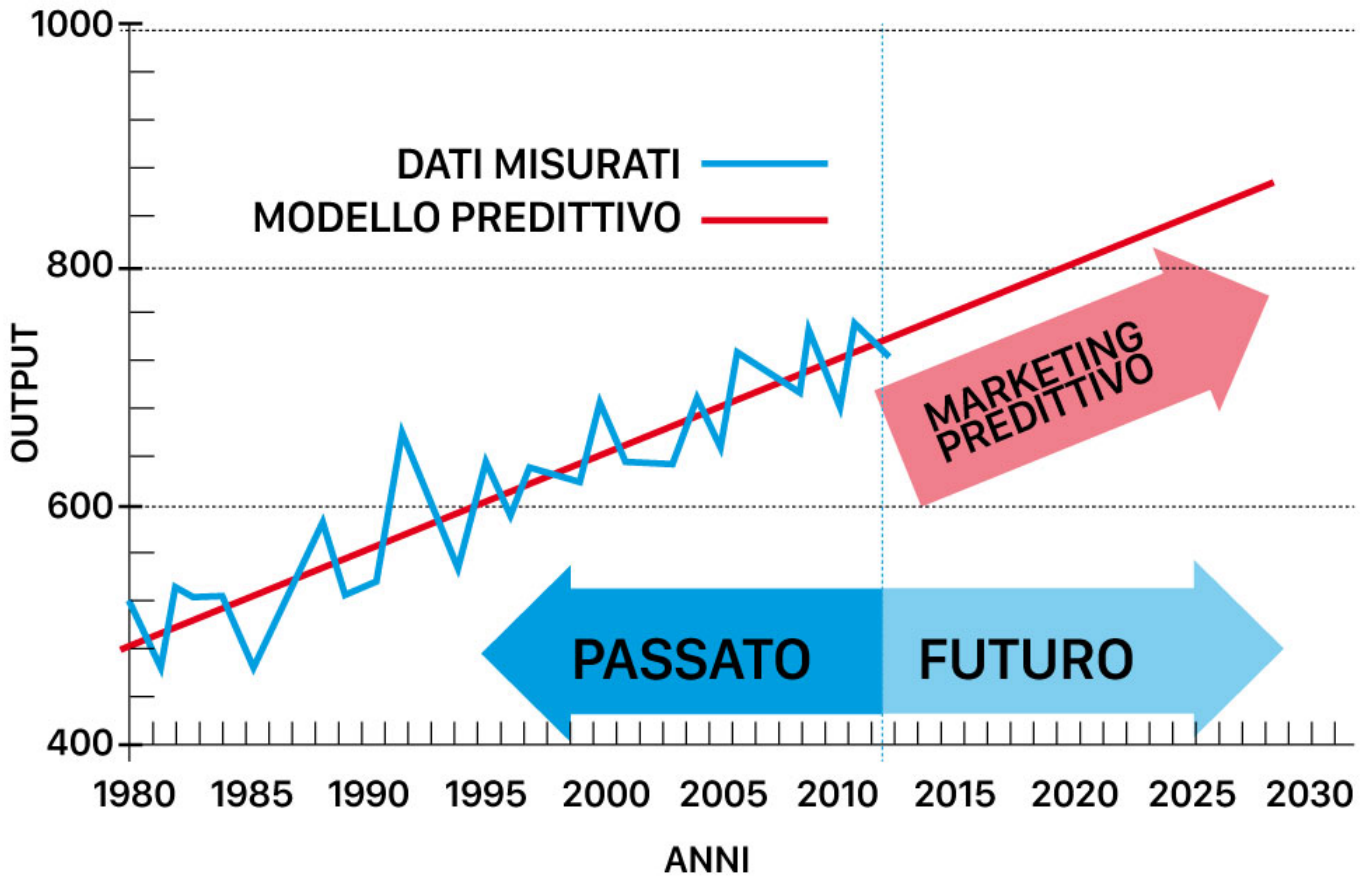
Cos’è il marketing predittivo

Il **marketing predittivo** cerca di capire in anticipo:

- Cosa vuole il cliente;
- Come si comporterà in futuro.

Per offrire prodotti o servizi personalizzati e pertinenti in modo tempestivo.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Analisi predittiva: previsione, per comprendere semplicemente l'analisi predittiva è applicarla al dominio

Per fare ciò, il marketing predittivo utilizza diverse fonti di dati, come:

- Analisi dei dati delle transazioni;
- Interazione sui social media;
- Dati di navigazione sul sito web;
- Informazioni sui clienti raccolte tramite sondaggi o feedback.

Cos'è il marketing predittivo? Se ci siamo noi, esiste il marketing predittivo.

Realtà sempre più presente

Il Marketing Predittivo oggi è una **realtà sempre più presente**, sia nelle grandi imprese che nei progetti imprenditoriali più piccoli, perché la previsione dei comportamenti dei clienti è diventata fondamentale per il successo del business.

Molti degli algoritmi utilizzati oggi sono stati inventati negli anni '70 dai banchieri, ma alcuni algoritmi complessi, che erano troppo costosi o che richiedevano troppi dati all'epoca, sono diventati oggi di grande rilevanza.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

La cultura dei dati non è ancora molto diffusa nelle aziende.

I progetti di Marketing Predittivo non richiedono necessariamente grandi quantità di dati, ma richiedono la capacità di raccoglierli e interpretarli correttamente.

L'obiettivo è di attivare i dati, ovvero di utilizzarli per creare campagne pubblicitarie o automazioni di marketing efficaci. Tra gli usi più comuni dei dati raccolti, il marketing predittivo è uno dei maggiori che richiede molte competenze diverse.

La creazione di una cultura dei dati è la sfida più grande per le aziende di oggi.

Cos'è il marketing predittivo? Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale.

Apprendimento automatico

Questi dati vengono quindi elaborati attraverso algoritmi di apprendimento automatico e di intelligenza artificiale per individuare modelli e trend di comportamento dei clienti.

Il marketing predittivo può essere utilizzato in diversi settori e tra i suoi principali vantaggi ci sono l'aumento della fedeltà dei clienti, la riduzione dei costi di acquisizione dei clienti e 'aumento delle entrate.

Inoltre, il marketing predittivo può aiutare le aziende a prendere decisioni più informate e a migliorare la loro strategia di marketing.

Cos'è il marketing predittivo? Impara cosa fanno i tuoi clienti.

Comportamento dei consumatori

Stanno continuamente rilevando il **comportamento dei consumatori** online, il tuo comportamento:

- Se stai andando sui social media;
- Se usi Google Bing;
- Come interagisci;
- Dove ti trovi;
- Dove vai in viaggio;
- Dove fai il check-in;
- …

Le società prendono questi dati analitici e li combinano con il tuo profilo sui social media.

C'è la possibilità di capire tutto oggi, dove vivi, la tua età, le tue preferenze, in base alle pagine che hai apprezzato, il contenuto con cui hai interagito. Si prendono tutti questi dati, di tanti utenti e si ottiene un'analisi predittiva di chi sarebbe il migliore target per un determinato messaggio pubblicitario.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Cos’è il marketing predittivo? Serve il contenuto giusto.

Contenuto giusto al momento giusto

Quello che si fa oggi è:

- Usare l’Intelligenza Artificiale;
- Studiare il comportamento del consumatore.

Si mettono insieme questi due ingredienti e finalmente si può sperare di mettere il **contenuto giusto**, al **momento giusto**, *davanti alle persone giuste*.

Ecco perché quando utilizzi Internet per cercare in rete un determinato computer o una determinata pizzeria, all’improvviso vedrai contenuti e annunci su ciò che hai appena cercato.

Sia se si tratta di aver cercato qualcosa in Google e sia se hai interagito con determinati contenuti.

Cos’è il marketing predittivo? Ecco cosa si è capaci di fare adesso.

Pubblicità predittiva

Ci sono tanti brand disposti a spendere migliaia di euro in questo tipo di pubblicità. Oggi è possibile utilizzare l’intelligenza artificiale per creare **pubblicità predittiva** in modo che i tuoi annunci, il tuo contenuto caschi davanti agli occhi del tuo cliente perfetto.

?**Esempio**: quando vai su Google e digiti una query di ricerca, poi gli aggiungi un “cerca vicino a me”, poi voi su un paio di siti sempre in tema alla query di ricerca, poi vai su un video, etc… Non stai facendo altro che lasciare una scia digitale. Il tuo comportamento non solo interagirà con le parole chiave, ma anche con determinati siti web, si prenderanno quei dati e ora potranno mettere la pubblicità precisa che risponderà a quella prima query di ricerca. La pubblicità comparirà su Facebook e su altre piattaforme di social media.

La pubblicità comparirà in tempo reale solo alle persone che hanno cercato quel tipo di contenuto o quel tipo di attività.

?**Esempio**: hai a disposizione una grandissima quantità di dati per coloro che hanno visitato il tuo sito web ma non hanno optato per il tuo servizio, inizia subito a creare una seconda campagna pubblicitaria specifica solo per loro.

Cos’è il marketing predittivo? Spenderai in modo efficiente i tuoi soldi.

Soldi spesi bene

Quello che farai con il marketing predittivo è **spendere in modo efficiente i tuoi soldi**, devi solo:

- Imparare a creare contenuti da sponsorizzare con gli annunci ed invece di “spararli” verso

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

50.000 persone su Facebook, puoi evidenziarli a solo 1000 persone che recentemente e specificamente hanno cercato contenuti relativi a quell'argomento o quel brand.

Tutto queste rende non solo più efficiente per i tuoi euro, ma potrai immaginare il *Click-through rate* e potrai valutare il *ROI* effettivo su questo tipo di sponsorizzate, il che rende la pubblicità non solo più efficiente ma ti permetterà di calcolare con precisione il ROI. Perché stai solo inviando pubblicità a persone che cercano quel tipo di informazioni o brand specifici.

Finalmente ora puoi usare tutto questo.

Cos'è il marketing predittivo? Tanti dati a disposizione.

Conclusioni

Altri fattori interessanti del marketing predittivo per il tuo brand sono:

- Accesso ai Big Data;
- Creazione di CRM (Customer Relationship Management);
- Invio di comunicazioni personalizzate;
- Impostazioni di campagne di remarketing;
- …

Se ti iscrivi alla mia newsletter potrai apprezzare settimanalmente contenuti personalizzati ad hoc solo per te:

Tutte queste sono tecnologie sofisticate, se stai cercando di generare più contatti di persone che sono realmente interessate a ciò che offri, la pubblicità predittiva è sicuramente la scelta giusta.

Non è l'approccio pubblicitario più economico al mondo, potrebbe non essere alla portata di tutti, ma se hai un'azienda ambiziosa e vuoi sfruttare le tecnologie moderne per mettere il tuo brand in primo piano, generando ROI più elevati, allora questa è l'opzione che fa per te.

Qui ti ho fornito gli strumenti necessari per implementare le strategie di Marekting Predittivo all'interno della tua attività, se ti è piaciuto puoi anche:

- Ascoltarlo;
- Scaricarlo in PDF;
- Condividerlo con chi potrebbe essere interessato;
- Condividerlo con un amico;
- Continuare a seguirmi iscrivendoti ai miei canali.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 13 Marzo 2023

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons