



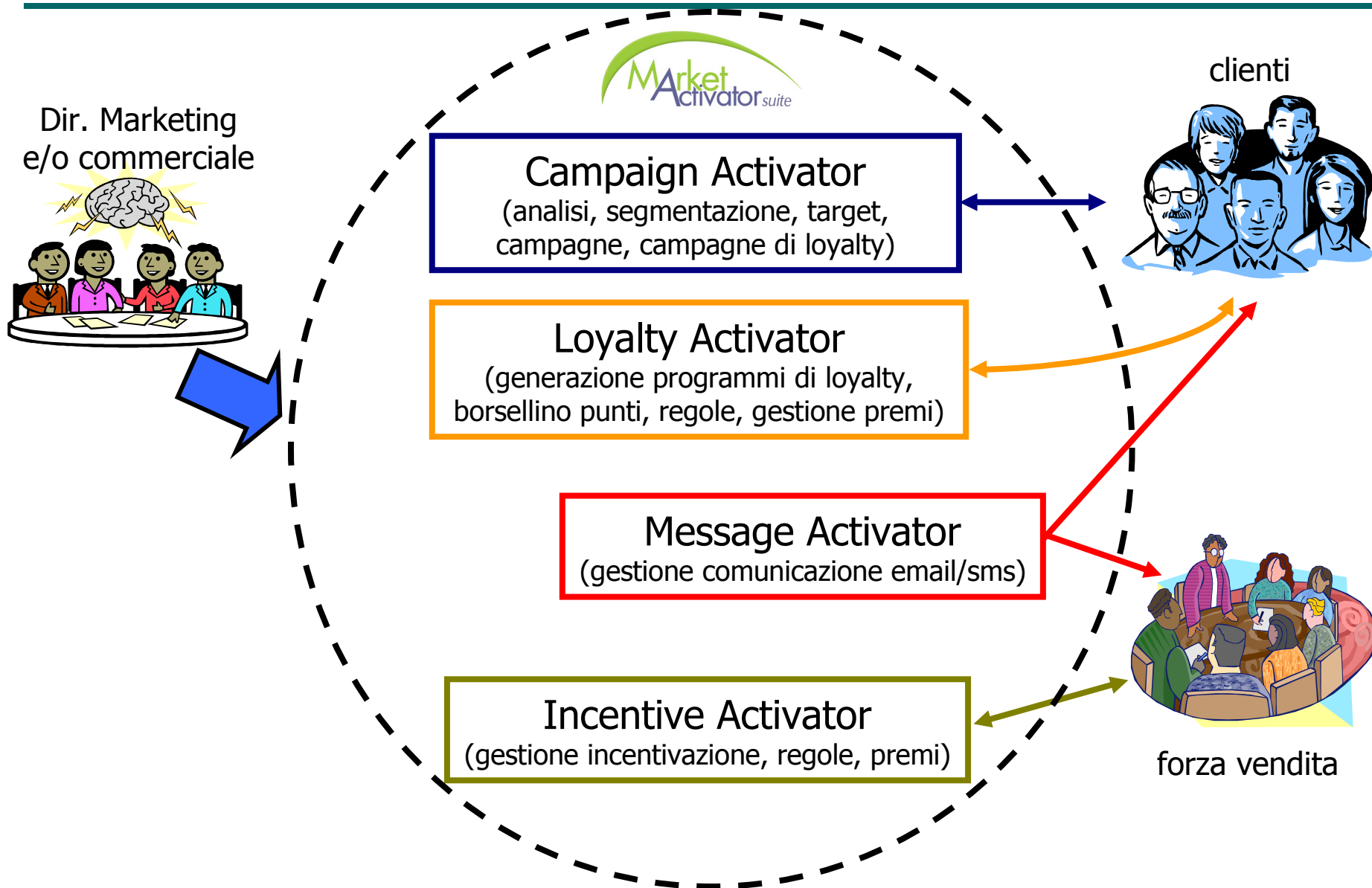
Modulo **Campaign Activator**



Market Activator è una suite composta da quattro diversi moduli che coprono esigenze diverse, ma tipicamente complementari per i settori marketing/commerciale delle aziende:

- ***Loyalty Activator*** per la gestione delle dinamiche di loyalty
- ***Campaign Activator*** per il campaign management
- ***Incentive Activator*** per l'elaborazione delle dinamiche di incentive
- ***Message Activator*** per la gestione delle comunicazioni multi-canale alla clientela

I moduli di Market Activator



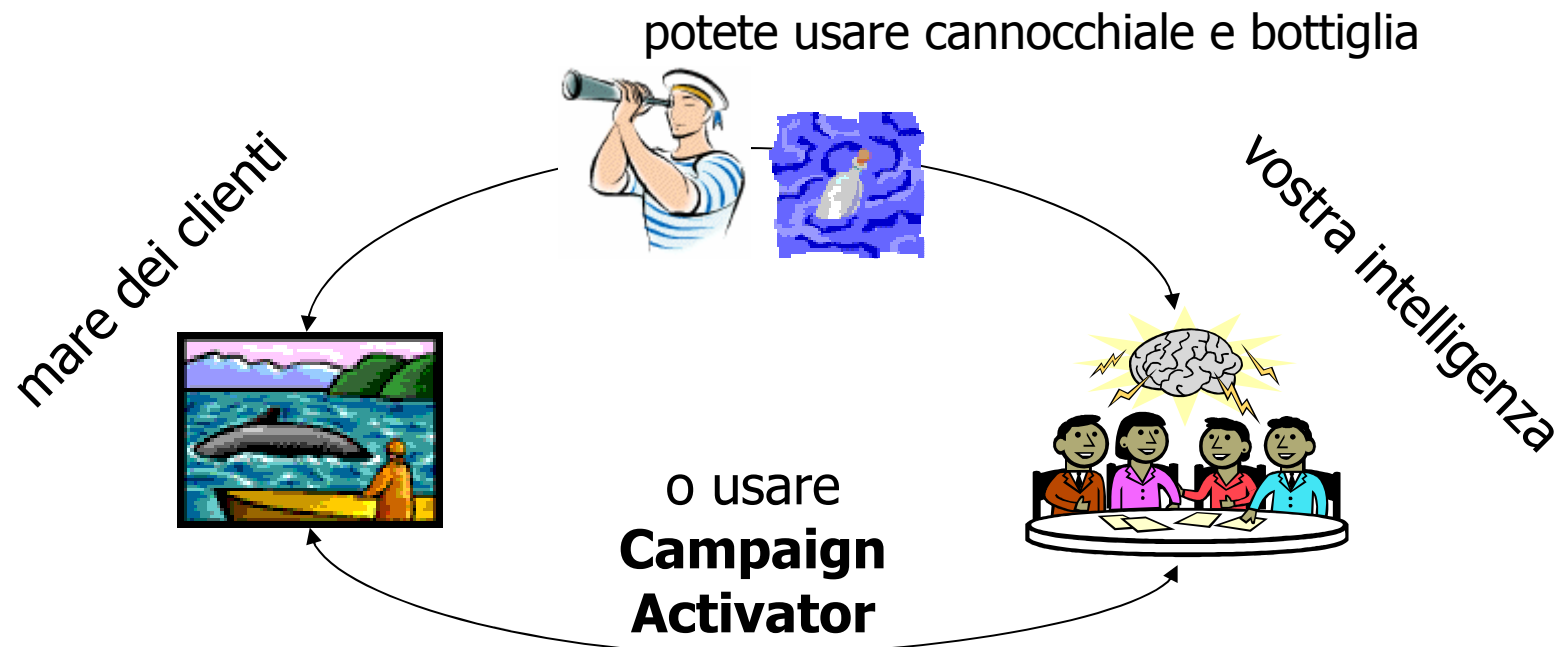
Che cosa è Campaign Activator



Campaign Activator è un campaign manager che può migliorare lo sviluppo di un progetto di relazione con il mondo esterno.

Voi avete i dati dei vostri clienti (ed eventualmente prospect).

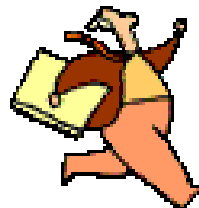
Ed avete l'intelligenza per analizzare i clienti, segmentare, costruire azioni e comunicare.



Le relazioni con il mondo esterno possono avere diversi e contemporanei obiettivi come:

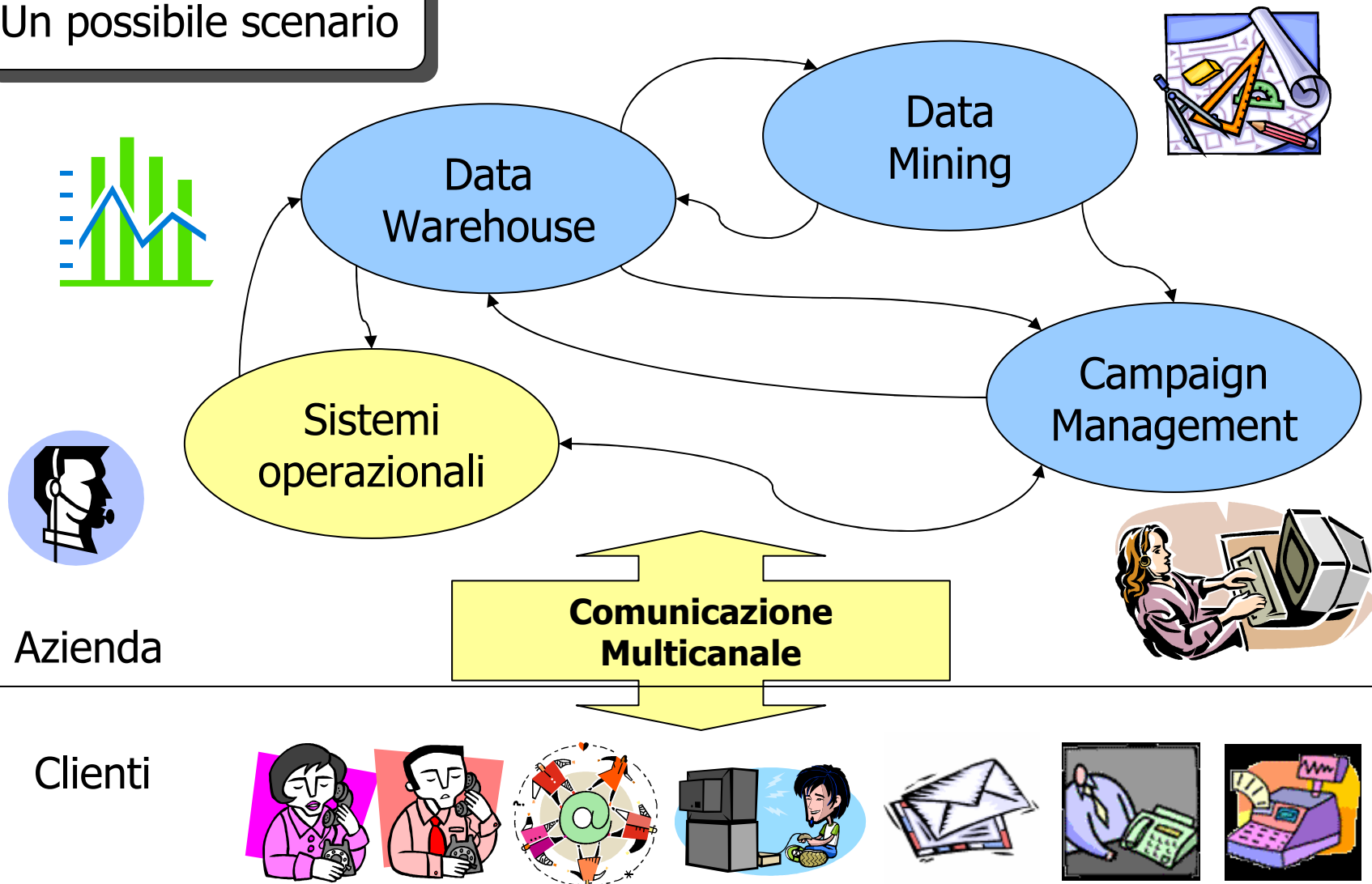
- migliorare il tasso di retention della clientela più profittevole nell'immediato e nel futuro
- acquisire nuovi clienti
- sostenere nuovi prodotti
- generare dell'up-selling e/o del cross-selling
- meglio comprendere il comportamento ed il giudizio della clientela

Il tutto con messaggi mirati e con la possibilità di studiarne l'effetto.



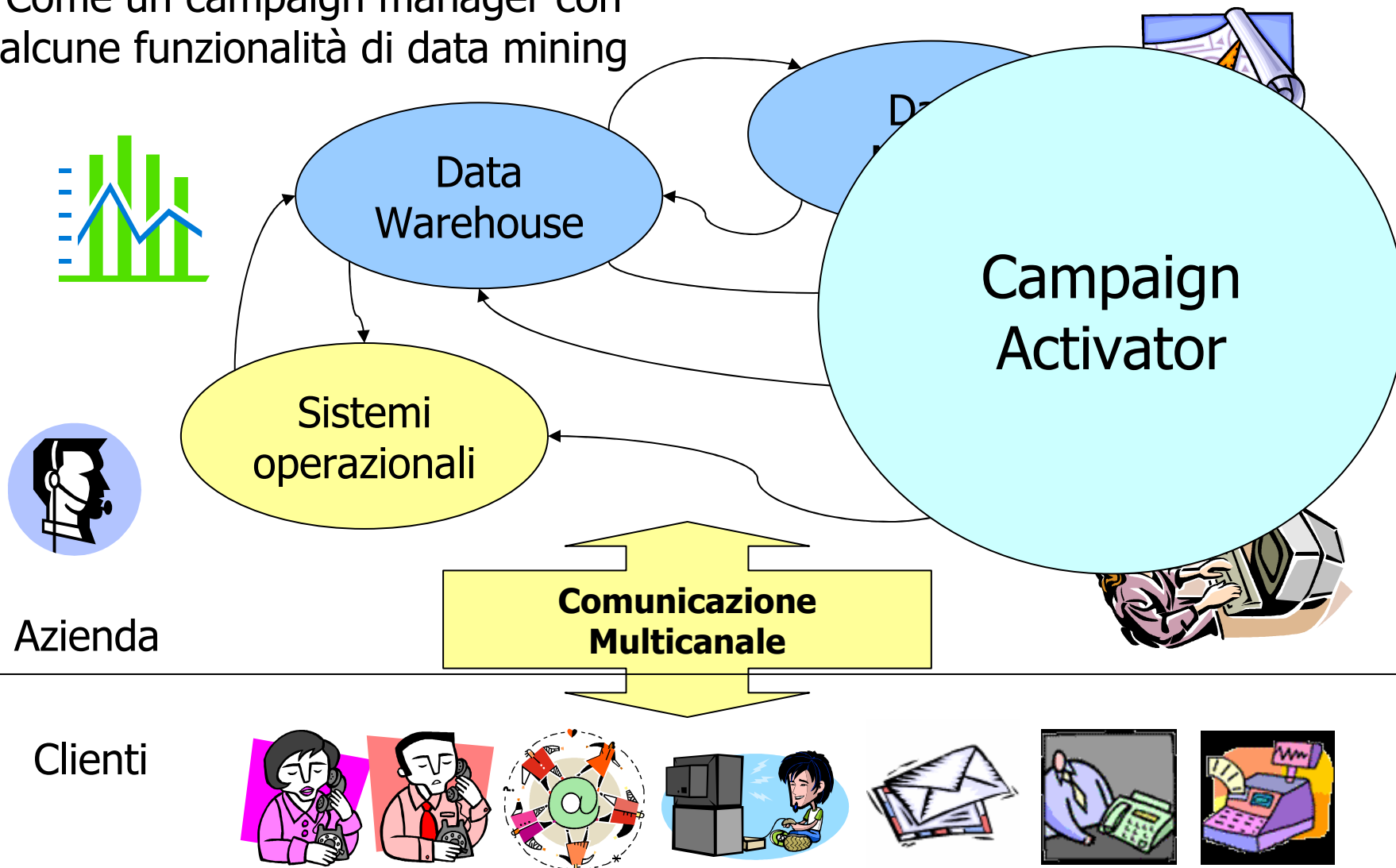
Dove si posiziona un campaign manager

Un possibile scenario



Dove si posiziona Campaign Activator

Come un campaign manager con alcune funzionalità di data mining



Tipicamente la gestione delle campagne può essere scomposta nei seguenti aspetti:

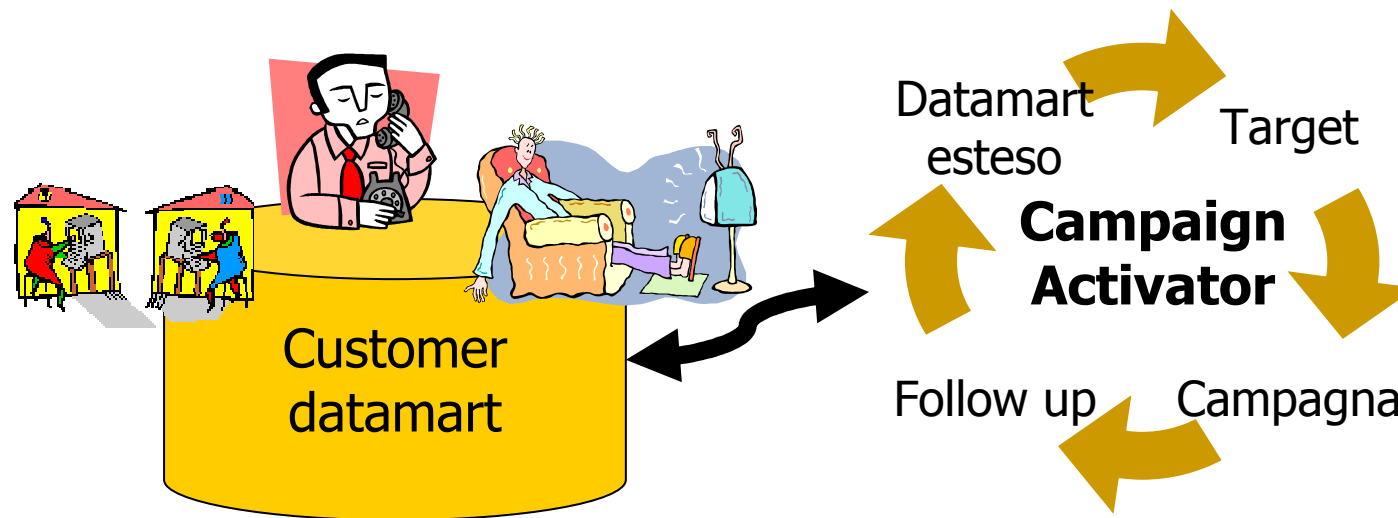
- la generazione del target tramite l'analisi dei dati e la segmentazione della clientela
- l'integrazione con i canali di comunicazione
- la comprensione della propria capacità di contatto e la raccolta, ove possibile, dei primi feedback
- il riconoscimento dell'adesione all'offerta da parte della clientela
- il controllo dei costi sulla base dello stimato e di quanto sta avvenendo, così come la stima dei benefici connessi all'adesione alla campagna
- il confronto fra i risultati ottenuti con le varie tipologie di campagne, in modo da fornire indicazioni su quali target, canali, offerte possano maggiormente garantire risultati soddisfacenti

Campaign Activator vuole rispondere a tutte queste esigenze con il modulo base e con i moduli aggiuntivi di cui dispone:

- modulo di statistica e data mining
- integrazione con Message Activator
- integrazione con Loyalty Activator
- possibilità di sviluppi custom (ad esempio per il Marketing ROI) e di richiamo di funzionalità esterne
- possibilità di integrazione con altri sistemi via Web Services

Campaign Activator può operare su un customer database (detto anche customer datamart) già esistente o costruito ad hoc.

L'opportunità di sviluppare un customer database ad hoc è da valutare in funzione delle performance di fruibilità attese e dal livello di denormalizzazione dei dati nell'eventuale database già esistente.

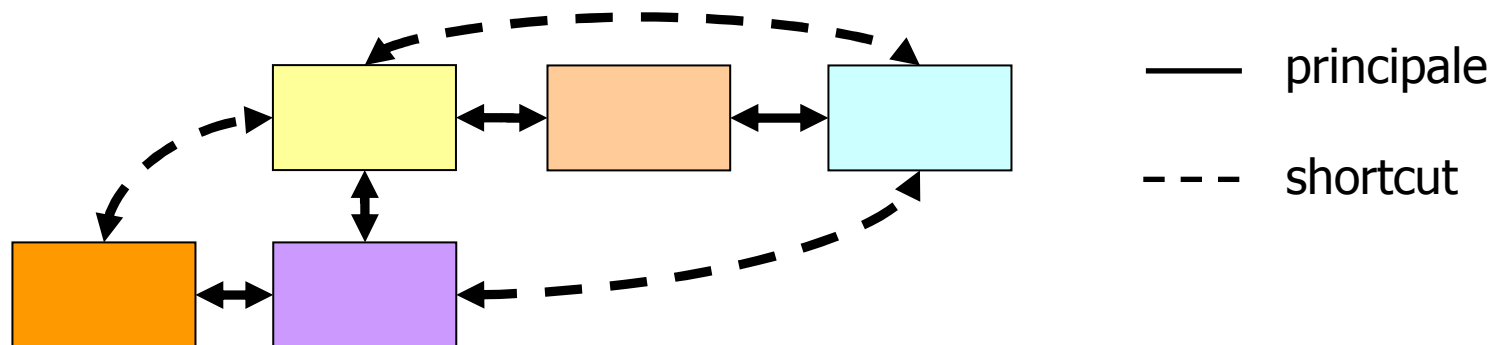


Il customer datamart è visto da Campaign Activator tramite un layer di mapping della base dati.

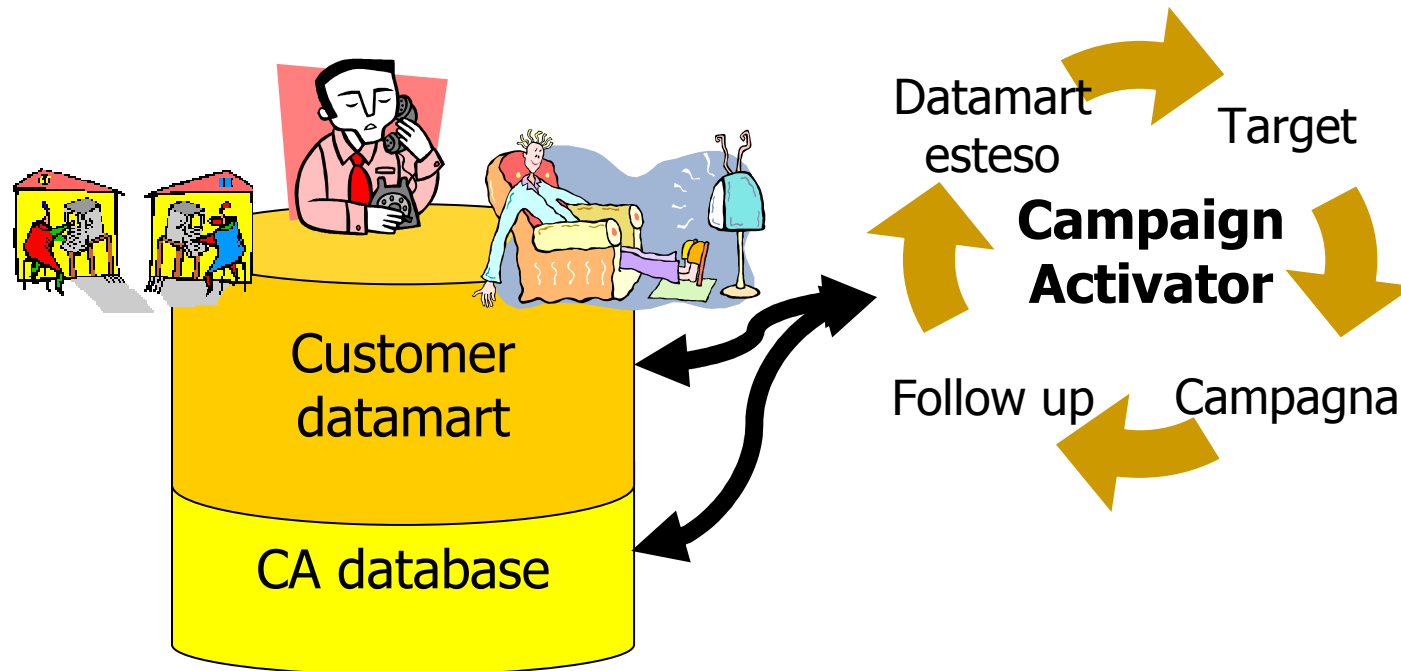
Ciò permette anche di disaccoppiare la modalità di presentazione dei dati dalla loro reale organizzazione fisica.

Le varie entità fisiche sono mappate e relate fra loro con un cammino unico principale.

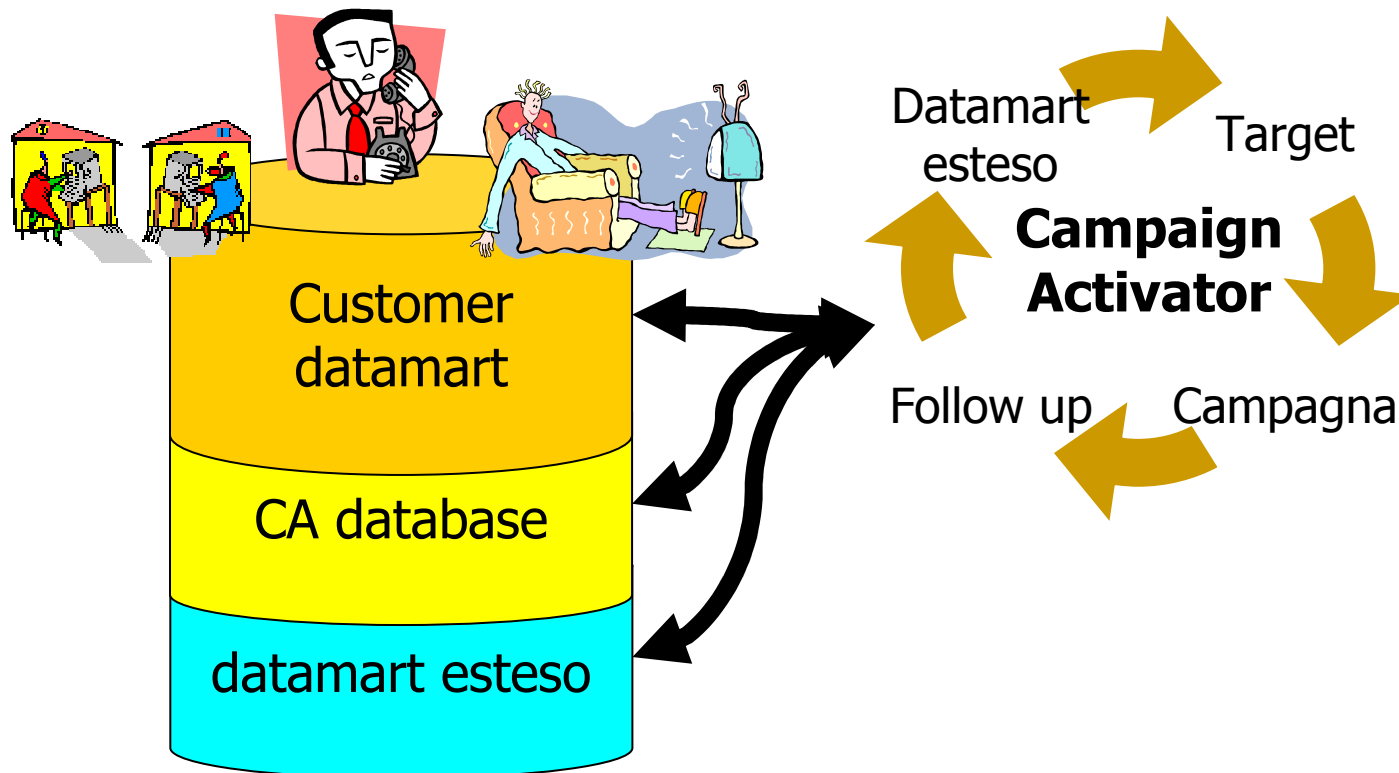
Esiste poi la possibilità di indicare degli shortcut per migliorare le performance di join fra due entità quando i criteri di navigazione non impongono il passaggio da entità intermedie.



Campaign Activator ha inoltre un proprio modello dati che gestisce le informazioni operative delle campagne, degli elementi base ed i vari tracciamenti.

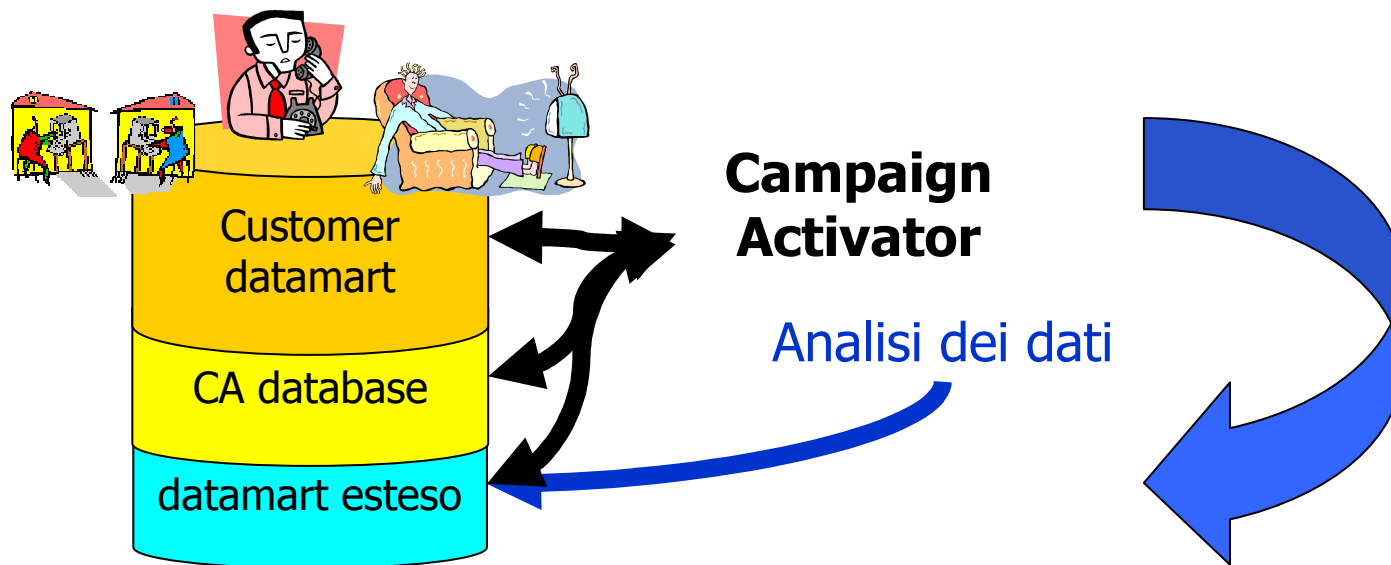


Vi è anche la possibilità di estendere il customer datamart tramite le funzionalità base di raggruppamento, ordinamento ed upload di dati esterni e le funzionalità di statistica e data mining.



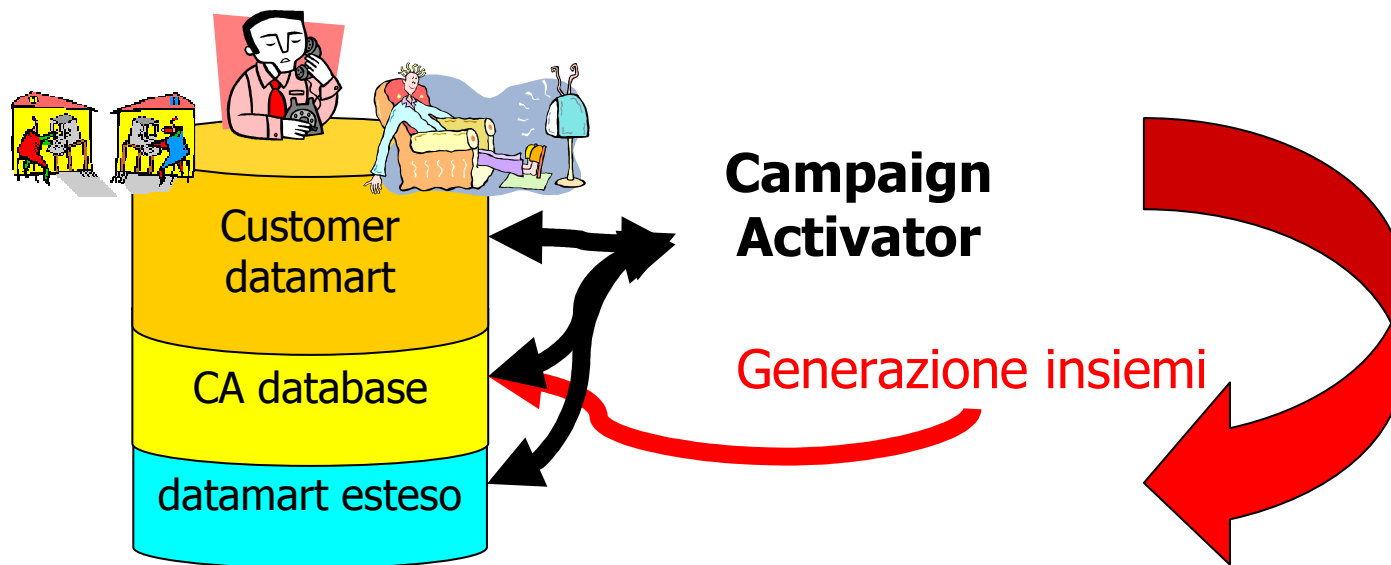
L'analisi dati è resa possibile dall'applicazione di funzioni analitiche (con diverse funzioni statistiche/matematiche, ad es. somme, medie, percentuali, ranking, quantili, ...), statistica univariata, alberi decisionali, campioni stratificati, cluster analysis, analisi fattoriale, modelli di sopravvivenza.

L'output di queste analisi, quando previsto, va ad ampliare il datamart esteso e può poi essere riutilizzato.



Elemento basilare di *Campaign Activator* è la possibilità di gestire diverse chiavi di campagna (ad esempio carta fedeltà, SIM, conto corrente, cliente, famiglia, azienda, prodotto, ...).

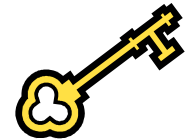
Campaign Activator facilita la generazione di insiemi di chiavi omogenee tramite la definizione di criteri di individuazione di elementi delle entità su cui sono ancorate le chiavi e la manipolazione di insiemi già presenti.



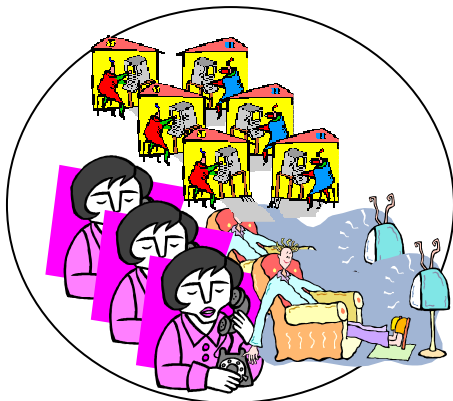
Le funzionalità di Campaign Activator - 7

La generazione di insiemi base si effettua con:

- la scelta della chiave di riferimento
- la definizione dei criteri che le chiavi debbono soddisfare per essere incluse nell'insieme



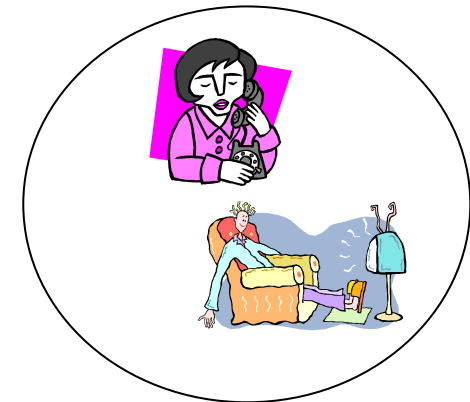
I criteri che possono essere impostati spaziano da condizioni su attributi del customer datamart o del datamart esteso, a inclusioni/esclusioni da insiemi già presenti.



customer base



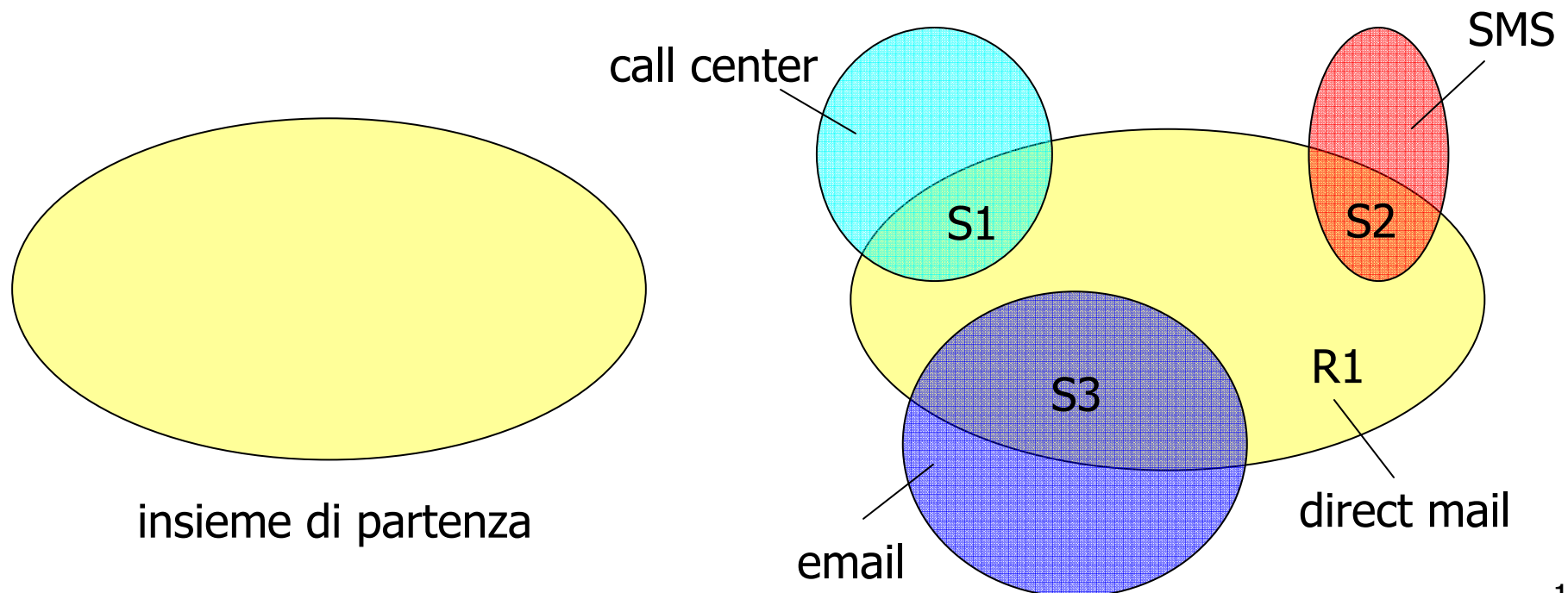
criteri



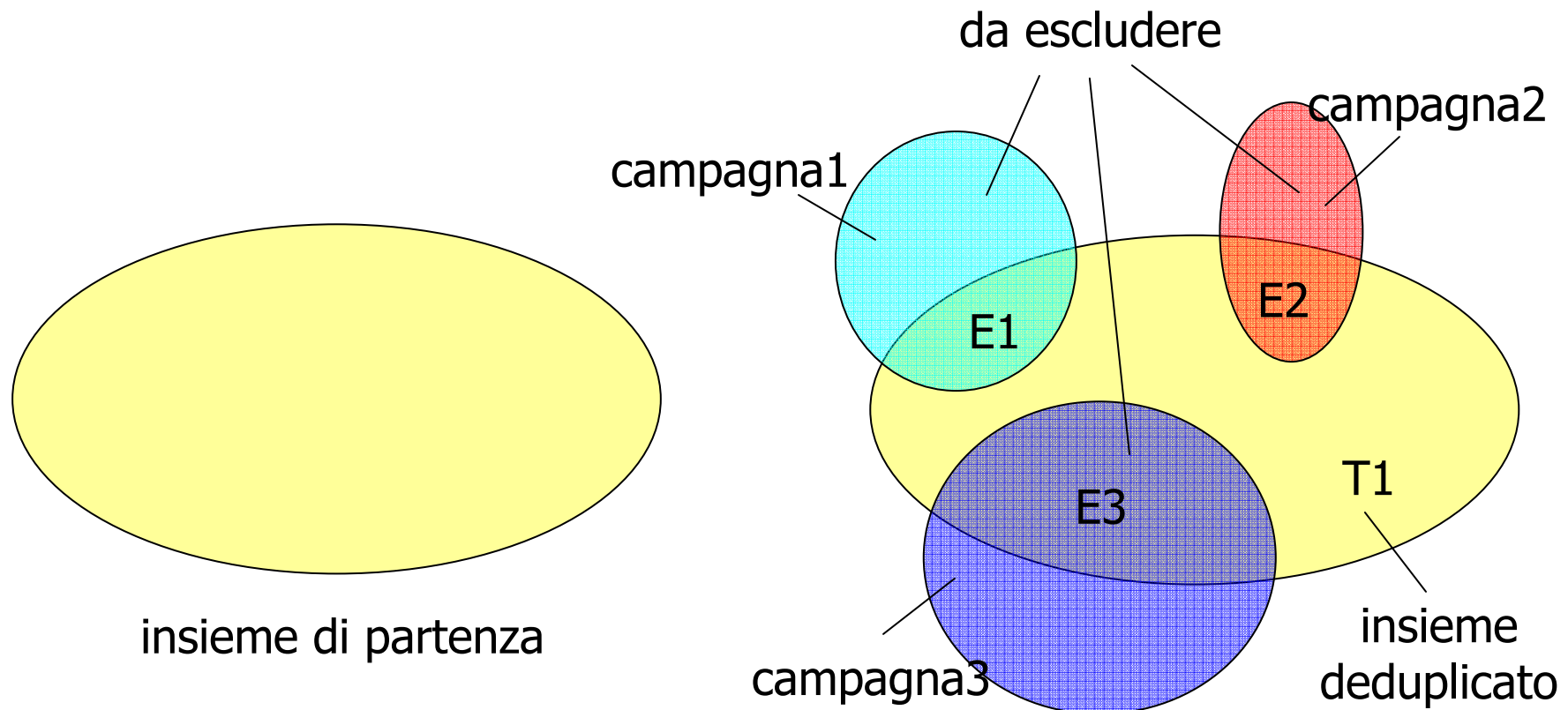
clienti selezionati

Gli insiemi possono poi essere manipolati con:

- operazioni insiemistiche (unione, intersezione, esclusione) anche fra insiemi con chiavi di diverso livello
- l'operazione di split che permette la suddivisione di un insieme in n sottoinsiemi ottenuti tramite intersezione o campionamento

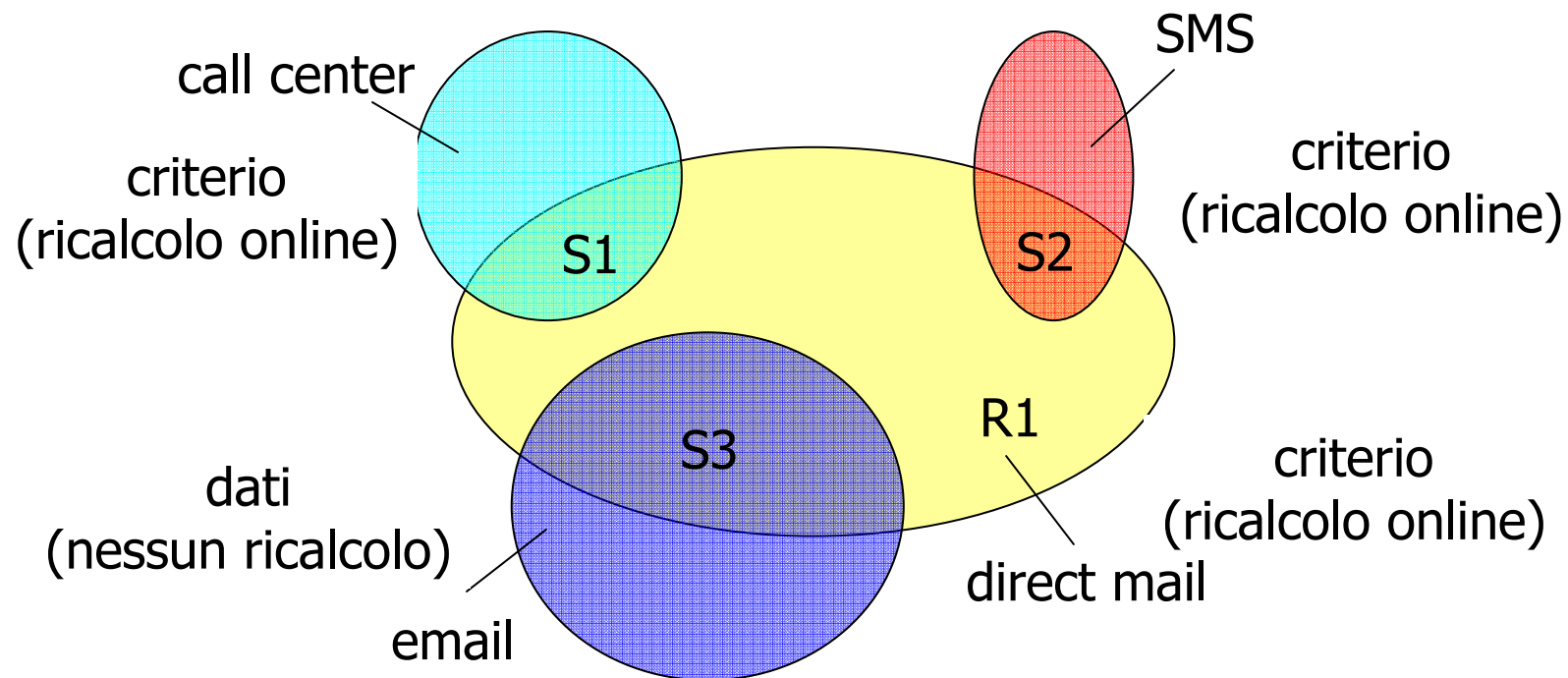


Le operazioni insiemistiche consentono anche di deduplicare nei confronti degli insiemi relativi a precedenti campagne (ad esempio a livello di target, contatto o adesione) o di ripartire dagli stessi per nuove azioni.



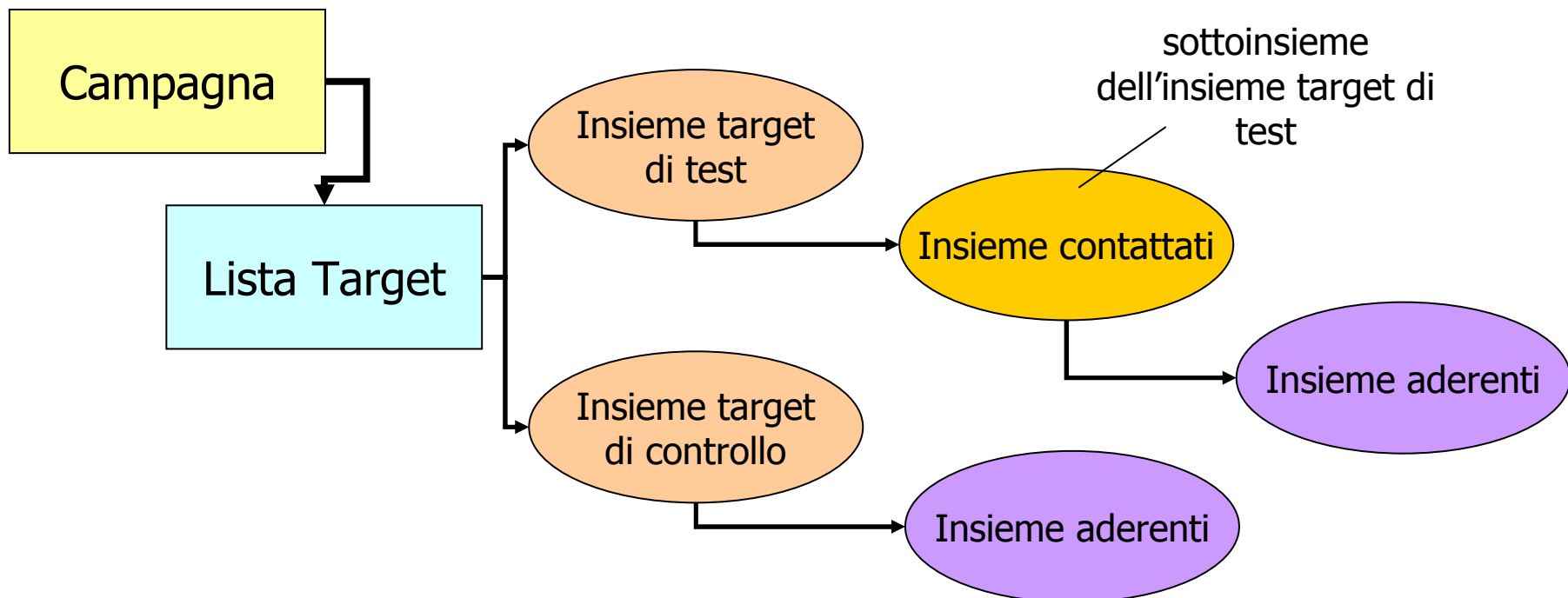
Gli insiemi costituiscono quindi i mattoncini principali su cui si basa l'attività di campaign management.

I criteri ed i passi che determinano la generazione di un nuovo insieme possono essere caratterizzati dall'uso dei criteri o dall'uso dei dati di precedenti insiemi.

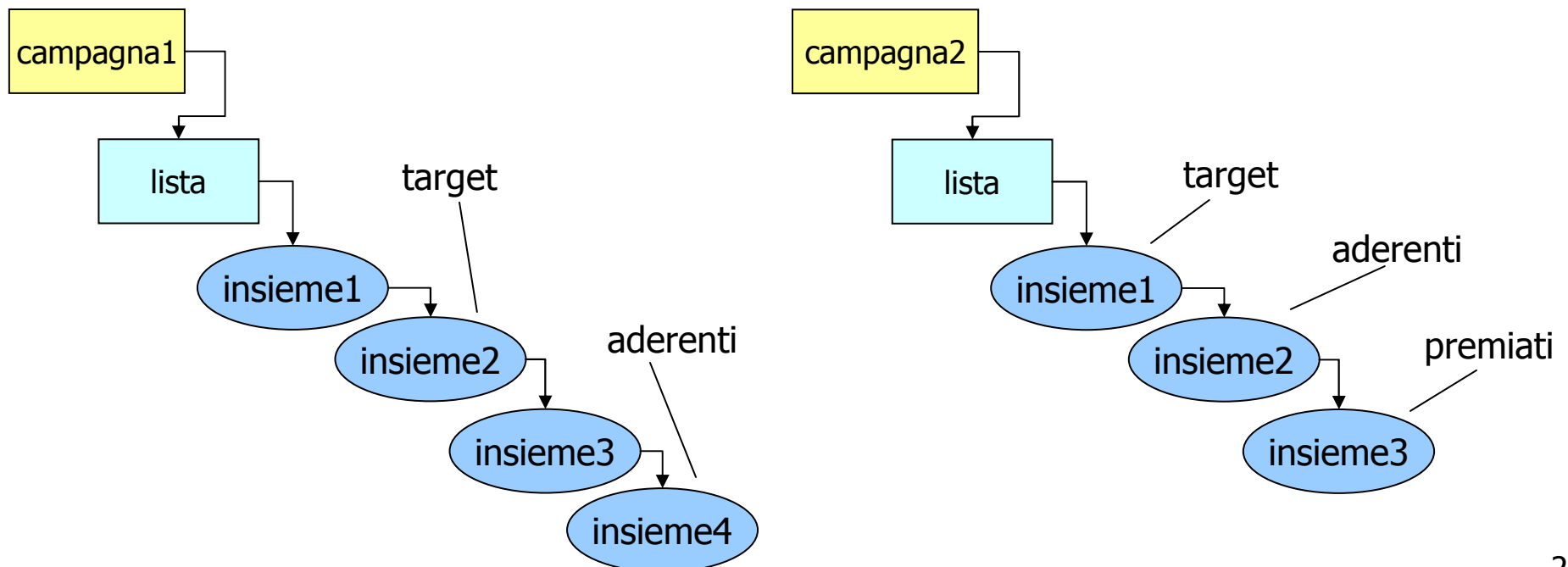


I criteri per generare gli insiemi possono essere utilizzati sia per determinare i target di campagna, che per determinare le tipologie di risposta e di conseguenza gli aderenti alle campagne.

E' la posizione all'interno dell'albero di campagna che determina le caratteristiche di un insieme (ad esempio se si tratta di un sottoinsieme dell'insieme sovrastante).



Il poter legare ogni passo di campagna ad una macrotipologia configurata (ad esempio target, contattati, attivati, aderenti, premiati con estrazione, ...) permette di utilizzare con la massima flessibilità gli insiemi ed i loro criteri di generazione, garantendosi il confronto omogeneo fra campagne di natura diversa.



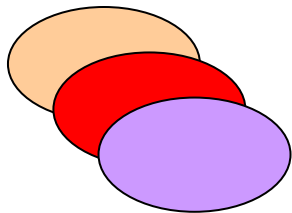
Con *Campaign Activator* gli insiemi vengono strutturati in campagne.

Una **campagna** è una collezione di azioni da effettuarsi su un target, accomunate dallo stesso obiettivo e dallo stesso arco temporale di riferimento.

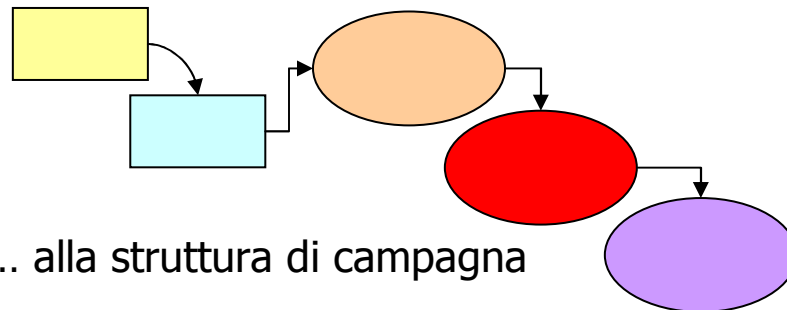
Un target è sostanzialmente un insieme di liste omogenee.

Le liste sono a loro volta un insieme di celle (tipicamente una cella di test ed una di controllo).

Per ogni cella viene definito un albero dei passi di campagna (azioni che debbono essere eseguite: dalla creazione del target al monitoring dell'andamento della campagna).



dagli insiemi ...



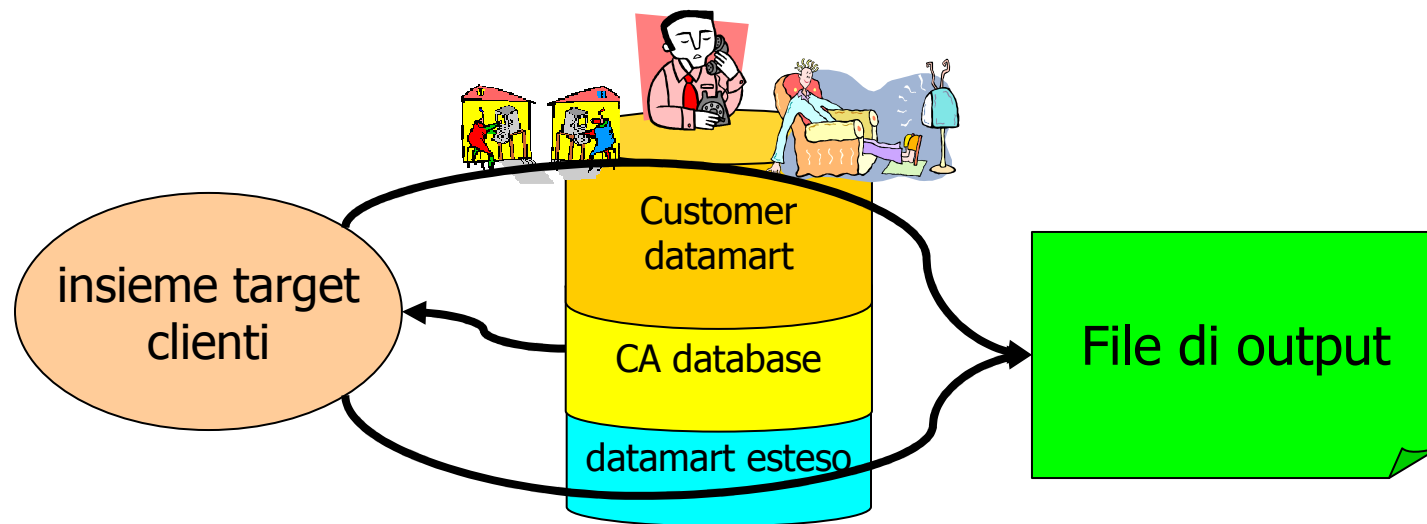
... alla struttura di campagna



... al lancio

Campaign Activator comunica con il mondo esterno producendo file o tavole che possono essere usati come veicoli di integrazione con altri sistemi.

I file e le tavole possono essere generati sia a partire dal contenuto degli insiemi, che a partire dai singoli passi di campagna, in ogni caso è possibile arricchire i dati di partenza con ulteriori informazioni presenti nel datamart.



I file di output possono essere di formato flessibile:

- con o senza header e/o footer
- con record a lunghezza fissa, con la possibilità di allineare i campi a sinistra o destra e di utilizzare caratteri di padding
- con record a lunghezza variabile con separatori fra i campi

E' possibile gestire la produzione dei file di output:

- sovrascrivendo il file eventualmente già esistente
- alimentando incrementalmente il file eventualmente già esistente
- ridenominando il file eventualmente già esistente con un suffisso pari alla data dell'operazione
- determinando il nome del nuovo file con regole configurabili

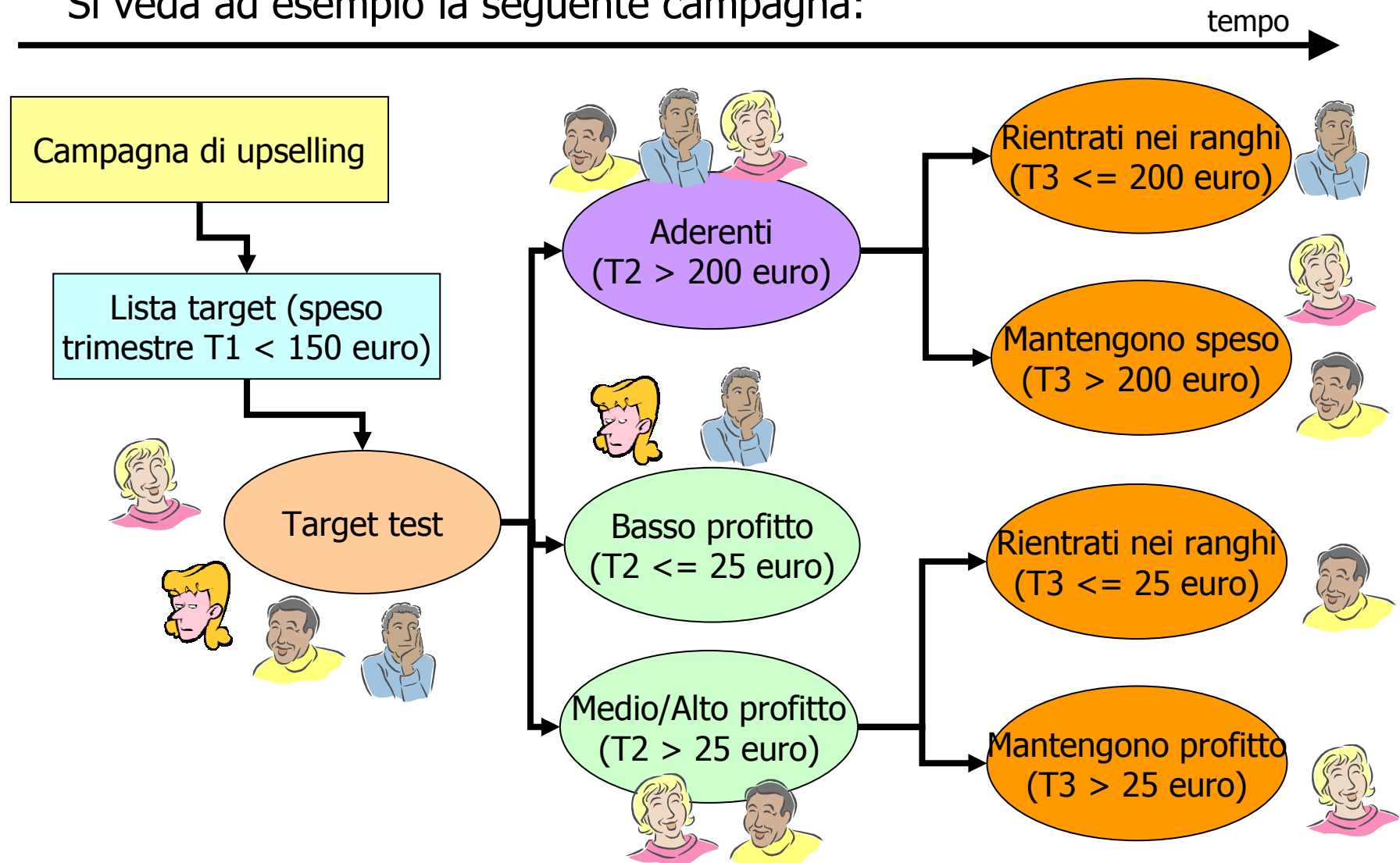
Per quanto riguarda il monitoring *Campaign Activator* permette di verificare costantemente l'andamento di una qualsiasi campagna attraverso l'aggiornamento periodico del contenuto dei passi di campagna.

Per facilitare l'interpretazione dei dati, *Campaign Activator* consente di associare ad ogni passo di campagna una o più macrotipologie fra quelle definite in fase di configurazione (ad esempio target, contatto, adesione).

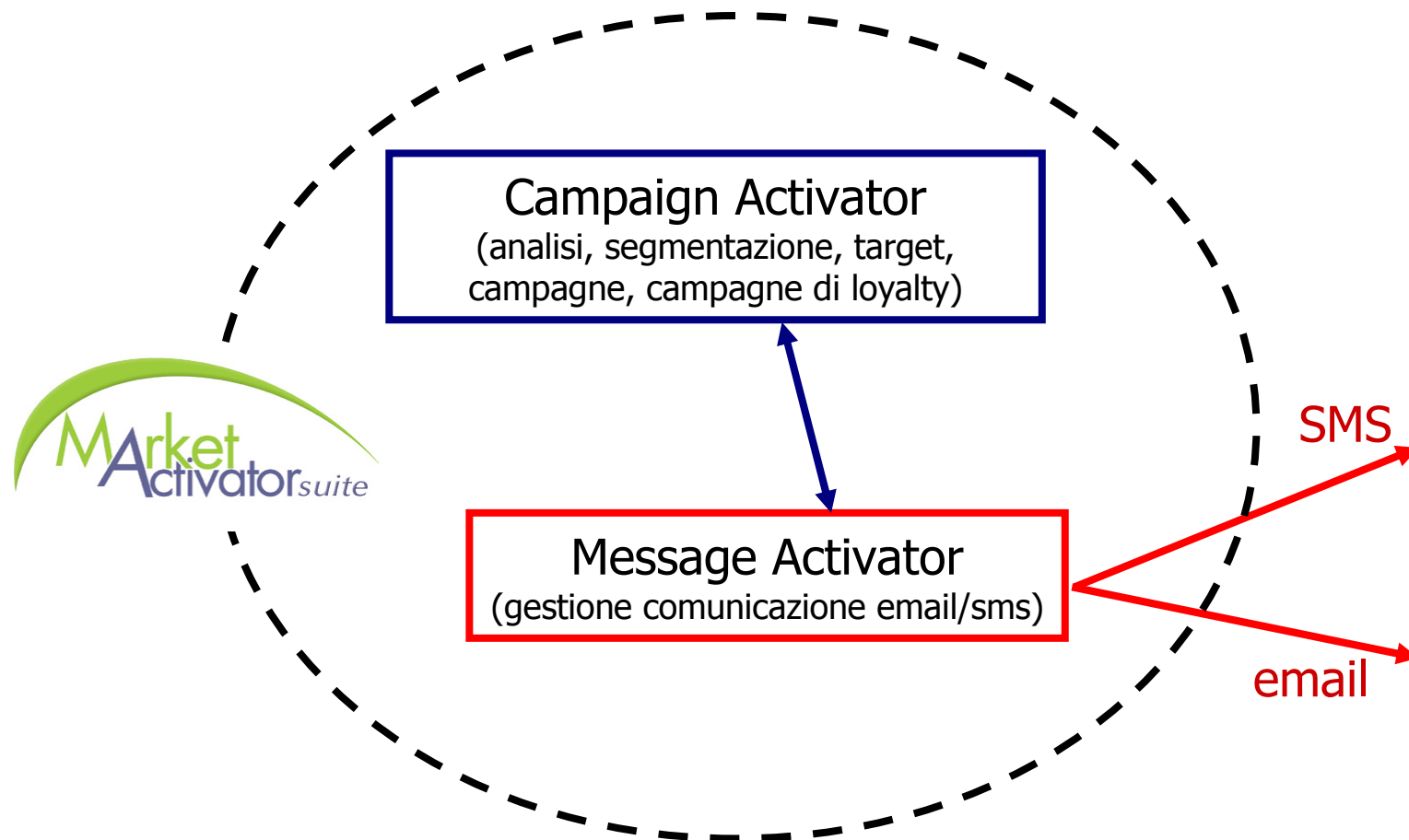
E' possibile seguire il comportamento dei clienti anche al termine del periodo promozionale, ad esempio andando a verificare quanti e quali clienti abbiano mantenuto un certo livello di spesa o di profittabilità.

Le funzionalità di Campaign Activator - 17

Si veda ad esempio la seguente campagna:

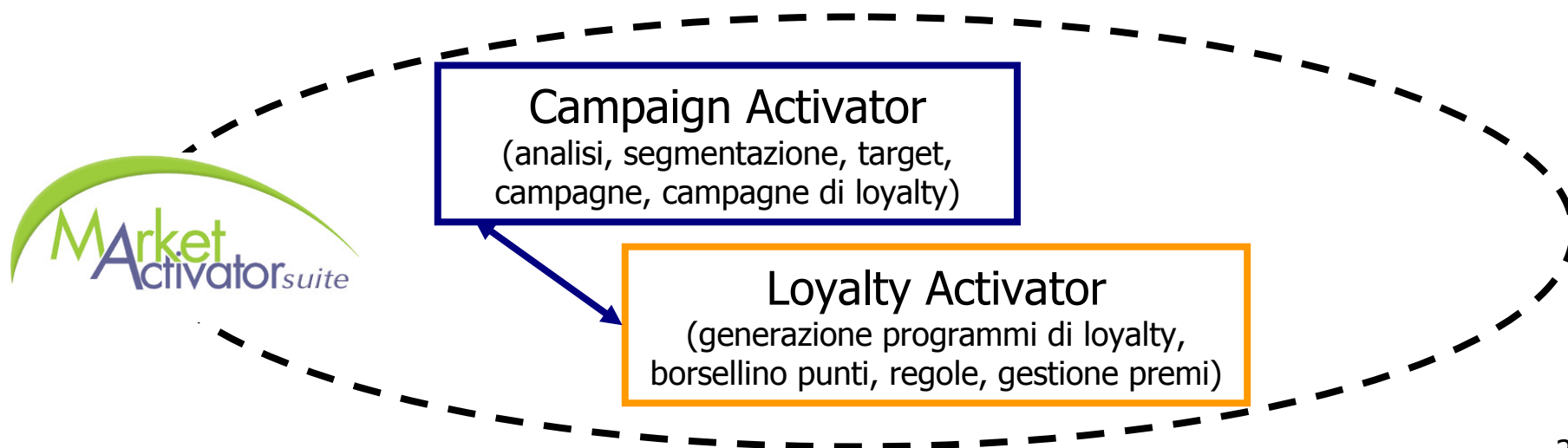


Una prima integrazione è possibile con il modulo *Message Activator* per gestire la comunicazione email ed SMS.

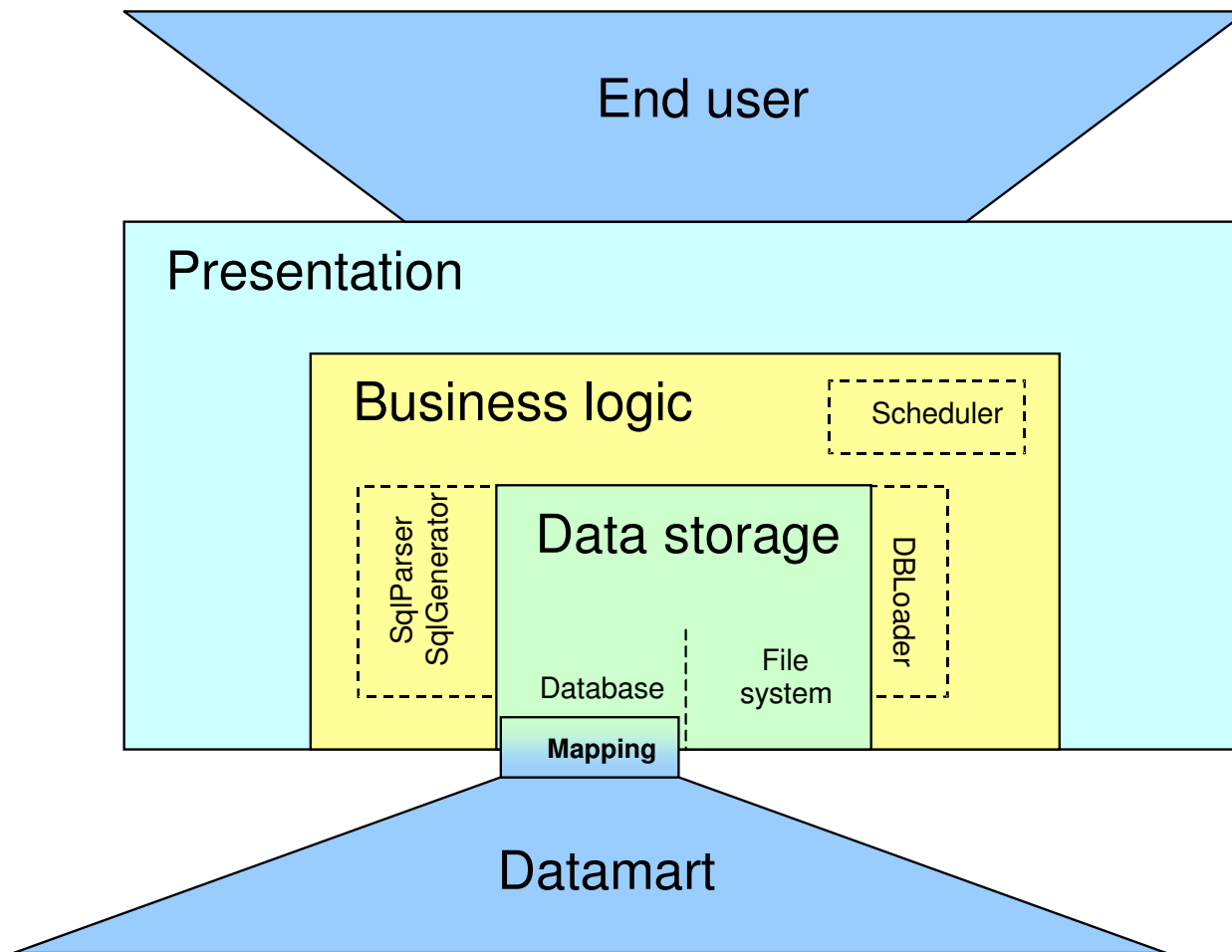


Campaign Activator è integrato anche con il modulo *Loyalty Activator*:

- *Loyalty Activator* può utilizzare nativamente le liste di output prodotte da *Campaign Activator* per attivare regole di Loyalty promozionali
- *Campaign Activator* può accedere ai dati di *Loyalty Activator* per analizzare le adesioni a particolari campagne di Loyalty
- *Loyalty Activator* può cedere dati a *Campaign Activator* per ampliare le possibilità di segmentazione della clientela

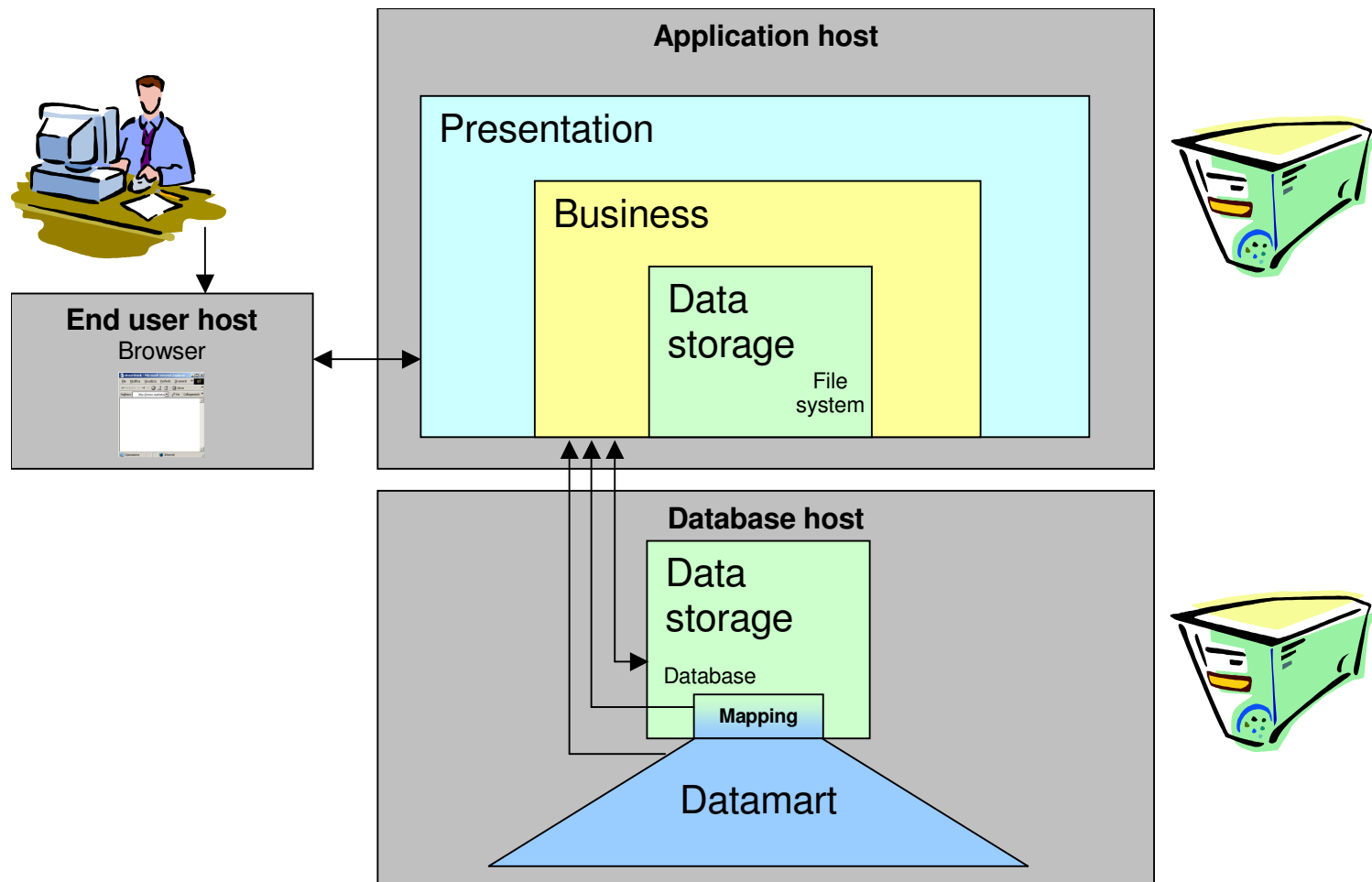


Architettura logica a tre livelli



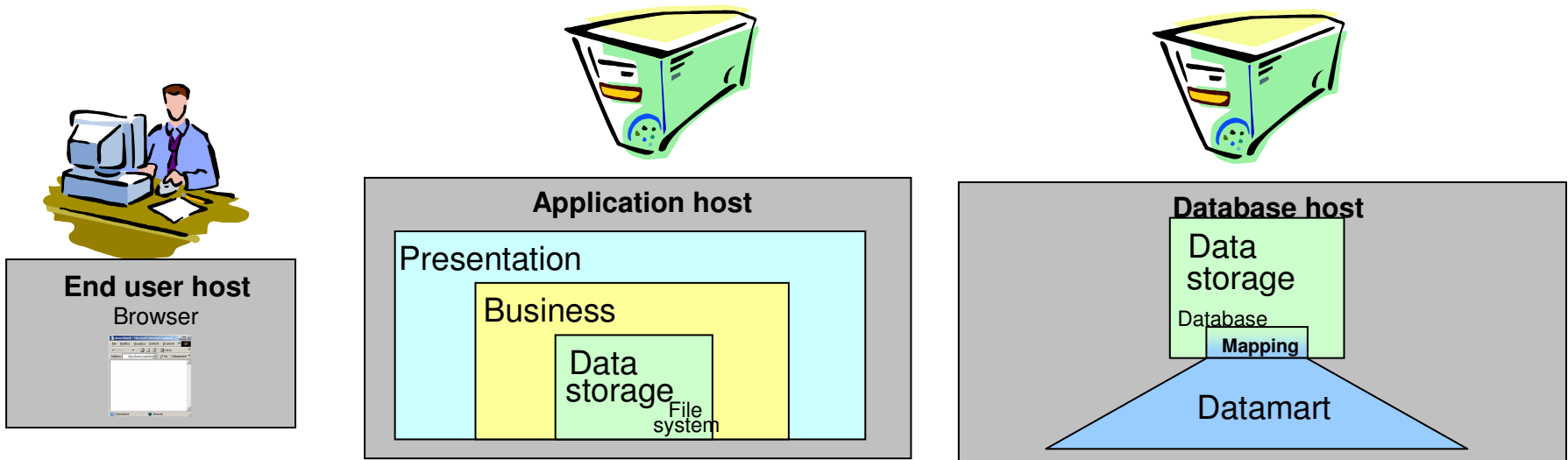
L'architettura di Campaign Activator - 2

Architettura fisica a tre livelli



L'architettura di Campaign Activator - 3

Piattaforme di utilizzo



qualsiasi browser
nessun software da
installare sul client

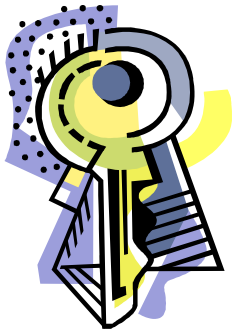
l'applicazione è scritta in
Java (J2EE) e può girare
su Unix, Linux, Windows
con diversi application
server:
Jboss, Bea WebLogic,
IBM WebSphere, ...

database di riferimento:
Oracle

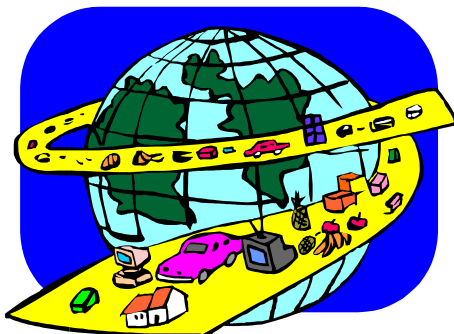




L'andamento della campagna può essere monitorato costantemente, anche a campagna in corso, attraverso il run di snapshot e la produzione di report



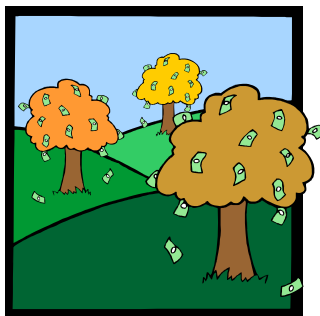
Durante la fase di installazione di *Campaign Activator* è possibile censire un set di chiavi distinte a cui può essere rivolta la campagna (persona fisica, famiglia, azienda, specifico prodotto o servizio come conto corrente, carta di credito, carta fidelity, SIM, ...)



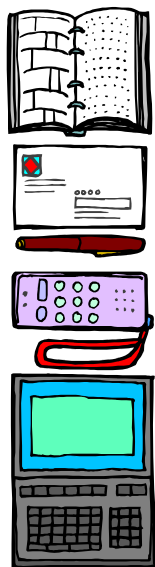
Campaign Activator è un sistema aperto all'integrazione con gli altri sistemi sia perché può ricevere dati dall'esterno, sia perché produce output su file facilmente integrabili con qualunque altro sistema



Campaign Activator non ha bisogno di alcuna installazione lato client. Per accedervi è sufficiente un browser



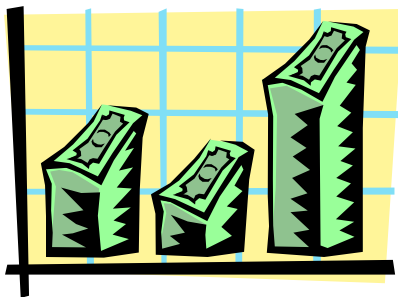
Gli strumenti di analisi dei dati e di segmentazione della clientela e di ampliamento del datamart possono essere utilizzati da qualunque persona di Marketing / CRM, anche senza alcuna conoscenza di database o di linguaggio SQL



Campaign Activator permette la creazione e la gestione di campagne multicanale



Uno degli obiettivi principali di *Campaign Activator* è quello di riuscire ad eseguire tutti i passi di elaborazione che l'utente richiede nel minor tempo di elaborazione possibile



Attraverso *Campaign Activator*, l'utente può effettuare una stima dei costi che verranno sostenuti per il lancio e l'esecuzione della campagna. A campagna terminata è possibile fare un confronto fra i costi stimati ed i costi realmente sostenuti