

COMUNICATO STAMPA

Matrimonio perfetto fra e-commerce ed e-mail marketing: ContactLab all'E-commerce Netcomm Forum 2009

Sistemi di analytics per calcolare e ottimizzare il ROI tracciando le azioni compiute dal cliente che acquista online, triggering, sondaggi online, servizi estremamente avanzati di behavioural targeting: la piattaforma di e-mail marketing di ContactLab offre applicativi e funzionalità ideali per le aziende di e-commerce. Per questo, la società guidata da Massimo Fubini è presente il 14 maggio all'evento centrale del mercato italiano del commercio elettronico, organizzato da Netcomm, con una sponsorship, uno stand, un workshop e una convenzione per tutti gli aderenti al Consorzio. Si replica il 28 maggio a Ginevra e in autunno a Parigi.

Milano, 6 maggio 2009 – **L'e-commerce si sposa con l'e-mail marketing**, ed è un matrimonio felice. I servizi, gli applicativi e le funzionalità di **ContactLab** (www.contactlab.com), la piattaforma di e-mail marketing leader in Italia, si rivelano infatti ideali per le aziende che operano nel commercio elettronico, sempre più numerose anche nel nostro Paese: si va dai sistemi di analytics per calcolare e ottimizzare il ROI tracciando le azioni compiute dal cliente che acquista online, al triggering (invio di e-mail automatizzate ma personalizzate), ai sondaggi online, fino a servizi estremamente avanzati di behavioural targeting, che permettono di profilare i clienti di siti e-commerce in modo preciso e sofisticato in base ai loro comportamenti online.

Per sancire questa alleanza, ContactLab partecipa giovedì **14 maggio, a Palazzo Mezzanotte a Milano**, all'**E-commerce Netcomm Forum 2009** (www.ecommerceforum.it), l'evento centrale del mercato italiano del commercio elettronico promosso da Netcomm, il consorzio delle imprese operanti in questo settore. L'azienda è **sponsor** dell'evento e ha un proprio **stand** (il n. 5) dove i partecipanti alla fiera potranno conoscere le caratteristiche della piattaforma utili all'e-commerce; inoltre **Massimo Fubini**, CEO di ContactLab, terrà un **workshop** (Sala Gialla, ore 14.30), in cui parlerà di 'E-mail ed e-commerce: come gestire efficacemente il rapporto con clienti e prospect. Segmentazione, behavioural mailing e programmi automatizzati per aumentare il ROI'. Infine, Netcomm ha siglato una **convenzione** che permette agli aderenti al consorzio italiano del commercio elettronico di avvalersi dei servizi di ContactLab a condizioni vantaggiose.

La **partecipazione al Netcomm Forum 2009 e al workshop è gratuita**, previa registrazione online (sul sito www.ecommerceforum.it, dove è anche possibile visualizzare il programma completo dell'evento).

A dimostrazione delle molteplici opportunità di business generate dall'incontro tra e-commerce ed e-mail marketing, ContactLab parteciperà anche all'**E-Commerce Genève 2009** il prossimo 28 maggio, e all'**E-Commerce Paris 2009**, dal 29 settembre all'1 ottobre.

Di seguito, alcune delle soluzioni previste dalla piattaforma ContactLab utili alle aziende operanti nell'e-commerce:

1 - Analytics

L'applicativo può essere sfruttato per analizzare il comportamento degli utenti sul proprio sito in seguito alla ricezione di un'e-mail inviata con la piattaforma ContactLab e **consente la determinazione del ROI**. *Esempio:* in un sito di e-commerce si può inserire uno script, appositamente generato dalla piattaforma, che consentirà di identificare coloro che sono arrivati alla pagina della transazione. Lo stesso si può fare nella pagina successiva all'acquisto, in modo che, settando gli opportuni parametri, sarà possibile determinare l'importo speso, la valuta utilizzata, la modalità di acquisto (carta di credito, bonifico bancario, ecc.) più altri parametri utili secondo necessità. Questi dati, incrociati, genereranno una serie di report statistici utili anche per il calcolo del ROI.

2 - Triggering

E' lo sviluppo e gestione di messaggi personalizzati sulla base di specifici 'eventi': dall'e-mail di benvenuto ai nuovi clienti o di comunicazione di cambio password, all'sms di conferma dell'attivazione di un servizio o dell'avvenuta transazione.

3 - Behavioural

Il cliente di ContactLab può anche profilare il proprio database di utenti aggiungendo informazioni di carattere comportamentale. E' ad esempio possibile segmentare gli utenti 'più attivi', quelli 'più reattivi', quelli 'inattivi' e quelli 'più reattivi a un determinato argomento'. Inoltre, grazie all'integrazione con i più diffusi sistemi di web analytics, la profilazione può diventare ancora più precisa, consentendo di identificare, ad esempio, gli utenti che abbandonano un processo di acquisto (dato utile per pianificare un'azione di nuovo contatto in automatico dopo n. giorni).

4 - Sondaggi post acquisto

La piattaforma consente la realizzazione di sondaggi multilingue per monitorare la customer satisfaction di un prodotto o di un servizio specifico, e per conoscere meglio le abitudini dei clienti; è infatti possibile prevedere la spedizione di e-mail di invito al sondaggio, curare grafica e copy dello stesso, definirne la durata e implementare tutti i tipi di domande (aperte, a risposta multipla, a menu a tendina, matrici).

Ufficio Stampa ContactLab

Via Natale Battaglia, 10 - 20127 Milano (Italy)

Tel.: +39 02 28 31 181 - Mobile: +39 339 338 78 18 - Fax: +39 02 70 03 02 69

E-mail: ufficiostampa@contactlab.com

CONTACTLAB

ContactLab è un'azienda specializzata in soluzioni e consulenza di e-mail, sms e digital direct marketing. Guidata dall'Amministratore Delegato Massimo Fubini, l'azienda opera sul mercato dal 2000 con oltre 800 clienti in Italia e in Europa in tutti i settori, dall'editoria al turismo, dall'automotive alla finanza, dal non profit all'e-commerce, dalla Gdo alla Pubblica Amministrazione (fra gli altri: Auchan, Audi, Bocconi, Bnl – Gruppo Bnp Paribas, Carrefour, Cepu, De Agostini, Spesaonline Despar, eBay, Europcar, Expedia, Fastweb, Fiat Group, Ikea, Ing Direct, Philips, Rcs, Samsung, Save the Children, Seat Pagine Gialle, Yoox). ContactLab offre consulenza in marketing digitale (realizzazione newsletter e campagne DEM); tecnologia per la gestione delle campagne sui canali e-mail (oltre 15 milioni di spedizioni al giorno), sms, fax e sondaggi, con analisi statistiche, comparative e di performance; consulenza nella creazione di campagne di acquisizione utenti, di concorsi e giochi online per incrementare gli iscritti al database, di programmi di incentivazione. ContactLab, che nel 2008 ha fatturato circa 4 milioni di Euro (+100% sul 2007), è una realtà in rapida e forte crescita, che si avvale di un team di oltre 40 professionisti esperti in information technologies and systems, comunicazione e marketing, business development, Internet and e-mail strategies. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.contactlab.com.