



UNA PIATTAFORMA DI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PER IL MARKETING



BigProfiles è il primo **software predittivo per il marketing**, una piattaforma web di AI Campaign Management che analizza clienti e potenziali clienti e **predice la probabilità di acquisto di prodotti e servizi di ognuno**.

Grazie alla sua esclusiva tecnologia brevettata, BigProfiles consente al Marketing di raggiungere obiettivi di business e target poiché:

- **Aumenta le vendite e il fatturato** delle campagne di vendita
- **Incrementa i conversion rate** delle campagne
- **Riduce i costi operativi** e i tempi di lavorazione

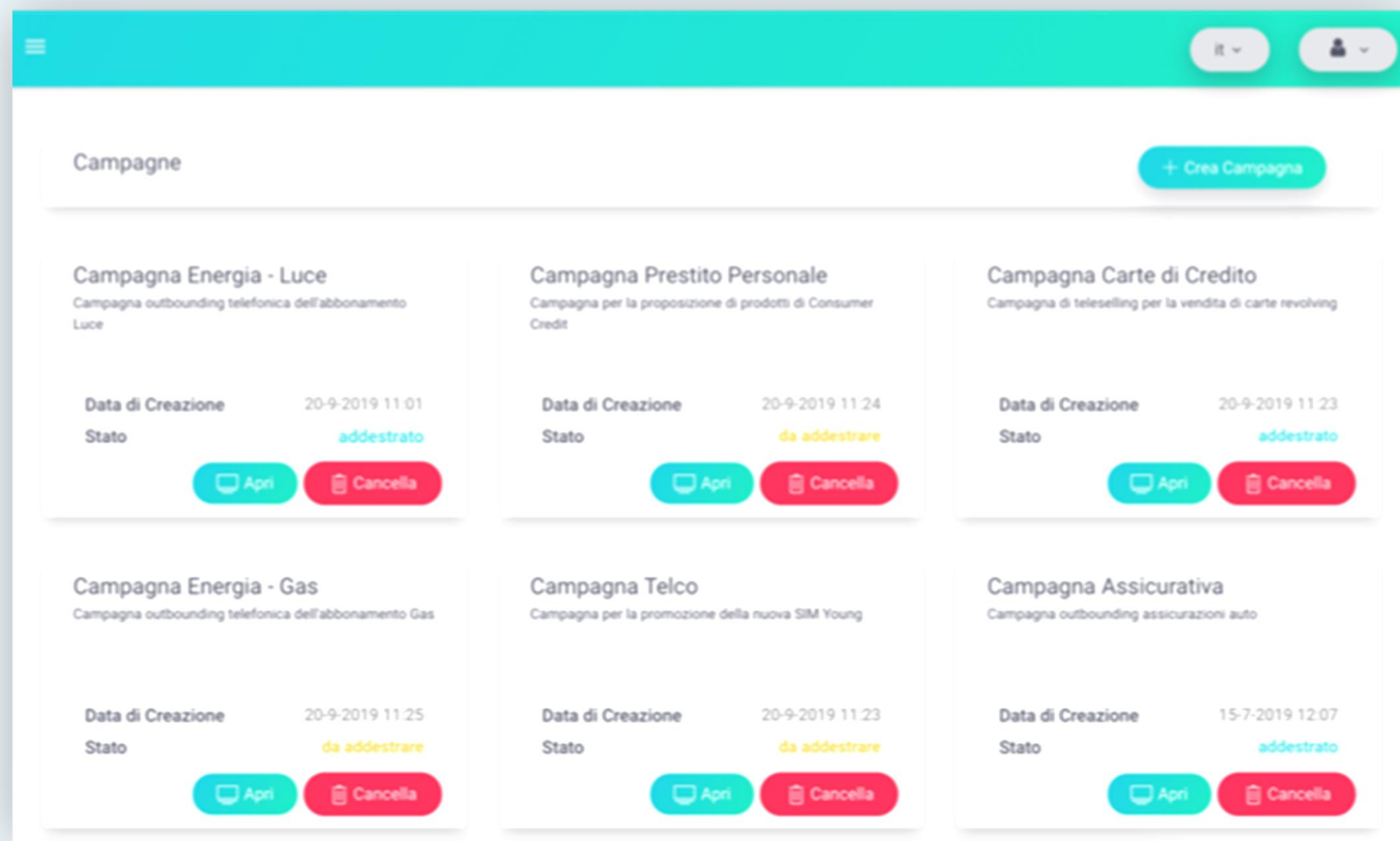
DASHBOARD

Tramite una Dashboard, l'utente potrà creare e gestire le campagne marketing da ottimizzare.

Ogni campagna riguarda uno specifico prodotto o servizio veicolato tramite uno specifico canale (Email Marketing, Digital Marketing, Inbound Sales, Outbound Sales).

Per ogni campagna creata, il sistema genererà un modello predittivo di Machine Learning, che verrà usato per predire la probabilità che ha un certo contatto di acquistare uno specifico prodotto tramite un particolare canale.

Il giusto prodotto, per il giusto cliente, tramite il giusto canale.



COME FUNZIONA: DUE FASI

Fase 1: Apprendimento

Una volta caricati i contatti raggiunti negli ultimi mesi tramite una campagna, il software analizzerà le caratteristiche socio-economiche comuni ai contatti che hanno aderito all'offerta proposta.

Fase 2: Predizione

Prima di iniziare a lavorare nuovi contatti della stessa campagna, caricandoli sul software si avrà accesso alle tre funzionalità:

- analisi del potenziale di liste di contatti
- predizione della probabilità di acquisto del singolo contatto
- proiezione dell'aumento di conversioni, vendite e ROI

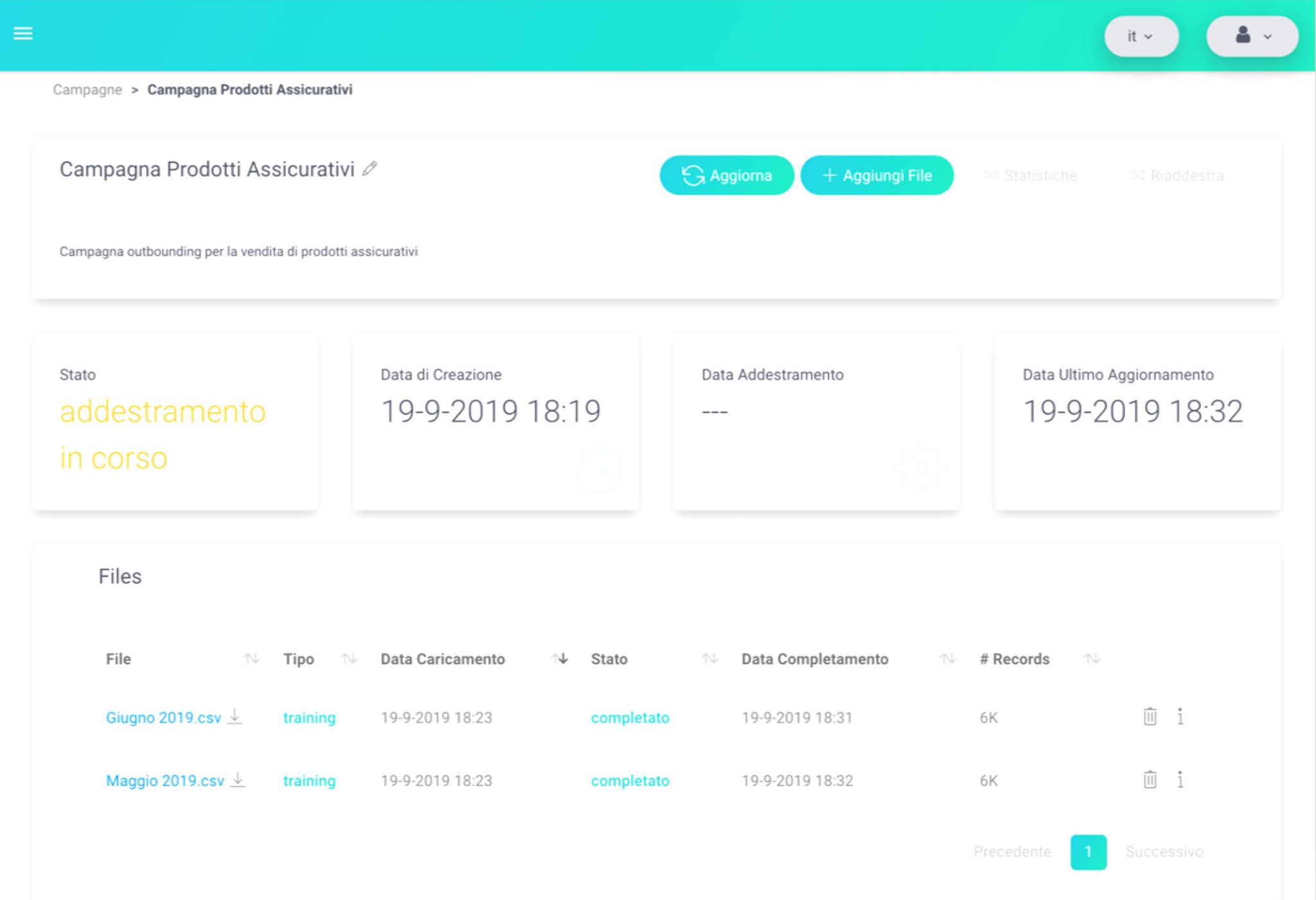
FASE 1: APPRENDIMENTO

In questa fase, è necessario caricare contatti raggiunti negli ultimi mesi, relativi ad una stessa campagna (ad esempio un campagna di prodotti assicurativi veicolata da Outbound).


Il software analizzerà le caratteristiche socio-economiche dei contatti, per individuare le caratteristiche comuni ai contatti che hanno aderito all'offerta e quelle comuni ai contatti che non hanno aderito.

Per analizzare tali caratteristiche socio-economiche, il software sfrutta:

- Dati Anagrafici
- Dati Esterni



Campagne > Campagna Prodotti Assicurativi

Campagna Prodotti Assicurativi  Aggiorna + Aggiungi File Statistiche Riaddestra

Campagna outbounding per la vendita di prodotti assicurativi







Stato: **addestramento in corso**

Data di Creazione: 19-9-2019 18:19

Data Addestramento: ---

Data Ultimo Aggiornamento: 19-9-2019 18:32

Files

File	Tipo	Data Caricamento	Stato	Data Completamento	# Records	
Giugno 2019.csv 	training	19-9-2019 18:23	completato	19-9-2019 18:31	6K	 
Maggio 2019.csv 	training	19-9-2019 18:23	completato	19-9-2019 18:32	6K	 

Precedente 1 Successivo

DATI ANAGRAFICI

Il software analizza la lista dei contatti utilizzando i dati anagrafici eventualmente già presenti in essa: sesso, data di nascita, età, luogo di residenza, prefisso telefonico, codice fiscale.

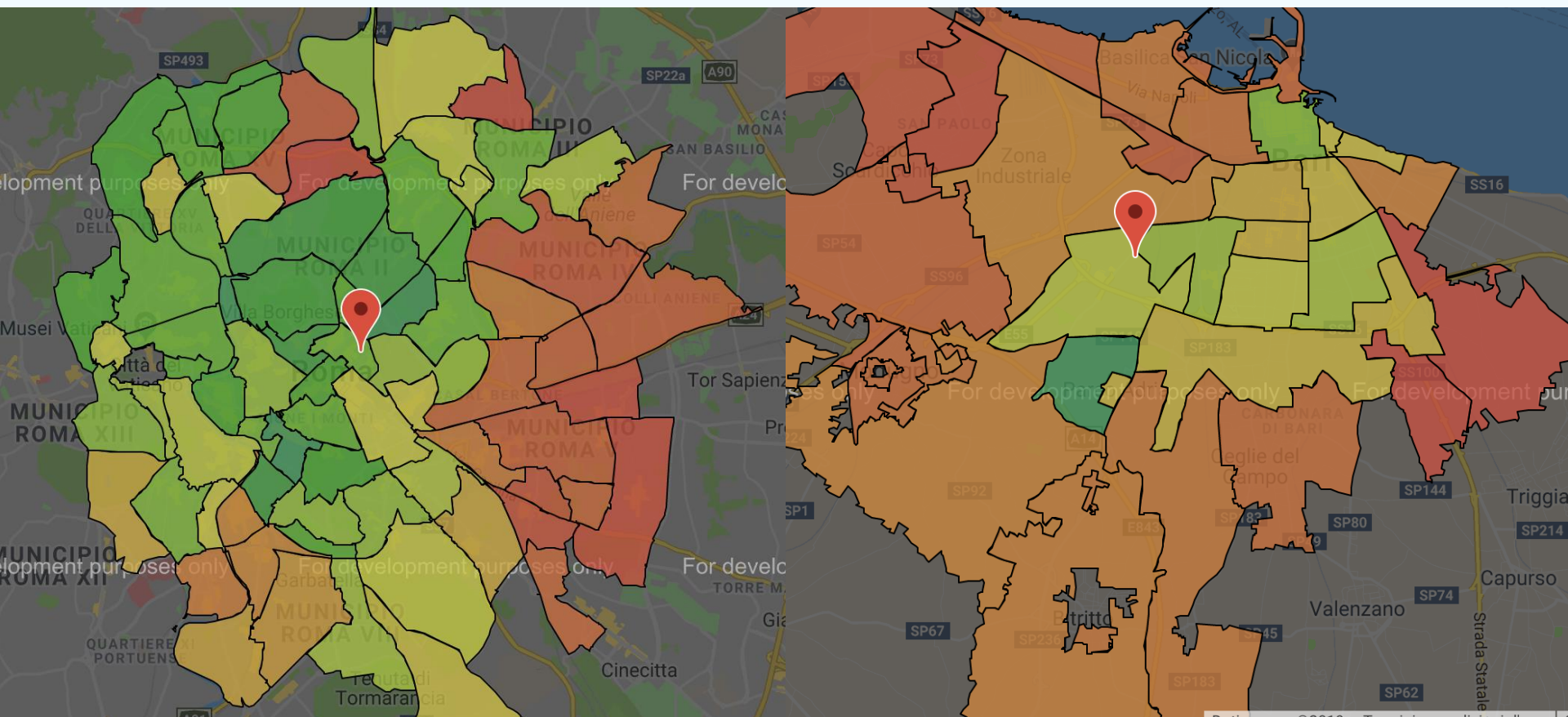


Indica che tipo di dati si trovano in ogni colonna del tuo file.

Separatore: , ; | tab

#	Sesso	Data Nascita	Comune	Indirizzo	Telefono	Esito
1	M	23/10/1987	MASSA	VIA MASSA AVENZA 12	3281092036	Non Interessato
2	F	11/12/1956	FORLI	VIA ICARO 5	3203093266	Vendita
3	M	17/02/1988	ROMA	VIA REGGIO CALABRIA 1	3383653452	Non ascolta offerta
4	M	29/07/1947	SALERNO	VIA ROMA 21	3208476768	Non ascolta offerta

Riga di Intestazione



Livelli di reddito a Roma

Livelli di reddito a Bari

DATI ESTERNI

Il software utilizza oltre 350 indicatori socio-economici che permettono di descrivere probabilisticamente ogni contatto: reddito, livello di istruzione, nucleo familiare, consumi ed interessi. In questo modo, è in grado di associare ogni contatto della lista alle sue caratteristiche socio-economiche stimate.

FASE 2: PREDIZIONE

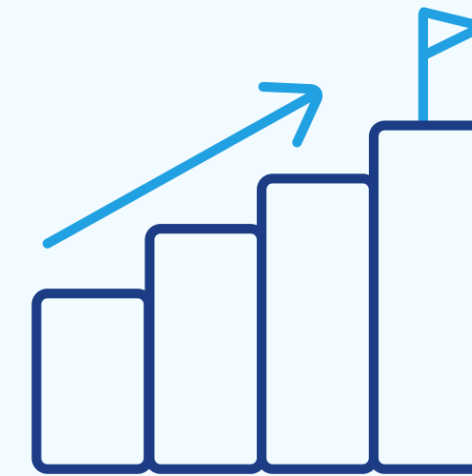
Una volta effettuato l'addestramento, prima di iniziare a lavorare nuovi contatti della stessa campagna, è necessario caricarne le liste sul software o interrogare le relative API, che analizzerà le caratteristiche socio-economiche dei nuovi contatti grazie ai Dati Anagrafici e ai Dati Esterni, permettendo così di accedere a tre funzionalità:



1. Analisi del potenziale della lista



2. Predizione della probabilità di acquisto di ogni singolo contatto



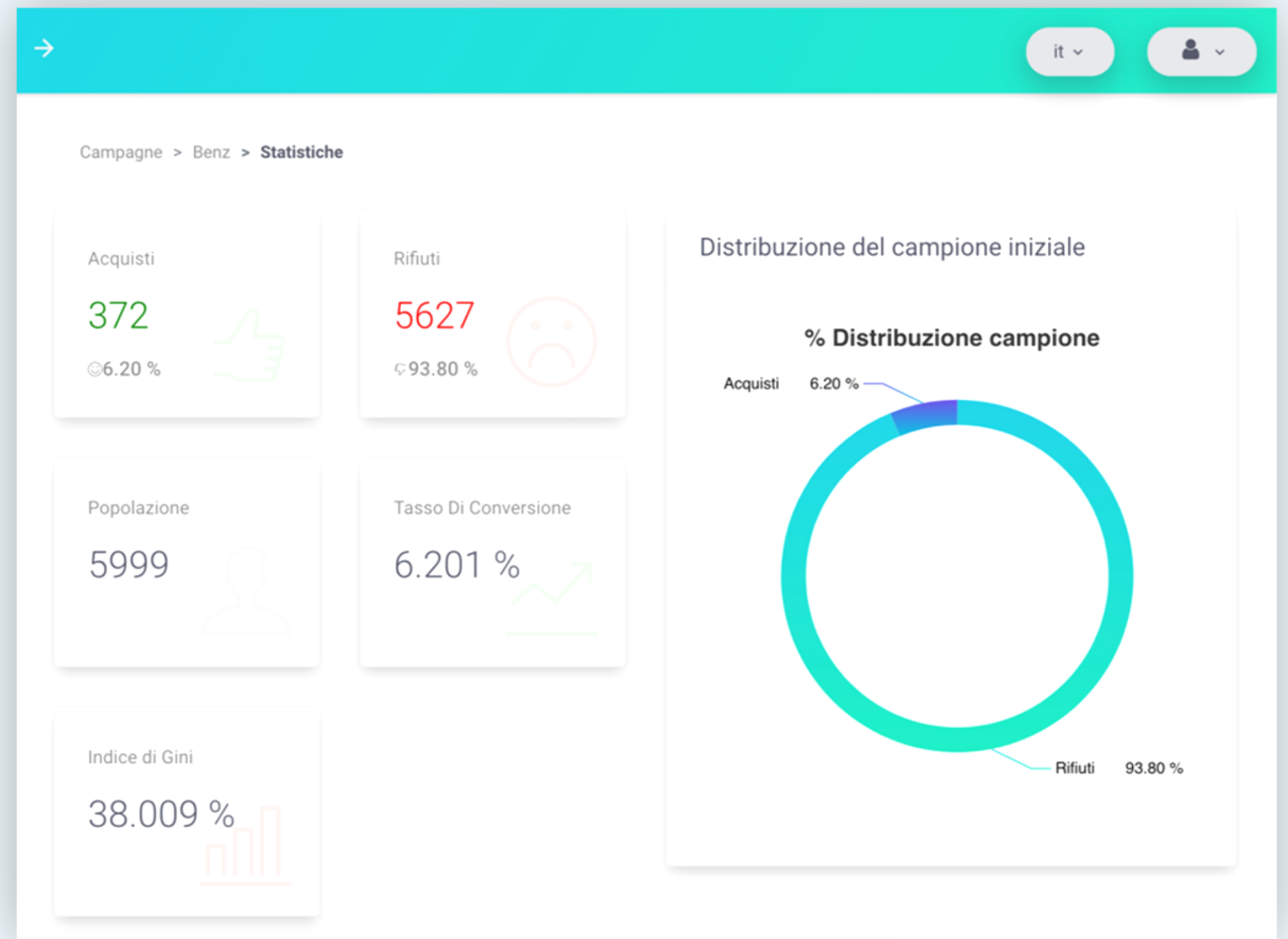
3. Proiezione dell'aumento di conversioni, vendite e ROI

1. ANALISI DEL POTENZIALE DELLA LISTA

Attraverso il confronto automatico fra le caratteristiche socio-economiche della lista di addestramento e quelle della lista da contattare, **il software prevede il tasso di conversione atteso** (nell'esempio di destra, il riquadro «Tasso di Conversione») **e il numero delle vendite** che si riusciranno ad ottenere dalla lavorazione della lista ancora da contattare (nell'esempio di destra, i riquadri «Acquisti» e «Rifiuti»).

VANTAGGI

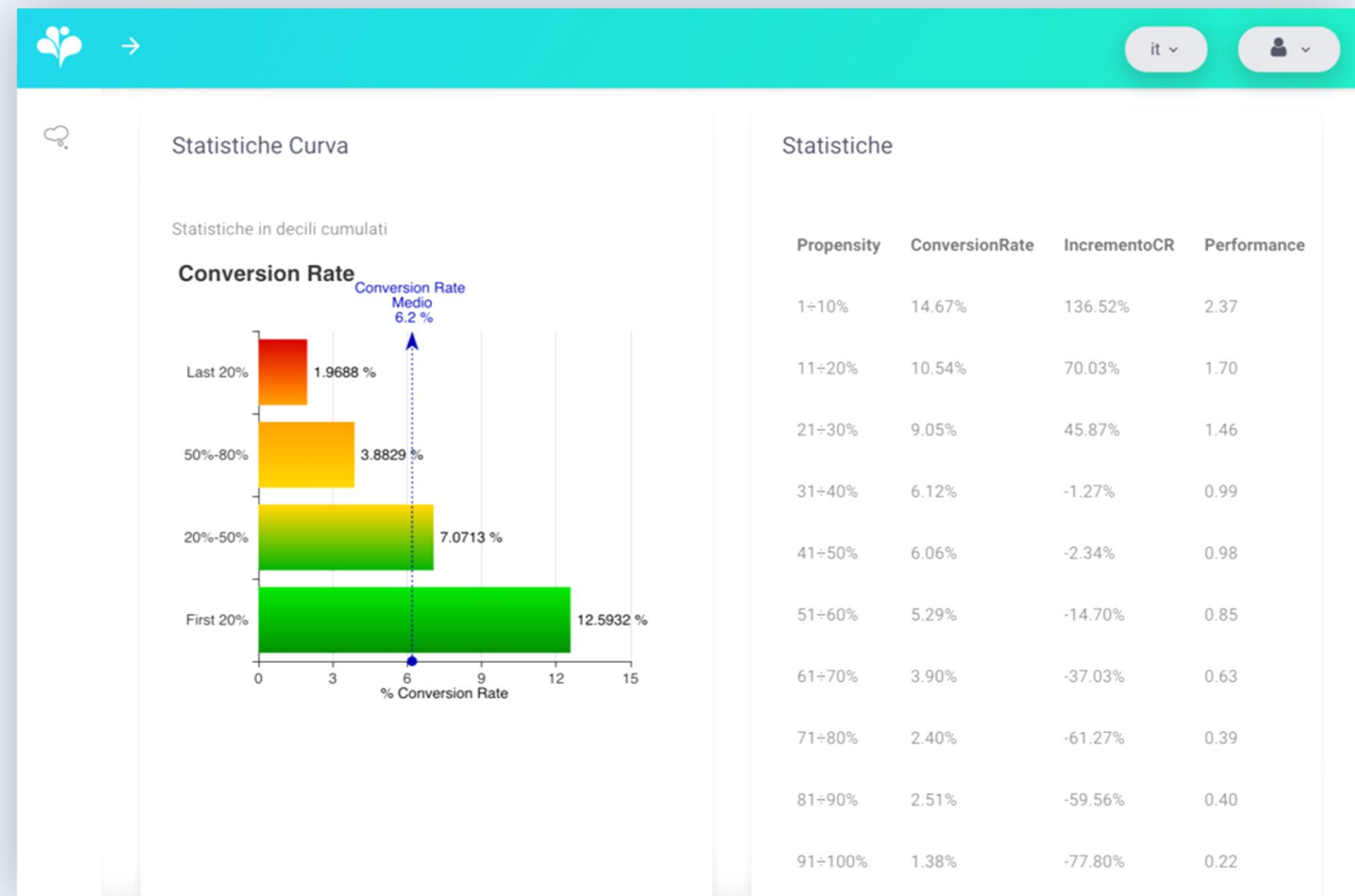
- Previsione del Conversion Rate della lista
- Previsione delle vendite che si otterranno lavorando la lista



2. PREDIZIONE DELLA PROBABILITÀ DI ACQUISTO

Attraverso l'analisi automatica delle caratteristiche socio-economiche associate ad un singolo contatto, il software in **real-time** stima la probabilità che ha tale contatto di interagire positivamente con il contatto telefonico e la **probabilità di aderire all'offerta** che viene proposta.

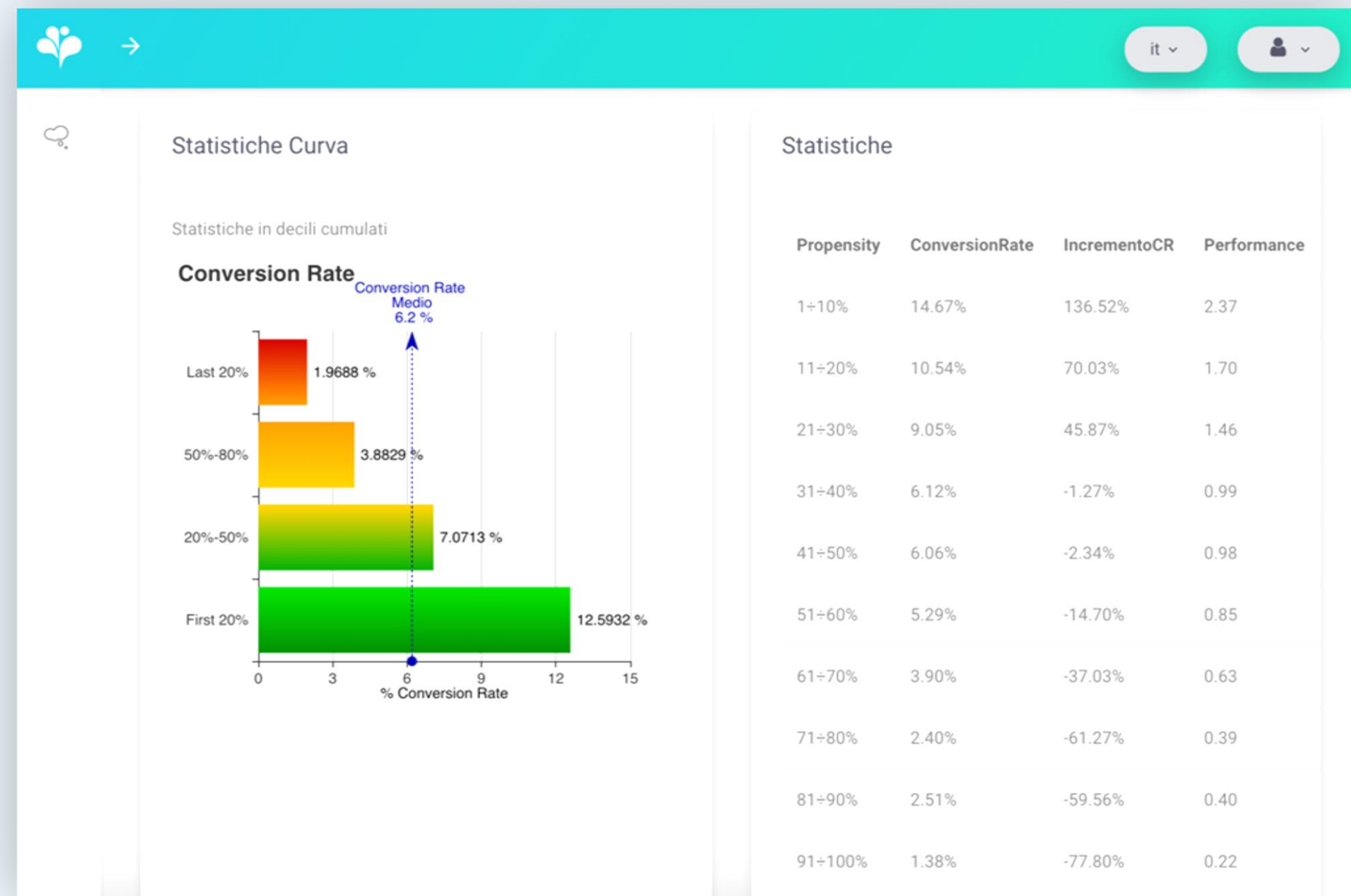
Infatti, nella fase di **apprendimento**, il software individua quali sono le caratteristiche socio-economiche più adatte affinché un contatto aderisca all'offerta grazie all'**analisi delle caratteristiche socio-economiche dei contatti che hanno effettivamente aderito all'offerta in passato**.



2. PREDIZIONE DELLA PROBABILITÀ DI ACQUISTO

Prevedendo la probabilità di acquisto del singolo contatto, il software è in grado di:

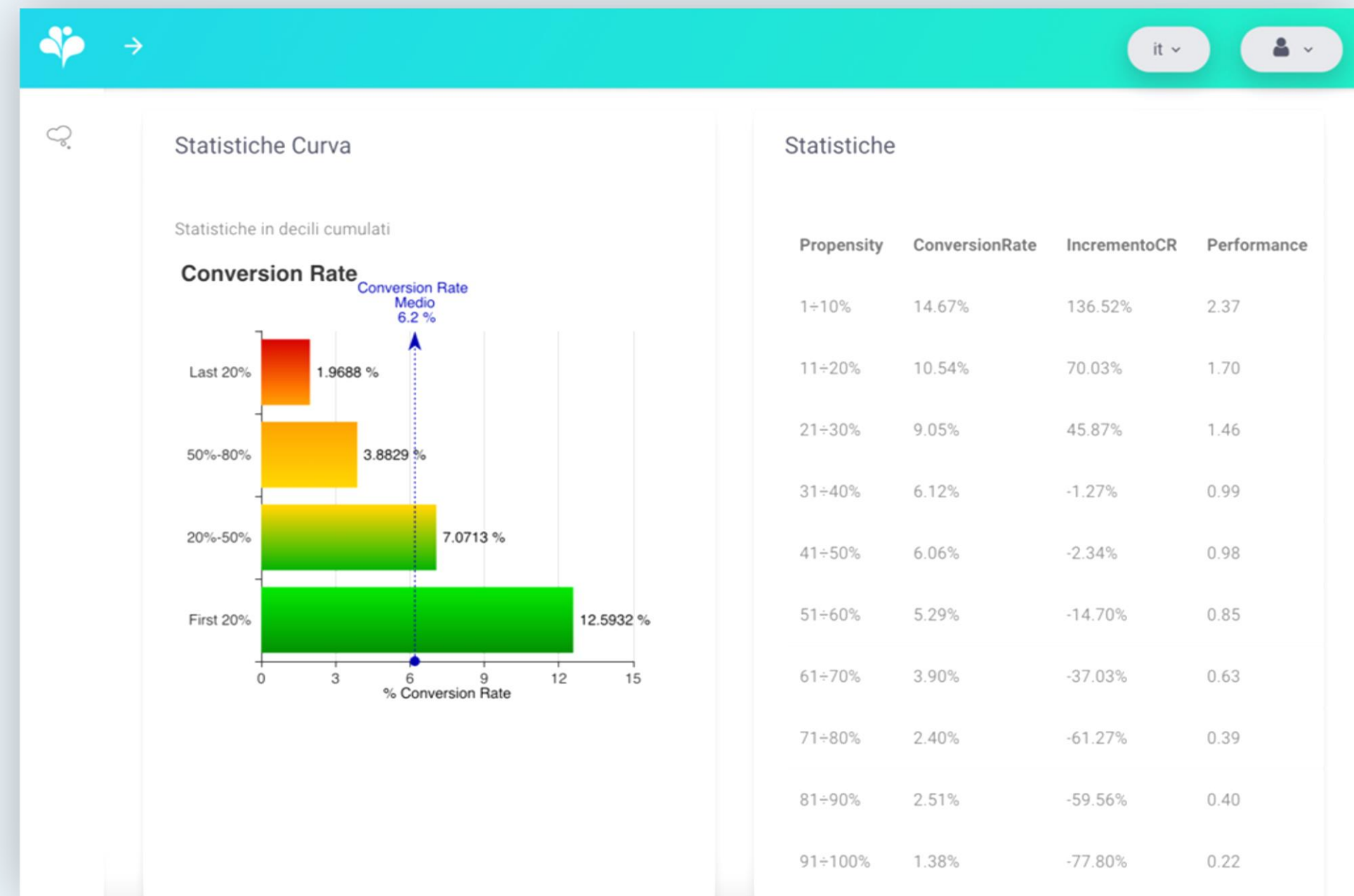
- **prioritizzare i contatti per probabilità di acquisto decrescente** per consentire di lavorare per primi i contatti migliori, evitandone il raffreddamento
- **dividere la lista in sotto-liste con differenti tassi di conversione:** nell'esempio di destra, i contatti a bassa probabilità hanno un tasso di conversione dell'1.96% (barra rossa), mentre i contatti ad alta probabilità hanno un tasso di conversione del 12.59% (barra verde)
- **individuare segmenti della lista con tassi di conversione così bassi da essere antieconomici**



2. PREDIZIONE DELLA PROBABILITÀ DI ACQUISTO

VANTAGGI

- **Associare un contatto al prodotto giusto tramite il canale giusto**, dato che un contatto che ha bassa probabilità per un prodotto o su un canale, potrebbe avere alta probabilità per un altro prodotto o su un altro canale
- **Riduzione di costi e tempi**, poiché consente di evitare di contattare contatti che non convertiranno
- **Incremento delle performance**, dato che a parità di contatti, si otterranno più vendite ed un maggior conversion rate



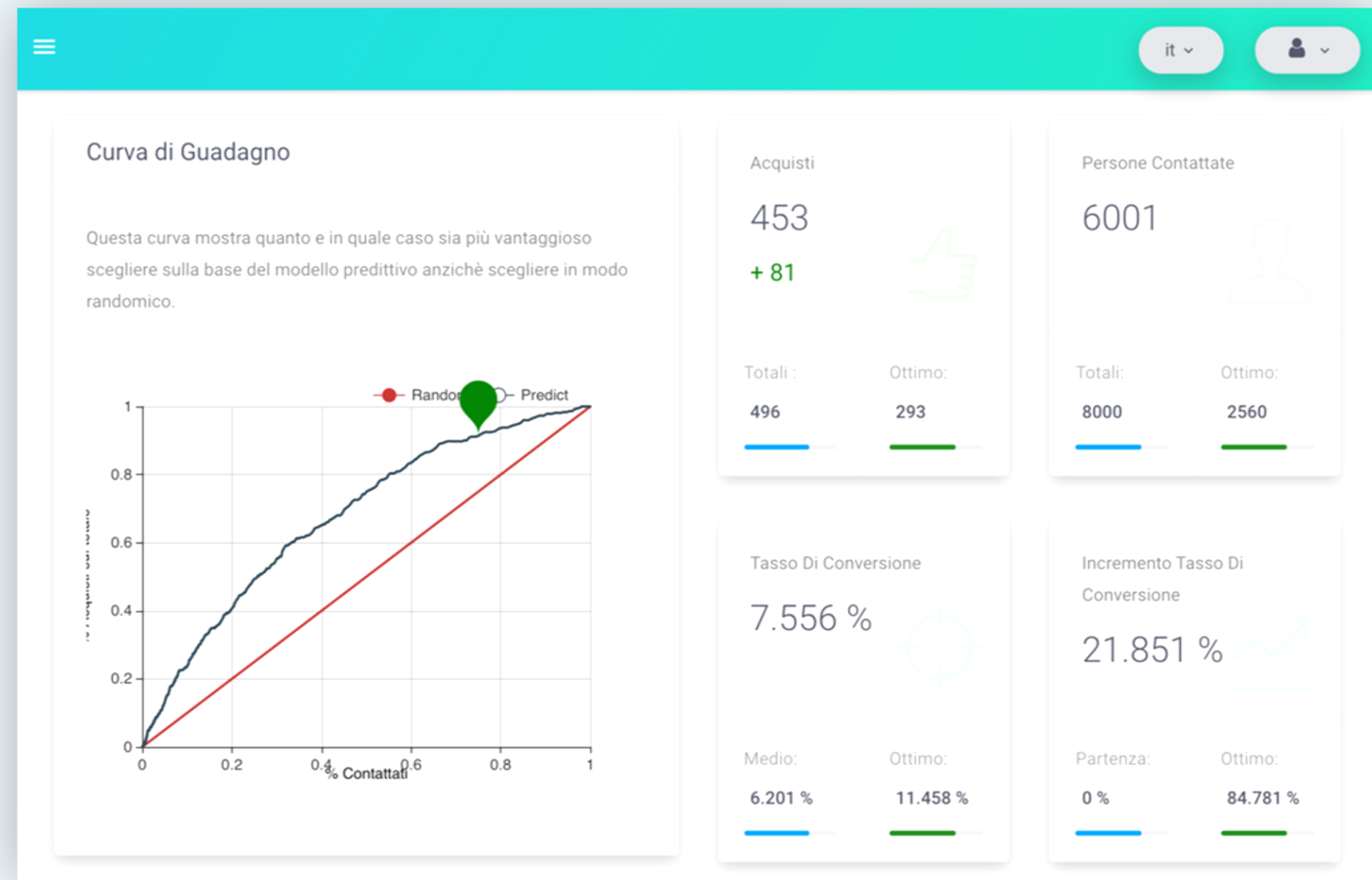
3. PROIEZIONE DELL'AUMENTO DELLE PERFORMANCE

La piattaforma consente di proiettare l'impatto che avrà l'applicazione del software in termini di:

- **aumento del tasso di conversione**
- **aumento delle vendite**
- **aumento del ROI** della campagna (che si può misurare grazie ad un calcolatore automatico)

VANTAGGI

- E' possibile capire in anticipo l'impatto delle decisioni di segmentazione dei contatti e taglio dei segmenti a bassa propensione



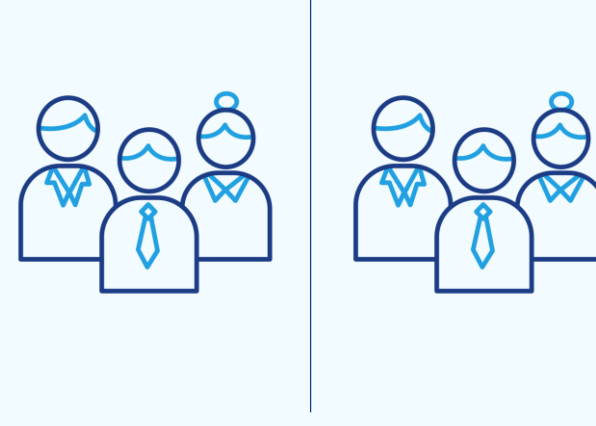
CASI D'USO



Taglio di un segmento
antieconomico di contatti



Outbound Marketing



Segmentazione dei contatti
per prodotti e canali



Strategie di Up-selling e
Cross-selling



Scoring dei lead in ingresso
dai vari canali



Inbound Marketing

