

 Feedback Management

In che modo Hachette qualifica i suoi contatti e personalizza le sue campagne marketing?

CASE STUDY – HACHETTE

 Skeepers

 hachette
LIVRE



Il cliente



Hachette Livre è il terzo editore di libri al mondo e possiede circa 100 case editrici. Pubblica circa 16.000 titoli all'anno in più di 12 lingue.

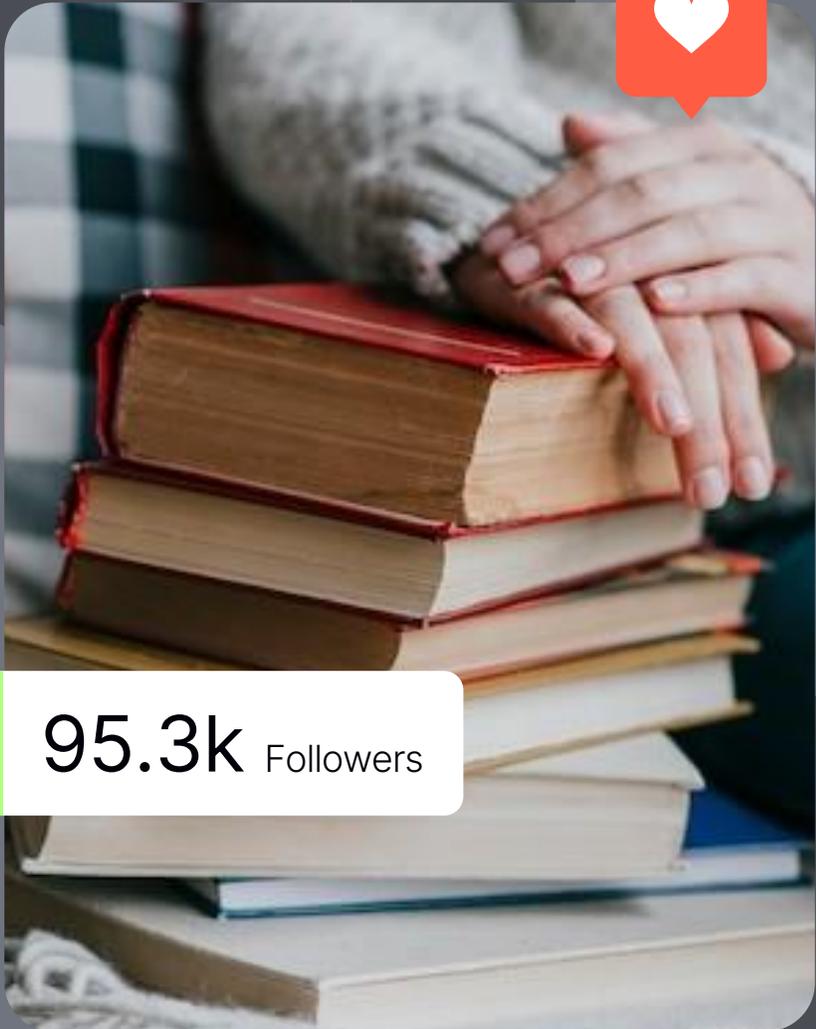
Hachette Livre pubblica libri su svariate tematiche: narrativa, saggistica, tascabili, giovani adulti, libri per bambini, guide di viaggio e libri didattici e curriculari. Grazie ai lettori, questa piattaforma è diventata un vero spettacolo con più di 30.000 iscritti.

Con una comunità così ricca, Hachette doveva essere il più vicino possibile al suo pubblico.

Il team CRM si è rivolto a sleepers per aumentare l'opt-in, arricchire la propria base di contatti CRM e, soprattutto, qualificarla!

Sarà riuscito mantenere la promessa del customer marketing?





SETTORE

Retail



SITO WEB

www.hachette.com



INTEGRAZIONE

Adobe Campaign



PRODOTTO

Feedback Management

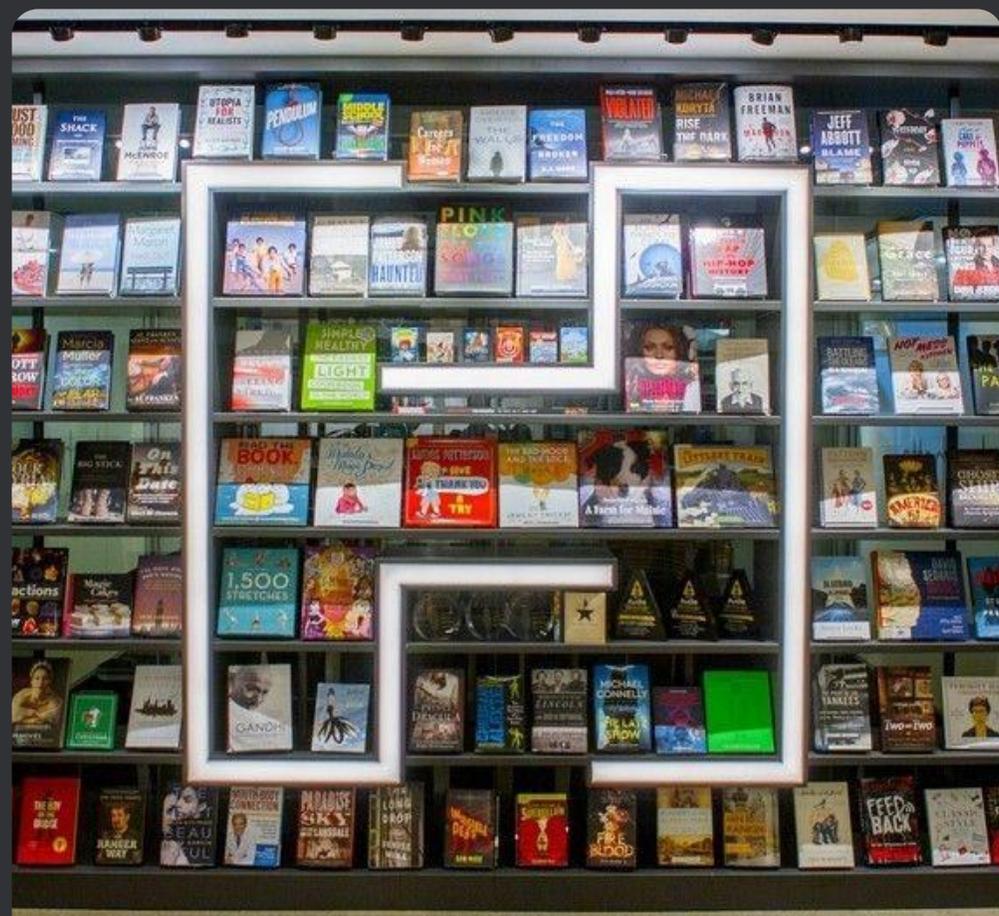
Una soluzione di marketing come **Adobe Campaign** può fare molte cose... purché sia alimentata con i dati dei clienti. I **dati sono il motore del customer marketing**. Una delle sfide per tutte le aziende è arricchire i dati di CRM - Marketing Automation.

In altre parole: conoscenza del cliente.



Le sfide

Arricchire e qualificare la base di contatti di Adobe Campaign utilizzando la customer knowledge



Hachette ha dovuto immaginare un modo per arricchire i dati dei clienti, per dare al nuovo strumento (Adobe Campaign) il carburante necessario a creare campagne pertinenti ed efficaci. Per qualificare i contatti, il gruppo editoriale ha scelto la soluzione Skeepers Feedback Management.

- Creare segmenti di pubblico migliori e più precisi.
- Integrare automaticamente i dati raccolti dalla piattaforma in Adobe Campaign.
- Individuare le persone che visitano i siti del gruppo Hachette.



Le sfide



Progettare campagne mirate per ogni segmento di pubblico

Hachette riesce a raggiungere un livello di personalizzazione avanzato sfruttando 3 domande. Un ottimo traguardo.

- Ottimizzare le prestazioni e la pertinenza delle campagne e-mail.
- Personalizzare le newsletter campaign.



Le soluzioni



Integrare Adobe Campaign

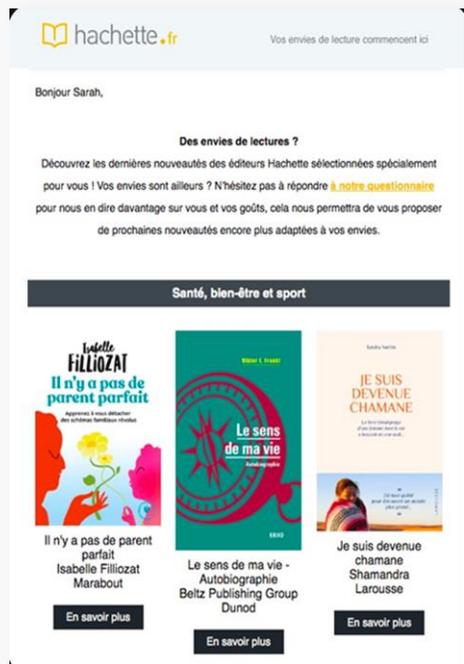
Per ottenere il massimo da Feedback Management, Hachette ha lanciato i suoi questionari dopo aver collegato le due piattaforme. L'integrazione di Feedback Management e del CRM Adobe Campaign è facilitata dal connettore nativo offerto da Sleepers. Questo connettore consente di integrare automaticamente i dati raccolti in Adobe Campaign.

Il gruppo Hachette si sta evolvendo verso un modello B2B2C. **I clienti sono principalmente librerie e altri professionisti dell'editoria**, che poi rivendono i libri ai clienti. In questo modello è difficile conoscere i clienti finali, ovvero i lettori. La sfida è complessa.

Per affrontarla, l'azienda ha immaginato di rivolgersi alle persone che visitano i siti del gruppo e di raccogliere informazioni su di loro tramite i questionari per lanciare campagne marketing utilizzando Adobe Campaign.



Le soluzioni



Personalizzare le campagne

I questionari distribuiti sui siti del gruppo arricchiscono i profili dei clienti con informazioni rilevanti ai fini del processo: **la personalizzazione delle campagne.**

I dati raccolti sono **essenzialmente informazioni relative alle preferenze dei lettori:** preferenze di lettura, formati di lettura preferiti, ecc.

I questionari vengono inizialmente distribuiti sul sito del portale Hachette, per poi essere diffusi sui vari siti del gruppo.

Hachette riesce a raggiungere un livello di personalizzazione avanzato attraverso 3 domande qualificanti...

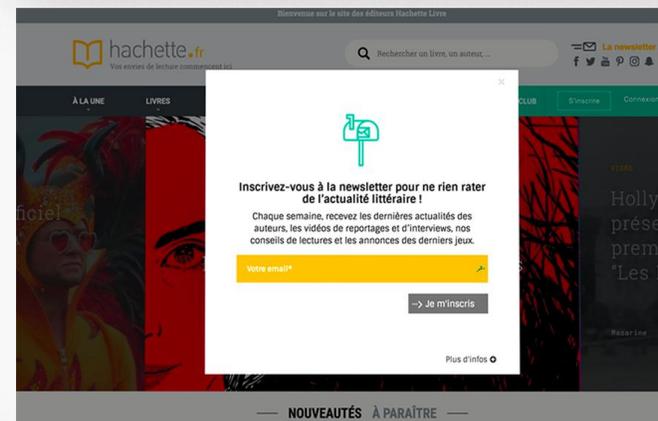


Le soluzioni

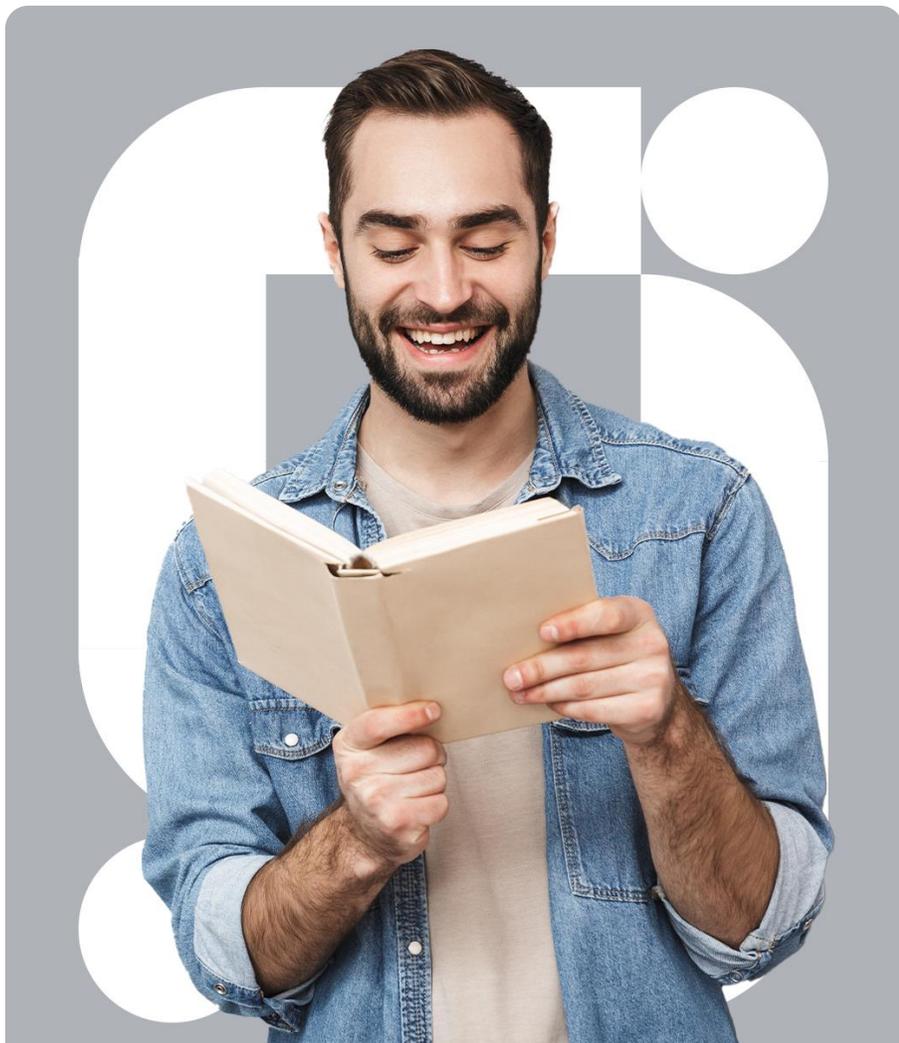
Distribuire i questionari

Hachette utilizza i pop-in per distribuire i suoi questionari. Diversi criteri relativi al comportamento dell'utente sul sito vengono analizzati per impostare il tempo di attivazione: tempo trascorso, numero di pagine visualizzate, movimenti del mouse, ecc.

Queste poche informazioni sono integrate in Feedback Management. Le dashboard della soluzione consentono di misurare le prestazioni dei questionari (tasso di partecipazione, ecc.), ma i dati vengono anche, e soprattutto, condivisi con Adobe Campaign per essere immediatamente utilizzabili nei workflow delle campagne marketing.



I prossimi passi



I prossimi due passi

per continuare a immaginare e implementare un sistema efficace ed efficiente sono i seguenti:

2 fasi

per migliorare in modo costante la customer experience

1. **Distribuire questionari in modalità conversazionale tramite il modulo ChatSurvey.**
2. **Andare oltre nella misurazione della customer satisfaction e customer experience.**



Risultati

+300.000

Profili arricchiti

Dal 2016, più di 300.000 contatti sono stati arricchiti in Adobe Campaign grazie a questionari.

+10pt

Tasso di apertura

superiore di quasi 10 punti rispetto ad altri lead/contatti opt-in raccolti.

+15pt

Click-through rate

superiore di quasi 15 punti in sui titoli consigliati in seguito ai dati raccolti

 La personalizzazione dei contenuti aumenta in modo significativo il coinvolgimento del pubblico della campagna.



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

[Richiedi una demo](#)

