

DALL'E-COMMERCE AL B2B

Con l'esperienza di Nur il marketing diventa digitale

La web agency ha sviluppato Jeenius la piattaforma per l'invio di newsletter dotata di intelligenza artificiale

Anche se in maniera inconsapevole, tutti, o quasi, ne siamo stati bersaglio. L'intelligenza artificiale applicata al marketing online può orientare i nostri acquisti.

Se non, addirittura, farci cadere in tentazione.

C'è un'azienda di Mantova, la Nur srl (la sede è a San Giorgio), che sul machine learning sta scommettendo senza timori. Ben ripagata. Nata più di 20 anni fa nel cuore di Mantova, specializzata da subito sull'ottimizzazione e il posizionamento "Seo" dei siti internet sui motori di ricerca, Nur oggi si occupa di digital marketing: oltre alla Seo, mai abbandonata, e alla programmazione di siti web ed e-commerce, gestisce campagne sui motori di ricerca come azienda Google Part-

ner certificata e sui social network. «Ci occupiamo, inoltre - racconta l'amministratore delegato, Rinaldo Zambello - della gestione di social media aziendali, del canale newsletter, di formazione e consulenza al personale aziendale». E proprio nel campo delle newsletter ha tenuto a battezzare la piattaforma Jeenius.

Che cos'è Jeenius? Da chi è stato sviluppato?

«Jeenius è una piattaforma per l'invio di newsletter dotata di intelligenza artificiale. Il servizio è nato e cresciuto all'interno della nostra azienda: la programmazione, la grafica e tutte le funzionalità sono state sviluppate dai nostri tecnici che si confrontano quotidianamente con il mercato e con i clienti per capire come ottimizzare

il servizio, renderlo performante e semplice al tempo stesso. Perché si può parlare di intelligenza artificiale? La nostra piattaforma utilizza algoritmi elaborati da un data scientist. Gli algoritmi analizzano le informazioni sullo storico delle navigazioni, sugli or dinari fatti dai clienti e sulle caratteristiche dei clienti stessi. Tutti questi dati vengono elaborati e restituiscono le affinità tra prodotto e cliente. Una vera e propria classifica di affinità espressa in percentuale tra prodotto e cliente, che ci permette di attivare delle azioni di marketing per aumentare le vendite. Per ora queste attività predittive possiamo impiegare solo sugli e-commerce ma stiamo per estenderle anche nel mercato B to B (business to business, quindi relazioni tra imprese e non con il cliente finale, n.d.r.). Inoltre attraverso l'elaborazione dei dati è possibile prevedere l'andamento del fatturato aziendale futuro, individuando stagionalità e picchi di fatturato; tut-



L'ad di Nur Rinaldo Zambello

to questo ci permette di ottimizzare gli invii delle newsletter e delle Dem (Direct email marketing, invio di un'offerta commerciale, n.d.r.) nel periodo più favorevole all'acquisto».

Qual è il vantaggio per l'azienda che lo utilizza?

«Chi attiva questo servizio ha un nuovo strumento che

automatizza l'invio di newsletter e Dem in base ai gusti dell'utente finale (grado di affinità tra utente e prodotto). All'azienda cliente viene fornito un pannello di controllo che esprime in maniera scientifica l'andamento di risultati, informazioni e dati che solo il marketing digitale riesce a garantire e gestire con puntualità. In questo modo si abbattano i costi aziendali e aumentano efficacia ed efficienza».

A chi conviene?

«Jeenius è rivolto a tutte le aziende dotate di un e-commerce, nessuna esclusa, poiché si tratta di una piattaforma di marketing automation che già abbiamo evoluto con algoritmi di machine learning, e che con i giusti accorgimenti può essere adottata anche dalle imprese che si interfacciano con il mondo B2B».

Quali possibili sviluppi futuri può avere questo progetto?

«Proprio nel mondo del B2B stiamo testando delle so-

luzioni per inserire questo strumento come uno degli indicatori da seguire per tracciare le strategie economiche e comunicative aziendali; chi non vorrebbe gestire i propri clienti con comunicazioni puntuali e precise in maniera automatica? Credo che queste soluzioni di machine learning siano il presente e che nei prossimi anni si svilupperanno con grande rapidità in tutti i settori. Affidandoci alla machine learning A.I. saremo sempre più in grado di automatizzare servizi, decisioni e azioni».

Chi lavora alla Nur? E quale percentuale del fatturato è investito in ricerca? «Lo staff è formato da 25 ragazzi provenienti dal tutta Italia, chiamati a contribuire allo sviluppo dell'offerta dei servizi aziendali e alla costante ricerca di miglioramento. L'azienda ha un fatturato di due milioni di euro e investe il 5% del fatturato in formazione e ricerca e sviluppo».

SABRINA PINARDI

@PAPAZZODIPIRELLA

