Deloitte.

DIGITAL ANALYTICS

Analizzare le performance del business sul canale digitale

La sfida

Le aziende stanno utilizzando sempre di più i canali digitali per gestire il proprio business e l'interazione con l'ecosistema in cui operano. Mediante i servizi online sono gestiti:

- VENDITA DI PRODOTTI/SERVIZI
- CUSTOMER SERVICE
- APPROVVIGIONAMENTI
- MARKETING E ALLEANZE

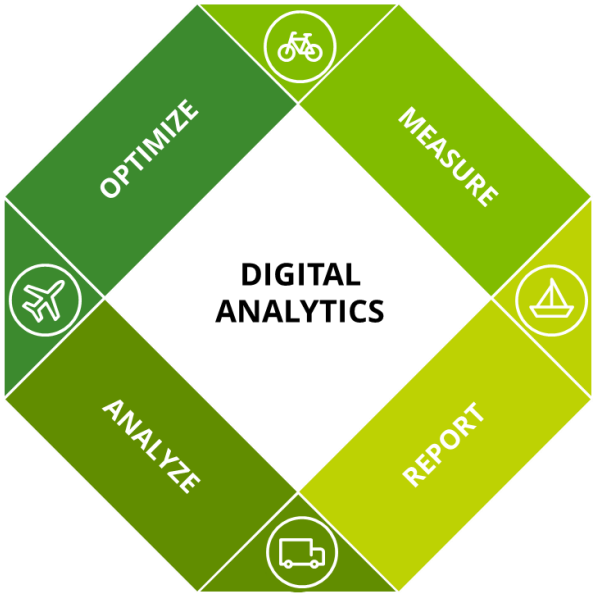
La fruizione di questi servizi online genera un'incredibile mole di dati che le aziende devono poter utilizzare e sfruttare appieno per derivare nuove informazioni di rilevanza strategica con l'obiettivo di:

- INCREMENTARE IL ROI DELLE ATTIVITÀ DI MARKETING DIGITALE
- AUMENTARE IL TASSO DI CONVERSIONE DEI VISITATORI IN CLIENTI
- OTTIMIZZARE I PROCESSI GESTITI SUI CANALI DIGITALI E L'INTEGRAZIONE CON I PROCESSI GESTITI IN MANIERA TRADIZIONALE
- MIGLIORARE LA SODDISFAZIONE A FRONTE DEI SERVIZI DI CUSTOMER SERVICE

La carenza di informazioni sull'utilizzo dei canali digitali porta le aziende a concentrare gli sforzi su aspetti tecnologici anziché focalizzarsi sulla value proposition da veicolare.

La risposta

I Digital Analytics forniscono soluzioni per l'integrazione dei dati generati dai canali digitali con quelli derivanti dai canali tradizionali per l'arricchimento del patrimonio informativo aziendale, con l'obiettivo di fornire una vista completa del business e supportare una strategia integrata.



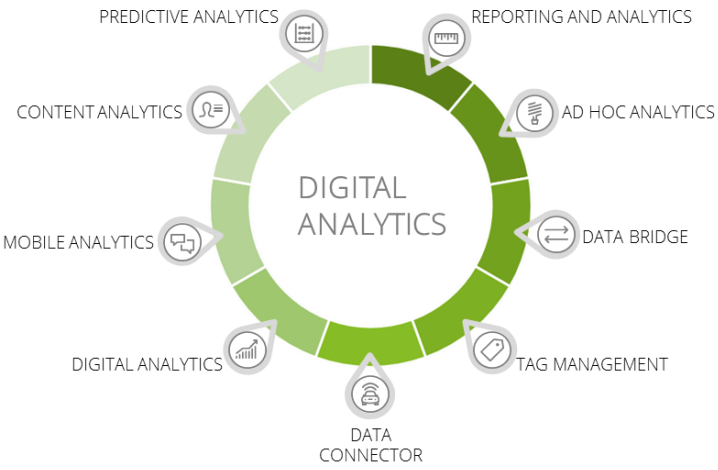
Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about
© 2016 Deloitte Touche Tohmatsu Limited

Deloitte.

- Digital Analytics forniscono le risposte alle seguenti domande:
- Chi sono gli utenti digitali?
- Cosa fanno quando accedono ai canali digitali?
- Qual è il gap tra il comportamento atteso e quello reale degli utenti?
- Come è possibile colmare questo gap?
- Quali sono le azioni necessarie per convertire gli utenti prospect in clienti?
- Quali sono i motivi di abbandono della navigazione sui canali digitali

L'Expertise Deloitte

L'expertise Deloitte consente di combinare la capacità di integrazione delle informazioni provenienti dai canali digitali con la capacità di analisi, di interpretazione e di integrazione con gli altri dati aziendali, fornendo gli elementi per una visione globale e completa del business aziendale.



La nostra offerta

L'offerta di **Deloitte Analytics** è modulata per fornire un supporto alle aziende nell'implementazione delle più avanzate soluzioni tecnologiche di Web Analytics e di Digital Marketing, suggerendo gli investimenti da intraprendere e definendo una roadmap implementativa che consenta di trarre il massimo beneficio da tali investimenti.

Attraverso l'utilizzo di avanzate tecniche di analisi supportate da profonde conoscenze dei processi di business, competenze analitiche avanzate e partnership con i principali vendor tecnologici, **Deloitte Analytics** aiuta le aziende nella definizione e nello sviluppo di soluzioni e modelli efficaci per cogliere tutte le opportunità che il canale digitale può generare.

L'approccio utilizzato si basa sui requisiti espressi dalle aziende e la loro integrazione con le best practice su processi e tecnologie, con l'obiettivo di ottimizzare gli investimenti futuri e dedicare più risorse ai canali a maggiore redditività.

La user experience ne esce migliorata attraverso la creazione di nuovi contenuti, il testing e targeting degli stessi, il tuning delle campagne multicanale per attrarre nuovi prospect e convertire quelli esistenti in clienti e l'ottimizzazione dei processi gestiti digitalmente.

Benefici Evidenti

- Maggiore capacità di conversione dei prospect in clienti
- Maggiore efficacia delle campagne digitali e multicanali
- Riduzione dei casi di abbandono della navigazione sui canali digitali
- Migliore end user experience
- Abilitazione alla Digital Transformation
- Supporto nella gestione di rischi, sicurezza e conformità alle direttive sulla data privacy nell'utilizzo degli asset digitali

Per maggiori informazioni, vi invitiamo a contattare:

Andrea Laurenza
Partner
alaurenza@deloitte.it

Alfredo Maria Garibaldi
Partner
agaribaldi@deloitte.it

Giovanni Faccioli
Partner
gfaccioli@deloitte.it

Daniele Bobba
Partner
dbobba@deloitte.it

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about
© 2016 Deloitte Touche Tohmatsu Limited

Deloitte.