CASE STUDY

Marketing Automation per il digital banking

L'esigenza

Banca Mediolanum, primario gruppo bancario italiano, voleva integrare le soluzioni di marketing automation di Oracle all'interno dei propri canali di home e mobile banking, per consentire al Dipartimento Marketing della Banca di pubblicare in autonomia, e con una migliore user experience, contenuti informativi e promozionali all'interno dei widget presenti in diverse sezioni del portale web e delle app mobile.

La Banca si è quindi rivolta a Fincons, in virtù delle competenze tecniche e funzionali sui canali digitali, affidandogli la realizzazione sul canale home banking dell'integrazione delle componenti applicative necessarie per gestire ed ottimizzare il processo di delivery dei contenuti di marketing dedicati ai clienti.

La soluzione

Il progetto condotto da Fincons ha riguardato l'integrazione di tre componenti Oracle nei canali diretti della Banca:

- Eloqua per l'impostazione e la delivery di azioni di marketing strutturate, guidate da logiche di segmentazione e profilazione dei clienti;
- Maxymiser per la pubblicazione di contenuti informativi e promozionali personalizzati all'interno dei widget presenti nei portali di internet banking della Banca;
- Infinity per il monitoraggio puntuale del comportamento dei clienti a fronte delle azioni commerciali svolte, di cui poter tenere conto nell'impostazione delle future campagne.

L'implementazione effettuata ha portato alla creazione di una vetrina dinamica all'interno del portale di home banking, che il Dipartimento Marketing può gestire con assoluta flessibilità per veicolare in tempo reale messaggi specifici alla propria customer base, che grazie a questo progetto può quindi beneficiare di una esperienza utente più aderente alle proprie esigenze.

La soluzione consente inoltre l'esecuzione in contemporanea di più campagne commerciali destinate a segmenti di clientela diversi.

www.finconsgroup.com | info@finconsgroup.com

FINCONS GROUP

I benefici

Le comprovate esperienze e competenze di Fincons nell'ambito della system integration hanno permesso di portare a termine con successo il progetto, mettendo a disposizione della Banca uno strumento di marketing automation moderno, completo e performante.

L'iniziativa ha permesso un miglioramento significativo del processo di delivery delle campagne sui canali digitali, mettendo a disposizione del Marketing tutti gli strumenti per veicolare autonomamente contenuti commerciali personalizzati e rispondere con reattività alle esigenze di business.

Grazie a quanto realizzato, il Dipartimento Marketing può infatti gestire in autonomia campagne che possono essere pubblicate in tempo reale sulla base delle esigenze promozionali del momento, senza impegnare le strutture IT che non devono più effettuare interventi per consentire la visualizzazione dei contenuti a front-end.