

Il modulo si concentra sulle metodologie e gli strumenti per sfruttare appieno il potenziale dei dati di prima parte attraverso la Marketing Automation. Partendo dalla gestione strategica del dato, i partecipanti apprenderanno come trasformare questa risorsa in un motore per la personalizzazione delle strategie di marketing. Verranno approfonditi gli elementi chiave per automatizzare le comunicazioni in modo efficace, analizzando le logiche di segmentazione, triggering e lead nurturing. L'obiettivo finale è apprendere le potenzialità delle piattaforme e fornire spunti per disegnare e implementare customer journey complessi, che rispondano in tempo reale alle esigenze del cliente e raggiungano gli obiettivi di business.