

DATI PREZIOSI PER L'ABBIGLIAMENTO



Sustainable AI solutions for Business Growth





**SOLUZIONI BASATE SU AI DI AUGMENTED ANALYTICS
E MODELLI DI MACHINE LEARNING**



AREE OPERATIVE

**AI per
SALES & MARKETING**



**MODELLI DI
MACHINE LEARNING**



**AI per
FINTECH**



**AI per
DATA MONETIZATION**





Datrix è un gruppo di società, fondato da ex-manager di Google, che sviluppano soluzioni proprietarie di **Augmented Analytics** basate su AI, per:

- accelerare l'intelligenza umana in attività quali: sales, marketing , finanza e content
- abilitare un business customer-centrico.



DATRIX: I NOSTRI NUMERI



4

COMPANY del gruppo



3rdPlace
user & customer AI



ByTek
performance marketing AI



FinScience
investment AI



PaperLit
distribution & monetization AI



300

CLIENTI attivi



120

TEAM Members

R&D
Data Scientists
Specialists
Customer Success Managers



+20

Certificazioni e Partnership



€15 Mil

Tot. Finanziato progetti di ricerca da
FONDI per Innovazione



10TB

di DATI analizzati a settimana



1000

RIGHE di codice/giorno

PARTNERSHIP E CERTIFICAZIONI

CERTIFICAZIONI

- Analytics 360
- Data Studio
- Optimize 360
- Tag Manager 360



Google BigQuery

PARTNERSHIP



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

PROGETTI EUROPEI



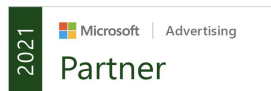
Horizon 2020
European Union funding
for Research & Innovation



SALES & MARKETING



TikTok Marketing Partners



I CLIENTI

Lavoriamo da sempre con grandi aziende. Ma amiamo molto anche le medie che vogliono intraprendere un percorso di trasformazione e crescita data-driven (oggi con il cloud e le nostre soluzioni ci sono le condizioni tecnologiche ed economiche per farlo).





ByTek - Chi Siamo

CHI SIAMO?



ByTek è la **martech company** specializzata in soluzioni di Intelligenza Artificiale per Search Marketing, Advertising & Lead generation, CRM & ERP ed è parte del gruppo Datrix (datrix.it).

Sfruttando **tecnologie proprietarie di Intelligenza Artificiale** e un approccio fortemente ingegneristico, lavoriamo a contatto con il cliente, condividendo le scelte strategiche e offrendo un supporto continuo orientato dai dati e dalla tecnica.

Augmented SEO

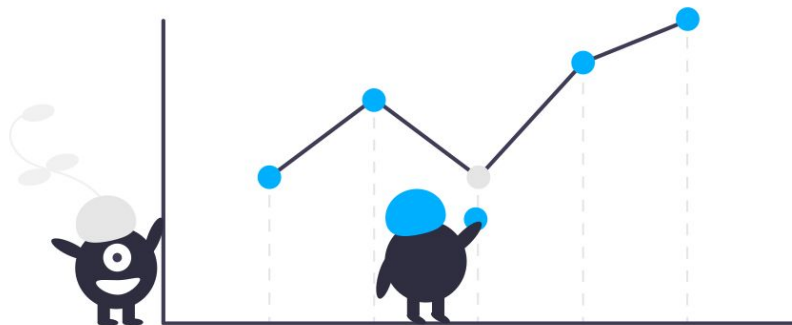
ByTek è una realtà unica sul mercato perché combina **tecnologie basate su intelligenza artificiale** a un **team di specialisti esperti**.

- Grazie all'AI è possibile analizzare rapidamente gli **intenti di ricerca** di centinaia di migliaia di parole chiave per avere una visione d'insieme su trend e opportunità.
- Grazie all'expertise umana è possibile **azionare direttamente tali insight** per massimizzare i risultati di business nel tempo



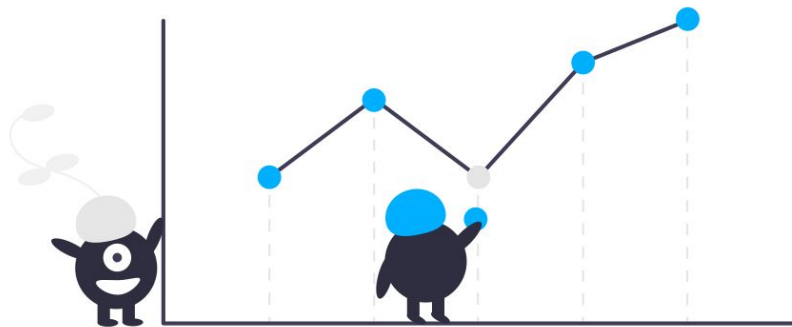


Evoluzioni del mercato-l'approccio integrato SEO e AI

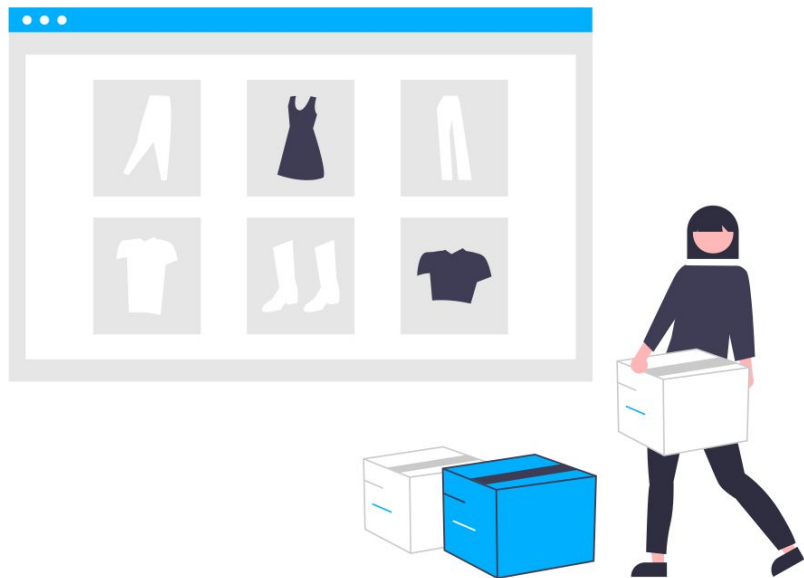


In Italia, i primi 5
mesi dell'anno
2020 **i clienti
online sono**

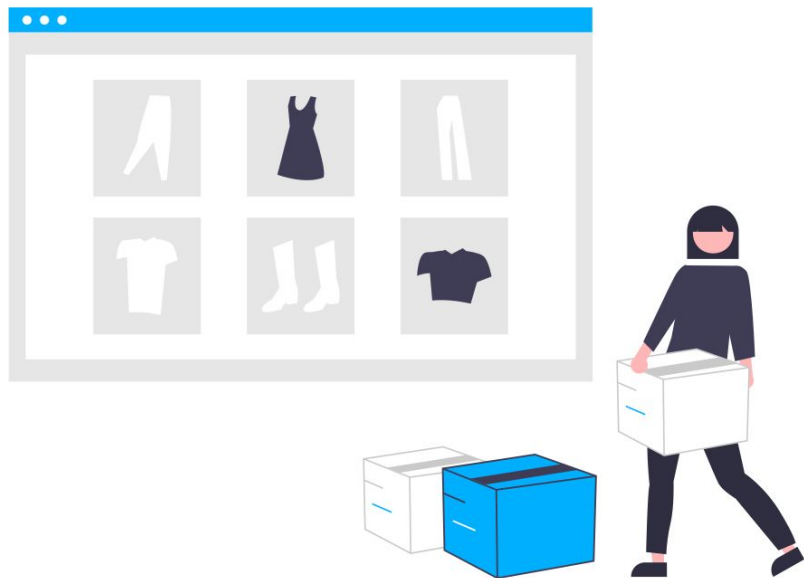
**rispetto all'anno
precedente.**



In Italia, i primi 5
mesi dell'anno
2020 **i clienti
online sono
triplicati**
rispetto all'anno
precedente.



Il **20%** delle
persone, che
hanno acquistato
online a Marzo
2020, **non lo
aveva mai fatto
prima.**



Il **75%** delle
persone, che
hanno acquistato
online a Marzo
2020, **non lo
aveva mai fatto
prima.**

Evoluzione dei comportamenti dell'utente



Google non è più un **motore di ricerca** ma un **motore di risposta** Questo significa che privilegia l'immediatezza della risposta, mettendo al centro l'utente che fa la domanda
i risultati in SERP sempre più spesso appaiono come:
caroselli, immagini in evidenza knowledge-graph o come risultato zero attraverso i featured snippet.

Chi sono i nostri utenti?

Gli utenti sono bombardati da continui messaggi pubblicitari, riuscire ad attirare la loro attenzione e mantenerla focalizzata sui nostri messaggi aziendali è importantissimo

Comprendere ogni piccola variazione del mercato ci permette di essere leader



passa **3h e 20 online**
(60% su Mobile)



possiede **4.1 dispositivi**



visualizza fra **4k e 10k annunci** ogni giorno

Nel 2020

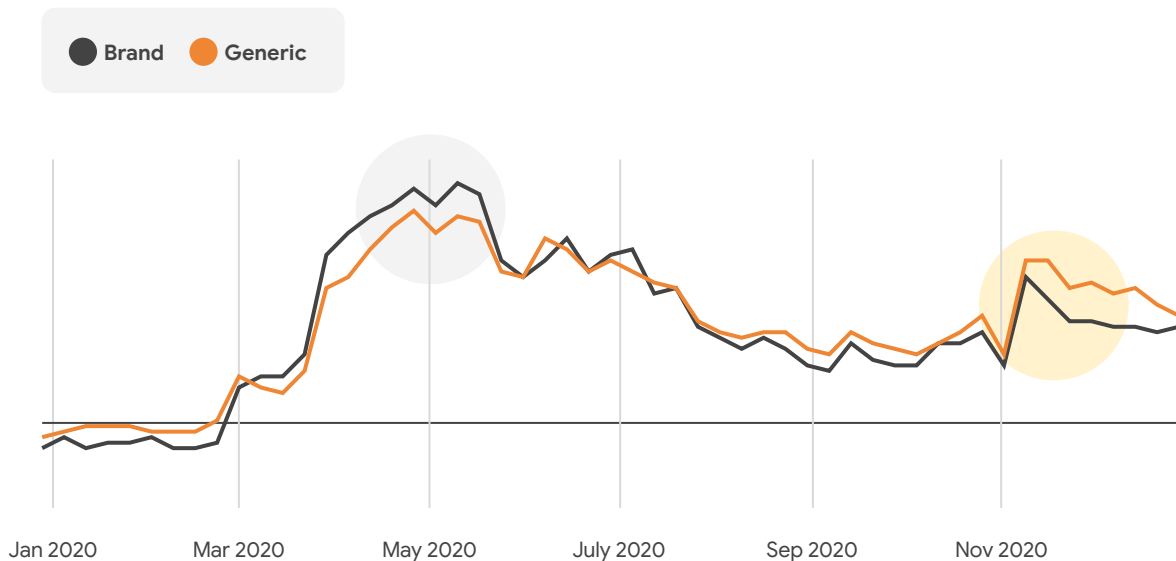
1/4

degli **utenti** che hanno **acquistato vestiti** si sono rivolti ad un **nuovo brand**.

Nel settore dei beni di largo consumo le ricerche all'interno delle categorie di acquisto che utilizzano **termini generici** hanno superato le **ricerche di marca**, suggerendo una minore fedeltà e apertura alle novità, sfruttare i **trend di ricerca** diventa un'**attività strategica** imprescindibile.

Gli acquirenti storicamente cercavano marchi specifici di cui si fidavano e ora **cercano sempre di più ispirazione ed entusiasmo**.

Monthly growth % in generic vs brand searches (only shopping categories)

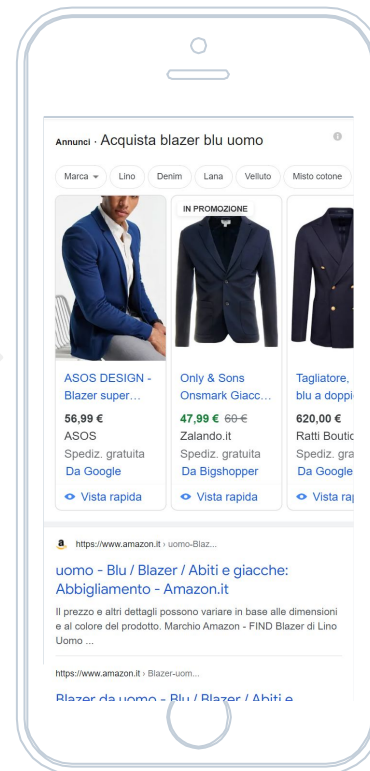
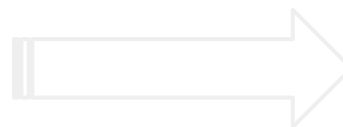
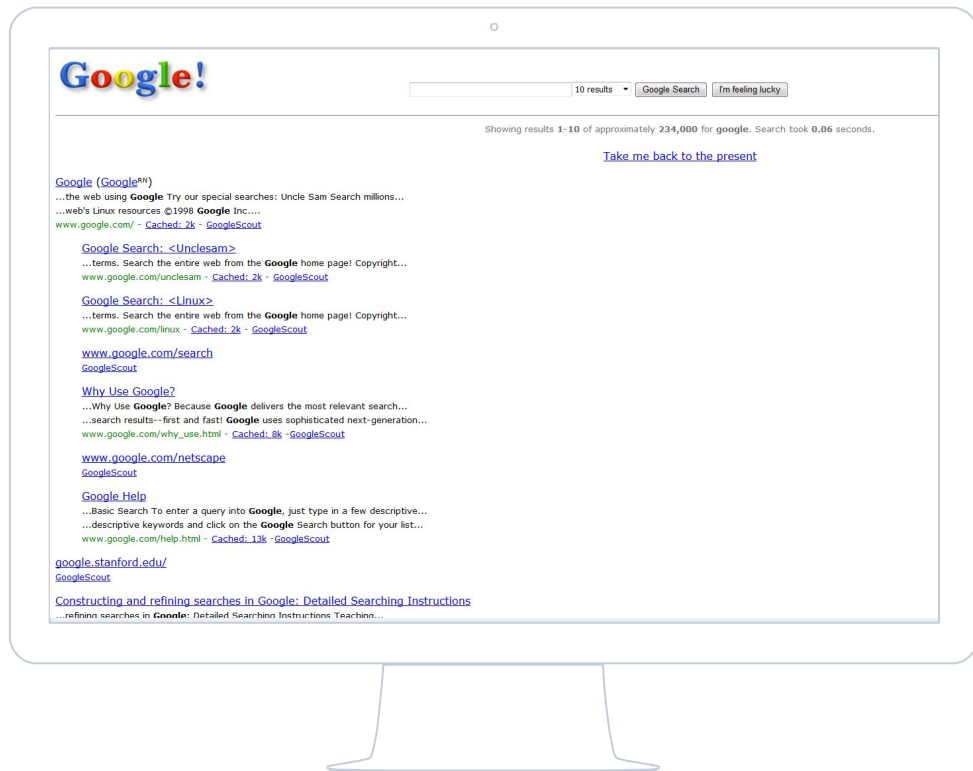


Source: Google Search data, 2020 vs. 2019. UK, US & BR

SOURCE : [Human Truths - One Stop Shop CPD Edition](#)



Dove prendiamo i dati

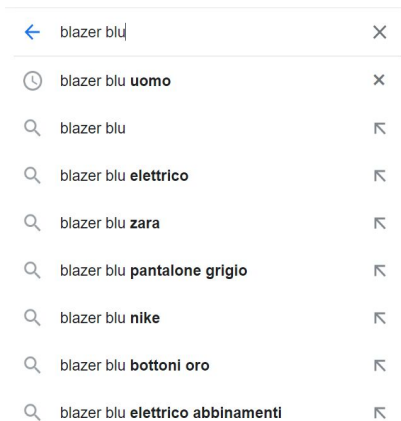


Cos'è la SERP di Google?

Dall'inglese *Search Engine Results Pages* (ovvero pagine dei risultati del motore di ricerca) sono in pratica pagine alle quali si accede su un motore di ricerca, dopo avere effettuato una ricerca.

Le SERP sono quindi **pagine di risultati mostrati dai motori di ricerca** all'utente in seguito ad una query (o keyword, parola chiave) effettuata dall'utente stesso.

Di solito ogni ricerca su Google fornisce più o meno 10 pagine di risultati, ognuna di esse contenente 10 URL relativi ai diversi risultati trovati.



- ← blazer blu
- 🕒 blazer blu uomo
- 🔍 blazer blu
- 🔍 blazer blu elettrico
- 🔍 blazer blu zara
- 🔍 blazer blu pantalone grigio
- 🔍 blazer blu nike
- 🔍 blazer blu bottoni oro
- 🔍 blazer blu elettrico abbinamenti

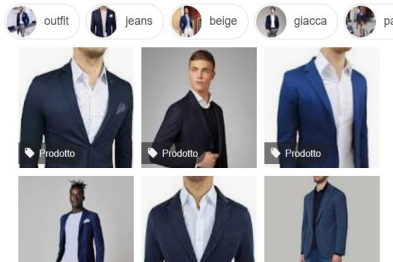
Giacche e blazer da uomo blu | Disponibili su Zalando

Rimborso veloce | Scopri la collezione di giacche da uomo blu | Dai modelli estivi ai giubbotti invernali per proteggersi con stile!

Ricerche correlate

- 🔍 Blazer blu uomo abbinamenti
- 🔍 Giacche blu uomo
- 🔍 Blazer uomo
- 🔍 Blazer blu Navy uomo
- 🔍 Blazer Blu doppiopetto uomo
- 🔍 Giacca uomo Blu Estiva

Immagini




<https://lookastic.it> › ... › Pantaloni

Come indossare e abbinare un blazer blu con pantaloni grigi (797+ outfit) | Lookastic

Combina un blazer blu con pantaloni grigi per una silhouette classica e raffinata Calza un paio di mocassini con nappine in pelle melanzana scuro per mettere in ...

Materiali:Blazer blu · Pantaloni grigi



1. Blazer blu, Camicia elegant...
2. Blazer blu, Camicia elegant...
3. Blazer blu, Camicia elegant...

Le persone hanno chiesto anche

- Come abbinare un blazer blu? ▾
- Quando si indossa il blazer? ▾
- Che pantaloni abbinare ad una giacca blu? ▾
- Come abbinare giacca gessata? ▾

Feedback



<https://www.lanieri.com> › ... › GUIDE

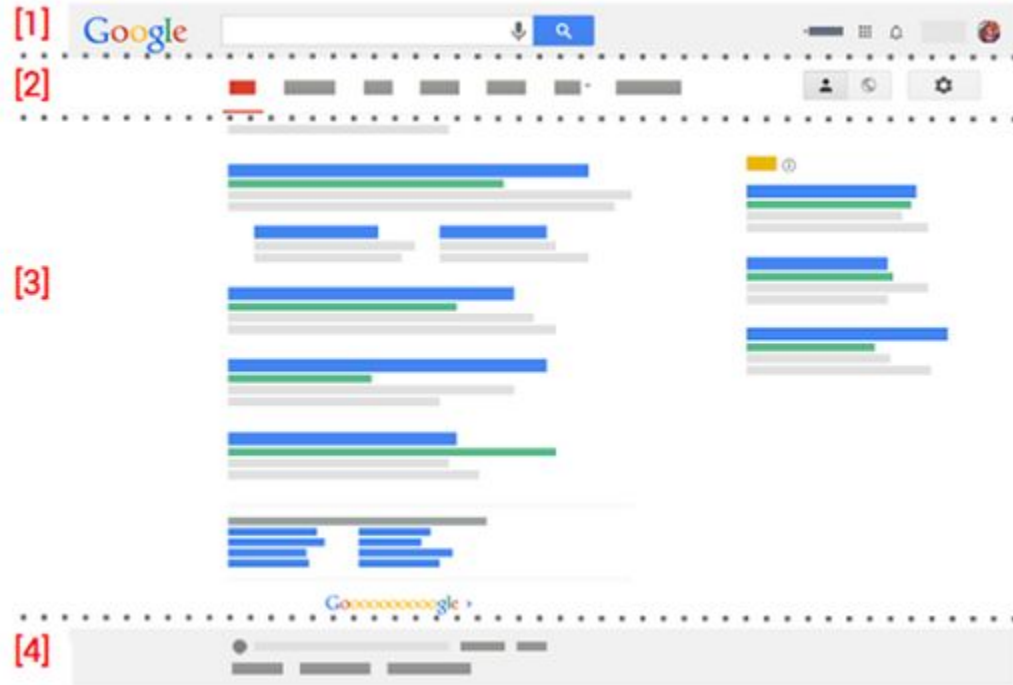
Abito spezzato: la regola per abbinare fra

Come è Strutturata la SERP?

Gli elementi che la compongono sono:

1. **ricerca e account utente**, anche con possibilità di ricerca vocale.
2. **Filtri e strumenti di ricerca**, con accesso a motori verticali.
3. **Risultati e annunci**, il cuore della SERP
4. **Location e feedback**, qualcuno lo aveva mai notato?

>> Le SERP possono essere diverse da utente a utente.





Dati dalle SERP di Google

Da Google possiamo ricavare molti dati, utili a prendere decisioni per il nostro business online.

Cosa cercano gli utenti

Quanto una query viene cercata

Quali sono le domande associate a specifici argomenti

Dati preziosi delle ricerche degli Utenti, dei loro interessi, dei trend di mercato



Che possono essere sfruttati per progettare strategie di visibilità online

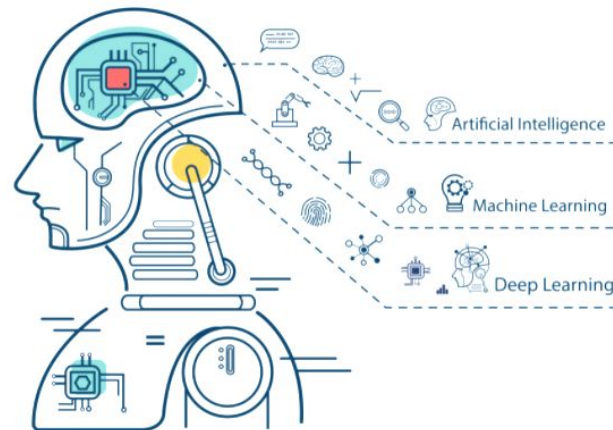
L'intelligenza artificiale può ottimizzare l'intero customer journey partendo dalla ricerca.

personalizzazione dell'esperienza

I siti di moda combinano Intelligenza Artificiale ed esperienza umana per creare un risultato ottimale e che trasmetta il giusto messaggio all'utente finale.

Alla base ovviamente ci sono sempre i dati. Possiamo usare i dati dei vostri clienti, quelli ricavati dalla fruizione dei contenuti sui canali online, così da creare risultati sempre più accurati per i consumatori.

L'utilizzo degli algoritmi per la previsione delle tendenze permette la modellazione dell'offerta in base alle ricerche degli utenti.

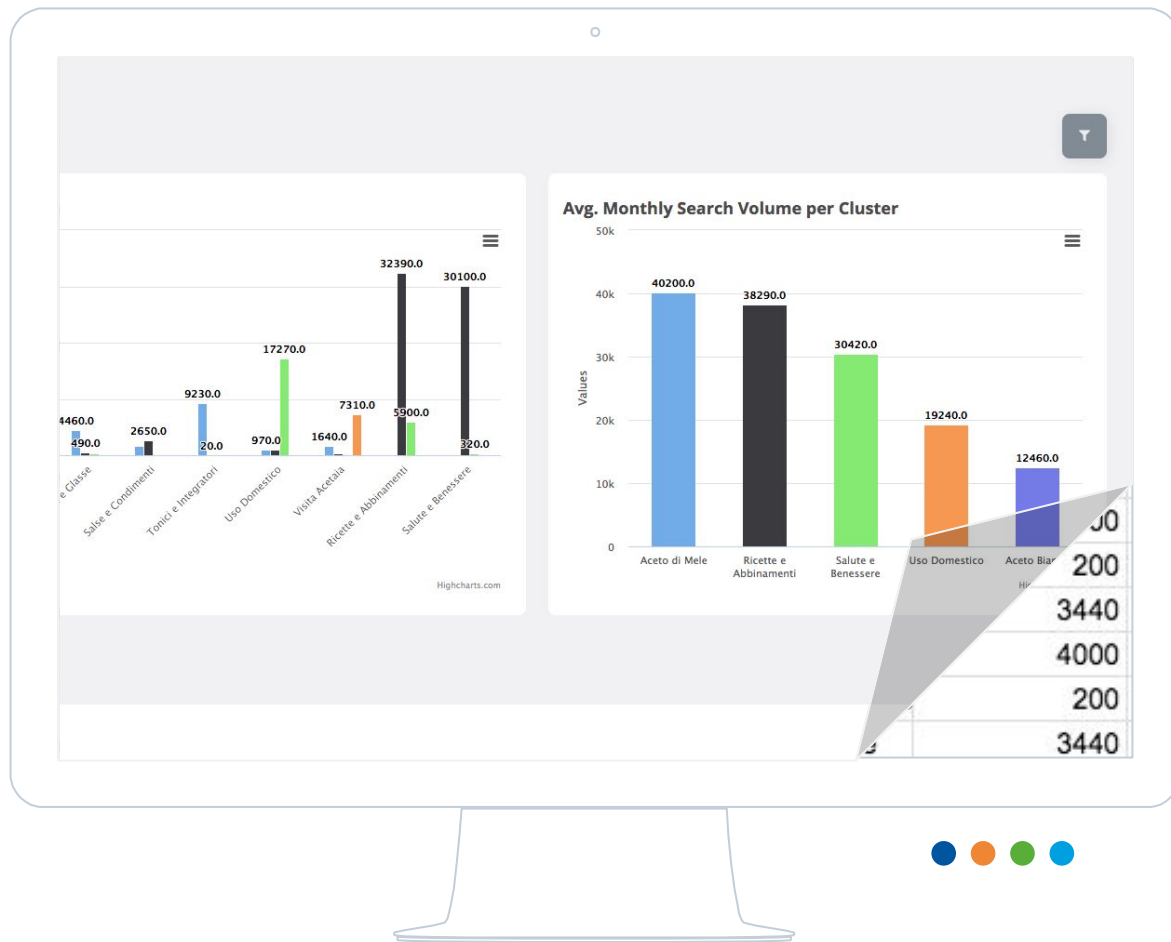


L'AI permette di collegare strategy ed execution

L'AI abilita l'analisi aggregata di grandi quantità di dati e permette di passare dal generale al particolare, collegando la visione d'insieme alla visione di dettaglio e permettendo di passare velocemente dalla strategia all'esecuzione.

Questo ci permette di restare focalizzati sull'unico soggetto importante **l'utente finale**.

capire i suoi interessi, anche quelli che stanno per diventare moda





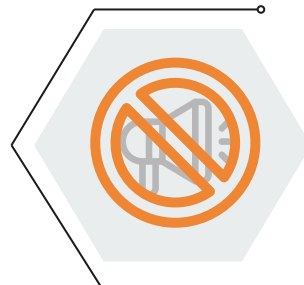
Azioniamo il dato

LA RACCOLTA DEL CONSENSO

Raccogli il consenso rispettando le scelte dell'utente

La libertà di scelta da parte dell'utente non è più un'opzione per questo **ogni proprietà online deve essere in grado di garantire un corretto tracciamento, informato e liberamente accettato.**

POSSIBILI RISCHI?



BLOCCO ACCOUNT

Facebook e Google hanno preso a cuore il tema minacciando il blocco di account pubblicitari.



GDPR COMPLIANT

Rischio di Sanzioni Amministrative e Penali



FIDUCIA DEGLI UTENTI

Le persone hanno preso sempre più consapevolezza sul tema



CONSENT MANAGEMENT PLATFORM - CMP

Il modo più semplice per ottenere un consenso granulare come previsto dal GDPR per l'uso di cookie o altre tecnologie di tracciamento è tramite le **Consent Management Platform - CMP**. Tramite queste soluzioni, **gli utenti possono selezionare nel dettaglio le loro preferenze su specifici banner generati automaticamente** e che permettono di selezionare: provider, scopo, durata ecc...

Grazie alla CMP l'utente può dare il consenso tramite un sistema ad opt-in che diventa un **nuovo KPI** da tenere in mente per le aziende che così possono **mostrare ai propri utenti una gestione del dato solida e trasparente**. Inoltre una gestione di questo tipo garantisce al team marketing di avere una maggior consapevolezza sui dati raccolti massimizzando e ottimizzando o la resa delle proprie attività di advertising o le revenue per i publisher.

PERCHÉ USARE UNA CMP?

01 Tracciamento
Esplicito

03 Rinnovo del
Consenso

05 No ad accesso subordinato
a profilazione

02 Sistema
con Opt-in

04 Tracciamenti
divisi per finalità

06 Nessuna spunta
preselezionata

Come generare valore partendo dal dato

La raccolta e valorizzazione dei **dati interni ed esterni** ci permettono di targettizzare la **personas** di creare strategie mirate, di comprendere quali sono le aree di ottimizzazione del sito web, come aumentare il tasso di conversione e semplificare l'esperienza di chi lo utilizza.



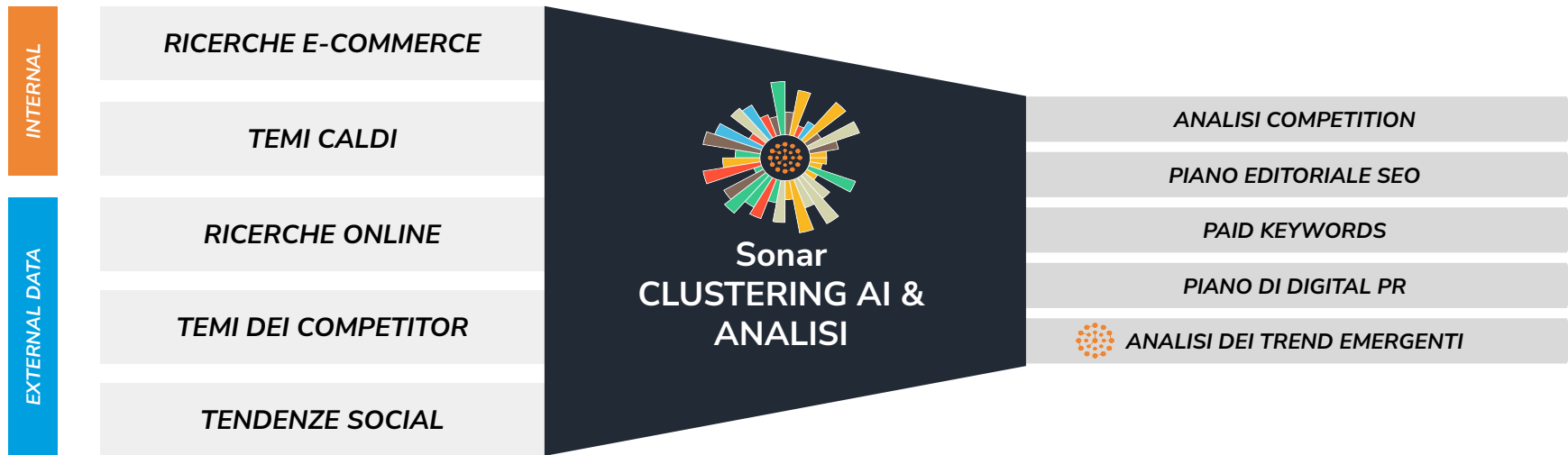
I dati che normalmente abbiamo a disposizione sono **quantitativi**, fondamentali per monitorare e verificare il traffico ma non sufficienti per una accurata comprensione del comportamento degli utenti



l'integrazione con i dati **qualitativi** o comportamentali ci permetterà di comprendere come gli utenti si muovono sul sito e quali sono le aree di maggiore interesse



Analizzo il mercato tramite il Keyword Mapping



Questo ci permette di avere una visione completa del mercato, di razionalizzare i dati ottenuti e trarre le conclusioni utili alla pianificazione di un piano d'azione in ambito content, digital marketing e off line .

AZIONI GRAZIE ALLA KEYWORD RESEARCH

L'analisi delle ricerche ha l'obiettivo di analizzare i principali cluster di ricerca andando a classificare le ricerche per:

- User Intent
- MicroMoments
- Search Personas

Questa profondità di analisi ottenuta grazie all'uso delle soluzioni basate su **NPL** e **Machine Learning** ci permette di entrare nel **cuore delle ricerche degli utenti** aiutando così mondo della moda a creare una proposta di contenuti in linea con le richieste di ogni mercato in cui operano determinando così **tone of voice** e intento per gli **articoli del PED**, features per le **schede prodotto** oppure ottimizzazione dell'**architettura informativa** del sito.



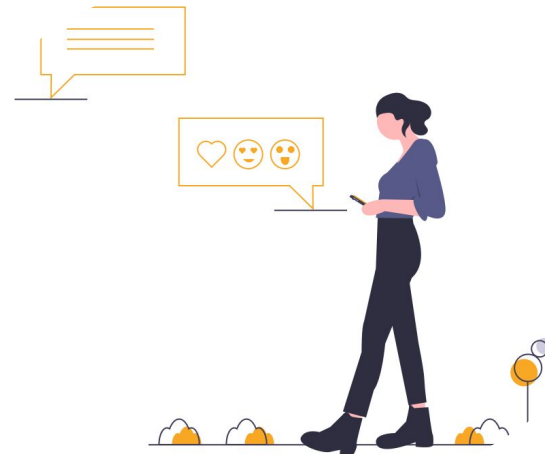
GLI ALGORITMI RIMODELLANO LA SHOPPING EXPERIENCE E INTERCETTANO LA TENDENZE MENO PREVEDIBILI

Data insight, acceleratore dei processi aziendali

L'uso dell'AI porta alla capacità di data processing – tramite gli algoritmi di apprendimento (machine e deep learning) possiamo arrivare alla definizione strategica e alle previsioni delle vendite,

Grazie alle tecniche di machine learning, le aziende che operano nel settore della moda possono:

- individuare i pattern nei dati e costruire modelli in grado di prevedere risultati futuri.
- Impiego di tecnologie di machine learning per personalizzare l'offerta in relazione all'area geografica in cui investire così da comprendere meglio le tendenze locali e la richiesta del singolo mercato, e quindi rispondere in modo più pertinente.



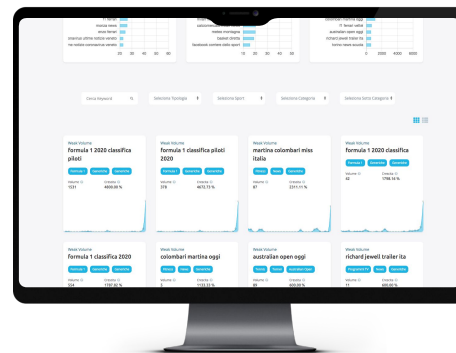
Come generare valore in ogni fase del ciclo di vita dell'utente con i dati interni e i dati esterni.

Dati interni Analisi traffico sul sito



Visualizzazione delle **conversioni** e delle **performance** delle specifiche aree del sito così da identificare velocemente le **sezioni più redditizie** e quelle su cui è necessario rivedere la strategia.

Dati esterni Arricchimento dei contenuti



Analizzando il comportamento sul sito ed i trend generali di ricerca provenienti dal web, possiamo capire i **temi su cui siamo presenti** e di conseguenza ottimizzare i contenuti sul sito e quali **non sono presidiati** così da impostare una strategia content o media



Utilizziamo i dati di ricerca per intercettare trend emergenti e interessi degli utenti

ANALISI PER CATEGORIA

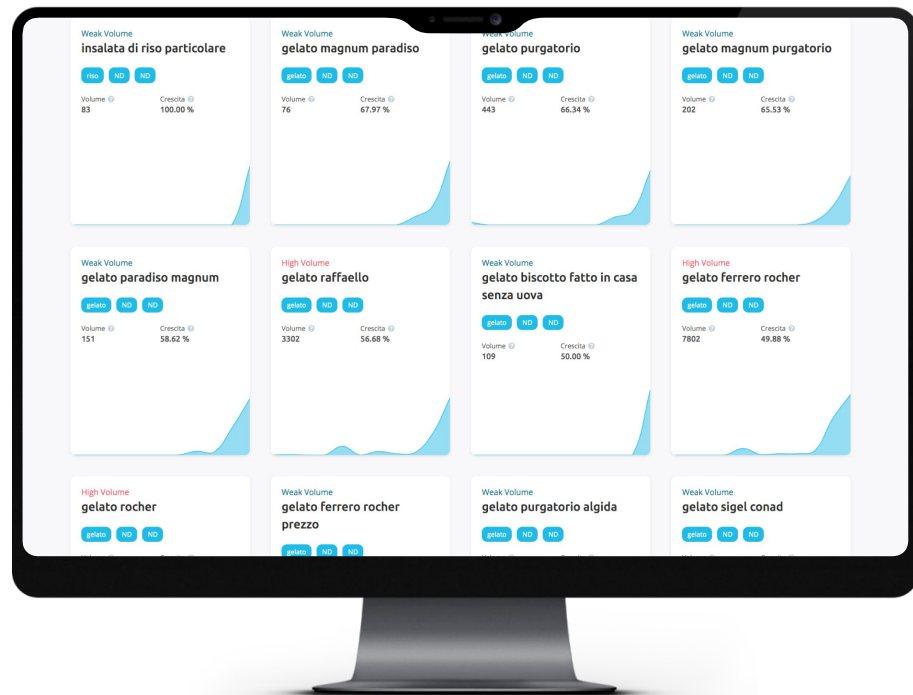
Le analisi possono essere condotte a livello di **intere categorie** per identificare tendenze di mercato

ANALISI DEI TREND

Analizzare specifici argomenti così da identificare **trend emergenti** o sotto argomenti emergenti.

ANALISI DEGLI INTERESSI

Analizzare gli **interessi degli utenti** rispetto a temi o sotto-temi specifici



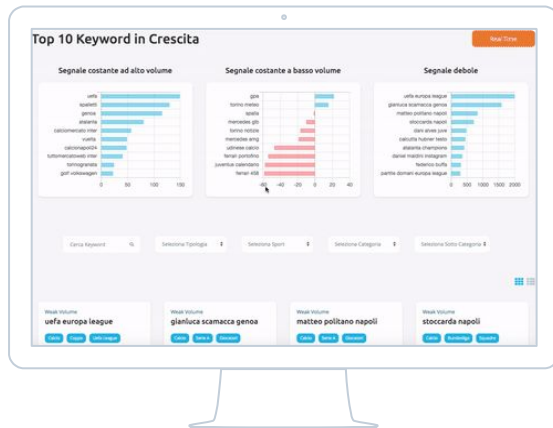
Utilizziamo i dati di ricerca per definire una content strategy



Definiamo l'intento di ricerca dell'utente

DEFINIZIONE DEI CLUSTER

IntentSonar



Definiamo i trend di ricerca



ANALISI DEI TREND EMERGENTI

TrendSonar

- CONTENUTI SEO SU TREND
- CAMPAGNE SEA SU TREND
- SPUNTI UX SUL PORTALE/APP

Azioniamo il dato

ATTIVITA' SUI TREND

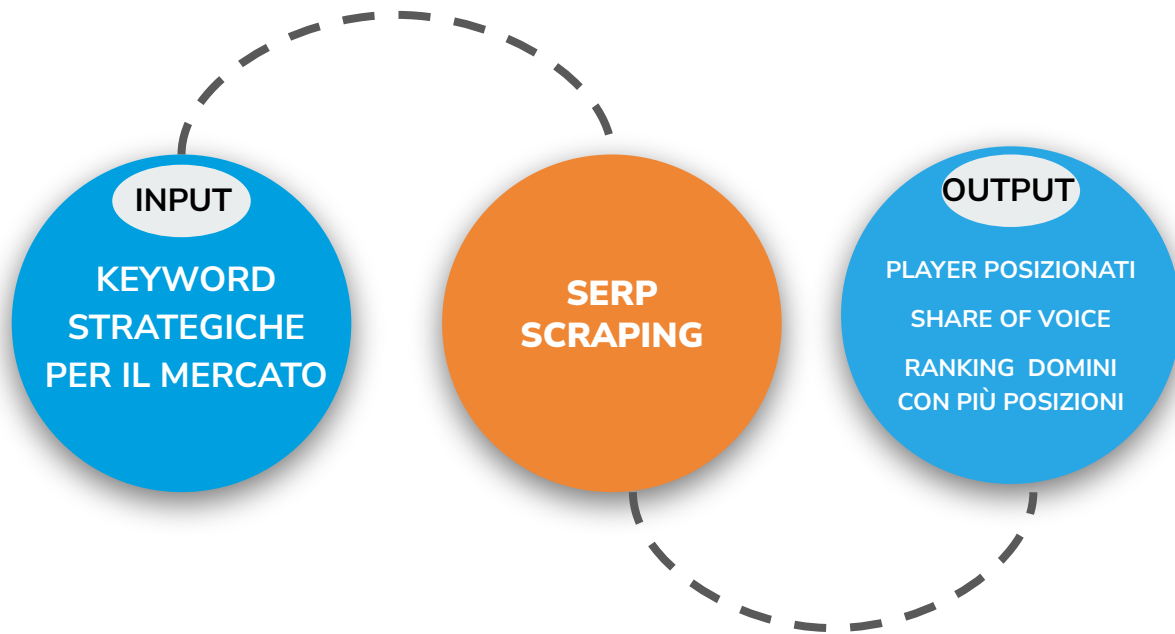
Attività Human

SERP e GAP ANALISI

Attraverso l' AI possiamo **analizzare le SERP** anche di singole country, ed evidenziare le keyword più rilevanti dal punto di vista strategico.

Funzionamento - Dato un set di keyword in input lo script scarica i posizionamenti organici della prima pagina di Google (per lingua e località) e attraverso una distribuzione di frequenza indica i player più presenti, così da monitorare costantemente voi e i vostri competitor

Questo vi permette di avere un focus costante sul mercato



Tecnologie Utilizzate -



A-SERP E GAP ANALISI

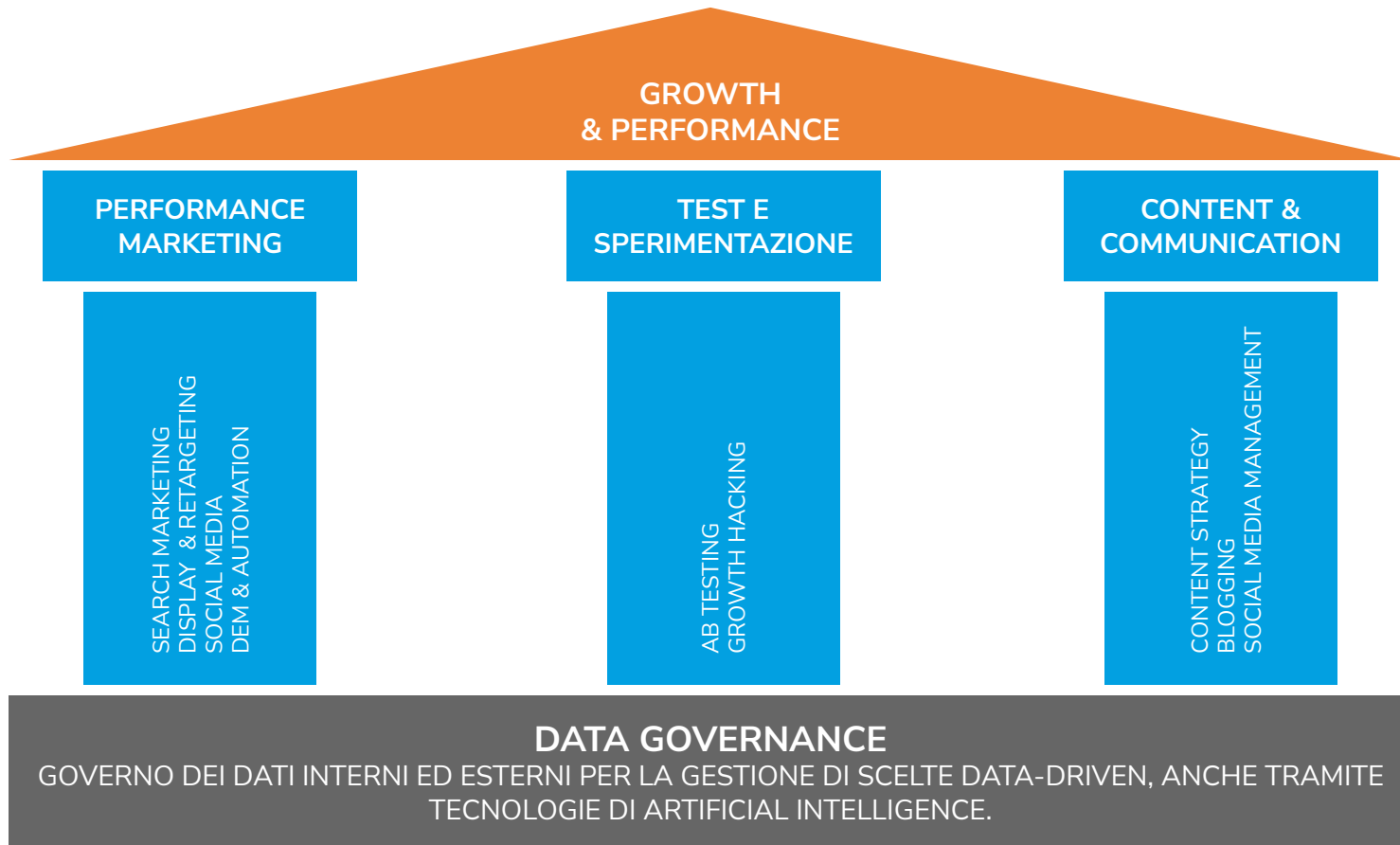


Sito / Brand	N. di Posizioni (1° pagina)
https://www.farfetch.com/	168
https://www.amazon.it/	152
https://www.stylight.it/	100
https://www.zalando.it/	84
https://www.luisaviaroma.com/	82

Keyword	Brand	Search Volume	Rank	Link	URL	Title
gucci	gucci	450000	1	https://www.gucci.com/it/	https://www.gucci.com/	Sito ufficiale GUCCI® IT Una nuova definizione di lusso.
gucci	gucci	450000	2	https://www.gucci.com/it/	https://www.gucci.com/	Sito ufficiale GUCCI® IT Una nuova definizione di lusso.
gucci	gucci	450000	3	https://it.wikipedia.org/wiki/Gucci	https://it.wikipedia.org/	Gucci - Wikipedia
gucci	gucci	450000	4	https://www.farfetch.com/it/shopping/women/gucci/items.aspx	https://www.farfetch.com/	Nuova collezione da donna di Gucci su FARFETCH
gucci	gucci	450000	5	https://mobile.yoox.com/it/donna/shoponline/gucci_d	https://mobile.yoox.com/	Gucci Donna - borse e scarpe online su YOOX
gucci	gucci	450000	6	https://www.facebook.com/GUCCI/	https://www.facebook.com/	Gucci - Home Facebook
borsa gucci	gucci	110000	1	https://www.gucci.com/it/ca/women/handbags-c-women-handbags	https://www.gucci.com/	Borse da Donna Pelle GUCCI® IT
borsa gucci	gucci	110000	2	https://www.gucci.com/it/ca/women/handbags-c-women-handbags	https://www.gucci.com/	Borse da Donna Pelle GUCCI® IT



Casi d'uso





Identificare i Trend di Settore





Pianificare una Content Strategy Data-Driven

DATI

AI

cosa cercano gli utenti sui Motori di ricerca?

quali sono le domande più frequenti del settore?

esiste già un contenuto posizionabile o bisogna crearne uno nuovo?

come stanno performando i contenuti sui quali siamo intervenuti?

jeans a zampa (n. kw: +400 - search volume: 65.000)

chi può indossare i pantaloni a zampa?

che scarpe indossare con i jeans a zampa?

come si chiamano i jeans a zampa di elefante?

blazer uomo (n. kw: +130 - search volume: 14.000)

cosa indossare sopra un blazer uomo?

come portare il blazer blu?

che differenza c'è tra giacca e blazer?

scarpe di pelle (n. kw: 360 - search volume: +32.000)

come pulire le scarpe di pelle in modo naturale?

come pulire le scarpe di pelle nera?

come si puliscono le scarpe di pelle?

Analisi di Mercato (+10k keyword analizzate)



pianificazione strategica dei contenuti da scrivere sul sito o da pubblicare su player esterni

monitoraggio e azioni di ottimizzazione continua per incrementare le visite da utenti in target

Soluzione

IntentSonar



Arricchire i Dati per aumentare la LTV



UNIONE E INTEGRAZIONE DEI DATI

Azioni push specifiche e omnicanale per tipologia di utente



Grazie!



datrix

AI solutions

datrix.it



FinScience

investment AI

finscience.com

Milano

Foro Buonaparte 71
20121 Milano [\[mappa\]](#)
Tel +39 02 76281064



PaperLit

distribution & monetization AI

paperlit.com

Viterbo

Via dell'Agricoltura 8
00110 Viterbo [\[mappa\]](#)
Tel +39 02 76281064



3rdPlace

user & customer AI

3rdplace.com

Roma

Viale Luca Gaurico 91/93,
00143 Roma [\[mappa\]](#)
Tel +39 02 76281064



ByTek

performance marketing AI

bytekmarketing.it

Cagliari

Largo Carlo Felice 18
09124 Cagliari [\[mappa\]](#)
Tel +39 02 76281064



adapex.io

New York

27 East 28th Street
New York, NY 10016
Tel +1.718.618.9982