

PUBBLICOM NOW

Data: 08.03.2022 Pag.: 8
Size: 131 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



BUDGET IN MOVIMENTO

Il Gruppo Nestlé conferma Datrix per la Digital Intelligence sull'Italia e aggiunge Malta

Anche per il 2022 Datrix, Friskies, Gourmet Gatto, attivo nelle soluzioni di Proplan, Purina One, Pu-Augmented Analytics e rina Shop. In aggiunta con modelli di Machine Learning per la crescita data-driven delle aziende, gestirà i progetti martech e di data analysis per l'ottimizzazione digitale delle marche e dei siti web Nescafé Dolce Gusto, Nestlé Buona la vita, Garden Gourmet, Nescafé,

la presenza sul web e nei motori di ricerca e

massimizzando i risultati di traffico provenienti dal canale organico digitale. Per la crescita delle performance è stata definita e concordata una strategia organica, è stata confermata la metodologia di lavoro affinata con successo dal 2013 e verranno messi in atto anche una serie di correttivi tecnici integrati nei diversi canali e nelle diverse fasi del funnel marketing, dall'awareness alla

customer experience e alle revenue. In questo modo sarà possibile ricavare un reale valore di business per l'attività di analisi dati, poiché gli investimenti saranno distribuiti solo sulle marche che lo richiederanno sulla base delle analisi organiche. Viceversa, saranno razionalizzati gli investimenti sulle linee di prodotto che dimostrano una forte awareness.