

## BYTEK LANCIA RETENTION AI SULLA PIATTAFORMA PRODUCT HUNT

ByTek, martech company del gruppo **Datrix**, ha lanciato ufficialmente il prodotto **Retention AI** su **Product Hunt**, la piattaforma americana per condividere e scoprire nuovi prodotti nel mondo tech. Product Hunt illustra nuovi prodotti tecnologici con un sistema di commenti e di voto da parte degli utenti. In poche ore la soluzione data-driven di fidelizzazione clienti basata su Intelligenza Artificiale ha ottenuto oltre 200 upvotes, cioè feedback positivi da parte di una platea internazionale di marketer e appassionati di tecnologia, posizionandosi in Top10 tra i prodotti in evidenza della giornata. Entrato a far parte della **Bytek AI Suite** da giugno, Retention AI nasce dall'acquisizione del software Adority e rappresenta un esempio concreto della capacità di integrazione tech e internazionalizzazione della società, in una logica di forte scalabilità dei nuovi prodotti. Il prodotto è un modulo specifico per customer segmentation & analysis basato sul modello di fidelizzazione RFM (Recency-Frequency-Monetary). La forza

del prodotto è il fatto di focalizzarsi sui dati di prima parte dei clienti, in un momento storico in cui il web diventa sempre più cookieless e le normative sulla privacy degli utenti più stringenti.

### COME FUNZIONA RETENTION AI

- Tramite semplici connettori no-code, è possibile collegare i propri dati interni allo strumento, ad esempio importandoli semplicemente dalla piattaforma e-commerce utilizzata.
- Attraverso l'RFM modeling si ottengono dei segmenti, ossia la customer base viene suddivisa in audience specifiche per comportamenti d'acquisto.
- A questo punto, le audience ottenute possono essere facilmente re-importate dentro i sistemi dell'azienda, in particolare dentro le piattaforme di online advertising ed e-mail marketing, per attivare campagne altamente personalizzate.

«Siamo orgogliosi di questi risultati al lancio ufficiale di Retention AI in una community specializzata e attenta come quella di Product Hunt: questo ci lascia pensare di essere sulla strada giusta e che puntare sulla retention e sui first-party data, anziché sull'acquisizione pura e sui dati esterni, sia oggi più che mai una necessità per i Brand, in particolare per gli e-commerce. Tanto più in un momento storico di incertezza nel mondo del tracciamento e di incremento generale del costo di advertising» commenta **Alvise Corba**, Product Manager di ByTek su Retention AI.

