



Home / ADVexpress / News / Industry / Digital / FattoreMamma-Media sceglie DataLit.AI per...

12/01/2021 15:25



NOI COSA FACCIAMO EVENTI BLOGGER CASE HISTORY FM-MEDIA Q



Digital

FattoreMamma-Media sceglie DataLit.AI per customer intelligence e monetizzazione

La collaborazione riguarda i first party data, l'integrazione con il CRM e il miglioramento della monetizzazione sul programmatic advertising.

Il network di siti e app **FattoreMamma-Media**, che aggrega e sviluppa canali innovativi di relazione con le mamme, con un particolare focus sulla gravidanza e la prima infanzia, ha scelto **DataLit.AI**, il framework tecnologico basato su Intelligenza Artificiale del gruppo Datrix, specializzato in Augmented Analytics. L'obiettivo è:

- incrementare e ottimizzare la raccolta e l'analisi dei dati di prima parte relativi agli utenti registrati sulle proprietà digitali del network (data governance),
- integrare i first-party data digitali con il CRM in un data lake appositamente sviluppato (data integration),
- applicare modelli di machine learning di profilazione predittiva agli utenti non registrati per trasformarli, al pari degli utenti registrati, in audience pubblicitarie (data modeling),
- massimizzare i ricavi da programmatic advertising (data activation & monetization).

Le attività sono una chiara dimostrazione dell'innovazione e della lungimiranza di FattoreMamma-Media, a partire dai first-party data, la cui raccolta sta assumendo

un'importanza strategica alla luce delle recenti iniziative cookie-less. I first party data sono i dati proprietari, raccolti ed estraibili cioè dall'azienda attraverso i canali di sua proprietà, digitali e non. Sono molto più rispettosi della privacy del cliente, perché basati su un rapporto di fiducia reciproca, e non contrastano affatto, anzi, con le possibilità di personalizzazione del marketing che si possono attivare. Dati però che possono esprimere il massimo della loro potenzialità solo se correttamente analizzati e integrati.

I clienti percorrono infatti strade diverse online e offline: cercano informazioni e prodotti attraverso il computer di casa o di ufficio, con il cellulare o parlando con gli smart speaker o chiamando i servizi clienti o recandosi nei punti vendita o interagendo con un chatbot, e così via. Occorre raccogliere minuziosamente tutte le tracce e interazioni, rispettando sempre la privacy. Solo così si potrà avere una visione unificata del consumatore, del suo customer journey e della sua esperienza. Per estrarre valore dai dati e trasformarli in insight e azioni l'intelligenza umana deve necessariamente essere supportata da tecnologie di intelligenza artificiale capaci di verificare una simile mole di dati e tutte le variabili di correlazione fra di essi.

La soluzione DataLit.AI raccoglie e analizza minuziosamente i dati di prima parte socio-demografici (molto analiticamente, ad esempio fino al CAP) e relativi ai comportamenti e agli interessi dei lettori, può arrivare a predire la loro propensione all'acquisto e conseguentemente profila granularmente l'inventario. E' facile comprendere come tale attività venga svolta nell'interesse degli inserzionisti interessati a raggiungere audience non convenzionali per ottenere migliori tassi di conversione e quindi migliori ritorni sui loro investimenti pubblicitari.

Chi è FattoreMamma-Media

FattoreMamma-Media è una Media Company verticale sul mondo mamma-famiglia che dal 2016 affianca FattoreMamma completandone la proposta commerciale rivolta alle aziende che intendono attivare una relazione efficace con il target mamme/famiglia. Con MammacheClub ha creato una community di

mamme che annovera oltre 500 mila iscritte, con un incremento di circa 8.000 nuove mamme al mese che nel 2019 è stata affiancata da Mammachetest, servizio dedicato a test e recensioni di prodotto con oltre 180 mila recensioni raccolte nel primo anno e nel 2020 da Mammacheshop, ecommerce dedicato alle mamme.

Attraverso la partnership con realtà del segmento prima infanzia, FM-Media offre un sistema unico per la relazione con le neo-mamme e le neo-famiglie: OB Science (editore di iMamma e leader nelle mobile-app su gravidanza e primi mesi), DNA (editore di Coccolesonore, canale Youtube leader nei contenuti per la prima infanzia), Bambinopoli (dal 2001 attivo nel sampling dedicato al mondo mamma).