

■ AGENZIE

Agenzia Brand lancia una piattaforma per la gestione delle campagne digital delle reti vendita

Landing Pages Manager permette ai rivenditori di generare pagine di atterraggio "personalizzate" e di pianificare campagne di web marketing geolocalizzate. «Il prossimo passo – racconta Dario Preda, Amministratore Unico dell'agenzia – sarà quello di permettere ai clienti di realizzare in maniera automatizzata tutta una serie di funzioni»

di **Caterina Varpi** 10 ottobre 2016

Condividi questo articolo



Agenzia Brand, realtà attiva nel marketing e nella comunicazione, ha lanciato la nuova piattaforma [Landing Pages Manager](#). La nuova soluzione web-based rappresenta, per la sigla, il frutto di un'esperienza decennale nel web marketing e nella gestione di campagne per le reti vendita dei suoi clienti.

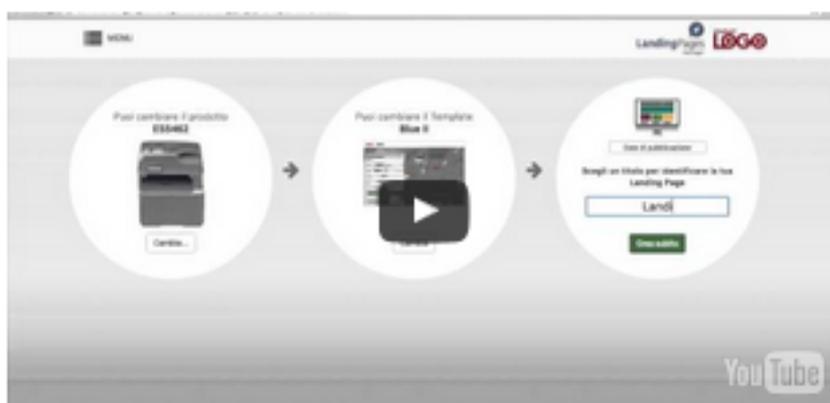
«Agenzia Brand è nata da oltre trenta anni e ha seguito il percorso tradizionale di un'agenzia di comunicazione – spiega a *Engage* Dario Preda, Amministratore Unico dell'agenzia. – Lavoriamo nel digital da dieci anni. La nostra prima esperienza è stata la creazione della community [Creathead](#), nata nel 2004, come Facebook, che unisce 60.000 creativi, agenzie e fotografi che realizzano attività di comunicazione per le aziende. Questa nostra esperienza è messa a disposizione dei nostri clienti».

Un background che ha permesso di mettere a punto anche questo nuovo servizio.

Il tool consente, infatti, alle aziende di gestire le campagne dei dealer o delle filiali sul territorio, permettendo una maggior autonomia locale, pur mantenendo un controllo centrale a 360 gradi sulle attività. Attraverso landing page preimpostate, che rispettano quindi le brand guideline dell'azienda, i rivenditori o le sedi locali possono generare pagine di atterraggio "personalizzate", adattando testi, immagini, promozioni e molto altro.

Inoltre, è possibile pianificare campagne di web marketing (SEM, ADS, DEM, SMS) geolocalizzate, allocando il budget sui diversi media o proponendo attività in co-marketing con l'head quarter. Il tutto sotto la supervisione del management dell'azienda, che approva, rifiuta e migliora le campagne.

Ecco il nuovo strumento spiegato in un video:



«La generazione di lead è un'esigenza sempre più attuale per le aziende, dove il marketing e la comunicazione stanno assumendo un'impronta sales-oriented - spiega Preda. - Il web è un media che, grazie alla sua misurabilità, offre la possibilità di ottimizzare day by day le campagne, con l'obiettivo primario di avere un ritorno sull'investimento in termini di opportunità di vendite per l'azienda. Nella mia esperienza ultra-trentennale, il web ha rappresentato una vera e propria svolta: i dati che possiamo vendere oggi ai nostri clienti, rappresentano un importante passo avanti nel rapporto di fiducia con il management delle aziende con le quali ogni giorno ci interfacciamo».

Preda racconta della realizzazione del nuovo servizio: «Landing Pages Manager nasce da un'attività che abbiamo svolto per un nostro cliente, un multinazionale attiva nel settore dell'office automation e printing e per cui abbiamo affrontato una serie di problematiche che con gli strumenti tradizionali non si potevano gestire in modo fluido. Abbiamo allora realizzato questo nuovo tool che abbiamo poi reso disponibile per vari ambiti. Landing Pages Manager si differenzia da altri strumenti presenti sul mercato in quanto questi sono semplici generatori di landing page. Agenzia Brand aggiunge a questo la possibilità di pianificare campagne per rivenditori che vogliono comunicare con le guideline aziendali. Per le aziende, si crea grazie all'analisi delle campagne, un patrimonio di dati che viene sfruttato per ottimizzare le campagne successive. Il nostro prossimo passo sarà quello di permettere ai clienti di realizzare in maniera automatizzata una serie di funzioni, come le Dem».

Landing Pages Manager è già disponibile sul mercato ed attivo in italiano e inglese.