

La comunicazione "accende" bisogni e richieste da parte del consumatore e Voice&Web offre velocemente le risposte: informazioni sul prodotto e sull'assistenza; indicazioni dei punti vendita e dei CAT; confronto e caratteristiche dei modelli; notizie su campagne promozionali. Le attività di pre-vendita consentono una profilazione del consumatore, mentre quelle di post-vendita rafforzano l'immagine del Barnd e della sua qualità

www.voiceandweb.com

La missione di MeTMi è sviluppare progetti e servizi innovativi, che diano impulso alle attività di marketing e di vendita nelle aziende. I nostri servizi prendono vita dalla passione per l'iniziativa e per il raggiungimento di obiettivi che condividiamo con i nostri Clienti. Continui investimenti nella ricerca di soluzioni tecnologiche di ultima generazione ci consentono di raggiungere quotidianamente questi traguardi.

www.metmi.it

Italia:

Strada della Moia, 1 20020 ARESE (Milano) Tel.+39 02 38073.1 Fax +39 02 38073.208 info@metmi.it - www.metmi.it



Spagna: Carrer Marqués de Sentmenat, 54 08029 Barcelona - España Tel.+34 934452.810 Fax +34 934452.817 info@metba.es - www.metba.es



Web Reputation

Partendo dalla costruzione di una mappa semantica del brand, dalla descrizione della sua identità, dal suo posizionamento di mercato e dalla definizione delle keyword appartenenti al suo profilo, questo servizio progetta e configura un modello di ricerca, analisi e monitoraggio dei contenuti e della reputazione online, attraverso l'impiego di algoritmi human search per la ricerca di tutte le informazioni, i post e i tweet pubblicati sul web e riferiti all'azienda.

Il servizio fornisce una dashboard attraverso la quale si ha un quadro completo della sua Web Brand Reputation e dell'impressione maturata dai clienti/consumatori leggendo le opinioni online.

La nostra piattaforma di Reputation Management mantiene il costante monitoraggio di diverse sorgenti come: blog, social network communities, forum tematici, informazione indipendente e giornali online, siti web privati e dei concorrenti, riviste scientifiche e specializzate, siti open publishing multimediale (es. YouTube, GoogleVideo, Flickr, Wikipedia).

Inbound Strategy

Siamo state una delle prime aziende in Italia a gestire servizi su numero verde per conto di importanti aziende multinazionali, servizio nato prima di tutto per comunicare con il target e dimostrare apertura e disponibilità ad interagire con i Clienti.

Oggi, per avere visibilità e allo stesso tempo una reputazione positiva, coerente e completa, è necessario definire una Inbound Strategy, che preveda di creare portali tematici, aprire account sui social network, accogliere, organizzare e gestire oltre ai contatti telefonici anche e-mail, facebook posts, tweet, e altro.

Crisis Recovery Plan

Bastano poche ore perché una notizia negativa, un video o un'immagine sconveniente si diffonda sul Web e rovini la reputazione dell'azienda. Per questo motivo è fondamentale fare un piano di gestione delle situazioni di crisi dell'immagine aziendale, per reagire prontamente e in modo adeguato a circostanze che possono creare danni irreparabili alla propria Brand Reputation, con conseguenze economiche anche importanti.

Il nostro Crisis Recovery Plan viene studiato con l'azienda e genera un modello digitale che è rappresentato attraverso la distribuzione di un'applicazione smartphone, chiave USB, file PDF. In questo modo può essere distribuito a tutto il personale dell'Azienda e consente a ciascuna persona l'adozione delle procedure corrette per gestire il momento di crisi.

Vengono quindi attivati dei processi di coordinamento in outsourcing presso il centro operativo Voice&Web, per facilitare l'identificazione dei messaggi dannosi più rilevanti, l'acquisizione degli elementi di riferimento e delle sorgenti, l'attivazione di risorse esterne per combattere pro-attivamente questi messaggi, creando una produzione di recensioni positive, attraverso interviste dirette con il coinvolgimento del maggior numero di clienti, venditori e dipendenti nel rilasciare e pubblicare testimonianze a favore dell'azienda.

Social CRM

Nei prossimi anni l'attività di Social CRM costituirà una parte essenziale del rapporto tra l'Azienda e il suo pubblico di consumatori, che è già da oggi possibile identificare attraverso l'analisi dell'interazione sulle pagine social (Facebook, Twitter, YouTube).

L'obiettivo è quello di creare un datawarehouse che contenga in modo strutturato le informazioni relative ai Clienti che interagiscono sulle sue pagine social per pianificare azioni di CRM (eventi, promozioni, loyalty programs, concorsi).

La Social Customer Analysis è il primo servizio che consenta di integrare nella gestione classica delle pagine web del proprio sito delle applicazioni che consentono di selezionare con precisione il target (personali).

Attraverso una piattaforma CRM si possono organizzare i contatti con i propri Clienti, tenere traccia storica delle loro occasioni di contatto con l'Azienda e dei loro feedback.

Attraverso la piattaforma di CRM è possibile svolgere delle attività di drilling o pianificare campagne di pre-emptive selling, ossia determinare il momento ideale in cui proporre l'offerta di un prodotto ad un cliente in funzione dell'analisi predittiva delle sue necessità.

