



Agile Marketing

Come divenire un «Marketing Hacker»



2021 Global Marketing Trends

1. Purpose.
2. **Agility.**
3. Human Experience.
4. Trust.
5. Participation.
6. Fusion
7. Talent

«The time is just right for marketers to design an organizational roadmap *to make agile marketing a reality.*»

Ciao!

Sono Stefano Lucantoni

Agile coach di inspearit.



stefano.lucantoni@inspearit.com



[linkedin.com/in/stefanolucantoni](https://www.linkedin.com/in/stefanolucantoni)





“

*The Hacker Way is an approach to building that involves **continuous improvement** and **iteration**. Hackers believe that something can always be better, and that nothing is ever complete.*

A decorative network diagram in the top-left corner, featuring a complex web of interconnected nodes and lines, with some nodes highlighted in grey and others in white.

1.

Perché?

Marketing e agilità.



LAST UPDATE
4 MIN. AGO

ANALYTICS DASHBOARD

EVOLUTION METRIC



Marketing nel mondo digitale

ONLINE DELIVERY

AVG. ORDER SIZE

NEW CUSTOMERS

MARKET SHARE

CUSTOMERS
SATISFACTIONS

PERFORMANCE TARGET ACTUAL TARGET

●	\$15.8M	98.0%
●	\$16.5M	100.0%
●	\$18.0M	95.1%
●	\$20.5M	98.8%
●	937000	99.0%
●	65.0%	94.0%
●	91.0%	99.0%



SALES per COUNTRIES



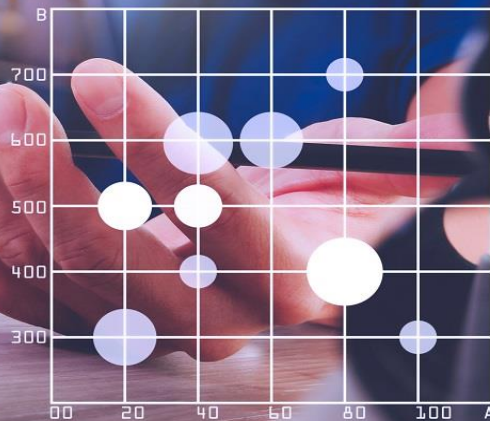
Data Availability

More info →



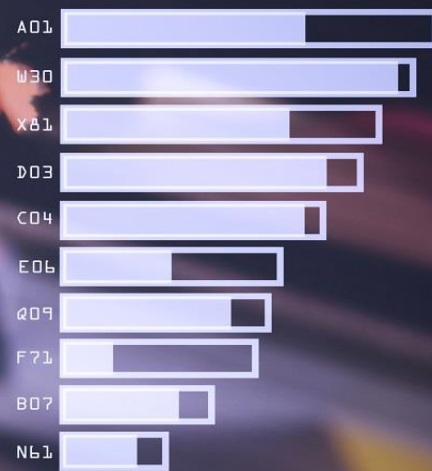
ACTUAL vs TARGET

More info →



PRODUCTS
POSITIONING

TOP 10 PRODUCTS



Le 5 dinamiche digitali



Velocità



Adattabilità



Adiacenza



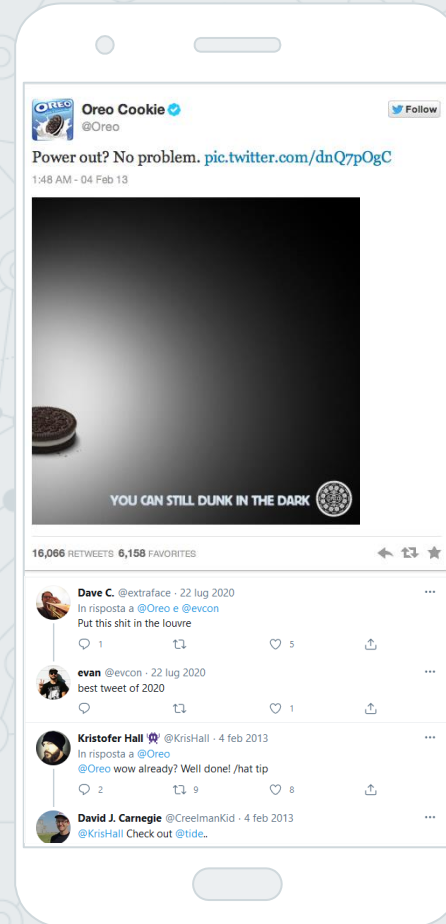
Scala

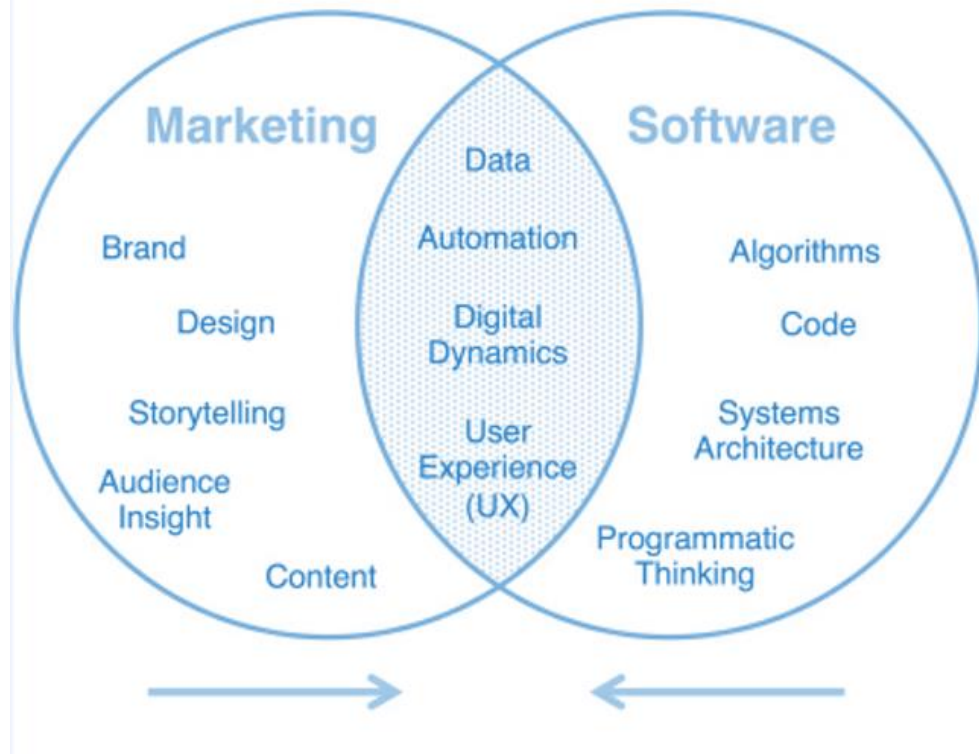


Precisione

Instant marketing

Lo sfruttamento delle dinamiche digitali permette di raggiungere un vantaggio competitivo senza precedenti.

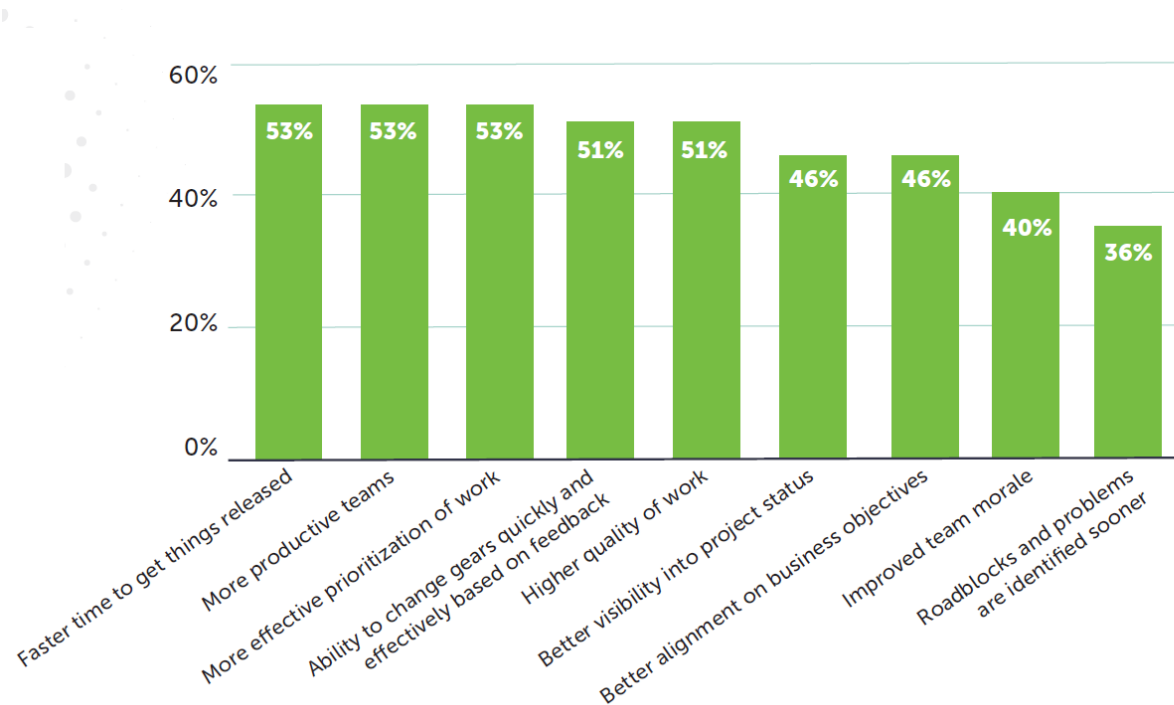




Marketing e Software in sovrapposizione

Il marketing, esattamente come il software,:

- ◎ ruotava intorno a lunghi cicli di **pianificazione**.
- ◎ ha accelerato drammaticamente il **ritmo**.
- ◎ è diventato ingestibile come sforzo monolitico.
- ◎ si è spostato molto più vicino ai **clienti reali**.
- ◎ la centralità del cliente si è combinata con l'adattabilità dell'ambito digitale che incoraggia una maggiore **sperimentazione**.



I principali benefici dell'adozione dell'agile nel marketing



“

*Hacking marketing is about bringing a little bit of that **inventive hacker spirit** to the management and practice of marketing.*

A decorative network diagram in the top-left corner, featuring a complex web of interconnected nodes and lines, with some nodes highlighted in blue.

2.

Come?

Il marketing cambia forma.

Alcuni esempi

Banca Santander

Rilascia **piccole campagne a basso rischio in iterazioni di due settimane.**

Conduce una gran quantità di esperimenti combinando dati del CRM e di Facebook.

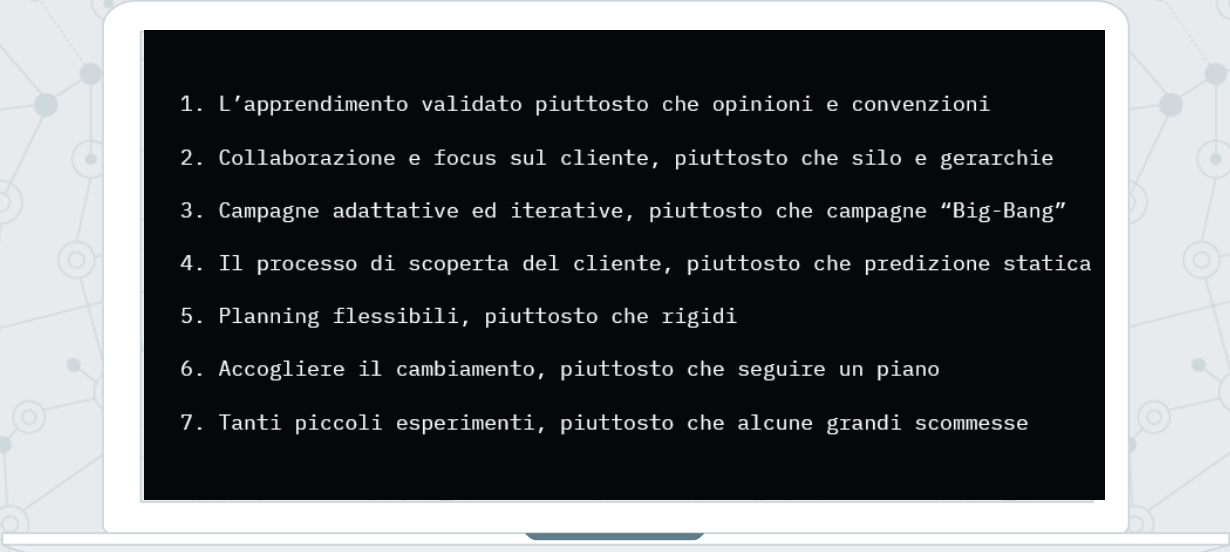
Mozilla

Il CMO scrisse che *“spendevano circa 12 mesi su due grandi scommesse. E i cicli erano estenuanti”*

Hanno creato **squadre stabili di 5-7 persone con il maggior numero possibile di generalisti.**

CA Technologies

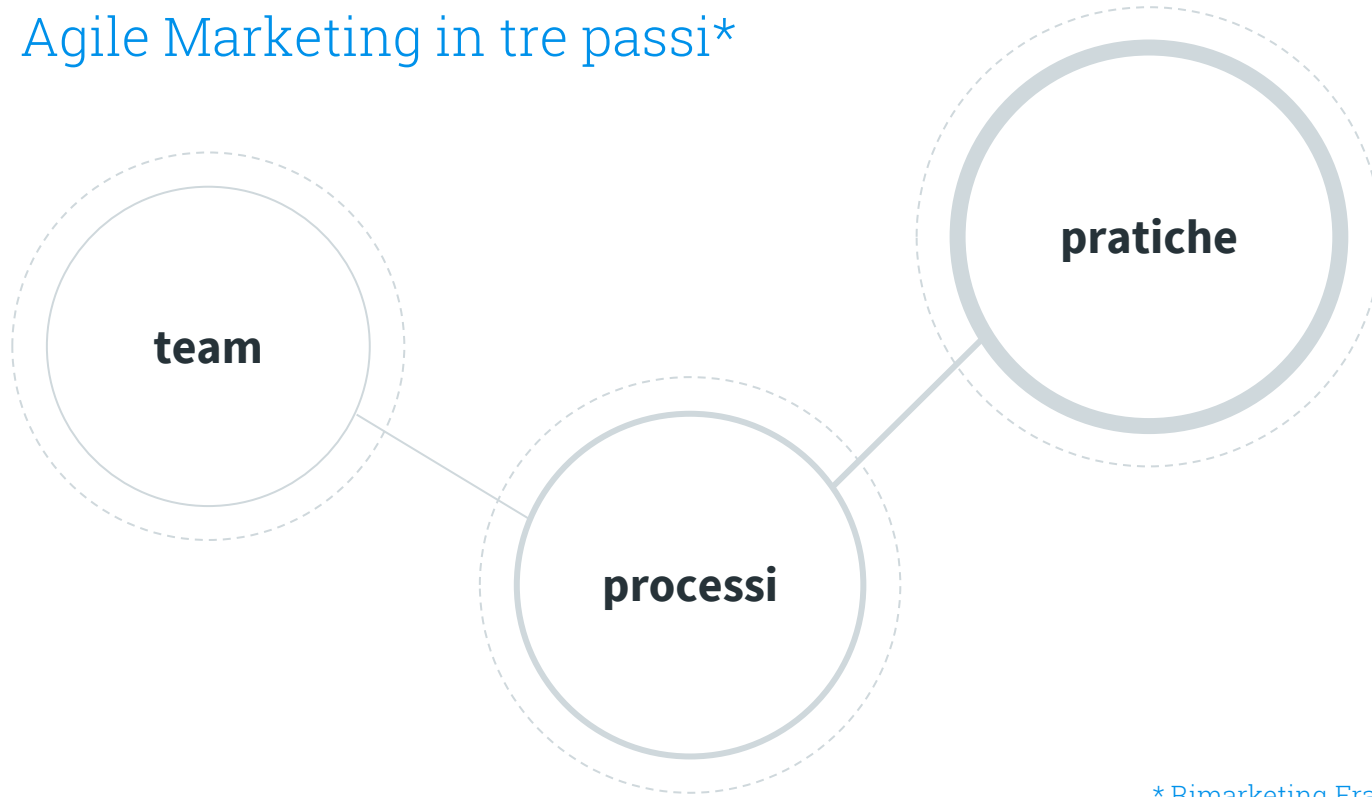
Agile marketing con oltre **100 persone** per la maggior parte **dedicate a tempo pieno al lavoro in agile team**, divisi in sei Delivery Group associati ad altrettante Business Unit.

- 
1. L'apprendimento validato piuttosto che opinioni e convenzioni
 2. Collaborazione e focus sul cliente, piuttosto che silo e gerarchie
 3. Campagne adattative ed iterative, piuttosto che campagne "Big-Bang"
 4. Il processo di scoperta del cliente, piuttosto che predizione statica
 5. Planning flessibili, piuttosto che rigidi
 6. Accogliere il cambiamento, piuttosto che seguire un piano
 7. Tanti piccoli esperimenti, piuttosto che alcune grandi scommesse

Agile Marketing Manifesto

Nuovi approcci al marketing per creare valore per clienti e organizzazioni

Agile Marketing in tre passi*



* Rimarketing Framework® by AgileSherpas

Agile Team

Autonomo, cross-funzionale
e auto-organizzato.



Email	Social	Ads	MarTech	Content	SEO	Strategy	Branding
				Copywriting			
				Editing			
				Script Writing			
				Blogging			
				Brand Voice & Tone			
				Content Audits			
				Content Strategy			

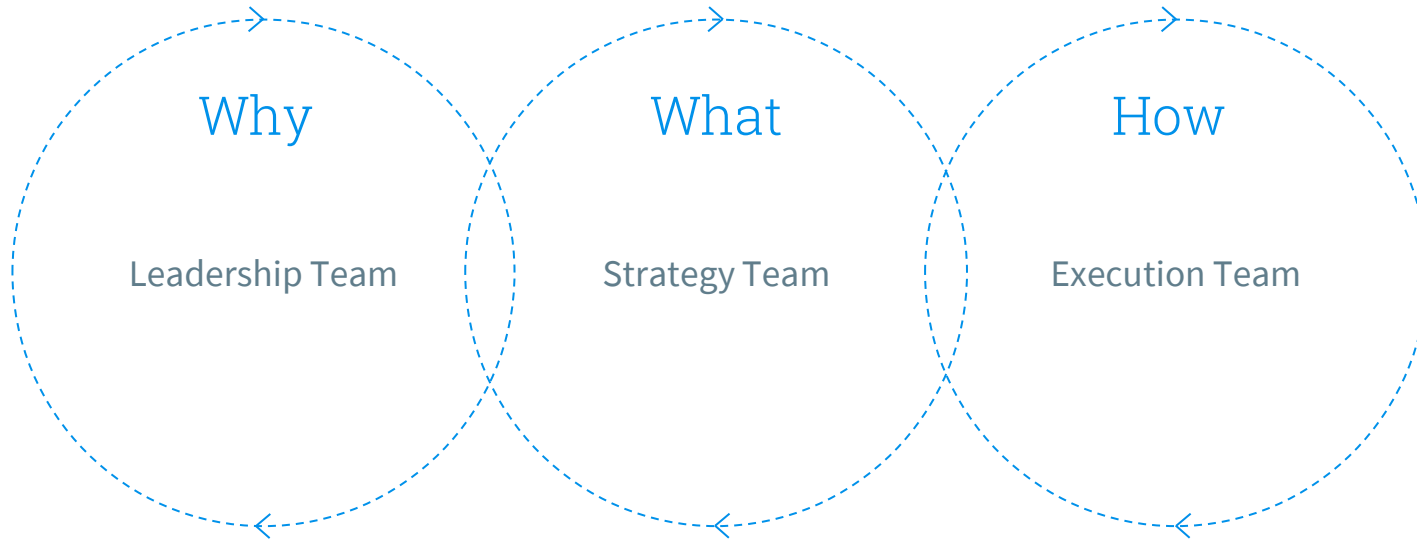
I team member sono *T-skilled*

Stop con l'assegnazione individuale ai progetti

Team stabili focalizzati su determinati ambiti: *una fase del customer journey, una persona, con focus sulla lead generation, etc..*



Suddivisione di responsabilità



What Cycle

Sguardo di alto livello su ciò
che si vuole realizzare a
lungo termine.



What Cycle – un esempio

Annual Planning

*“Its purpose is to provide the **destination for this year’s journey**, not to lay out in minute detail every activity or campaign that marketing will deliver within a year.”*

Andrea Fryrear - Mastering Marketing Agility

Quarterly Planning (BRP)

*“Hot on the heels of the annual plan comes the quarterly plan, in which the strategy groups translate the leadership team’s vision from the annual plan into **incremental objectives** that the execution teams will use to actually get things done.”*

Andrea Fryrear - Mastering Marketing Agility



Big Room Planning

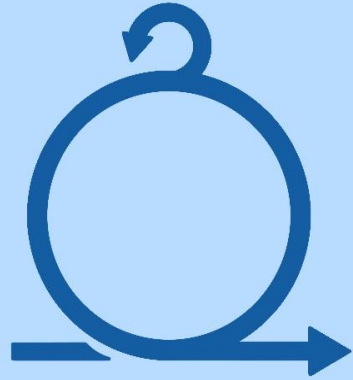
Si pianifica in grande

How Cycle

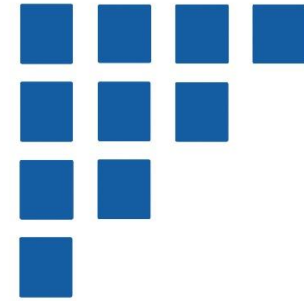
Come si potrà realizzare
l'ambizioso programma su
cui ci si è impegnati.



SCRUM



KANBAN



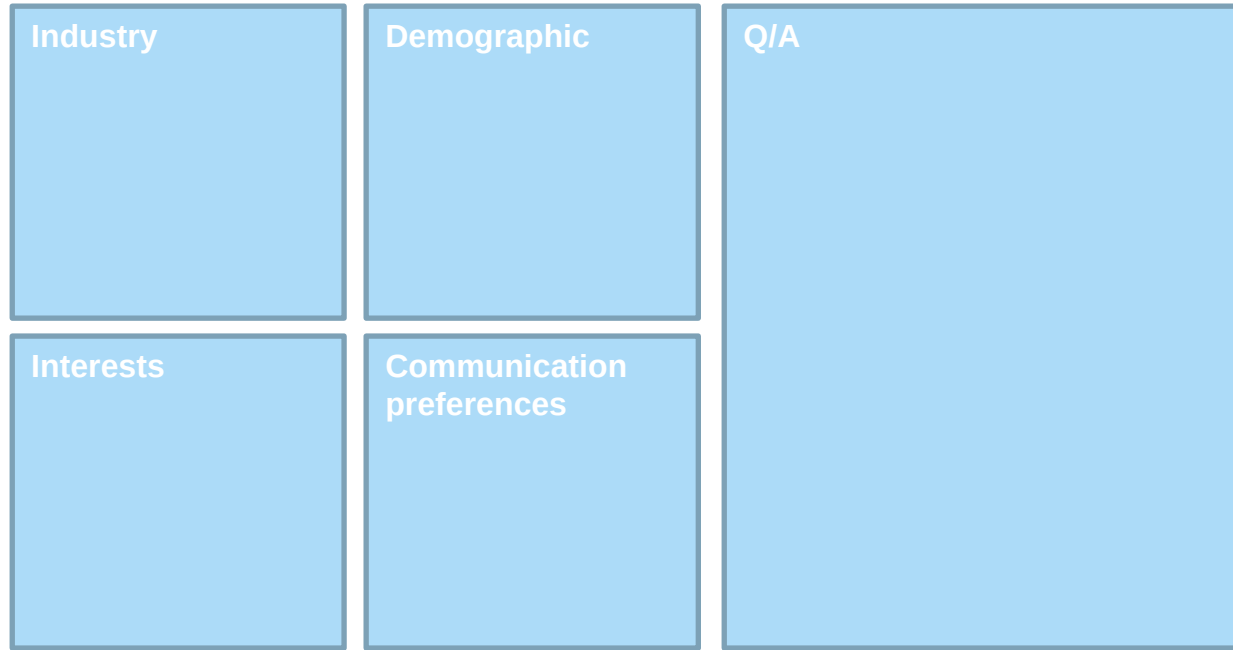
Iterazione o Flusso?

A decorative graphic in the top-left corner consisting of a network of interconnected nodes and lines, resembling a molecular or digital structure. The nodes are represented by small circles, some solid and some hollow, connected by thin lines.

3.

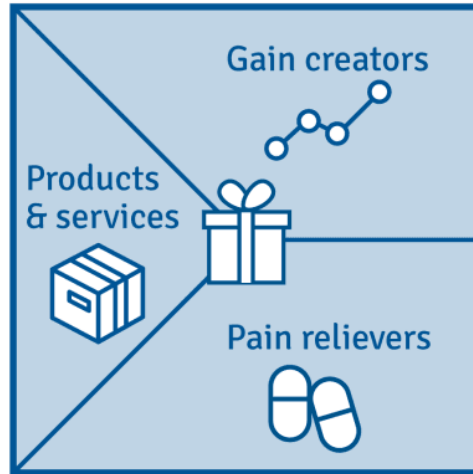
Cosa?

Il marketing cambia marcia.

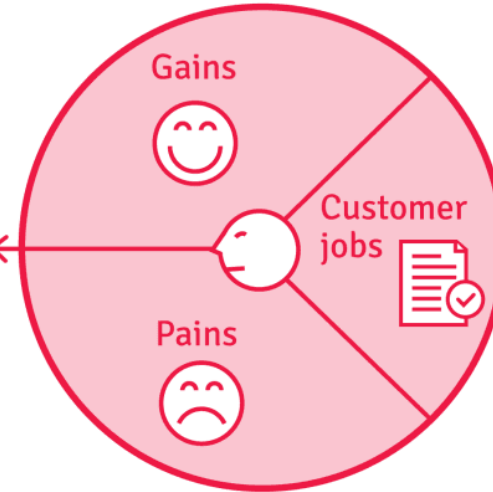


Minumum Viable Persona Canvas

Value Proposition



Customer Profile



Value Proposition Canvas



Milkshake

+



Commute

=



Convenient breakfast

Jobs to be done



Dalla Vision ai Task

A decorative network diagram in the top-left corner, featuring a complex web of interconnected nodes and lines, with some nodes highlighted in blue.

4.

E poi?

Tanto altro Agile Marketing.



Di cos'altro potremmo parlare?

- ◎ Rendere il marketing incrementale
- ◎ Innovazione
- ◎ Job Stories
- ◎ Antipattern di adozione
- ◎ BAU management
- ◎ ...



Segnalateci voi in cosa potreste essere interessati.

Grazie!

Avete domande?

 <https://www.inspearit.it>

 info.it@inspearit.com

 <https://www.linkedin.com/company/inspearit-italy/>



Stefano Lucantoni



Ivan Ciaburri



Giulia Coppola