

SecretKey 



Smart Report per l'Automotive



Come integrare i dati di Marketing e Sales in una unica Business Intelligence per ottenere **KPI e Report potentissimi.**

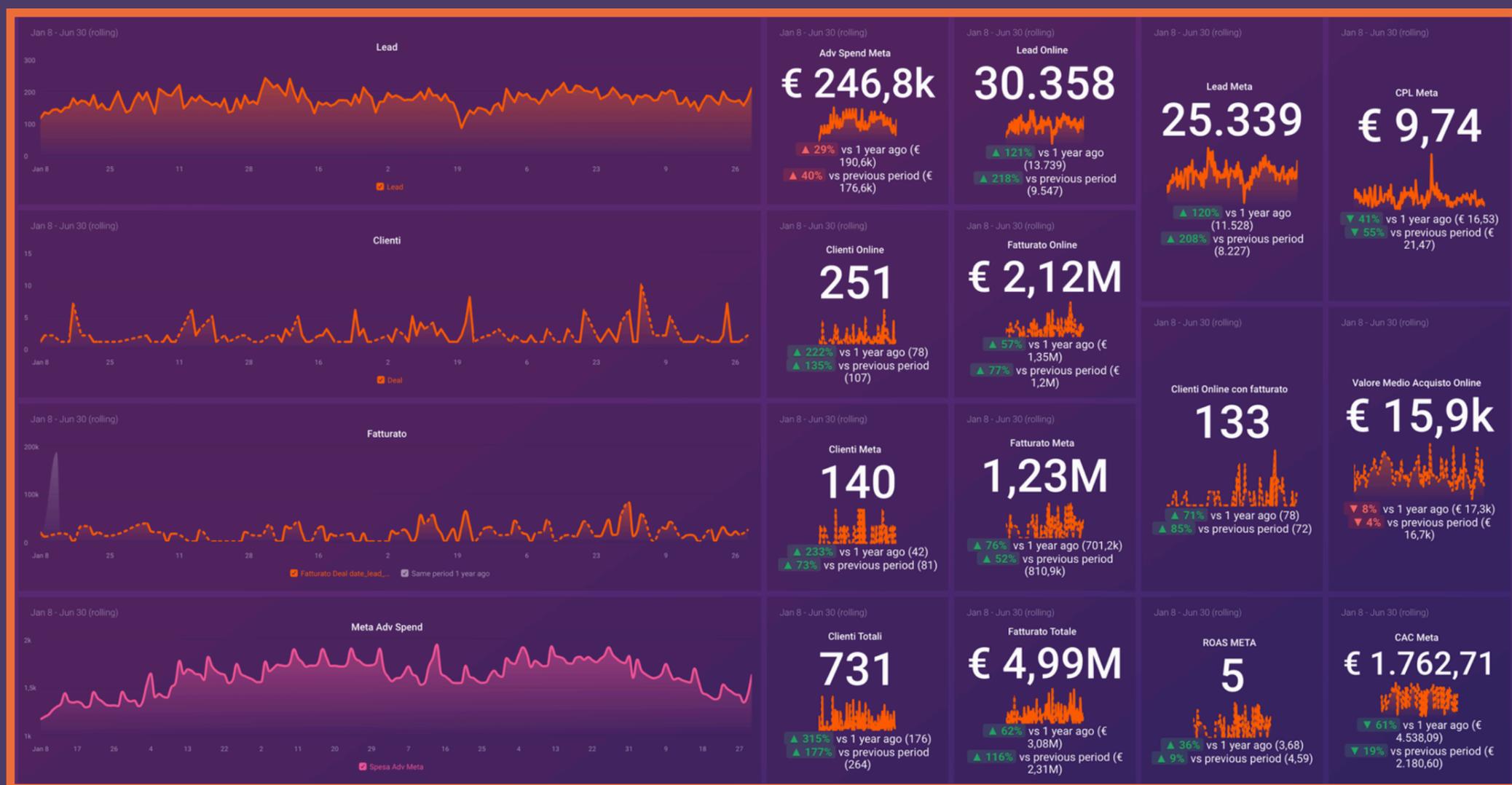
E ancora, come sfruttare il potere dei dati di prima parte del CRM per sbloccare funzioni avanzate e **massimizzare le performance di Meta e Google.** 

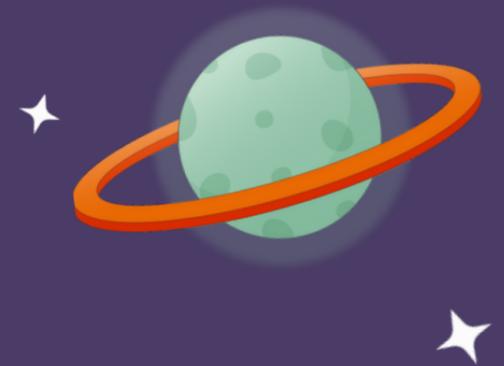




Ora ti mostriamo come monitorare al meglio i KPI di Lead Generation per il settore automotive.

Questi report sono realizzati con Secret Brain , la nostra Marketing Intelligence che miscela i KPI dei Sales CRM dei concessionari con i dati di Lead Generation e delle varie campagne.





Con Secret Brain  si ottengono 3 vantaggi:

-  Risparmi tempo e ottieni Report affidabili
-  Integri le conversioni offline nelle campagne
-  Ottieni più Lead e di maggiore qualità

VolksWagen		Audi		Skoda		Seat	
Metric	Value	Metric	Value	Metric	Value	Metric	Value
Spesa	€ 60.366	Spesa	€ 30.000	Spesa	€ 30.000	Spesa	€ 30.000
Lead	5.834	Lead	2.965	Lead	1.672	Lead	2.030
SQL	1.404	SQL	816	SQL	392	SQL	447
Clienti	195	Clienti	100	Clienti	42	Clienti	35
CPL	€ 10,3	CPL	€ 19,7	CPL	€ 19,1	CPL	€ 18,5
CPSQL	€ 43,00	CPSQL	€ 71,64	CPSQL	€ 81,45	CPSQL	€ 83,86
CAC	€ 310	CAC	€ 300	CAC	€ 200	CAC	€ 180
CR	3,34%	CR	3,37%	CR	2,51%	CR	1,72%
Fatturato	€ 6.087.900	Fatturato	€ 3.000.000	Fatturato	€ 3.000.000	Fatturato	€ 3.000.000
MER	100,85	MER	100,00	MER	100,00	MER	100,00

Totale spesa
Paid Adv

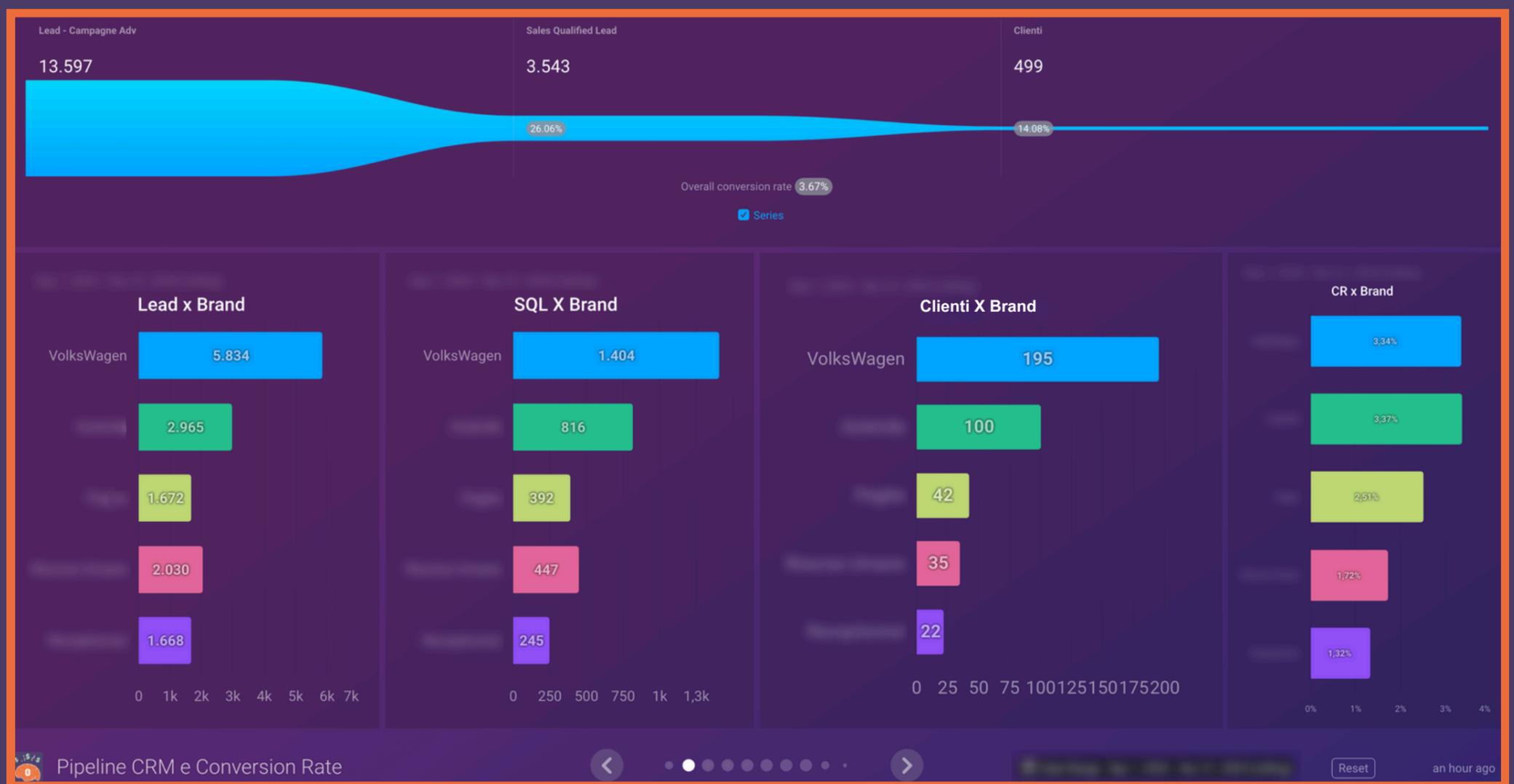
ROI

In questo report ad esempio, per ogni brand auto ci sono metriche di spesa Adv, numero Lead, Sql, clienti con costo di acquisizione, **fatturato generato e calcolo del ROI.**





Per ogni **brand automotive** o per ogni **modello di vettura** per cui si sta facendo **lead generation**, puoi capire quali sono le performance in relazione alle Sales Pipeline.



Questo report permette di sapere dove conviene investire di più e **dove c'è dispersione di Lead e Appuntamenti da parte della forza vendita.**



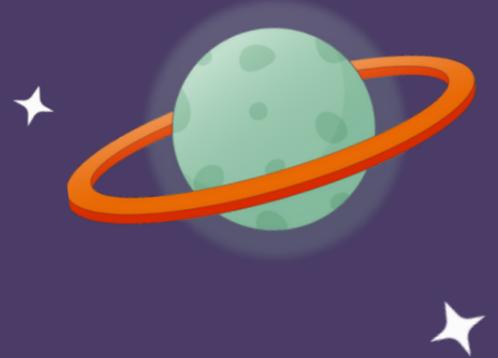


Un altro report fondamentale è quello relativo ai **risultati per area geografica**, che consente di conoscere l'investimento pubblicitario e i relativi risultati generati **in base alle regioni e città oggetto di targeting delle campagne Adv.**

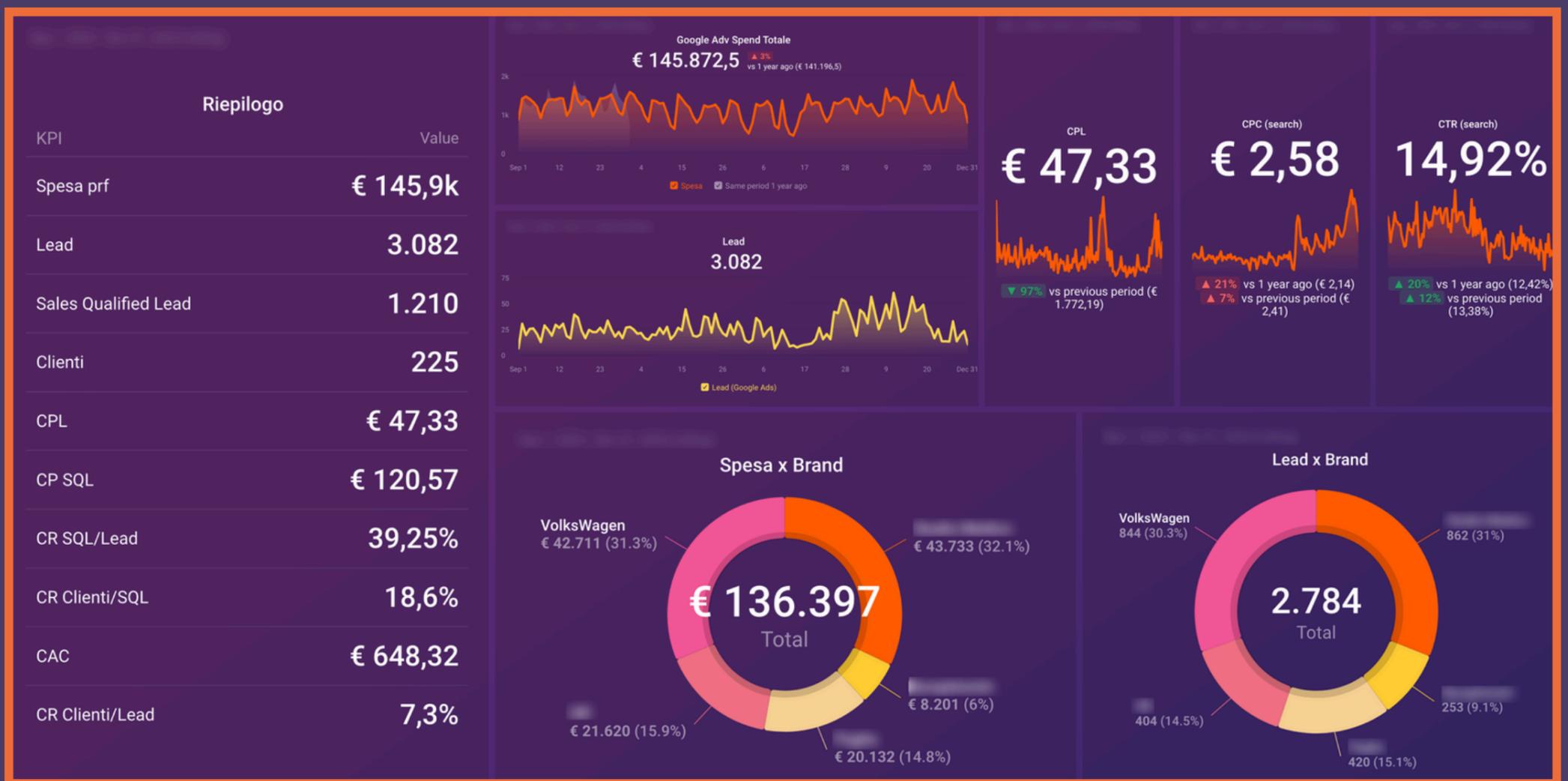
Regione	Regioni		Spesa x Regione Totale	Clienti	CAC x Regione
	Spesa Google Ads	Spesa Meta Ads			
Lombardia	€ 41.784	€ 12.165	€ 53.949	64	€ 843
Lazio	€ 20.034	€ 10.939	€ 30.973	59	€ 525
Piemonte	€ 10.472	€ 5.895	€ 16.367	38	€ 431
Emilia-Romagna	€ 11.266	€ 6.926	€ 18.192	32	€ 568
Sicilia	€ 5.985	€ 6.357	€ 12.342	30	€ 411
Campania	€ 10.301	€ 9.828	€ 20.129	30	€ 671
Sardegna	€ 4.465	€ 2.591	€ 7.056	26	€ 271
Veneto	€ 9.506	€ 4.902	€ 14.409	24	€ 600
Abruzzo	€ 2.444	€ 2.069	€ 4.514	23	€ 196

Area geografica (pointing to Abruzzo)
Spesa su Meta e Google Ads (pointing to Spesa Google Ads and Spesa Meta Ads)
Clienti e CAC (pointing to Clienti and CAC x Regione)





Per capire in un batter d'occhio **le performance di Meta Ads e Google Ads** ci sono appositi Report che oltre ai KPI di Lead Generation permettono di vedere anche quanti appuntamenti e clienti effettivi vengono generati.





Per ogni singola campagna Google e Meta puoi **monitorare le performance a livello di Lead, SQL e clienti con i KPI economici del CRM**, per individuare quali sono le keywords, i formati, gli angle e le creatività più o meno performanti.

Jan 1 - Oct 31 (rolling)

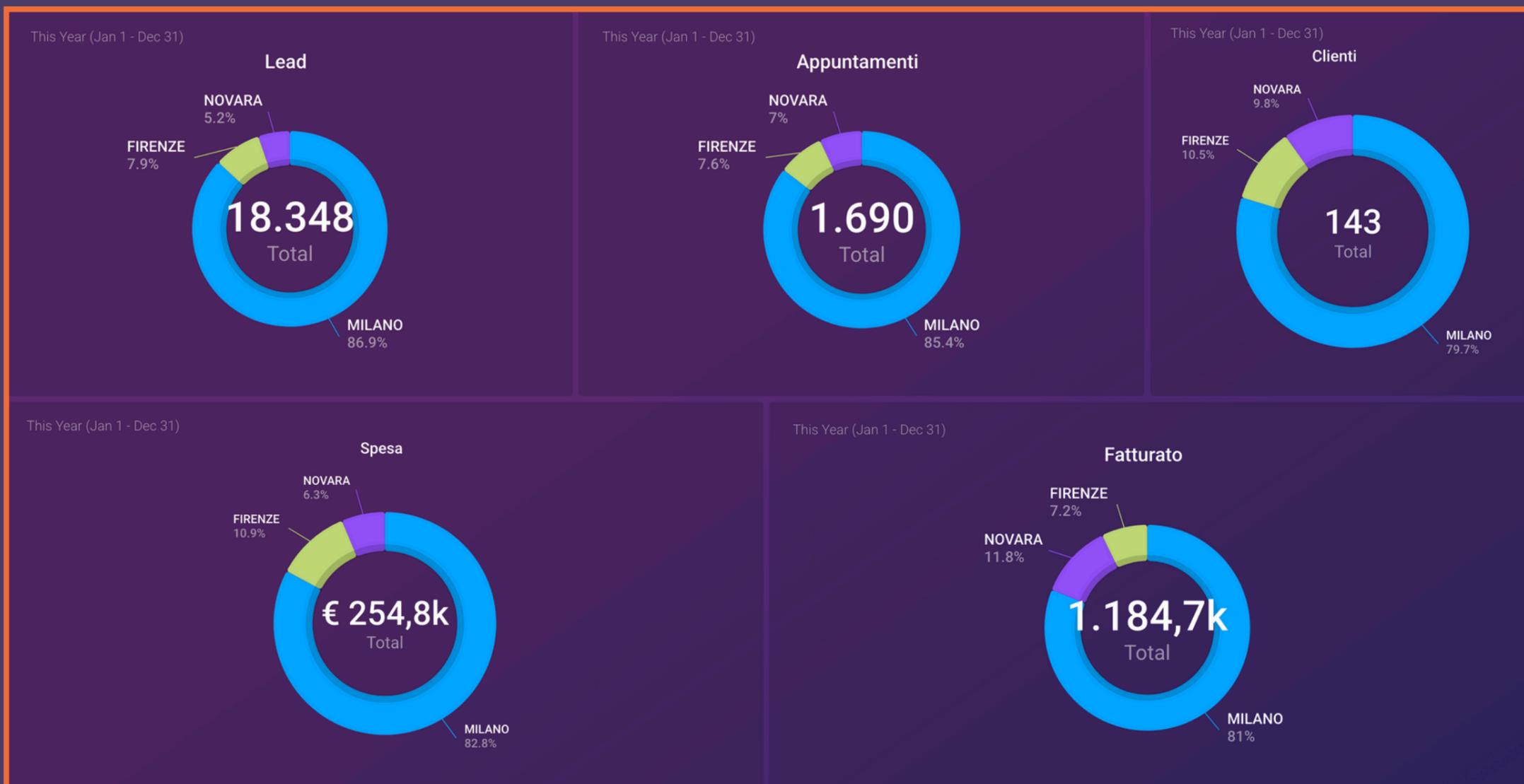
Campagne Performance											
Campagne	Spesa	vs prev	Lead	vs prev	CPL	vs prev	Fatturato	vs prev	Acquisti	vs prev	
17. SK - SCOPERTA - TARGET A - New (120200040074000000)	€ 6.708		525		€ 12,78		€ [redacted]		24		
19. SK - SCOPERTA - TARGET A - New (120208453162000000)	€ 6.306		530		€ 11,90		€ 37,5k		[redacted]		
SK - SCOPERTA - TARGET A (120206250927590338)	€ 4.424		327		€ 13,53		€ 32,7k		[redacted]		
02. SK - SCOPERTA - TARGET A (23853104404980337)	€ 3.959	▼ 36%	492	▼ 28%	€ 8,05	▼ 12%	€ 18k	▲ 64%	[redacted]	▼ 67%	
17. SK - SCOPERTA - TARGET A (2385541710000000)	€ 3.833	▲ 81%	320	▲ 4%	€ 11,98	▲ 74%	€ 26,7k	▲ 207%	[redacted]	▲ 40%	
SK - SCOPERTA - TARGET A (120207654950000000)	€ 3.637		188		€ 19,34		€ [redacted]		[redacted]		
SK - SCOPERTA (120208177982200000)	€ 3.321		286		€ 11,61		€ [redacted]		[redacted]		
SK - SCOPERTA - TARGET A (120207011213400338)	€ 3.286		324		€ 10,14		€ 14,7k		[redacted]		
SK - SCOPERTA - TARGET A (120208010867100000)	€ 3.144		269		€ 11,69		€ 3.63 [redacted]		[redacted]		

Ads Performance							
Annunci	Spesa	vs prev	Lead	vs prev	CPL Inserzione	vs prev	Acquisti
T09 - BULLET (120208453162670338)	€ 5.034,91		417		€ 12,07		17
T03 - SLIDESHOW - NEW 02/24 - Copia (120208840575120338)	€ 4.723,05		362		€ 13,05		16
T03 - SLIDESHOW (120209765771980338)	€ 3.868,07		316		€ 12,24		6
T03 - SLIDESHOW (120209716354540338)	€ 3.827,84		342		€ 11,19		8
T07 - SLIDESHOW - NEW 09/24 TEMPLATE B (120211670935250338)	€ 3.597,94		325		€ 11,07		13





Per ogni singola sede o città è possibile conoscere **il numero di lead, appuntamenti e clienti generati, ma anche l'investimento pubblicitario e il fatturato generato.**





I problemi più comuni della Lead Generation per l'automotive

 Tracciare il comportamento degli utenti è più complesso.

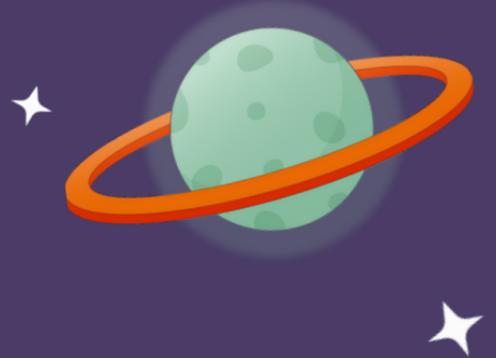
 Misurare l'impatto del Paid Adv rispetto ai Sales KPI è difficile.

 Si sbaglia budget allocation e targeting limitando la crescita.

 Si lavora sull'acquisizione Lead e non su opportunità e clienti.

 Acquisire Lead e Clienti è sempre più difficile e costoso.





Per migliorare misurazione, attribuzione e targeting Google, Meta e Tiktok consentono di **integrare i dati di prima parte del CRM** tramite l'import delle cosiddette **Conversioni Offline**.

Tramite le Conversioni Offline, **possiamo far lavorare le piattaforme pubblicitarie per generare opportunità e clienti**, invece di semplici lead molto spesso di scarso valore.

SecretBrain 

Third e First Party Data

Website data

CRM

Offline Sales

Lead Stage

Lead Status

Server
Proprietario

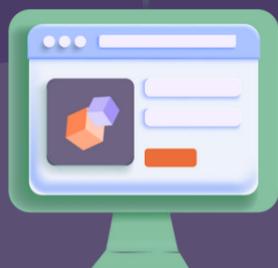
Conversion API



Ad Network server

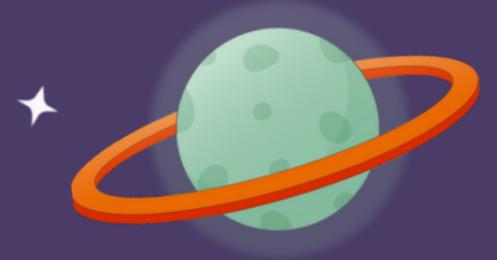


Utente



Client Application





Ai concessionari servono appuntamenti e clienti, non lead che ingolfano inutilmente il reparto commerciale!

I dati di prima parte permettono di capire agli algoritmi quali sono gli utenti giusti da colpire, quali sono le campagne e gli annunci più performanti.

Le conversioni offline consentono di vedere i risultati di ogni campagna Meta rispetto alle varie fasi di vendita.

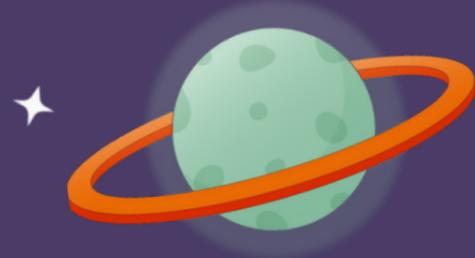
Ad set	Results	lead_new	lead_qualified	lead_appointment	lead_quotation	lead_deal
CITROEN C3 NUOVA	739 On-Facebook Leads	417	157	28	23	7
CAROSSELLO MISTO	178 On-Facebook Leads	97	28	17	9	8
FIAT PANDA HYBRID NUOVA	458 On-Facebook Leads	217	129	23	22	9
JEEP RENEGADE MHEV KM0	272 On-Facebook Leads	131	41	31	13	7

clienti effettivi

Importo speso	Lead Ricevuta	Costo per Lead Ricevuta	Acquisti	Valore	ROAS	CR	CAC	Qualificato	Valore Qualificato	Opportunità	Valore Opportunità
	4261		33	€ 177.870,00		0,77%		57	€ 122.892,00	255	€ 137.445,00
	2532		21	€ 113.190,00		0,83%		53	€ 114.268,00	125	€ 67.375,00
	1400		30	€ 161.700,00		2,14%		68	€ 146.608,00	131	€ 70.609,00
	608		7	€ 37.730,00		1,15%		15	€ 32.340,00	91	€ 49.049,00
	775		5	€ 26.950,00		0,65%		6	€ 12.936,00	31	€ 16.709,00
	654		7	€ 37.730,00		1,07%		7	€ 15.092,00	54	€ 29.106,00
	412		6	€ 32.340,00		1,46%		17	€ 36.652,00	49	€ 26.411,00
	211		2	€ 10.780,00		0,95%		6	€ 12.936,00	8	€ 4312,00
	138		2	€ 10.780,00		1,45%		7	€ 15.092,00	19	€ 10.241,00
	234		5	€ 26.950,00		2,14%		1	€ 2156,00	4	€ 2156,00
€ 55,76 Spesa totale	- totali	- per azione	-	-	-	-	-	-	-	-	-

valore clienti effettivi

valore appuntamenti



Anche su Google Ads grazie alle conversioni offline possiamo sapere esattamente quanto ogni campagna contribuisce in termini di risultati e avere una redemption chiara.

I dati arricchiti relativi a Lead, Prospect e Clienti, permettono di capire all'algoritmo di Google Ads quali sono gli utenti giusti da colpire rispetto agli obiettivi di ogni campagna.

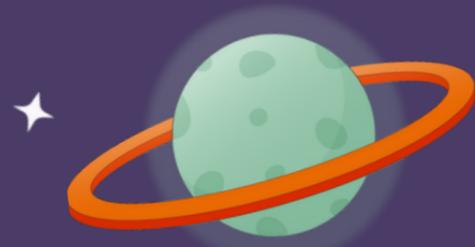
Campagna	Budget	Stato	Costo	Conversione Offline	Valore Conversione Offline	ROAS
	60,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idoneo (limitato) Strategia di offerta limitata	725,45 €	15,00	50.255,00	69,27
	60,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idoneo (limitato) Strategia di offerta limitata	850,62 €	13,00	48.222,00	56,69
	100,00 €/giorno <input checked="" type="checkbox"/>	Idonea	3.040,00 €	14,00	46.206,00	15,20
	80,00 €/giorno <input checked="" type="checkbox"/>	Idonea	2.431,98 €	13,00	45.584,00	18,74
	80,00 €/giorno <input checked="" type="checkbox"/>	Idoneo (limitato) Strategia di offerta limitata	1.434,53 €	12,00	42.699,00	29,77
	100,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idonea	1.519,92 €	8,00	36.394,00	23,94
	100,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idonea	1.519,91 €	7,00	28.355,00	18,66
	120,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idonea	1.823,92 €	7,00	21.516,00	11,80
	100,00 €/giorno <input type="checkbox"/>	Idonea	1.520,00 €	6,00	20.670,00	13,60
	50,00 €/giorno <input checked="" type="checkbox"/>	Idonea	1.521,46 €	6,00	19.246,00	12,65
tutte le campagne tranne quelle rimosse			26.498,73 €	116,00	411.642,00	15,53

Campagne

SPESA

Valore Conversioni

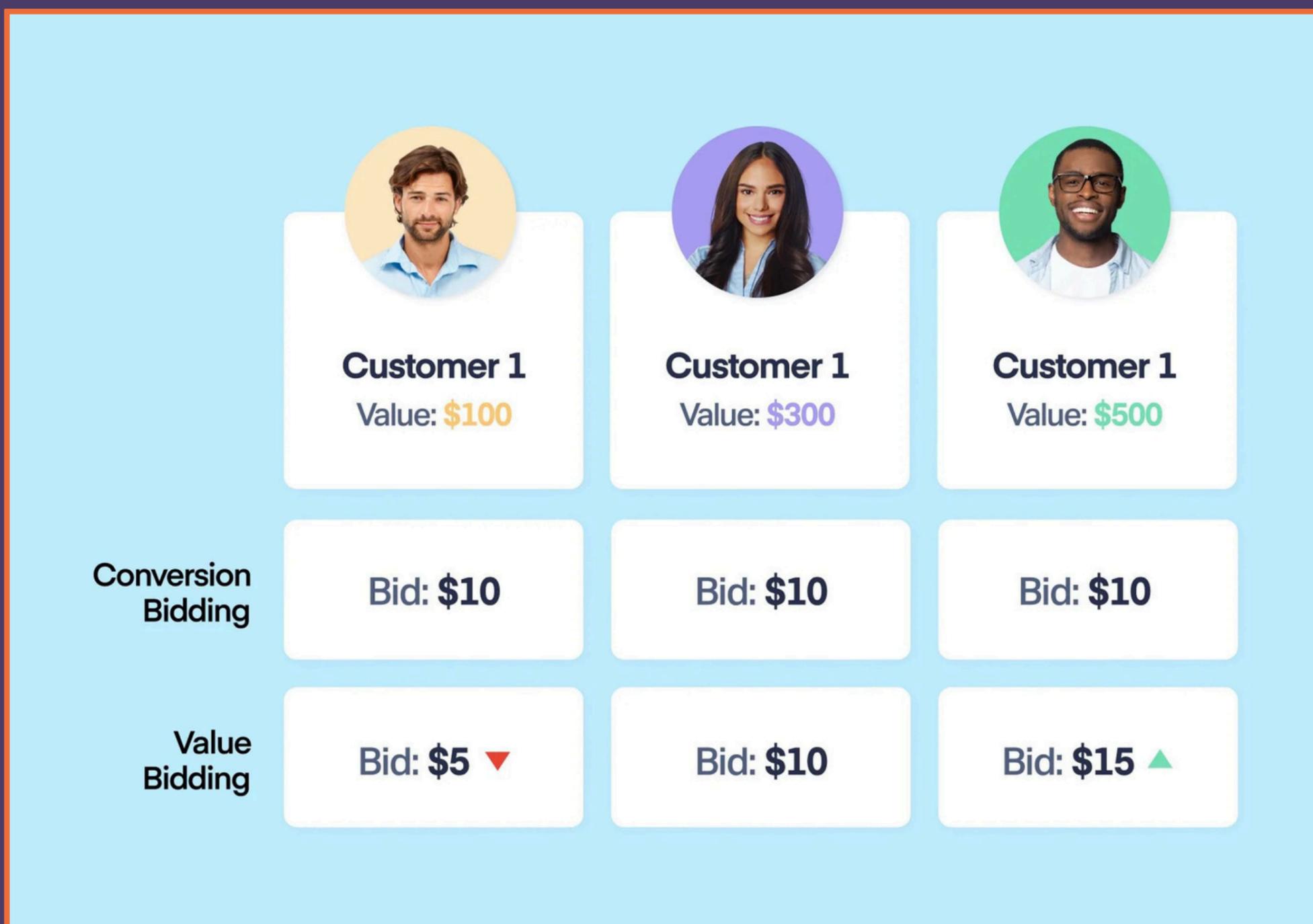
ROAS

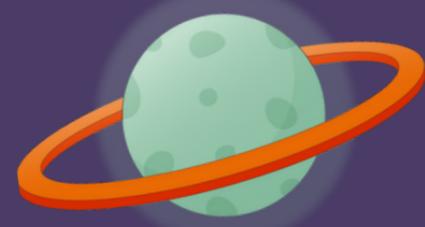


Integrare i dati di prima parte del CRM consente di ottimizzare le campagne in base al valore economico 

Questo nuovo approccio è conosciuto col nome "Value Based Bidding".

Non tutti i lead e clienti valgono la stessa cifra, soprattutto se vendiamo diversi brand e vetture.





Ottieni KPI e Report azionabili e sfrutta il potere dei dati!

Dati affidabili

+

Report in real time

+

Conversioni Offline

=

Performance migliori 

Evolvi Marketing e Data Analysis

www.secretbrain.it 

