



**PINKO:
MISURARE L'IMPATTO
INCREMENTALE DEL
MARKETING SULLE
VENDITE TRAMITE IL
MARKETING MIX
MODELING**

STOREIS.



PINKO

CASE STUDY

PINKO

Obiettivo

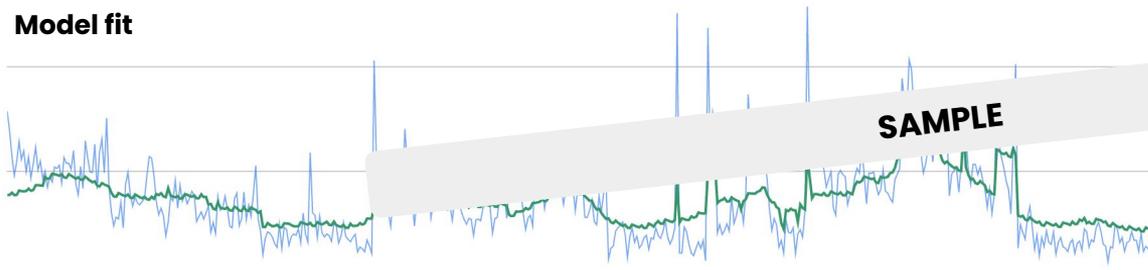
Pinko, impegnata con investimenti marketing in molteplici canali distribuiti tra online e offline aveva difficoltà a **delineare il reale impatto di ciascun canale sui risultati di vendita complessivi**, con la necessità di avere una guida su **come allocare il budget** in modo efficiente tra i vari canali.

Approccio

Per rispondere a questa esigenza abbiamo collaborato con il brand all'implementazione del **Marketing Mix Model (MMM)**, strumento di misurazione avanzata per definire, attraverso i dati, l'impatto delle diverse leve di marketing.

Basandoci sullo storico degli investimenti online e offline, unito alle attivazioni chiave del brand, abbiamo sviluppato modelli statistici per **analizzare le vendite omnichannel in Italia**, quantificando l'impatto di ogni fattore. Successivamente, abbiamo condotto **un esperimento Geolift** per validare le stime e arricchire la visione complessiva.

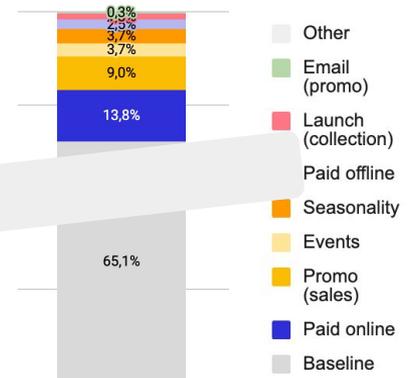
Model fit



Risultati

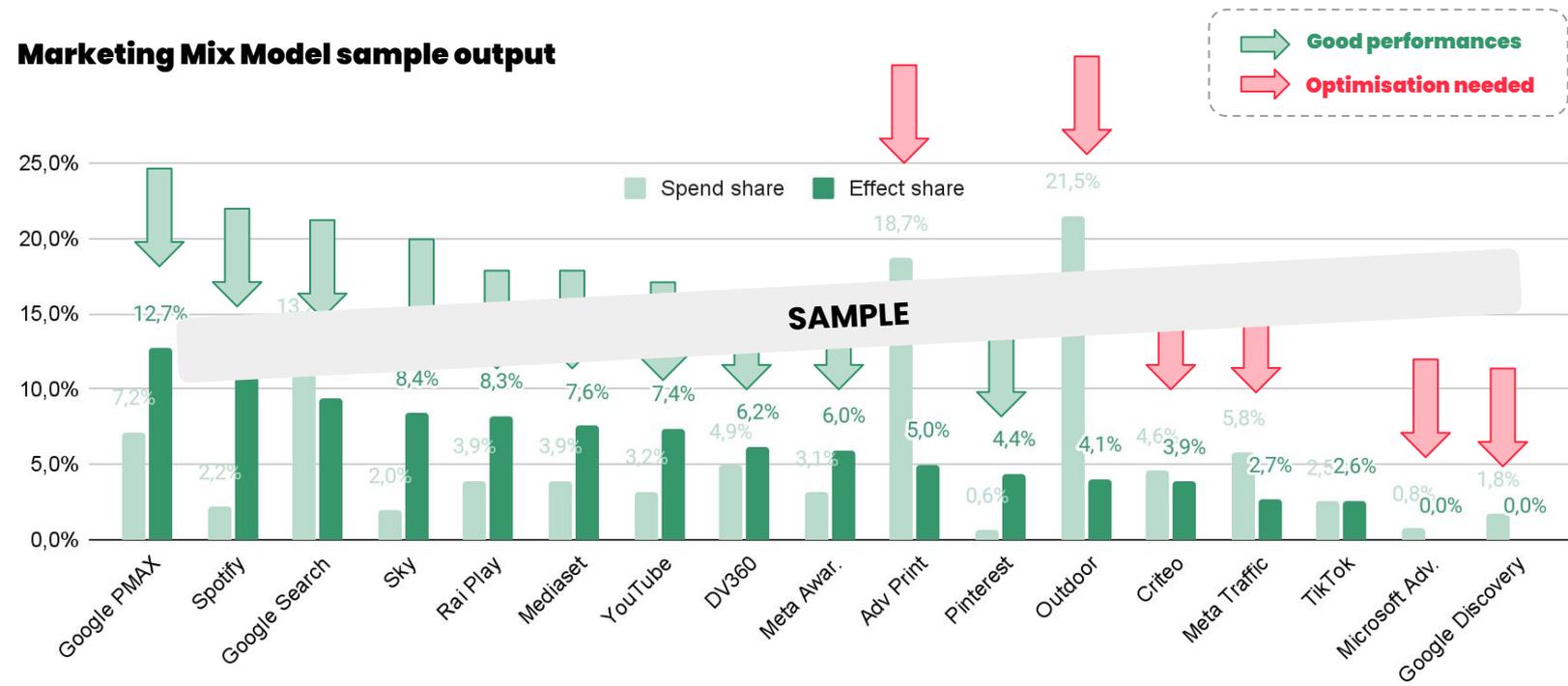
- **Brand Awareness ROI:** abbiamo misurato il contributo delle attivazioni di brand awareness sulle vendite omnichannel, aiutando il brand a comprenderne l'efficacia.
- **Budget Allocation Ottimizzata:** grazie agli insight derivanti da questo approccio avanzato di misurazione, siamo stati in grado di proporre un'allocazione di budget più allineata agli obiettivi di crescita dell'azienda.

Channel attribution



CASE STUDY PINKO

Marketing Mix Model sample output



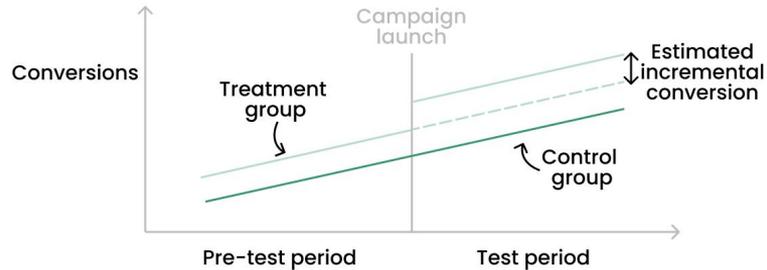
■ Spend share (% spending on total marketing investments)
■ Effect share (% revenue attributed on total)

CASE STUDY

PINKO

GeoLift sample output

Per verificare l'impatto incrementale di uno specifico canale di awareness, abbiamo costruito un **esperimento di GeoLift**. Abbiamo suggerito al brand la modalità ottimale per costruire il test, incluso il budget necessario e le regioni da includere nel gruppo di test, e supportato nella **misurazione del lift effettivo**, determinato dall'esposizione alla campagna.



**VUOI SAPERNE
DI PIÙ?
RESTIAMO IN
CONTATTO:)**

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER →

STOREIS.

via Carlo Leoni, 7
35139 Padova (Italy)

 (+39) 049 738 6284

 info@store.is

store.is

Il presente documento, nella sua interezza, così come tutto il materiale in esso contenuto o ad esso correlato, compresi loghi e marchi relativi ai servizi offerti da Storeis S.r.l. (la "Società") ed i corrispondenti elementi grafici e immagini costituiscono proprietà intellettuale ed industriale della Società e come tali sono tutelati dalla legge (i "Materiali") e devono ritenersi strettamente riservati e confidenziali. Tutti i dati e le informazioni che riguardino progetti, piani di sviluppo tecnici e organizzativi, infrastrutture di sicurezza, informazioni riguardo a sedi e punti operativi, clienti, dipendenti e piani commerciali della Società, indicati nel presente documento (le "Informazioni Riservate") devono ritenersi strettamente riservati e confidenziali. Sono vietati la riproduzione, qualsiasi utilizzo in qualsiasi modalità ed il trasferimento, totale o parziale, effettuato con qualsiasi mezzo, dei Materiali e delle Informazioni Riservate, così come le operazioni di estrazione e di reimpiego della totalità o di una parte degli stessi o del loro contenuto, senza previa autorizzazione scritta da parte della Società. Chi desiderasse utilizzare i Materiali e le Informazioni Riservate può fare richiesta alla Società, onde regolamentare le modalità di rilascio di licenza d'uso.