



NUTCRACKER
The Markethink

Marketing Analytics

Marketing Mix Model e altri modelli data-driven
a supporto delle decisioni di marketing e
comunicazione



1,538.78 -58.93

-0.00

-4.58

-9.42

28,875.56

I nostri tratti distintivi

Nutcracker è una società di consulenza fondata dal **Prof. Giuliano Noci**, che ha consolidato la sua expertise nella progettazione di strategie di **Marketing & Communication** che riguardano in modo particolare **gli ambiti di innovazione generati dalle tecnologie digitali**, in una prospettiva nativamente omnichannel e secondo un approccio data-driven.

Le nostre **expertise progettuali** concernono:



**Marketing
Analytics**



**Customer
Strategy**



**Smart
Research**

Nutcracker: il team di Advisory



Giuliano Noci

Full Professor of Marketing
Politecnico di Milano
Founder & Partner
Nutcracker Srl

giuliano@nutcracker.it
335 65 33 479



Nicola Spiller

Direttore
Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano
Chief Innovation Officer
Nutcracker Srl

nicola@nutcracker.it
349 25 97 708

Un'opportunità per aumentare la competitività



La complessità del contesto di mercato, le pressioni competitive e le opportunità conseguenti alla trasformazione digitale, impongono a imprese e manager di far leva sui **dati** disponibili per ottimizzare i propri processi decisionali. In questa prospettiva, Nutcracker ha creato e testato da anni una suite di servizi basata su **modelli di Marketing Advanced Analytics**.

Il **Marketing Mix Model** è uno strumento consolidato di Nutcracker che ha come scopo quello di **supportare i Brand** nel potenziare ed ottimizzare in logica data-driven le strategie di comunicazione. È attualmente utilizzato da alcuni dei principali spender pubblicitari operanti in Italia.

Lo strumento si compone di una serie di **moduli** che permettono di strutturare la soluzione più adeguata per le esigenze del cliente, combinando ed integrando **post-valutazione delle performance, identificazione del ROI di comunicazione, ottimizzazione dell'allocazione del budget**.

L'approccio modulare permette di adattarsi a **contesti con budget e obiettivi di comunicazione molto diversi**.

Un approccio custom per ottimizzare le strategie di comunicazione

Gli obiettivi di business perseguiti con un approccio data-driven sono:

01

Abbiamo sviluppato una **soluzione integrata** che consente, sulla base di algoritmi avanzati, di ottenere actionable insights per:

MEASURING

ACTING

CAPIRE IL COMPORTAMENTO DEL MERCATO E **PREDIRE** L'IMPATTO DELLE AZIONI DI MARKETING

MISURARE IL **ROI/ROAS** DEI DIVERSI MEZZI ANALIZZATI



OTTIMIZZARE L'ALLOCAZIONE DEL BUDGET SUI DIVERSI MEZZI



02

Vi è la possibilità di sviluppare un'interfaccia web per supportare la visualizzazione dei risultati anche con viste interattive e custom



I progetti di Marketing Analytics richiedono generalmente un paio di mesi per progettazione e implementazione

I nostri tratti distintivi

La piattaforma di Marketing Mix permette:

- **Post-valutazione delle performance:** abilita una overview delle azioni effettuate, della loro intensità e dell'andamento delle performance su tutti i KPI di interesse. I dati potranno essere filtrati secondo viste preimpostate o liberamente (ad es. per tipi di conversione considerati, device)
- **Identificazione del ROI di comunicazione:** visualizza il contributo delle leve di input (touchpoint, canali) sulle performance e sui KPI obiettivo. Vengono prodotti degli schemi che rappresentano la relazione tra le variabili di input e i KPI di interesse, secondo viste flessibili (con diversi livelli di aggregazione e orizzonti temporali modificabili)
- **Ottimizzazione dell'allocazione del budget:** permette di generare e valutare scenari alternativi tramite l'impostazione di variabili contestuali e obiettivo, identificando – per ogni scenario – l'allocazione ottimale del budget. I casi d'uso, le tipologie di scenario, gli indicatori di interesse per valutare gli scenari e i conseguenti modelli per la simulazione saranno originali e costruiti sui processi per planning e buying

01



MMM Sales Contributors

Visualizzazione della resa del marketing mix e delle altre variabili del modello (contesto, competition) e stima dell'impatto sulle vendite.

02



MMM Media Saturation

Visualizzazione e confronto tra le curve di risposta dei diversi mezzi di comunicazione.

03



MMM Communication ROI

Visualizzazione di spesa e resa dei diversi canali nel periodo d'analisi. Rappresentazione sintetica del ROI di ciascun mezzo.

04



MMM Budget Optimization

Visualizzazione del budget minimo sotto il vincolo del numero di vendite o numero di vendite massimo sotto vincolo di budget.

05

MMM Scenario Planner

Generazione di scenari previsionali, tramite l'allocazione di budget ai diversi mezzi e alle altre variabili del modello.

I pacchetti di offerta

L'offerta si differenzia in tre pacchetti con target e funzionalità differenziati.

MA BASE

Funzionalità:

- Sales Contributors
- Communication ROI
- Media Saturation

Target:

Budget tra € 0,5M e € 5M

Output:

In forma di Report

Aggiornamento modello ogni 3 mesi

Advisory:

Ogni 3 mesi + supporto su richiesta

Media:

Digital e poco tradizionale

MA PREMIUM

Funzionalità:

Come Basic Più:

- Budget Optimization
- Scenario Planner

Target:

Budget sopra € 5M

Output:

Interfaccia interattiva + Report

Aggiornamento ogni 1-2 mesi

Advisory:

Ogni mese + supporto continuativo

Media:

Campagne multicanale complesse

MA PERSONALIZZATO

Funzionalità:

On-demand

Target:

Bisogni specifici, funzionalità ad-hoc

Output:

Personalizzabile in base al cliente

Advisory:

Personalizzabile in base al cliente

Media:

Campagne multicanale complesse

I bisogni a cui rispondiamo

I tratti distintivi della nostra soluzione di Marketing Analytics possono essere così riassunti:

1. **Customer Centric:** l'approccio di Nutcracker parte dai bisogni del cliente per sviluppare soluzioni customizzate e ottimizzate per generare il massimo valore per l'azienda
2. **Innovativo e Future Proof:** le sinergie con gli Osservatori e i team di ricerca del Polimi garantisce un continuo aggiornamento sulle ultime tecnologie e la capacità di gestire modelli e algoritmi complessi
3. **Imparziale:** la vicinanza con l'approccio del Politecnico di Milano garantisce una posizione terza e neutrale, non interessate dalle dinamiche del mercato media
4. **Integrato:** le competenze di marketing e comunicazione derivante dagli Osservatori di Digital Innovation nativamente integrate con le competenze matematico-statistiche caratteristiche dell'approccio del Polimi
5. **Trasparente:** full-disclosure nell'approccio, nelle decisioni di modellazione e negli algoritmi utilizzati



NUTCRACKER
The Markethink

