

**ADABRA È IL NUOVO PARTNER PER LA MARKETING AUTOMATION
DI [ABBONAMENTI.IT](http://www.abbonamenti.it), SITO LEADER IN ITALIA NELLA VENDITA DI
ABBONAMENTI A RIVISTE**

***L'obiettivo è generare delle esperienze gratificanti per gli utenti del sito,
attraverso una personalizzazione continua della proposta***

Milano, 8 maggio 2017 - **Adabra**, la piattaforma di marketing automation tutta italiana, annuncia l'avvio della collaborazione con [Abbonamenti.it](http://www.abbonamenti.it), il sito leader in Italia nella vendita di abbonamenti a riviste gestito da Press-di Abbonamenti S.p.A., società di distribuzione del Gruppo Mondadori.

La piattaforma Adabra consente di **personalizzare i contenuti** visualizzati online dagli utenti grazie a **sofisticati algoritmi**, rendendo l'esperienza altamente rilevante. Non solo, **Adabra è una soluzione nativamente omnichannel**: imparando a conoscere gli interessi degli abbonati, sulla base degli acquisti e della navigazione, la piattaforma distribuisce contenuti pertinenti su tutti i canali dall'email ai social, rendendo unica ogni interazione.

Gian Mario Infelici CEO di Adabra **descrive così il suo progetto**: *“Abbiamo puntato tutto su due fattori: il desiderio delle aziende di interagire con i consumatori in modo più efficace e l'ottimizzazione delle risorse. Adabra è uno strumento che risponde a entrambi i requisiti, da un lato raccoglie informazioni per essere sempre puntuale nel decidere cosa è più rilevante per l'utente in quel preciso momento. Dall'altro, grazie alla marketing automation, è possibile ridurre sensibilmente il tempo dedicato alle operations dai marketer liberando risorse per attività più strategiche come l'analisi dei dati, la creatività e l'elaborazione di nuove strategie di engagement dei consumatori.”*

Adabra è una piattaforma in grado di raccogliere grandi quantità di dati e farle lavorare al servizio dell'esperienza utente grazie ad algoritmi. La sua capacità di riconoscere l'utente diventa quindi un asset fondamentale per progetti di customer experience che tengano conto non solo della relazione passata con il cliente, ma anche di come mutano le sue esigenze nel corso del tempo.

“Abbiamo scelto di mettere al centro il consumatore” - afferma Righel Anglois, Amministratore Delegato di Press-di Abbonamenti - *“Oggi le persone hanno sempre meno tempo per scegliere dove informarsi, ma sono desiderose di contenuti. Per questo abbiamo puntato su una proposta tecnologica che ci supportasse in questo progetto di [Abbonamenti.it](http://www.abbonamenti.it). Il nostro obiettivo è comprendere in anticipo cosa vorrebbero approfondire e così migliorare il servizio nel suo complesso”*.

press@adabra.com

tel.

www.adabra.com